

Estamos comprometidos
Memoria de desarrollo sostenible
• 2011 •



somos lo que hacemos



Trabajamos
para que
el cliente
regrese.

Este informe fue impreso en papel elaborado a partir del bagazo de la caña de azúcar con tintas amigables con el medio ambiente.



Más información en la página 28



Más información en la página 34

Grupo Éxito

Sede administrativa

Carrera 48 No. 32 B Sur - 139,
Envigado

A.A. 3479 Colombia

Teléfono: 57 4 339 6565

sostenibilidad@grupo-exito.com

www.grupoexito.com.co

Facebook/GrupoExitoColombia

twitter@grupo_exito



Más de 35.000
empleados hacen
parte de nuestra
nómina.

Índice

6	Perfil corporativo
27	Carta del máximo responsable
28	Pacto Global
30	Sostenibilidad en el Grupo Éxito
36	Comunicación con nuestros grupos de interés
38	Gobierno corporativo
42	Desempeño económico
46	Empleador responsable y comprometido
64	Comerciante responsable ante nuestros proveedores
76	Comerciante responsable con nuestros clientes
86	Lucha contra cambio climático y reducción del impacto ambiental
100	Actuar por el desarrollo local y ser solidarios
115	Índice GRI
127	Índice principios Pacto Global y COP advanced



Incremento
positivo



Decremento
positivo



Incremento
negativo



Decremento
negativo



Tema
relevante

Todos nuestros esfuerzos se concentran en la satisfacción de los consumidores para que ellos regresen

Somos una corporación de negocios cuya principal actividad es el comercio al detal. Con nuestras cadenas Éxito, Carulla-Pomona, Surtimax y Home Mart adelantamos una estrategia de varias marcas y formatos (multi-marca, multi-formato) que nos convierte en líder en el sector del comercio en Colombia con 42% de participación de mercado*. Vendemos alimentos, productos de aseo y abarrotes, textiles, electrodomésticos y artículos para el entretenimiento.

Otros servicios y actividades complementan nuestra oferta: crédito de consumo, agencias de viajes, venta de seguros, industrias textil y de alimentos, *e-commerce*, distribución de combustibles y un negocio inmobiliario en el cual se desarrollan centros comerciales.

- El grupo francés Casino es nuestro socio mayoritario.
- Concentramos nuestra principal operación en Colombia; adicionalmente en Uruguay, país donde en 2011 adquirimos la mayoría accionaria de Disco, Devoto y Géant, principales cadenas del mercado local.
- Estructura integrada por Almacenes Éxito S.A. como matriz y sus filiales, Distribuidora de Textiles y Confecciones S.A. - Didetexco S.A. y Almacenes Éxito Inversiones S.A.S., las cuales tienen su domicilio en Colombia, y por sus filiales extranjeras Carulla Vivero Holding Inc., domiciliada en las Islas Vírgenes, y Spice Investments Mercosur ("Spice") domiciliada en la República de Uruguay.

- Hacemos parte de:
 - Acrip.
 - Analdex (Asociación Nacional de Comercio Exterior).
 - Acef (Asociación Colombiana de Ejecutivos de Finanzas).
 - Anda (Asociación Nacional de Anunciantes Colombia).
 - Ascort.
 - Asocentros.
 - Cámara Colombo China de Inversión y Comercio.
 - Cámara Colombo-Francesa de Comercio e Industria.
 - Category Management Association.
 - Corporación Lonja de Propiedad Raíz de Medellín y Antioquia.
 - Defencarga.
 - Fenalco (Federación Nacional de Comerciantes) y sus seccionales.
 - Fedesarrollo (Fundación para la Educación Superior y Desarrollo).
 - GS1 Colombia.
 - Incocrédito (Asociación para la Investigación, Información y Control de Sistemas de Tarjetas de Crédito y Débito).
 - International Trading Company.
 - Pacto Global.

* ACV Nielsen a 31 de diciembre de 2010. Incluye Cafam.

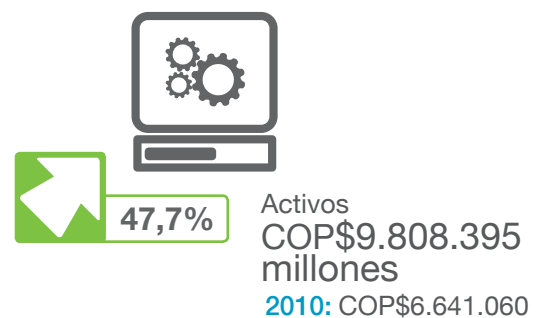
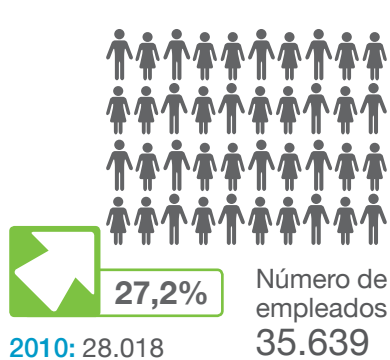


Con su campaña publicitaria "Bogotá buena onda", la marca Éxito destacó la cultura de la capital de Colombia.

Más de un siglo de experiencia en Colombia.

Dimensiones de la organización

Datos comparativos a diciembre 31 de 2011 vs. 2010



	COP\$millones	
	2010	2011
Utilidad neta	254.834	389.455
Ingresos operacionales	7.510.079	8.844.710

Ventas y número de empleados aumentan por el plan de expansión de la compañía.

Fundación Éxito: nuestra misión es nutrir vidas

- El propósito de la Fundación Éxito es brindar atención integral a la primera infancia con énfasis en nutrición, siendo coherentes con la realidad de nuestra compañía que comercializa, en su mayoría, alimentos.
- Nuestro foco son los niños de cero a cinco años (primera infancia) y mujeres gestantes y lactantes.
- En 2011 llegamos a 48 municipios en 21 departamentos del país.
- Actualmente tenemos alianzas y convenios con 226 fundaciones, ONG y jardines infantiles. A ellos les aportamos recursos y conocimiento con el propósito de implementar una estrategia de apoyo consistente y perdurable, que no solo nos permita medir el impacto de nuestras acciones, sino que además sea un fuerte motor de bienestar para los niños y madres gestantes y lactantes.
- Las instituciones que reciben los aportes de la Fundación Éxito deben tener ayuda del Estado porque así lo complementamos y legitimamos.
- Apoyamos de manera permanente a 24 bancos de alimentos y presidimos la Asociación Bancos de Alimentos de Colombia –ABACO– .
- Con 28 años de experiencia, nos interesa participar en la definición de políticas públicas y programas estatales.
- **Premio por la nutrición infantil:** nuestra manera de reconocer los esfuerzos que realizan instituciones, comunidades y la academia en pro de la nutrición de los niños y madres gestantes y lactantes.



La primera infancia colombiana es la prioridad de la Fundación Éxito.



Servimos a nuestros clientes sin límites

En Colombia desde Albania en La Guajira hasta Ipiales en Nariño. Desde Buenaventura en el Valle hasta Cúcuta en Norte de Santander.

403

Puntos de venta

351

Puntos de venta en Colombia

52

Puntos de venta en Uruguay



Ahora también tenemos presencia en Uruguay

En tres departamentos donde se concentra 60% de la población del país: Montevideo, Canelones y Maldonado.



27



24



1

Datos a diciembre 31 de 2011



190



POMONA

75



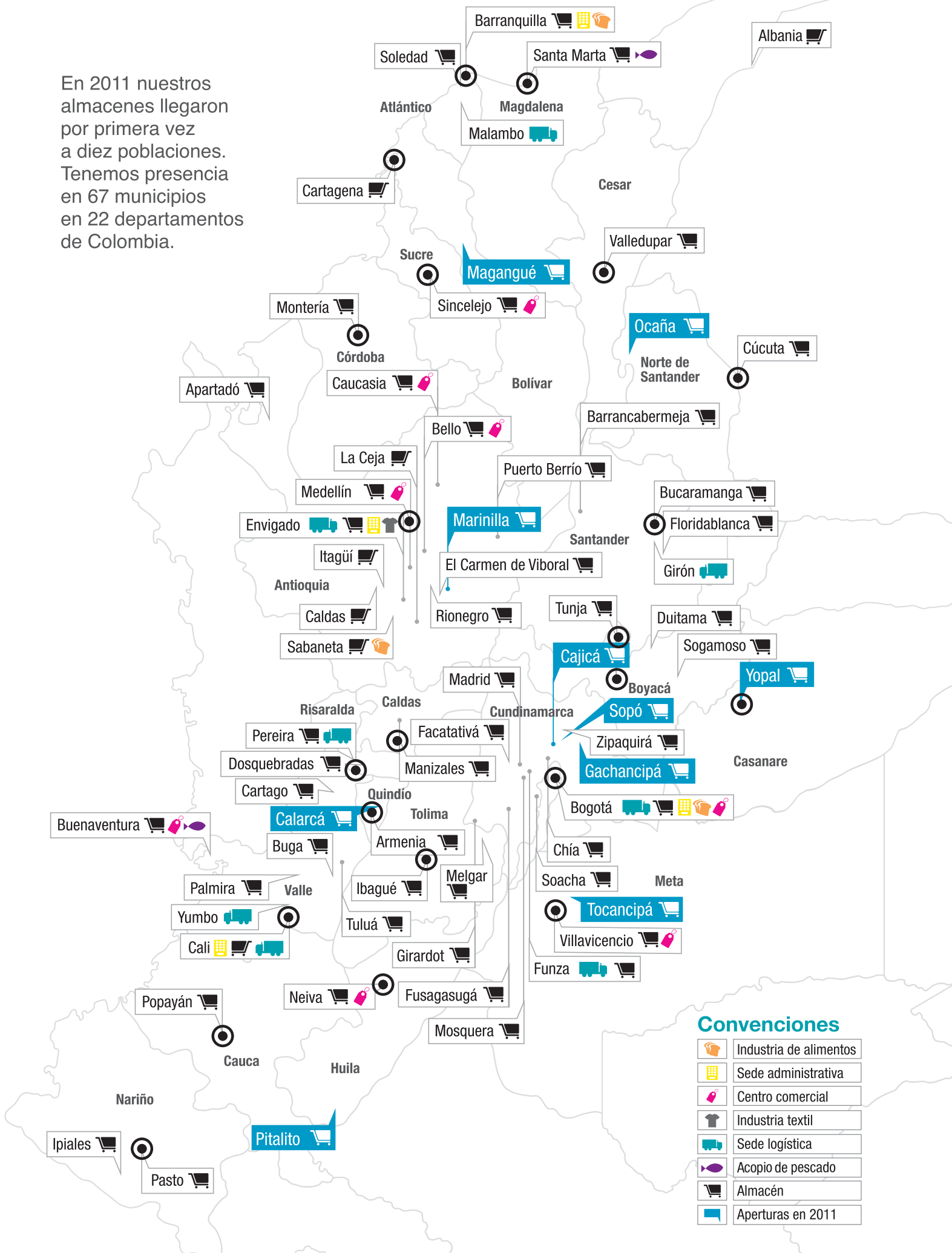
78



8



En 2011 nuestros almacenes llegaron por primera vez a diez poblaciones. Tenemos presencia en 67 municipios en 22 departamentos de Colombia.



Filosofía corporativa

En el 2011 establecimos un nuevo norte y presentamos nuestra renovada filosofía corporativa, que destaca los principales valores y principios que rigen nuestro actuar.

Mega

En el 2015 el Grupo Éxito tendrá resultados superiores en:

- **Perspectiva financiera:**
 - Ingresos
 - ROCE (Retorno sobre capital empleado)
- **Perspectiva cliente/mercado:**
 - QSA (Auditoría en la calidad del servicio)
 - Participación en el mercado

Valores Servicio
Trabajo en equipo
Simplicidad
Innovación

Misión

“Trabajar para que el cliente **regrese**”

Principios

- Somos **íntegros** en la manera en que actuamos y en la forma en la cual llevamos nuestras relaciones comerciales.
- Somos **transparentes** y nos regimos siempre por el **buen gobierno**.
- Somos **equitativos** en las relaciones y respetuosos en el trato hacia todas las personas.
- Garantizamos la **dignidad** del ser humano.

grupo

éxito[®]



Historia

Los inicios

Entre 1905 y 1982

- Nacen las marcas Carulla, Ley, Éxito y Vivero.
- Cadenalco inicia su historia como propietario de la cadena Ley.
- Creación de la Fundación Éxito.

Años de consolidación

Entre 1990 y 2000

- Éxito lista su acción en las Bolsas de Valores de Medellín, Bogotá y Occidente.
- Éxito llega a Venezuela tras adquirir 10,5% de las acciones de Cativen.
- Nace www.exito.com
- El Grupo Casino (Francia) adquiere 25% de las acciones de Almacenes Éxito.
- Éxito obtiene la mayoría accionaria de Cadenalco.





2



3

Período de expansión, nuevos formatos, negocios y servicios

Entre 2000 y 2010

- Consolidación de la fusión entre Almacenes Éxito y Cadenalco.
- En 2005 comienza el negocio inmobiliario con la apertura del centro comercial San Pedro Plaza en Neiva.
- En 2007 Casino obtiene la mayoría accionaria de Almacenes Éxito.
- Nacen los negocios Tarjeta Éxito, Viajes Éxito y Seguros Éxito.
- Almacenes Éxito realiza una emisión internacional de acciones a través de GDS.
- En 2007 Almacenes Éxito adquiere a Carulla Vivero y estas compañías se fusionan en el 2010.
- Se crean los formatos Bodega Surtimax y Éxito Express.
- Se establece la alianza comercial entre Éxito y Cafam.
- La República Bolivariana de Venezuela compra las acciones que tenían Casino y Éxito en Cativen, así la marca sale del país.

1. Millones de colombianos han pasado por nuestras cajas registradoras.
2. Los supermercados Carulla han cautivado a los colombianos durante más de 100 años.
3. En 1965 comenzó el autoservicio en el primer Éxito de Medellín.
4. El Éxito del Poblado en una temporada de promoción de los productos colombianos.
5. Más de 40 puntos de venta Éxito Express dan soluciones cercanas.
6. La marca Surtimax completó 78 tiendas en 2011.



5



6

Internacionalización

En septiembre emitimos 114.270.684 acciones ordinarias, en un proceso que tuvo una demanda de 172% sobre la cantidad ofrecida al mercado.

El Grupo Éxito inició su internacionalización, al adquirir el ciento por ciento de las acciones de la sociedad Spice Investments Mercosur, compañía propietaria de la participación mayoritaria de las cadenas Disco y Devoto, marcas líderes del mercado al detal en Uruguay.



Nuevo formato

Para amantes de la tecnología y artículos de entretenimiento tenemos Éxito Tecno.

El 2011 en resumen



Llevamos "Ilusión" a los colombianos

Nuestras cadenas lanzaron *Ilusión*, el nuevo álbum del cantautor colombiano Fonseca. Se hicieron 17 conciertos en los puntos de venta de 14 ciudades.





6.600 nuevos compañeros

Más de 6.600 personas que laboraban con operadores de servicios fueron vinculadas directamente a nuestra compañía, entre quienes se encontraban 2.600 que prestaban servicio de empaque.

Los niños ya tienen una marca solo para ellos

Lanzamos nuestra nueva marca propia de productos de categorías de alimentos y aseo, Troop X, dirigida a niños entre 4 y 10 años, fanáticos de la tecnología y amantes de los personajes de moda.

Nuestros almacenes en lugares donde antes no teníamos presencia

- Llegamos a 10 municipios de Colombia.
- Destacamos los nuevos Éxito en Yopal, Pitalito, Magangué y Ocaña.
- Con esto generamos empleo, dinamizamos la economía, regulamos los precios, llega también la inversión de la Fundación Éxito e incentivamos el desarrollo de proveedores locales.



A la vanguardia en tecnología

www.exito.com presentó un programa piloto que llevará los almacenes al cliente, quien podrá comprar a través de sus teléfonos inteligentes. Nos convertimos en pioneros de este servicio en Colombia.

Pioneros en ferias

En alianza con nuestros proveedores, adelantamos tres ferias: Expovinos, y las nuevas propuestas Feria del Café y el Salón del queso Carulla.



Hacemos parte de la iniciativa de responsabilidad corporativa más importante del mundo

Nuestra compañía adhirió al Pacto Global de la ONU.

La Fundación Éxito premió las mejores iniciativas de nutrición infantil

En el marco de un foro en el cual el invitado central fue el expresidente de Brasil Luiz Inácio Lula da Silva, la Fundación Éxito galardonó tres de los mejores proyectos colombianos en pro de la alimentación de la primera infancia.

Servicios innovadores

Lanzamos Giros Éxito para que los clientes puedan enviar y recibir giros en todas las cajas registradoras de nuestras tiendas.



Se eligieron los 10 mejores Proveedores de Éxito 2011

Reconocimientos y distinciones 2011



Admiración, recordación y reputación

- Éxito es la empresa más admirada por los colombianos, según estudio hecho a 5.725 personas en cuatro ciudades del país y revelado por la firma Raddar y el diario económico *La República*.
- Nuestra compañía ocupó el primer lugar en reputación en el sector del *retail* alimentos según un análisis realizado por Reputation Institute y Goodwill Comunicaciones, y publicado por la revista *Dinero*.
- Los resultados de la encuesta *Top of Mind*, desarrollada por Invamer y la revista *Dinero*, destacaron a la cadena Éxito como la marca más recordada en el segmento de almacenes de cadena.
- El primer y el tercer puesto, respectivamente, lo ocuparon Éxito y Surtimax en el estudio de Top of Mind de la revista *Gerente* que mide el posicionamiento de las marcas.
- La organización aparece en los primeros lugares de las ocho categorías de la encuesta Élite empresarial 2011 realizada por Datexco y publicada por el diario *Portafolio*, que se hizo entre 1.500 empresarios nacionales.
 - Primer lugar en “empresa con el mayor aporte social”.
 - Segundo lugar en “empresa con mejor servicio al cliente”, “empresa con mejor estrategia”, “empresa más admirada” y “empresa con mejor calidad”.
 - Tercer lugar en “mejor gerente” para Gonzalo Restrepo López, presidente.
 - Cuarto lugar en “empresa mejor gerenciada” y en “la marca más poderosa”.

CUÁLES LA
EMPRESA
QUE USTED **MÁS**
ADMIRA

Los niños y el ambiente, en la mente del Éxito

La Fundación es parte del todo de la compañía, y está en los sitios donde se ubican los almacenes.

27.120
Los niños que en el 2010 la Fundación benefició dentro de sus programas para la infancia.

786
Niños que participaron en el programa 'Un día en el país'.

41%
Por la inversión en el uso de papel reciclado.

Estrategias ambientales que benefician a todos

Este destaca varias iniciativas para mitigar los impactos ambientales. Por ejemplo, en los centros comerciales se utilizan sistemas automáticos de papel en los mostradores, generando una cultura...

Adicionalmente, en los últimos meses se han desarrollado programas de ganadería responsable en los puntos de venta, y la implementación de un 90 por ciento de los materiales de empaque...

- Según Merco, el Grupo Éxito es la quinta empresa con mejor reputación en Colombia. Pasamos del séptimo lugar en 2010 al número cinco entre 1.051 compañías mencionadas. En el ranking de organizaciones responsables ocupó el sexto lugar y en el de líderes empresariales el presidente ejecutivo Gonzalo Restrepo ocupó el 6° puesto, mientras que el presidente operativo, Carlos Mario Giraldo fue mencionado en el 23.



Calidad

Después de un proceso riguroso de auditoría, el INVIMA certificó la implementación del sistema HACCP, de seguridad alimentaria, para nuestras líneas de producción de las plantas de pollos, tamales y especialidades cárnicas.

Trayectoria

- La Asamblea Departamental del Huila hizo un reconocimiento a nuestra organización por los 33 años de presencia en el mercado de la región.

Transparencia en resultados

Nuestra compañía obtuvo el segundo lugar del Premio a la calidad en la revelación de información contable y corporativa otorgado por el observatorio para la Calidad de la Información Contable del Departamento de Ciencias Contables de la Universidad de Antioquia.

Innovación y desarrollo

- www.exito.com recibió el *eCommerce Award Colombia 2011* categoría “Líderes del Comercio Electrónico en retail en Colombia” entregado por el Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico.
- La revista norteamericana *Progressive Grocer* premió al Éxito Del Este en Medellín en la categoría “Mejor diseño de almacén” en el concurso Store Design Competition.
- *Billboard.biz, principal fuente de noticias de la industria musical en el mundo, publicó un artículo titulado “Success Is Spelled E-X-I-T-O” (el éxito se deletrea E-X-I-T-O). En él se habla de las exitosas alianzas comerciales que ha realizado nuestra compañía en los últimos tres años con cantantes de talla nacional e internacional como Lady Gaga, Shakira, Carlos Vives, Julio Iglesias y Fonseca.

- Fenalco entregó el premio “Méritos comerciales” en La Noche de los Mejores 2011 por los 55 años de afiliación a Fenalco Antioquia.



* Todos los reconocimientos fueron recibidos en Colombia excepto la mención en Billboard.



LENTEJA EXTRA SURTIMAX X 1500G.
SURTIMAX X 1500 g
\$4,950
PRECIO X g.



Marcas

Comercio al detal



Centros comerciales



Marcas propias

Alimentos



Textiles



Entretenimiento



Así operamos nuestras marcas de *retail*



Hipermercados Éxito
Todo en un solo lugar



Éxito Súper
Encuentra lo necesario



Éxito Vecino
Para mercar y algo más



Éxito Express
Proximidad y conveniencia



Éxito Tecno
Todo en tecnología y entretenimiento



www.exito.com y domicilios



Supermercados Carulla
**Sorprenden con
 calidad y servicio**



Carulla Express
Oferta premium y cercana



www.carulla.com y domicilios



Home Mart
Especialidad: el hogar



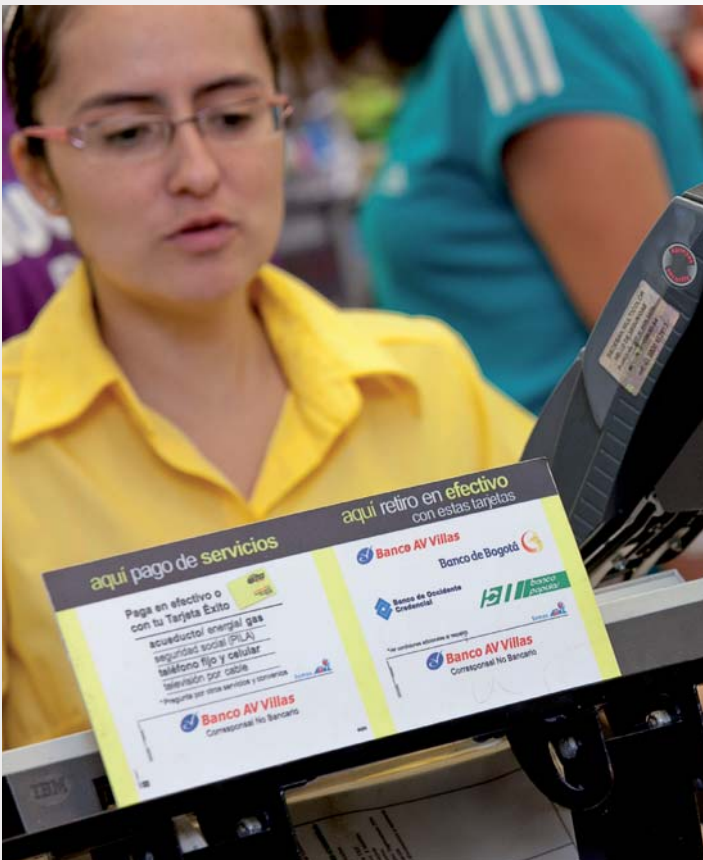
Surtimax
**Formato de descuento para atender
 estratos de bajos ingresos**

Somos una compañía multi-negocio

Además de comprar sus productos en los almacenes del Grupo Éxito, los colombianos pueden:



Suministrar combustible a su carro. Estaciones de servicio Éxito.



Pagar cuentas de servicios públicos y privados en más de 3.000 cajas registradoras del país. Corresponsal no bancario del Grupo Aval.



Enviar dinero con Giros Éxito de la mano de Movilred.



Disfrutar de la calidad y buen precio de los productos que se elaboran en la Industria de alimentos.



Ganar tranquilidad asegurando el estudio, el mercado, el automóvil y la vida de sus familias. Seguros Éxito con Suramericana.



Soñar con viajar, y hacerlo realidad en Viajes Éxito en alianza con Avianca.



Darse gusto y comprar lo que quieran con nuestra oferta de crédito. Tarjeta Éxito en alianza con Tuya.



Vestirse con las prendas que se confeccionan en nuestra industria textil. Didetexco.



Comprar las marcas más importantes del país en nuestros centros comerciales. Inmobiliaria Éxito.



Gonzalo Restrepo López comparte con los niños de la Fundación La Visitación en Medellín.

Carta del máximo responsable

Reconozco que sigo aprendiendo de la teoría de la sostenibilidad. Aun así, al repasar los conceptos que la componen, siento que, en su esencia, el Grupo Éxito siempre ha tenido un alma sostenible. Llevo más de veinte años al frente de esta compañía y tuve el privilegio de aprender de su fundador y conocer su historia. Por eso puedo decir que trabajar con pasión para conseguir resultados que generen progreso para todos, ha sido una forma de lograr esa permanencia que nos ha permitido mantenernos vigentes en el tiempo y generar mejores condiciones de vida para nuestros empleados, proveedores, vecinos y todos aquellos que confían en nosotros.

Verán ustedes en las siguientes páginas un compendio de hechos y, para satisfacción nuestra, muchos logros que harán de este 2011 un año inolvidable. La emisión de acciones para hacer realidad la internacionalización al adquirir la mayoría accionaria de la cadena líder en Uruguay, las cifras de ventas, el crecimiento de nuestros negocios complementarios son, entre otros, resultados que nos dan fortalezas para seguir adelante en nuestra estrategia de trabajar para que el cliente regrese.

Con la llegada a nuevos municipios y a comunidades en las cuales no teníamos presencia, entendimos que mientras más crecemos, más cercanos y locales debemos actuar para construir relaciones duraderas y de mutuo beneficio.

Puedo decir con orgullo que en este 2011 adherimos al Pacto Global, una iniciativa internacional voluntaria propuesta por las Naciones Unidas para fomentar el desarrollo sostenible y la ciudadanía corporativa. Así las cosas, el Grupo Éxito expresó abiertamente su deseo de actuar con base en el marco definido por el Pacto para involucrar los 10 principios de esta iniciativa a su estrategia, cultura y acciones cotidianas. Igualmente queremos aportarle, desde nuestro ejercicio, al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Este compromiso nos llevó a tomar especial interés en la protección de los derechos humanos y de los derechos laborales, y por eso vinculamos directamente durante el año a más de 6.600 empleados, en un proceso que compartimos abiertamente con la opinión pública. Asimismo, trabajamos de la mano de nuestro sindicato, que este año pasó a llamarse Sintraéxito. Para proteger la salud de los empleados de nuestros proveedores y ofrecer productos limpios a nuestros clientes logramos el compromiso de 38 empresas que

comercializan sus *jeans* en nuestros almacenes para que eliminaran el proceso de *sandblasting* o chorro de arena, el cual afecta la salud de quienes lo realizan.

Son situaciones como estas las que debemos identificar para mejorar, porque sabemos que la misma expansión y nuestra operación también pueden generar impactos. Hoy somos conscientes y buscamos alternativas para disminuirlos.

Y mirando hacia el futuro, me emociona saber que aún podemos trabajar más en metas que esperamos alcanzar, como la de aprovechar la energía solar para operar de manera limpia nuestros almacenes y sedes; reducir la huella de carbono; acrecentar la felicidad y el bienestar de nuestros empleados; lograr más colaboración con nuestros proveedores para que ellos crezcan también de manera sostenible; reducir la inequidad con un foco claro en la nutrición infantil; trabajar responsable y honestamente, y hacer que nuestros clientes, comunidades y todos nuestros públicos, siempre piensen en el Grupo Éxito como un actor constructivo en la sociedad. Soñamos con que nuestros clientes tengan en cuenta factores sociales y ambientales para hacer sus compras y nuestro reto es estar preparados con una oferta que cumpla con esos parámetros.

Hoy tenemos un compromiso con Colombia y con su desarrollo local. Nuestro gran reto consiste en ofrecer la modernidad y el confort que se vive en el mundo, aplicando tendencias internacionales para darles a los colombianos más calidad de vida a través de la solución a sus necesidades, con más productos y cercanía; con empleo formal y colaboradores capacitados y felices que presten el mejor servicio. Hoy nos comprometemos a buscar más espacios en los cuales podamos incorporar la sostenibilidad en la estrategia del negocio, a mantener el equilibrio y no solo a seguir creciendo, porque lo que realmente queremos es estar cada vez más cerca.

Gonzalo Restrepo López,
Presidente ejecutivo

Hacemos parte del Pacto Global



Con la presencia de Georg Kell, Director Ejecutivo del Pacto Mundial, Felipe Montoya, Vicepresidente de Recursos Humanos, confirmó con su firma la adhesión a este plan de ciudadanía.

El 19 de julio de 2011 oficializamos nuestra adhesión al Pacto Global, la iniciativa de responsabilidad social y de ciudadanía corporativa más grande del mundo. Así, nos comprometimos en cuatro grandes temas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción.

De esta manera, desde las decisiones estratégicas hasta las más cotidianas debemos mirarlas pasándolas por esos cuatro filtros. Si bien es un tema complejo por nuestro tamaño y por la diversidad de negocios y categorías que manejamos, también

representa una gran oportunidad ya que por nuestras sedes pasan millones de clientes que pueden conocer la importancia de esos temas y aprender cómo llevarlos a sus vidas.

Desde que recibimos la carta de aceptación de la ONU, avanzamos con un plan de divulgación para los empleados, con un especial énfasis en la capacitación para el Comité de Presidencia y los miembros del Comité de Sostenibilidad.

Como entendemos que los logros son más potentes en la medida en

que aunamos esfuerzos y como debemos traducir los 10 principios a la realidad colombiana, hoy en día también hacemos parte de la red local del Pacto Global en Colombia.

Nuestro reto de aquí en adelante es trabajar para que dentro de la organización estemos todos alineados y dando cumplimiento a los principios con los que nos vinculamos. Una vez tengamos bien afinada nuestra máquina, nos esforzaremos, además, por involucrar a todos los actores de la cadena de valor en esta prioritaria tarea.

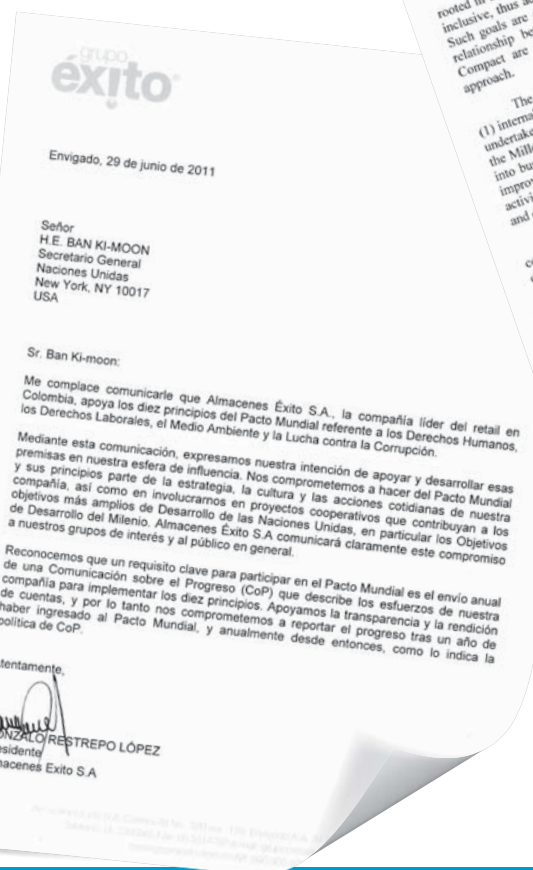
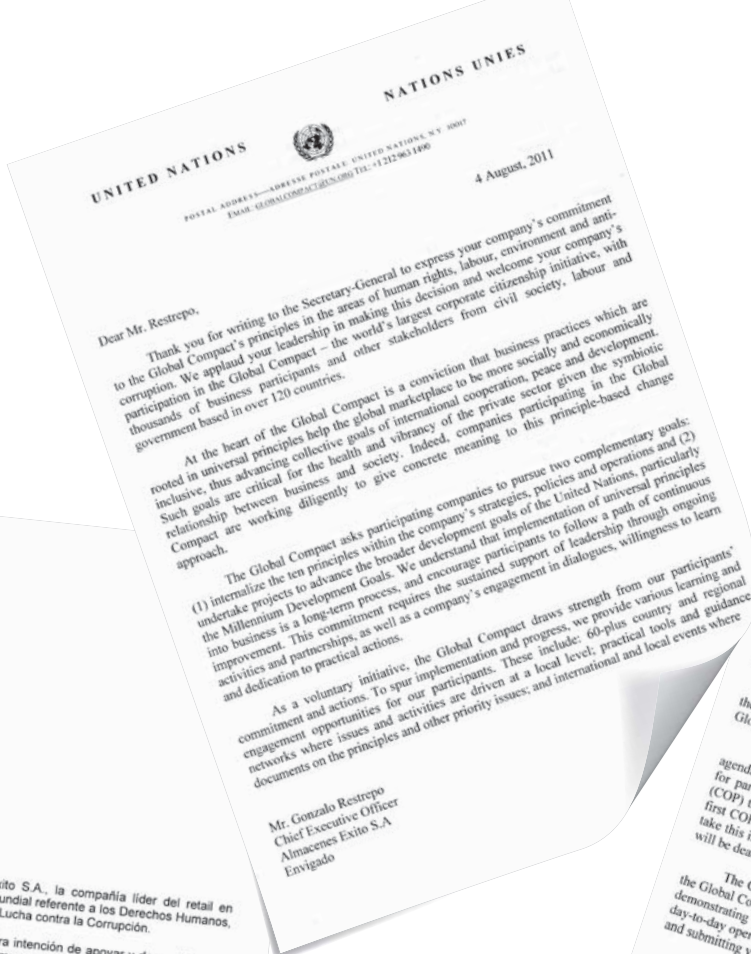
Los 10 principios

Derechos humanos

1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.
2. Asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

Estándares laborales

3. Apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
5. Apoyar la erradicación del trabajo infantil.
6. Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.



Anticorrupción

- Trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Medio ambiente

- Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
- Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Así se vive la sostenibilidad en el Grupo Éxito

Siempre hemos sido conscientes de la importancia de tener actuaciones responsables con el entorno y la sociedad. Actualmente este proceso de sostenibilidad, que hace parte de la Vicepresidencia de Recursos Humanos, coordina los temas ambientales, de población vulnerable, ética y transparencia y aquellos relacionados con la gestión de la sostenibilidad en la cadena de valor, con conexión permanente con todas las áreas de la compañía, especialmente con Contraloría, Comunicaciones y la Fundación Éxito.

En mayo de 2011 realizamos la primera Convención de Sostenibilidad en la cual participaron la presidencia operativa, las vicepresidencias comercial y de recursos humanos, además de directivos de contraloría, mercadeo, logística, Fundación Éxito, comunicaciones y el área de sostenibilidad.

En este espacio, validamos los cinco pilares con los que hemos venido trabajando desde el 2010 y determinamos tres objetivos estratégicos:

- Empaques sostenibles.
- Medición, mitigación y compensación de la huella de carbono.
- Atención integral de la primera infancia con énfasis en nutrición.

A partir de ahí también definimos la importancia de construir el modelo de sostenibilidad del Grupo Éxito y para eso creamos el Comité de Sostenibilidad, el cual está compuesto por 33 personas de todas las vicepresidencias de la organización quienes se han convertido en líderes del tema en sus respectivos procesos.

Así construimos nuestra Memoria de Sostenibilidad 2011

En el Grupo Éxito elaboramos y presentamos memorias de sostenibilidad alineadas con el Global Reporting Initiative (GRI) de manera anual desde 2009.

Para definir los temas que debíamos incluir en el informe de 2011 llevamos a cabo una **evaluación de materialidad** de aspectos que arrojaron un listado de los principales asuntos en los que debíamos enfocar nuestros esfuerzos. El proceso de evaluación de materialidad tiene como base directrices de sostenibilidad reconocidas entre las que se encuentran la ISO 26000, la norma AA1000 y el GRI.

Tomamos en cuenta los cinco ejes del test de materialidad de la organización “Accountability”, que evalúa:

1. Los impactos financieros directos de corto plazo.
2. El desempeño relativo a las directrices de la organización.
3. Los comportamientos y las normas adoptadas por la competencia en el país y en el mundo.
4. Las preocupaciones y los comportamientos de los grupos de interés.
5. Las normas sociales y de la sociedad civil a las que las organizaciones adhieren de manera voluntaria.

Para esto realizamos un estudio de las tendencias y mejores prác-



Los integrantes del Comité de Sostenibilidad representan a todas las vicepresidencias de la compañía.

ticas de organizaciones del sector en el ámbito nacional e internacional y se tuvieron en cuenta algunos estándares y marcos relevantes entre los que se encuentran: FSC (Forest Stewardship Council), DJSI (Dow Jones Sustainability Indexes), Rainforest Alliance, BSCI (Business Social Compliance Initiative), GRI (Global Report Initiative), Global G.A.P. (Global Partnership for Good Agricultural Practice), Pacto Global, Energy Star, ODM (Objetivos del Milenio), GFSI (Global Food

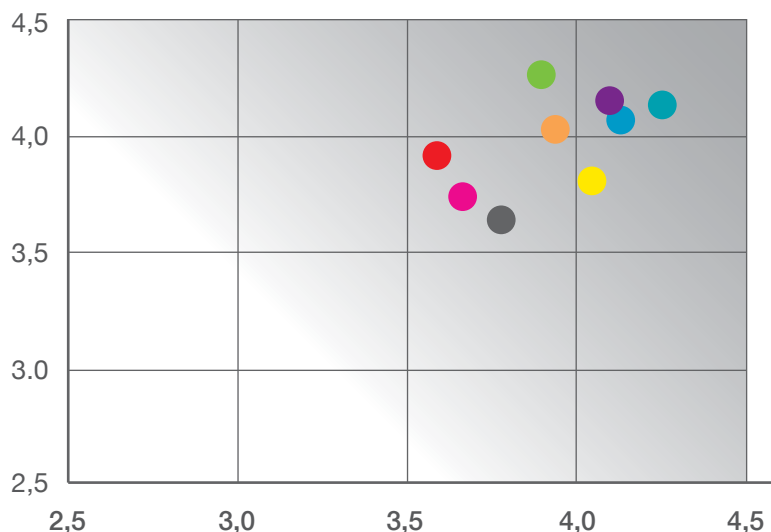
Safety Initiative), MSC (Marine Stewardship Council), entre otros.

Adicionalmente desarrollamos un cuestionario que evalúa la relevancia de los asuntos desde el punto de vista interno y externo y recoge la visión de un grupo de personas de la organización. El cuestionario fue diligenciado por los integrantes del Comité de Sostenibilidad y validado por el Comité de Presidencia, los cuales, además de conocer en detalle la estrategia de la organiza-

ción, tienen en sus manos la capacidad de tomar decisiones sobre el rumbo de la empresa.

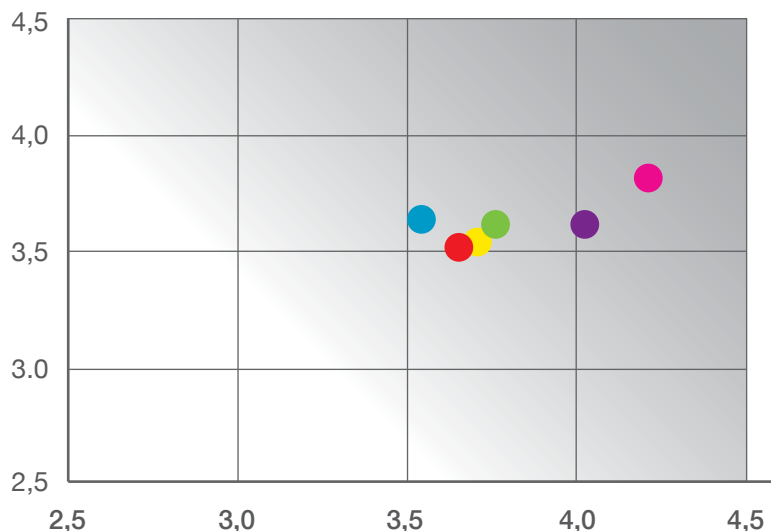
Los resultados de las encuestas fueron insumos consolidados en la matriz de materialidad, en la cual el eje vertical representa los intereses y prioridades de los grupos de interés y el eje horizontal, la perspectiva de la organización donde se buscaba evaluar la relevancia del asunto para el Grupo Éxito. A continuación los resultados:

Ser un empleador responsable y comprometido



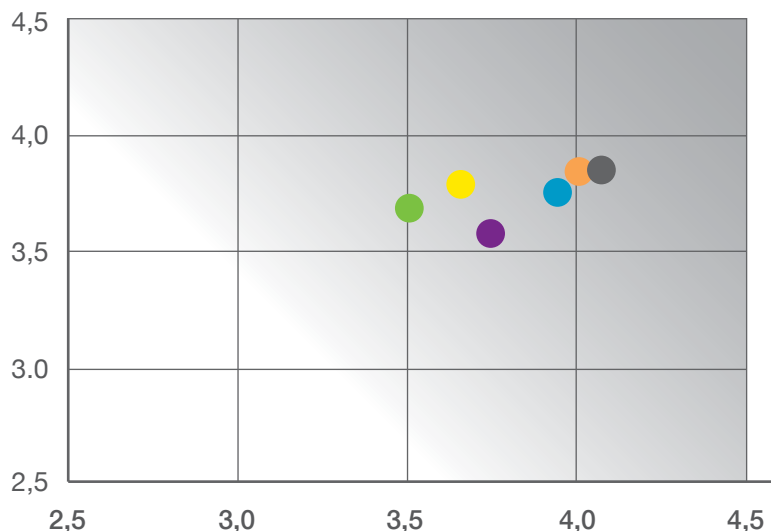
- Respeto del derecho de asociación y negociación colectiva.
- Cambios organizacionales responsables, mediante el involucramiento del personal y consideración de alternativas.
- Asegurar la salud y seguridad de colaboradores (seguridad física, mental, etc.).
- Selección, evaluación y desarrollo de colaboradores incluyendo movilidad interna.
- Remuneración adecuada y motivante de colaboradores.
- Desarrollar programas de bienestar para colaboradores (créditos, plan de ahorro, recreación, etc.).
- Asegurar procesos de selección, capacitación y promoción transparentes.
- Promover el respeto de los derechos humanos y laborales y la participación y compromiso con iniciativas nacionales e internacionales relacionadas.
- Identificar los riesgos de corrupción y desarrollar estrategias internas y externas para combatirla.

Ser un empleador responsable ante nuestros proveedores



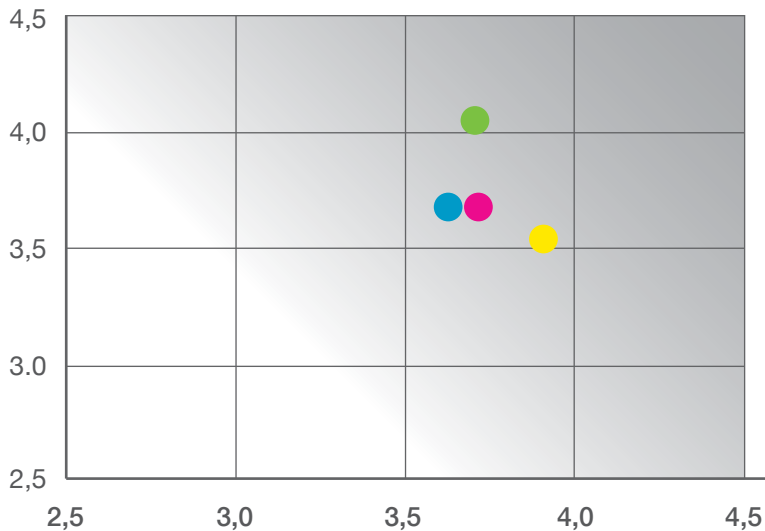
- Definición y monitoreo de indicadores, estándares y códigos sociales y ambientales a proveedores.
- Desarrollo de proveedores.
- Desarrollo de criterios de codificación y compra responsable.
- Lograr relaciones duraderas, equilibradas y de confianza con proveedores cumpliendo las responsabilidades asumidas (plazo, pagos, etc.).
- Cadena de valor inclusiva (pymes, proveedores artesanales, etc.).
- Promover la innovación en la cadena de proveedores (producción y distribución).

Actuar como comerciante responsable ante nuestros clientes



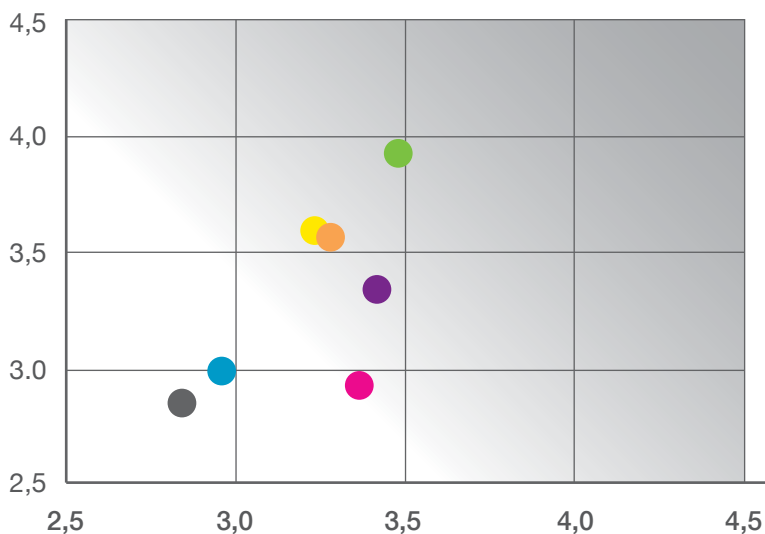
- Actuar a favor de la salud de los consumidores así como por una mejor alimentación.
- Asegurarse de la calidad, seguridad y trazabilidad de los productos vendidos en estanterías y en restaurantes.
- Oferta de productos responsables, éticos y solidarios.
- Satisfacción de los clientes y desarrollo de mecanismos para el monitoreo y corrección de quejas y reclamos.
- Privacidad y uso transparente de la información.
- Usar canales y métodos de comunicación responsable.

Gestión ambiental responsable



- Desarrollar un sistema de gestión y monitoreo integral de impactos ambientales.
- Evaluar las emisiones de carbono y planes de mitigación y compensación.
- Reducir las emisiones de la flota de logística y transporte.
- Reciclaje y gestión adecuada de residuos y escombro (sólidos, líquidos, orgánicos, etc.).

Actuar por el desarrollo local y ser solidarios



- Establecer alianzas con organizaciones como los bancos de alimentos y asegurar su sostenibilidad.
- Focalizar la inversión social y la filantropía estratégica.
- Desarrollar una estrategia de *marketing* social para iniciativas locales.
- Contratar mano de obra local.
- Fortalecer la economía local (desarrollo y venta de productos de la región, estrategias de emprendimiento, etc.).
- Gestionar correctamente la rendición de cuentas.
- Hacer *lobby* responsable y transparente.

De esta manera, los asuntos que consideramos materiales para el Grupo Éxito se podrán encontrar al inicio de cada uno de los capítulos de los pilares de esta memoria.

Alcance

Nuestra memoria de sostenibilidad fue desarrollada con la información de Almacenes Éxito S.A. y su operación en Colombia, que incluye los puntos de venta, centros de distribución, industria de

alimentos y la filial textil Didetexco. Es el reporte de actividades comprendidas entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2011. Este año, nuestra compañía adquirió la mayoría accionaria de Spice

Investments Mercosur, propietaria de los almacenes Disco y Devoto en Uruguay, cadenas que solo mencionaremos en el perfil corporativo.



Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **Almacenes Éxito S.A** ha presentado su memoria "Memoria Desarrollo Sostenible 2011 Grupo Éxito" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación A.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3.1 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3.1 de GRI.

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

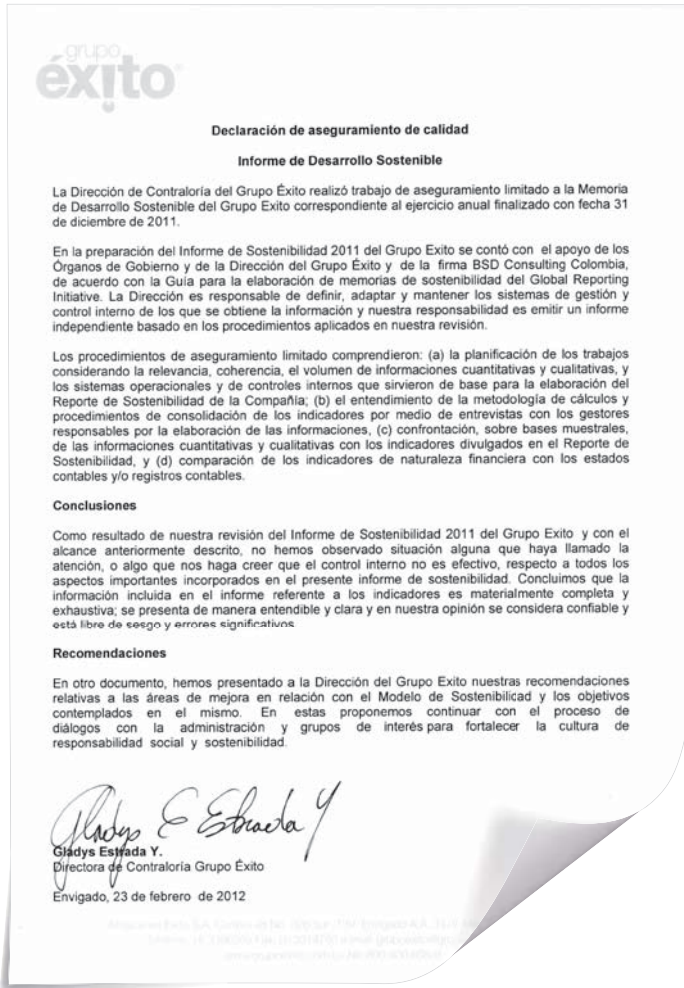
Amsterdam, 2 de marzo 2012

Nelmara Arbex
Subdirectora Ejecutiva
Global Reporting Initiative



Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizadas en el mundo y sigue mejorándola y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. www.globalreporting.org

Descargo de responsabilidad: En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 27 de febrero 2012. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.



El presente informe fue realizado de acuerdo con los lineamientos de la guía GRI-G3.1 para elaboración de memorias de sostenibilidad y cumpliendo con los requerimientos de nivel de aplicación A autodeclarado.

Nivel de aplicación de la memoria		C	C+	B	B+	A	A+
Contenidos básicos		Informa sobre: 1.1 2.1-2.10 3.1-3.8,3.10-3.12 4.1-4.4,4.14-4.15	Verificación externa de la Memoria	Informa sobre todos los criterios enumerados en el Nivel C además de: 1.2 3.9,3.13 4.5-4.13,4.16-4.17	Verificación externa de la Memoria	Los mismos requisitos que para el Nivel B.	Verificación externa de la Memoria
		No es necesario.		Información sobre el Enfoque de Gestión para cada Categoría de indicador.		Información sobre el Enfoque de Gestión para cada Categoría de indicador.	
		Informa sobre un mínimo de 10 Indicadores de Desempeño, y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Social y Ambiental**.		Informa sobre un mínimo de 20 Indicadores de Desempeño y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Ambiental, Derechos Humanos, Prácticas laborales, Sociedad, Responsabilidad sobre productos***.		Informa sobre cada Indicador principal y sobre los Indicadores de los Suplementos Sectoriales* de conformidad con el principio de materialidad ya sea a) informando sobre el indicador o b) explicando el motivo de su omisión.	

* Versión final del Suplemento Sectorial.

** Los indicadores de Desempeño se pueden seleccionar de cualquier Suplemento Sectorial finalizado, pero 7 de los 10 deben provenir de la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del GRI original.

*** Los Indicadores de Desempeño se pueden seleccionar de cualquier Suplemento Sectorial finalizado, pero 14 de los 20 deben provenir de la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del GRI original.

Comunicación con nuestros grupos de interés

Permanentemente nos esforzamos por proporcionar información transparente y veraz a nuestros grupos de interés. En 2011 aprovechamos nuestros medios y herramientas tradicionales para estar en contacto con ellos. Adicionalmente, encontramos en las redes sociales una oportunidad para ejercer una comunicación de doble vía y hacer más fuertes nuestros diálogos, lo que esperamos seguir cultivando en 2012.

*En el contenido del informe ampliaremos la información sobre la comunicación con nuestros públicos.

Accionistas e inversionistas

- Una reunión ordinaria de **asamblea de accionistas** y una extraordinaria.
- Cuatro **teleconferencias para informar los resultados**, en las que el presidente ejecutivo o el presidente operativo del *retail* estaban abiertos a contestar las dudas de los inversionistas. Estas se acompañaron con sus respectivos informes financieros publicados en www.grupoexitocom.co

Empleados

- 11 ediciones de la **revista Aldetalle** con 22.000 ejemplares cada una, incluido un especial de desarrollo sostenible; 52 ediciones del **boletín semanal Conectados** y 51 emisiones del **noticiero radial corporativo 10 Minutos**.
- En el 2011 publicamos 24 agendas de grupos primarios (metodología para entregar guías de contenido que los jefes deben compartir con sus grupos). En promedio, 74% de los almacenes y sedes logísticas leyeron este documento de manera constante.
- Nuestra intranet Infox fue rediseñada en 2011. A través de esta, adelantamos **12 encuestas y por primera**

vez, foros —en total 10—, que activaron la participación y opiniones de nuestros colaboradores.

- Los **Reporteros estrella** son los empleados voluntarios de las distintas dependencias, que alimentan nuestros medios internos de comunicación con información local. Cerramos el 2011 con 240 y para 2012 nuestro objetivo es que todas las sedes cuenten con uno. Los medios internos publicaron 95% de las noticias reportadas por estos empleados.

Estado

- Nos comunicamos con el Estado a través de Fenalco. Así mismo, esta interacción es permanente con la SIC y con otras entidades.
- Seis informes a la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Participación en mesas de trabajo del Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible.
- Envío de la encuesta de las mejores prácticas del Código de Buen Gobierno – Encuesta Código País a la Superintendencia Financiera.

Cientes

- Por medio de nuestro conjunto de estrategias y canales nos contactamos con 126.831 clientes de la organización, 56.936 más que en 2010. Entre estos se destacan las reuniones con los clientes, cartas, sugerencias, llamadas, correos electrónicos y contactos personales, entre otros.
- 19.570 entrevistas a clientes seleccionados al azar en los almacenes, en las auditorías de calidad en el servicio (QSA) y 4.642 momentos de verdad.
- Comunicación permanente con los clientes a través de las páginas de Éxito y Carulla en las redes sociales Facebook y Twitter.

Comunidad

- Cinco estudios socioculturales previos a aperturas y 1.890 visitas a hogares.
- Comunicación y respuesta a las inquietudes de la comunidad a través de las páginas del Grupo Éxito en las redes sociales **Facebook** y **Twitter**, que al cierre de 2011 contaban con 22.568 y más de 1.600 seguidores respectivamente.
- **Presentaciones** de nuestros proyectos a las autoridades de las nuevas ciudades a donde llegan nuestros puntos de venta.
- Los **medios de comunicación nacionales** representan un canal para llevar información de la compañía a la comunidad en general. A través del envío de 171 comunicados de prensa y la atención a periodistas, obtuvimos la publicación de 6.477 noticias positivas sobre la organización.
- Enviamos la primera edición de un boletín especial para la comunidad del barrio Laureles de Medellín con todos los avances del centro comercial Viva, que ya está en construcción.

Proveedores

- Cuatro reuniones con 1.179 representantes de las empresas proveedoras de Barranquilla, Bogotá, Cali y Medellín. Estos encuentros fueron acompañados de cuatro almuerzos de acercamiento con 72 socios comerciales en las mismas ciudades.
- Cuatro ediciones del boletín *Nosacerca*, con tiraje de 4.500 ejemplares cada uno.
- Un **evento de premiación del concurso Proveedores de Éxito**, que recibió a más de 280 asistentes, en su mayoría representantes de empresas proveedoras de todo el país. Los delegados de las diez organizaciones ganadoras asistieron a un almuerzo con el equipo directivo de nuestra compañía.

Órganos de gobierno corporativo

Junta directiva

Compuesta por nueve integrantes que cumplen requisitos de trayectoria profesional, formación académica, conocimiento del sector comercial y experiencia nacional e internacional. Su elección se realiza cada dos años y los honorarios se definen según consideración de la asamblea general de accionistas. El señor Guillermo Valencia Jaramillo ocupa el cargo de presidente de la junta directiva desde el 2004.

Miembros independientes*

Felipe Ayerbe Muñoz
Guillermo Valencia Jaramillo
Jaime Humberto López Mesa

Miembros restantes

Arnaud Strasser
Nicanor Restrepo Santamaría
Luis Carlos Uribe Jaramillo
Jean Louis Bourcier
Yves Desjacques
Jean Duboc

Comité de auditoría

Su propósito es ayudar a la junta directiva con sus labores de vigilancia. Tiene a su cargo la revisión del proceso del reporte financiero, el sistema de control interno y la administración de los riesgos financieros; el proceso de auditoría y el monitoreo del cumplimiento de las normas legales y de códigos internos de conducta.

Miembros independientes*

Guillermo Valencia Jaramillo
Jaime Humberto López
Felipe Ayerbe Muñoz

Miembros restantes

Arnaud Strasser
Luis Carlos Uribe Jaramillo

Miembro externo

Luisa Fernanda Lafaurie Jaramillo



*Un miembro independiente no puede ser

- Una persona empleada o directiva de la empresa o sus filiales.
- Accionistas que dirijan, orienten o controlen la mayoría de los derechos de votos.
- Algún asesor o consultor.
- Empleado o directivo de entidad que reciba donativos de la empresa.
- Administrador de una entidad en cuya junta directiva participe un representante legal del emisor.
- Persona que reciba del emisor alguna remuneración diferente a los honorarios como miembro de la junta directiva, del comité de auditoría o

de cualquier otro comité. Información completa en la Ley 964 de 1995 y el Decreto 2555 de 2010.



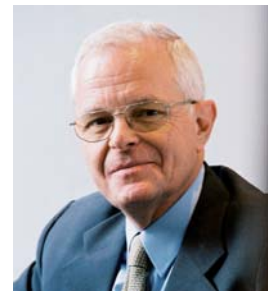
Cortesía Revista Semana



Yves Desjacques



Arnaud Strasser



Jean Louis Bourgier

De izquierda a derecha, Luis Carlos Uribe, Nicanor Restrepo, Felipe Ayerbe, Jaime Humberto López, Guillermo Valencia, Jean Duboc.

Comité de expansión

Apoya y revisa las inversiones de la empresa y su crecimiento.

Miembros restantes

Jean Louis Bourgier
Nicanor Restrepo Santamaría
Arnaud Strasser
Jean Duboc

Miembros externos

Pedro Arias Douce
Tatiana Aristizábal Londoño

Comité de conflicto de intereses de los directores y administradores

Encargado de dar cumplimiento, definir y dirimir en última instancia todo lo relacionado con la normatividad contemplada en el Manual de Conflicto de Intereses y Uso de Información Privilegiada.

Miembros restantes

Jean Louis Bourgier
Nicanor Restrepo Santamaría
Arnaud Strasser
Jean Duboc

Miembro externo

Pedro Arias Douce

Comité de compensación, evaluación y seguimiento del Código de buen gobierno

Se encarga de verificar, analizar y asignar los montos salariales para los empleados de la organización.

Miembros restantes

Nicanor Restrepo Santamaría
Luis Carlos Uribe Jaramillo
Arnaud Strasser
Jean Louis Bourgier
Yves Desjacques

Miembro independiente*

Jaime Humberto López

Equipo de directores

Compuesto por el presidente ejecutivo de la compañía, el presidente operativo del *retail*, los vicepresidentes y el secretario general, y los gerentes de la cadena de abastecimiento y mercadeo, además de la dirección de contraloría. Define la estrategia corporativa y lidera su puesta en marcha.

1. **Gonzalo Restrepo López**
Presidente ejecutivo
2. **Carlos Mario Giraldo Moreno**
Presidente operativo del *retail*
3. **Christophe Hidalgo**
Vicepresidente financiero y administrativo
4. **Carlos Mario Díez Gómez**
Vicepresidente de ventas y operaciones
5. **José Gabriel Loaiza Herrera**
Vicepresidente comercial y de abastecimiento
6. **Juan Felipe Yarce Villa**
Vicepresidente de inmobiliaria y desarrollo
7. **Juan Felipe Montoya Calle**
Vicepresidente de recursos humanos
8. **Martín Nova Estrada**
Gerente de mercadeo
9. **Jesús Alberto Quintero Marín**
Gerente de la cadena de abastecimiento
10. **Gladys Elena Estrada Yepes**
Directora de contraloría
11. **Carlos Fernando Henao Moreno**
Secretario general y gerente jurídico



Comité de conflicto de intereses para casos de empleados

Encargado de dar cumplimiento, definir y dirimir en última instancia todo lo relacionado con la normatividad contemplada en el Manual de Conflicto de Intereses y Uso de Información Privilegiada para los empleados.

Miembros

Juan Felipe Montoya Calle
Carlos Fernando Henao Moreno
Gladys Estrada Yepes



Valor económico



Valor económico generado y distribuido

	2009	2010	COP\$millones 2011
Valor económico generado (ingresos)	7.108.812	7.646.608	9.022.688
Costos operativos (pagos a proveedores de fondos)	5.976.369	6.351.316	7.432.689
Salarios y préstamos sociales para los empleados	467.085	548.367	669.037
Pagos por financiación de fondos	198.340	190.775	277.678
Pagos al Estado (impuestos)	343.903	321.474	391.761*
Inversiones en la comunidad (incluyendo donaciones)	2.337	3.988	4.287
Total valor económico distribuido (VED)	6.988.034	7.415.920	8.775.452
Valor económico retenido (VER)	120.778	230.688	247.236

Capitalización total desglosada

	COP\$millones
Obligaciones financieras a corto y largo plazo	297.680
Capitalización del mercado	11.396.006
Total	11.693.686

Ventas y número de empleados aumentan por el plan de expansión de la compañía. La expansión del grupo y el mayor volumen de ventas dieron como resultado un incremento de la rentabilidad. Asimismo, el aumento de las utilidades generó mayores pagos al Estado.

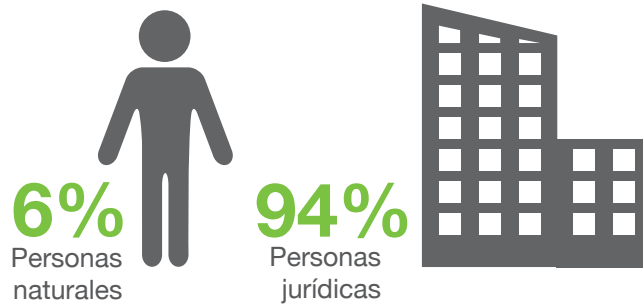
*No incluye Uruguay.



Max es el personaje que lleva los precios bajos a los clientes de Surtimax.

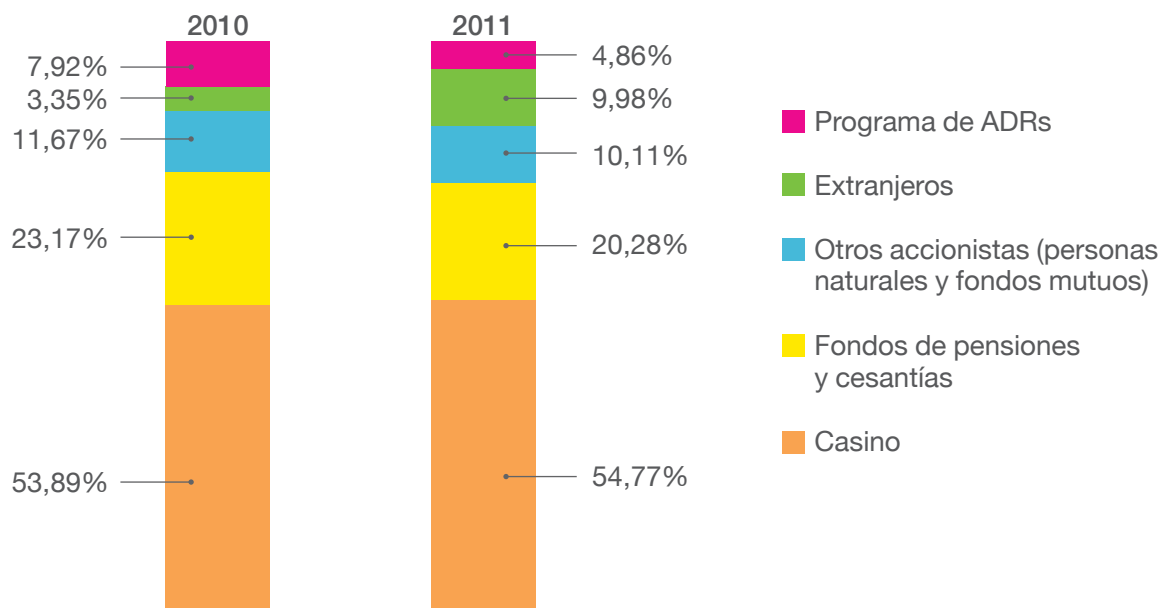
En 2011 nuestra compañía adelantó una oferta de acciones por COP\$2,5 billones con los siguientes resultados:

- Casino, grupo francés que posee la mayoría accionaria de Almacenes Éxito S.A., suscribió acciones de manera proporcional a su participación, con lo que conserva 54,8% de la compañía.
- 10.000 nuevos accionistas hacen parte de Almacenes Éxito S.A.
- Las acciones ofrecidas fueron adjudicadas de la siguiente manera:



Composición accionaria

Al 31 de diciembre 2011



Pilares que
guían nuestra
gestión



Actuar como empleador responsable y comprometido.



Actuar como comerciante responsable ante nuestros proveedores.



Actuar como comerciante responsable con nuestros clientes.



Involucrarse en la lucha contra el cambio climático y en la reducción del impacto ambiental de las actividades de la entidad.



Actuar por el desarrollo local y ser solidarios.

¿Qué comprende este pilar y cómo lo gestionamos?

Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos, los derechos laborales y la libertad de asociación y negociación colectiva.

- Garantizamos la protección de los derechos humanos de nuestros colaboradores al gestionar los riesgos relacionados con su violación. Adicionalmente los formamos en sus derechos y deberes.
- La convención y el pacto colectivo cuentan con reglamentos internos y el Grupo Éxito mantiene reuniones especiales con la directiva nacional sindical para rendir cuentas y presentar informes sobre la administración de la convención.
- Los mecanismos internos de denuncia sirven para llevar control sobre el desempeño en este asunto y con la firma del Pacto Global reiteramos nuestro compromiso con la protección y el cumplimiento de los derechos humanos y laborales.

Propender al desarrollo adecuado de los empleados, asegurando procesos transparentes y objetivos de selección, capacitación y promoción buscando ser un empleador que refleje la diversidad del país.

Gestionamos las directrices corporativas para el correcto desarrollo de nuestros colaboradores y mantenemos procesos transparentes de selección. Por esta razón, las áreas de Selección y Desempeño, y Cultura y Liderazgo, desarrollan acciones enfocadas a la gestión del desempeño, gestión carrera y desarrollo de competencias. Los procesos de selección y promoción se soportan en el sistema Redhumana.

Ofrecer una remuneración adecuada y motivadora, incluyendo programas de bienestar que satisfagan los intereses de los empleados.

“Cuidar de la gente para que la gente cuide el negocio”, es nuestra premisa de actuación. Por esta razón utilizamos mecanismos orientados a asegurar una remuneración motivadora para nuestros colaboradores con áreas líderes, dirigidos por el comité de compensación. De esta manera, evaluamos periódicamente los esquemas de compensación fija, flexible, variable y ofrecemos prestaciones extralegales que, combinadas, ofrecen beneficios adicionales y consolidan a nuestra empresa como un empleador responsable.

Procurar un adecuado balance entre la vida laboral y personal de los colaboradores.

Como empleador responsable, nuestra empresa cuenta con programas orientados al balance de la vida laboral y personal para nuestros empleados y sus familias.

Asegurar la salud y seguridad física, mental y emocional de los empleados.

- Este asunto está a cargo del área de Salud Integral que sigue los lineamientos de la Política de Salud Ocupacional. Desarrollamos programas en medicina preventiva del

trabajo, higiene y seguridad industrial con objetivos y procedimientos. Adicionalmente existe el programa de autocuidado que incluye “cero accidentes”, divulgación de estándares de seguridad por oficio, inspecciones de seguridad, construcción de panoramas de factores de riesgo, campañas para la divulgación y estimulación. Ofrecemos capacitaciones continuas sobre salud y seguridad y actualizamos periódicamente la matriz de riesgos en el lugar de trabajo.

- La salud mental se gestiona a través del fondo de empleados con actividades de bienestar, recreación, culturales y deportivas.
- De esta manera contribuimos a la prevención y control de los riesgos en el lugar de trabajo y monitoreamos el desempeño de los contratistas.

Acompañar los procesos de cambios organizacionales de manera responsable, asegurando un adecuado involucramiento de las partes interesadas y la consideración de posibles alternativas.

Contamos con procesos de consulta e involucramiento con nuestros colaboradores ante cambios organizacionales significativos, tomando en cuenta sus observaciones y su compromiso con la empresa en aras de mantener un buen clima laboral. Diseñamos planes de acción para cada proyecto que se identifique como generador de impacto en la compañía. Adicionalmente existen un proceso y una metodología definidos para la intervención de los cambios.

“El Grupo Éxito quiere ser una empresa que brinde las mejores oportunidades de empleo para todos: hombres, mujeres, jóvenes, discapacitados, víctimas del conflicto, en fin. Sentimos que en la medida en que nuestros empleados tengan todas las condiciones para trabajar felices, nuestros clientes siempre encontrarán un motivo para regresar”.

Juan Felipe Montoya Calle,
Vicepresidente de recursos humanos.





Actuar como
empleador
responsable
y comprometido

Generamos empleo para el desarrollo de Colombia

Así se compone nuestro grupo de colaboradores

A 31 de diciembre de 2011

Empleados por edad y por género

Menores de 30	30 - 40	40-50	Mayores de 50	Total	
9.065	5.659	3.250	733	18.707	
8.833	4.994	2.354	751	16.932	

En representación de todas las regiones de Colombia,



35.639 empleados

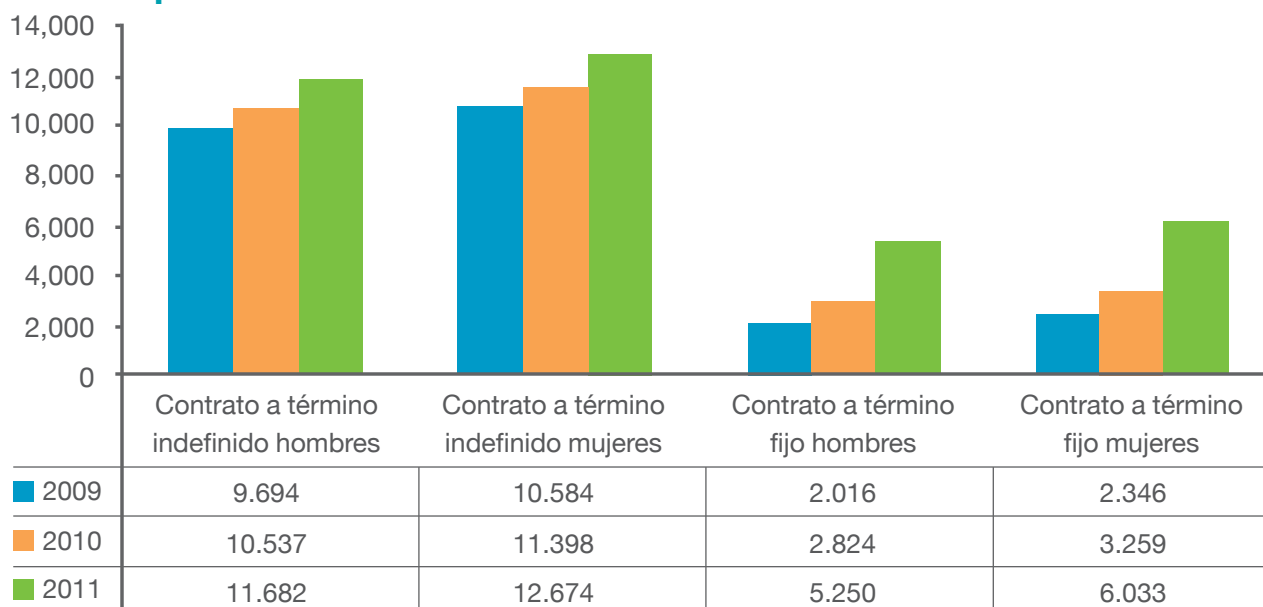
directos trabajan en el Grupo Éxito.



27,2%

2010: 28.018

Tipo de contratación



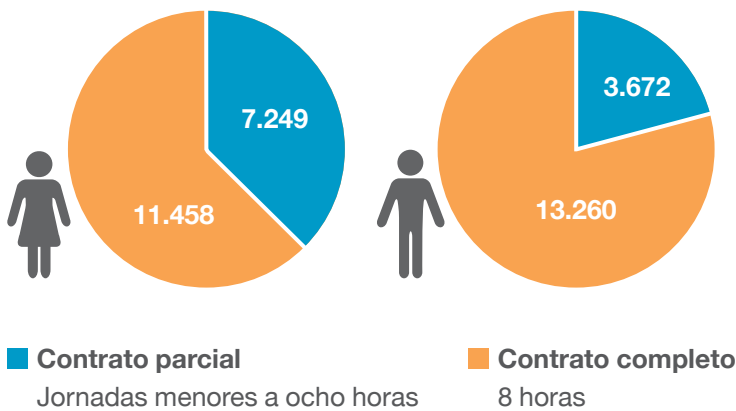
La tendencia es creciente debido a la política de contratación directa de empaques, operadores de punto de venta, al igual que por el cambio de tipo de contrato de temporal a fijo y al plan de expansión.

La media anual de empleados temporales de enero 1 a diciembre 31 es:

2009	2010	2011
637	971	1.381

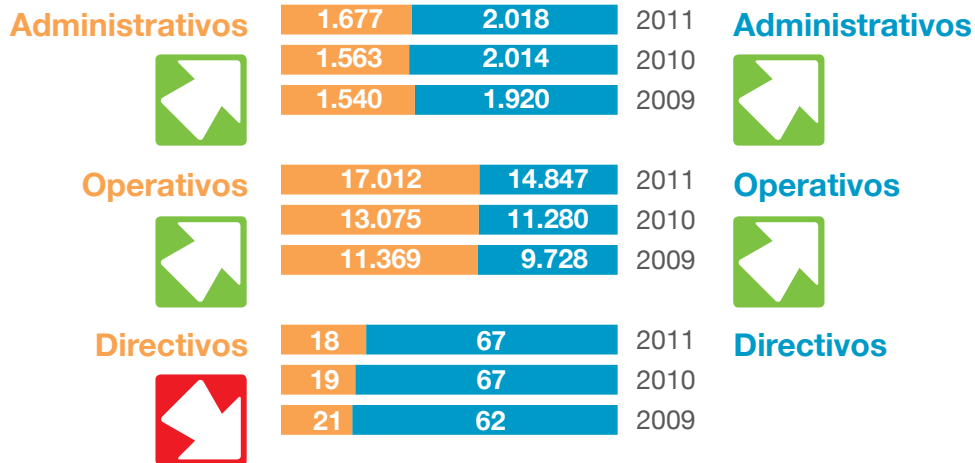
Pasamos de 11.960 empleados de operadores en el 2010 a 7.640 en 2011. Otras personas que prestan servicio en nuestros almacenes en atención de concesionarios, impulsores o promotores y contratistas, fueron 22.760 en 2011 con un registro en 2010 de 22.818.

Contratos por jornadas

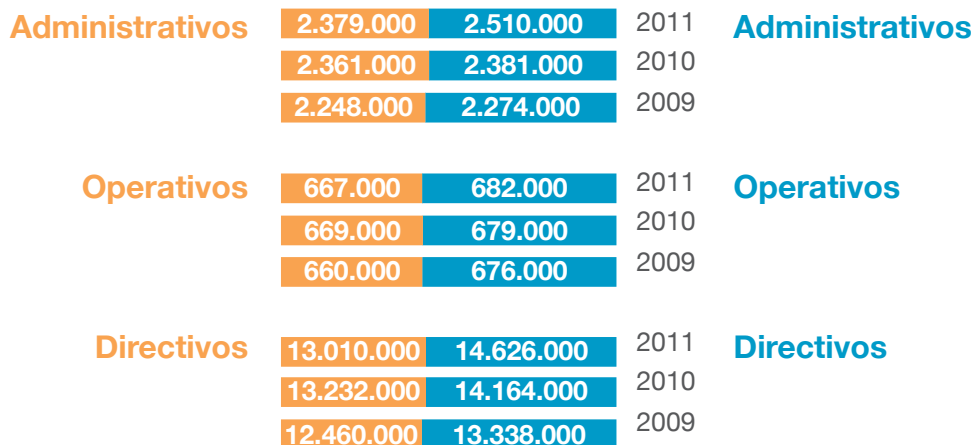


Colaboradores por tipo de empleo

A 31 de diciembre de 2011



Relación salarial entre hombres y mujeres en COP\$



En la alta dirección de la compañía no hay en la actualidad mujeres, por lo que para expresar esta relación solo se tuvo en cuenta hasta el cargo de directores. Todas las cifras a 31 de diciembre de 2011. No incluye Didetexco.

Selección, promoción y capacitación

Propendemos al desarrollo adecuado de los empleados, asegurando procesos transparentes y objetivos de selección, capacitación y promoción. Buscamos ser un empleador que refleje la diversidad del país.

6.600 nuevos compañeros

Con la contratación directa buscamos mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes y brindar condiciones de empleo digno y oportunidades a nuestros empleados; en 2011 el programa incluyó la contratación de 2.332 personas que laboraban para operadores del punto de venta, personal temporal y un grupo de 2.758 jóvenes que pertenecían a las Cooperativas Creser, Nacer y Futuro, que hasta este año prestaron su servicio de empaque en nuestros almacenes, así como otros contratistas asociados a nuestro crecimiento que detallaremos más adelante.

De esta iniciativa destacamos

- El mejoramiento de las condiciones laborales de estas personas quie-

nes, además de todas las prestaciones legales que les brindaban sus respectivos empleadores, comenzaron a recibir prestaciones extralegales como aguinaldo, bono vacacional, seguro de vida, descuento de 10% para compras en almacenes del grupo, auxilios de la compañía que apliquen, vinculación al fondo de empleados Presente y actividades de bienestar para el empleado y sus familias.

- Incremento de su motivación.
- Adecuación a las exigencias legales relacionadas con la Ley 1429 referente a la formalización y generación de empleo.



“Pienso que es de destacar y admirar la contratación directa de personal que hizo la compañía, mejorando así la calidad de vida de muchos de nuestros compañeros”.

Carlos Porras, Líder comercial en Carulla Quinta Camacho, a través de nuestra intranet Infox

“El hecho más destacado del Grupo Éxito en el 2011, para mí, fue que les hayan dado la oportunidad a los empaques de pertenecer a la nómina del Grupo Éxito”.

Ana Rocío León Daza, a través de Facebook

Creemos en nuestra gente: contratamos mano de obra local

Porque nuestro objetivo es contribuir con el desarrollo de nuestro país y sus regiones, promovemos las contrataciones de personal colombiano y de las mismas zonas donde se ubican nuestras instalaciones.

ASÍ LO HICIMOS

- Gracias a nuestro plan de expansión generamos **1.473 nuevos puestos de trabajo**: 1.151 propios, 71 de aseo, 162 de

vigilancia externa y 89 operadores de servicios temporales.

- Generamos **37 empleos directos** adicionales a los que existían en 2010 con la entrada en funcionamiento del ciento por ciento del **Centro de Distribución Caribe en Barranquilla** en 2011.
- Fortalecimos las relaciones con las universi-

dades como aliados para el **reclutamiento de profesionales y estudiantes**. Lo logramos accediendo a los centros de práctica para tener mayor agilidad en las convocatorias, más diversidad de universidades y mayor número de postulados. Construimos también relaciones con los centros de egresados para contar con su base de

datos. A través de estas instituciones promovimos nuestro programa interno Creciendo con Éxito, que busca cultivar y retener el talento profesional.

- Asistimos a las ferias laborales organizadas por entidades de educación superior para promover las oportunidades de empleo en nuestra compañía.

- Tenemos estudiantes en práctica de las principales universidades del país en Bogotá, Medellín, la costa caribe, Santander, Cali y el eje cafetero.

El 95,2%
de nuestros directivos son
colombianos.

Composición empleados por regiones

	2009	2010	2011
Empleos directos	24.640	28.018	35.639
Bogotá	9.746	11.573	14.991
Cali y eje cafetero	2.888	3.459	4.243
Costa	3.562	4.095	5.170
Medellín	7.383	7.533	9.045
Santanderes	1.061	1.358	2.190
Empleos indirectos	35.334	34.778	30.400
Bogotá	14.753	13.163	16.274
Cali y eje cafetero	5.419	5.670	2.694
Costa	5.758	6.364	4.246
Medellín	7.170	7.901	5.595
Santanderes	2.234	1.680	1.591

Oportunidades incluyentes

Generamos puestos de trabajo incluyentes y justos para integrantes de poblaciones vulnerables de Colombia. Para producir un mayor impacto nos apoyamos en una red de aliados concedores de las problemáticas nacionales, que nos asesoran y acompañan en el proceso. Esta se compone por la Alta Consejería para la Reintegración, el Sena, la Oficina de Paz y Reconciliación de la Alcaldía de Medellín, Tele-

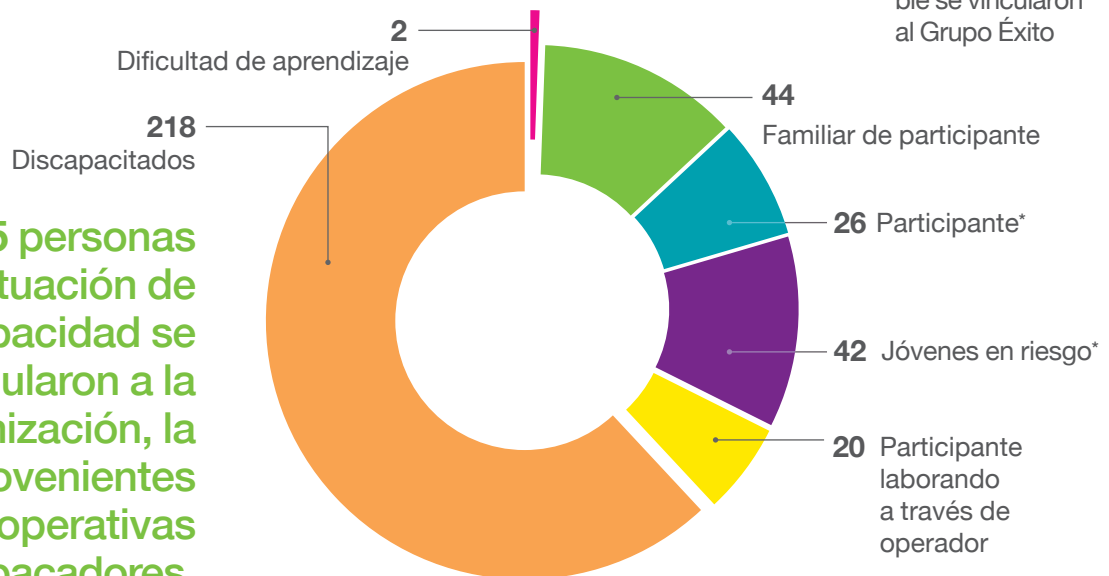
tón, Eficacia, Manpower, Gente Estratégica, Bosconia, El Comité, Álamos, Fundación Héroe Camina, Institución Guillermo Vélez Vélez, Fuerza Joven, Pacto de Productividad, Fundación Arcángeles, Corporación Crear Unidos, las secretarías de Gobierno y Bienestar Social de Medellín, y Sodexo.

- La tendencia de contratación de discapacitados ha sido positiva ya que ha crecido la vinculación

de esta población a pesar de las barreras culturales y arquitectónicas que aún se presentan. En el 2011 este indicador creció debido a la vinculación directa de los empaques que tenían alguna discapacidad y que pertenecían a cooperativas.

352 personas
pertencientes a población vulnerable se vincularon al Grupo Éxito
3%

En 2011, 65 personas en situación de discapacidad se vincularon a la organización, la mayoría provenientes de las cooperativas de empaques.



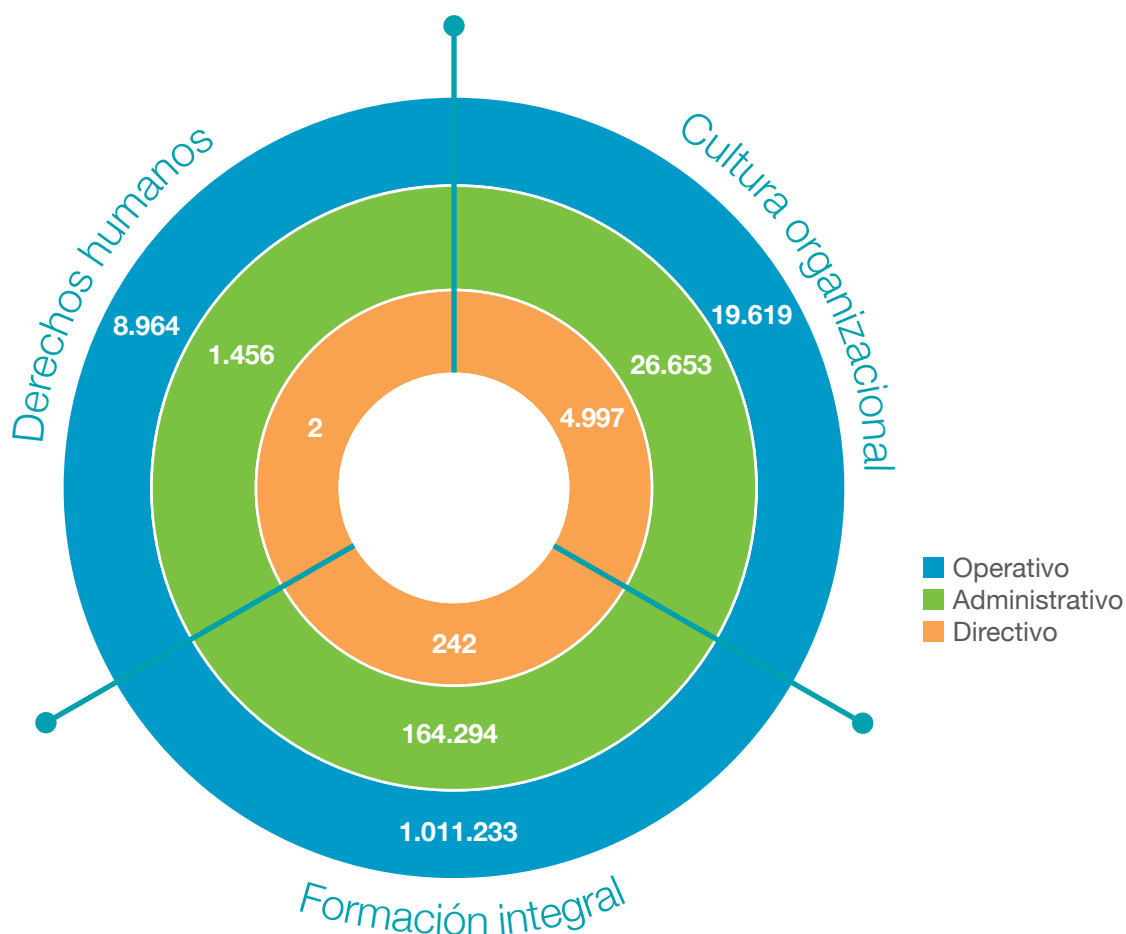
***Definiciones**

- Participante: persona que hizo parte de grupos armados ilegales como las autodefensas o la guerrilla y que tomaron la decisión de dejar las armas y reincorporarse a la vida civil.

- Jóvenes en riesgo: son aquellos jóvenes que por razones de abandono u orfandad están protegidos por Bienestar Familiar pero que al cumplir la mayoría de edad (18 años) deben abandonar esta institución, quedando expuestos a riesgos derivados de la problemática social.

Desarrollamos y promovimos a nuestra gente

Cobertura de los programas



Todos los empleados directos vivieron procesos de formación en 2011, en total 1.237.459 horas, 12,5% más que en 2010.

Total de horas de formación

Tipo de empleado	2009	2010	2011
Operativo	799.800	1.026.302	1.039.815
Administrativo	58.341	51.125	192.403
Directivo	13.036	5.265	5.241
Total	871.177	1.082.692	1.237.459



Promedio
103%



ASÍ LO HICIMOS

- Implementamos **Clase Virtual**, una nueva plataforma educativa diseñada con el objetivo de fortalecer los procesos de desarrollo continuo del talento humano del Grupo Éxito. A través del computador los empleados pudieron ejecutar dos programas de formación: “Vive los valores del Grupo Éxito”, en el que participaron 1.306 personas, y “Gestión del Desempeño”, con el compromiso de 744 jefes. Seguiremos motivando el uso de esta herramienta que brinda facilidades para el desarrollo profesional y técnico de nuestros colaboradores, hasta alcanzar ciento por ciento de su cubrimiento.
- Procesos de **inducción y entrenamiento** en los que se impactaron 30.754 colaboradores.

Destacamos la reintroducción “**Así somos en el Grupo Éxito**”, orientada a reforzar conocimientos sobre filosofía corporativa, la cadena de valor y la estructura de la organización. En esta participaron 20.843 empleados corporativos y de almacenes.

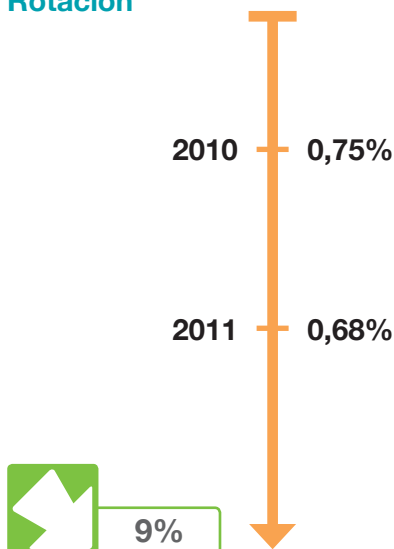
- **Curso en formación en Competencias gerenciales** para 1.868 líderes de la compañía.
- Entrenamiento en la **estructura de liderazgo** basado en procesos para 235 líderes en almacenes.
- Formación técnica especializada en **frutas, verduras y carnes** para 154 supervisores de Éxito y líderes de Carulla. Se creó, además, un manual de formación que apoya

la homologación de conceptos y procedimientos para los negocios. Obtuvo una cobertura de 97,46%.

- Formación técnica especializada para 2.154 **cajeros** nuevos en Bogotá, con una cobertura de 97%.
- **Semilleros de cargos administrativos y mandos medios** para 20 administradores y líderes comerciales de Surtimax. En este programa piloto se hicieron entrenamientos grupales de personas con potencial para ascensos. Por sus buenos resultados, el proceso se replicará en 2012.
- En la **escuela de riesgos** formamos a 2.948 brigadistas e interesados en el tema, para reducir la vulnerabilidad general de la compañía.

Promoción y oportunidades laborales

Rotación



Oportunidades de crecimiento

Estimulamos la movilidad interna y el desarrollo de nuestros empleados. Así, en total **fueron ascendidas 4.368 personas** de diferentes niveles de la organización. El plan de expansión de nuestra empresa hizo posible este hecho.



12,25%, es el porcentaje de empleados promovidos sobre la base de personal directo de la compañía.

Ascensos de empleados con contrato a término indefinido

	Operativos	Administrativos	Directivos	Total por género
Hombres	2.007	58	4	2.069
Mujeres	2.218	81		2.299
Total	4.225	139	4	4.368

Nuestras áreas y número de empleados han crecido y con estos, las oportunidades para **estudiantes en práctica y aprendices**. La compañía recibió en el año a 1.830 estudiantes en alternancia y aprendices. De estos, 1.333 estaban presentes al cierre del año. Con esta iniciativa hemos ampliado el semillero de personal para la compañía.



Nuestras metas para 2012

- Nuestro reto es continuar vinculando personas que pertenecen a poblaciones vulnerables, especialmente en situación de discapacidad, que reúnan el perfil esperado para cada cargo.
- Desarrollar el programa de Gestión de Carrera por medio de iniciativas como Creciendo con éxito *retail*, corporativo e internacional. Además, la estrategia Valoración de potencial y expectativas que tiene como objetivo desarrollar y retener personas claves dentro del Grupo Éxito.
- Generar una cultura de compensación que sea resultado de la valoración de las responsabilidades de un cargo y buen desempeño de la persona que lo ocupa, lo que garantice equidad y competitividad y retención de las personas claves.
- Asegurar la implementación de los programas de formación técnica ya definidos: Escuela de Frescos, Escuela de Cajas y Escuela Textil, logrando homologar procesos y procedimientos para formar especialistas en el negocio, midiendo cada uno de los indicadores de desempeño del programa.



Los empleados del Éxito Quirigua en Bogotá celebran la apertura del punto de venta.

Remuneración, incentivos y programas de bienestar



En 2010 participaron en el programa de incentivos **6.630** empleados, es decir, **23,66%** del total. En 2011 fueron **10.554**, **29,6%**.

En nuestro objetivo de ser un empleador comprometido y que motiva a sus colaboradores, ofrecemos remuneración justa, programas de incentivos e iniciativas de bienestar con las que promovemos un adecuado balance entre la vida laboral y personal.

El salario estándar promedio de un empleado en el Grupo Éxito es 17,33% superior al salario mínimo legal vigente colombiano.

ASÍ LO HICIMOS

Esquema de compensación variable

Se creó con el objetivo de compartir los resultados de nuestra compañía con los empleados e impulsar la aplicación de la estrategia del grupo.

- **Para colaboradores profesionales y supervisores (nivel superior a 5):** se asignan incentivos económicos al cumplimiento de metas corporativas como la utilidad operativa, grupales e individuales. En 2011 se pagó el incentivo al ciento por ciento de los empleados cubiertos por el modelo.
- **Empleados de supermercados Carulla:** reciben incentivos por su desempeño en indicadores de excelencia como cumplimiento del presupuesto de ventas de la dependencia donde trabaja. También premiamos a los mejores en servicio luego de realizar mediciones a través del cliente incógnito.

- **Empleados de cargos no directivos en centros de distribución:** esquema de incentivos por cuatrimestre que busca motivar la productividad grupal y ha permitido implementar planes de mejora. Tenemos en cuenta variables como el cumplimiento en la promesa de servicio, el porcentaje de confiabilidad de despachos y de inventario, entre otros. En 2011 el incentivo se pagó al 100% del personal operativo propio que pertenece al programa.



“Creo que uno de los hechos más destacados que tuvo la compañía durante 2011 fue el descuento tan maravilloso de 50% para los empleados en la marca propia textil. Gracias por pensar en nosotros y en nuestras familias”.

Jhon Jairo Pérez, Jefe de sección en Centro de distribución Las Vegas, a través de nuestra intranet Infox.

Al presentar “Nuestra Tarjeta”, nuestros empleados directos tienen 10% de descuento en todos los artículos (excepto en electrodomésticos, licores y productos en promoción). En el 2011, por cinco meses ofrecimos una reducción de 50% en el valor de las prendas de nuestras marcas propias. Más de 24.000 empleados hicieron uso de este beneficio.

ASÍ LO HICIMOS En iniciativas de bienestar



La compañía brinda a sus empleados de almacenes la posibilidad de tener horarios flexibles para que ellos puedan estudiar, asignándoles jornadas que faciliten su presencia en las clases.



Existen mecanismos que permiten canalizar las sugerencias, quejas y comentarios de los empleados. Uno de ellos son los buzones de sentimientos que están ubicados en 98 almacenes y los cuales recibieron 27.145 sentimientos dejados por 18.543 empleados. Cualquier empleado puede escribir a través del portal Redhumana sus inquietudes, solicitar información, ayuda y denunciar cualquier irregularidad.



Adicionalmente, todas las dependencias cuentan con jefes de recursos humanos para atender de cerca sus solicitudes y necesidades.



Por medio del programa **Mi Casa**, los asociados al fondo Presente pueden acceder a una solución integral de vivienda a través de planes que se ajustan a sus necesidades. En total fueron **565 beneficiados**, con aportes de COP\$6.174 millones de parte del Fondo Presente y COP\$2.856 millones de la compañía.



Entre el Fondo de Empleados Presente y el Grupo Éxito entregamos **becas** de pregrado y posgrado a nuestros trabajadores en el marco del programa “Los mejores de la clase” por un total de COP\$560 millones. Presente otorgó también ayudas para el bachillerato y estudios técnicos por valor de COP\$75 millones. Así se beneficiaron **220 empleados estudiantes de bachillerato** y **581 premiados por el programa** “Los mejores de la clase”.



Dimos auxilios por \$5.103 millones a 15.607 beneficiados (maternidad, matrimonio, fallecimiento, anteojos). También para estudios escolares y universitarios de los hijos.



Realizamos **talleres de emprendimiento** que tienen como objetivo que nuestros empleados y sus familias aprendan oficios que permitan la generación de ingresos adicionales: costura, macramé, manufacturas de cuero, bisutería, *patchwork*, joyería, cocina y decoración, entre otros.

3.940 beneficiados.



Motivamos a los grupos familiares a través del desarrollo de actividades que permiten **fortalecer y potenciar aptitudes**, con escuelas de artes para niños y adultos, talleres de lectura y clases de cocina. En 2011 adelantamos el Festival Artístico en 18 ciudades del país, en el que los colaboradores son las estrellas. Exhibimos las obras de los empleados y sus hijos en los salones regionales y nacionales del artista.

5.969 beneficiados.



En 2011 completamos **13 salas de lactancia** en distintas dependencias del país. Con ellas, y en línea con nuestro objetivo estratégico de mejorar la nutrición infantil, pretendemos generar mayor conciencia sobre la importancia de la lactancia con espacios privados, cómodos e higiénicos para la extracción y refrigeración de la leche.



En **jornadas sobre la infancia** dimos facilidades y acompañamiento a las familias al identificar a los hijos de empleados con carencias nutricionales y apoyamos su proceso de mejoramiento. Para 2012 nuestro objetivo es llegar a todas las dependencias con esta iniciativa.

1.650 beneficiados.



Ofrecimos a los empleados y a sus hijos programas de **recreación** y esparcimiento como caminatas ecológicas, tardes de cine y vacaciones recreativas.

14.209 beneficiados.



Promovimos **jornadas y cursos deportivos**, que motivan estilos de vida saludables entre nuestros colaboradores y sus hijos. Destacamos los torneos de fútbol, cursos de tenis de campo, curso de baile, rumba aeróbica, danza árabe y yoga.

17.157 beneficiados.



Celebramos las **fechas especiales** y reconocimos el esfuerzo de nuestros colaboradores.

200.436 beneficiados.



Festejamos los años de servicio de nuestros colaboradores en todas nuestras dependencias.

3.276 empleados que cumplieron lustros de servicio, desde los 5 hasta los 40 años, como parte de nuestra compañía.



Dispusimos espacios de **diversión** para el desarrollo del arte y la cultura dentro de nuestras instalaciones en actividades como catas de vinos, clases de baile, cursos de cocina, karaokes, videoconciertos y el programa “El café de la tarde”.

9.272 beneficiados.



2011
12.901
asociados
 utilizaron
 los centros
 vacacionales.
2010: 11.617



COP\$16.649
millones
 ascendieron
 los ahorros
 de los afiliados
 a Futuro.

Fondo de Empleados Presente, líder en servicios

El Fondo de Empleados Presente tiene 33.936 asociados. Todos los empleados de la compañía con contrato a término indefinido y fijo superior a tres meses pueden gozar de los beneficios y de los servicios de ahorro, crédito, recreación y provisión de una entidad solidaria.

Fomentamos el ahorro y facilitamos el acceso a créditos

- Se lanzó la tarjeta débito/crédito Presente: 32.176 tarjetas fueron distribuidas a los asociados empleados. Este nuevo servicio brinda facilidades de acceso a los productos del fondo en las más de 5.700 cajas registradoras de nuestros almacenes de todo el país.
- Hay cinco programas de ahorro voluntario vigentes: 94,67% de los asociados cuentan con alguna línea.
- Los ahorros voluntarios ascendieron a COP\$48.176 millones.
- Los asociados obtuvieron COP\$3.388 millones por los rendimientos de sus ahorros.
- COP\$86.000 millones entregados a los asociados, en seis líneas de crédito (vivienda, calamidad, salud y educación, vehículo, libre inversión, ordinario y Micompra).

Subsidios

Más de COP\$12.780 millones invertidos en programas sociales y auxilios para educación, salud, solidaridad, recreación, cultura, deporte y vivienda, para disfrutar de centros vacacionales, entre otros.

Soluciones en salud y seguros

- 24.144 asociados y su grupo primario protegidos con el seguro "Vida Presente".
- Cobertura de 3.025 asociados y familiares con productos complementarios de salud, como medicina prepagada y pólizas.

El Fondo de Empleados Presente dio opciones de descanso para los asociados y sus familias en sus seis centros vacacionales. En 2011 inauguró uno nuevo en Santa Marta. Se trata de Shairama, el cual cuenta con 23 apartamentos completamente dotados, piscina panorámica, sauna, turco, salón de juegos y gimnasio.

Desde octubre hasta diciembre de 2011 se han realizado transacciones por COP\$42.788 millones a través de la nueva Tarjeta Presente.

Con Futuro, fomentamos el ahorro

- 20.968 personas, es decir, 85,6% de los empleados de la compañía que tienen contrato a término indefinido son asociados del Fondo Mutuo de Inversión Futuro.
- Sus ahorros ascendieron a COP\$16.649 millones.
- En medio de un año de volatilidad en las inversiones, el fondo Futuro obtuvo un rendimiento de 5,26%.

En 2012 esperamos minimizar los retiros e incrementar el nivel de afiliación para superar la meta de 87% que nos habíamos propuesto para 2011.



Los colaboradores de todas nuestras dependencias pueden gozar de nuestros programas de bienestar y fondos de empleados.

Nuestras metas para 2012

- Al finalizar el primer semestre buscamos establecer una estructura de valoración de cargos y sueldos. Así pretendemos hacer un mapeo del ciento por ciento de los cargos de la compañía, crear una curva salarial y establecer una política de ajustes en pagos.
- Para el 2012 debemos tener una metodología de descripciones de cargo alineada con una política de creación de los mismos, estudios, estructuras de áreas y el aplicativo de recursos humanos que provea la información que permita una actualización constante, autogestionable, rápida y virtual.
- Al finalizar el primer semestre pretendemos lanzar un programa de "salario emocional", que dé alternativas como la flexibilización de horarios y paquete de días libres, entre otros.
- Lanzar una escuela de economía familiar que permita reforzar el concepto de consumo responsable en los empleados y que contribuya con el mejoramiento de sus condiciones socioeconómicas y las de su núcleo familiar.
- En 2012 aumentaremos la cobertura del programa de compensación variable.

Condiciones de salud y seguridad en el trabajo

Nos esforzamos por asegurar la salud y seguridad física, mental y emocional de nuestros colaboradores.

Los empleados de la organización trabajan día a día para que el negocio sea todo un éxito. Por eso, nuestro deber es velar por su seguridad. Y para lograrlo, contamos con equipos internos de salud integral y bienestar que, con objetivos y políticas claras, se encargan de gestionar de manera adecuada este proceso.

ASÍ LO HICIMOS Cultura de prevención

- Contamos con seis comités paritarios de salud ocupacional **Copaso** que realizan reuniones periódicas.
- Ordenamos 7.651 **evaluaciones médicas** de nuevos colaboradores, para valorar ciento por ciento a las personas que ingresan a la compañía.
- Capacitamos a **18.226 empleados** en prevención de accidentes de trabajo, realizamos y divulgamos internamente nuestros estándares de seguridad.

- Con una cobertura de 97%, adelantamos 737 inspecciones de seguridad para detectar factores de riesgo que puedan incrementar la accidentalidad, incluidas las de trabajo en alturas. Finalizamos una matriz que relaciona los equipos de protección personal necesarios para cada cargo.

Logramos, entre otras, la capacitación de 33% de los emisores de los lugares de trabajo (quienes verifican que las condiciones de seguridad sean las indicadas para los trabajos en altura), el entrenamiento de 100% de los auxiliares de control de riesgos temporales y 60% de la elaboración de los estándares de seguridad para trabajo en alturas.

Asimismo, para evitar enfermedades profesionales, realizamos 470 evaluaciones médicas a 94 personas que trabajan a **temperaturas menores de 15 grados centígrados**.

Acompañamiento

- Luego de incapacidades generales o generadas por accidentes de trabajo, conseguimos **reintegrar a 40 empleados**. Esta gestión la realizamos con la ayuda de las EPS o ARP.
- En Antioquia comenzamos a implementar una escuela donde

se realiza reacondicionamiento físico a los empleados con trastornos osteomusculares. Para ello, capacitamos a 46% de la población que sufrió y presentó ausentismo por estas lesiones y que requerían intervención. Seguiremos trabajando para posicionar esta iniciativa y atender a todos los afectados.

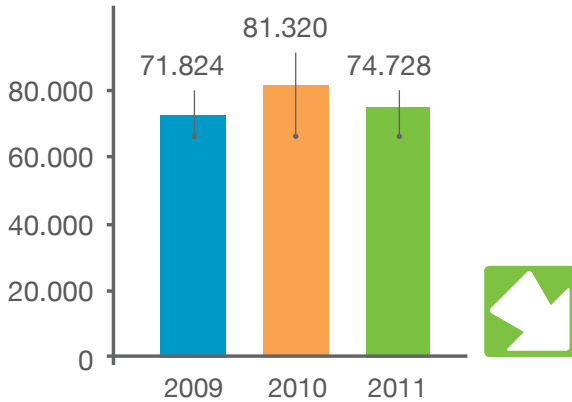
- Gestionamos 33 casos en 22 mesas de salud, en las que se definen conductas que se deben seguir con aquellos colaboradores que presentan dificultades en su proceso de recuperación luego de una larga incapacidad.
- Remitimos al fondo de pensiones 27 empleados para reconocimiento de prórroga de incapacidad laboral superior a 180 días. Asimismo gestionamos ante los fondos de pensiones la calificación de la pérdida de capacidad laboral de 31 empleados.

Trabajo en equipo

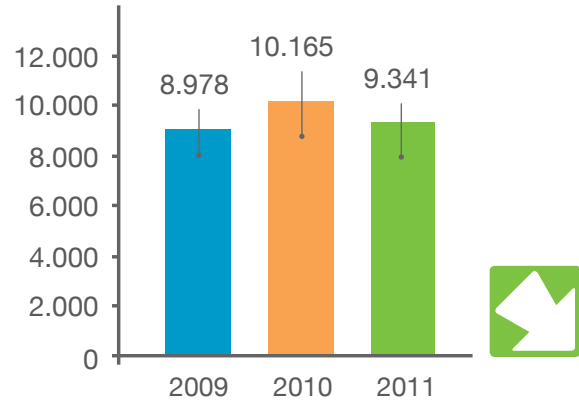
- Socializamos, con los contratistas y los encargados de vigilar sus operaciones en nuestra compañía, el manual en el que se establecen las obligaciones en lo relacionado con la seguridad industrial y la seguridad ocupacional dentro de la organización.

La compañía considera que ningún trabajo es lo suficientemente urgente como para omitir en su desarrollo las medidas y procedimientos de prevención requeridos. Por lo tanto, uno de sus objetivos primordiales es la capacitación y entrenamiento de todo su personal en los conceptos de la salud ocupacional. **Política de Salud Ocupacional del Grupo Éxito.**

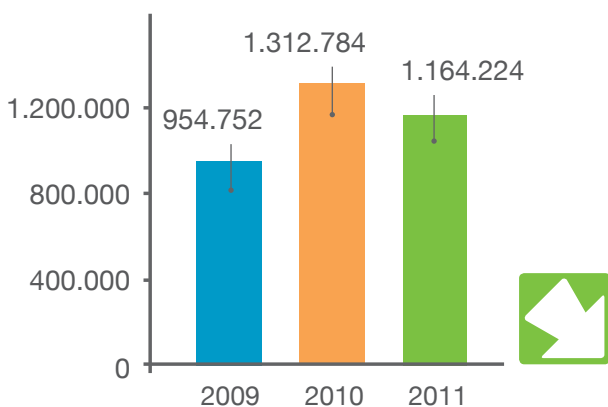
Horas de ausencia por accidentes de trabajo



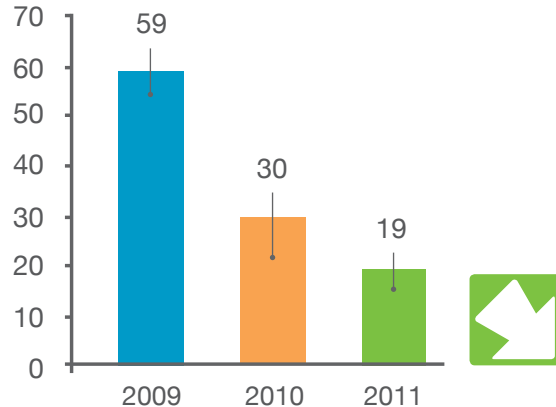
Días de ausencia por accidentes de trabajo



Horas de ausencia por enfermedad



Número de enfermedades profesionales registradas durante el año



- Realizamos talleres, seminarios y material impreso con indicaciones para manejar el estrés. Adicionalmente habilitamos áreas para el descanso y la relajación. Dimos facilidades para afiliación a gimnasio o contribuimos en programas de acondicionamiento físico.
- Propondimos a un ambiente de trabajo sano y seguro (cuidamos las condiciones ergonómicas, de iluminación, ruido, calidad del aire interior, humedad, temperatura, etc.).

Ya que la convención colectiva de trabajo se firmó en noviembre de 2010 y estará vigente hasta el 2015, los asuntos de salud y seguridad cubiertos en esta, continúan según lo informado en la memoria de 2010.

No se presentó ningún accidente con víctimas mortales.

Nuestras metas para 2012

- Programa de disciplina progresiva: tomar acciones disciplinarias con aquellos empleados que violan las normas de seguridad y ponen en riesgo su integridad física o la de sus compañeros de trabajo.
- Buscamos reducir en 1% el indicador de ausentismo por accidentes de trabajo y además mantener cero fatalidades.

Procesos y cambio organizacional

Acompañamos los procesos de cambio organizacional de manera responsable, asegurando un adecuado involucramiento de las partes interesadas y la consideración de posibles alternativas.

En la encuesta de clima organizacional, medida por el Instituto Great Place to Work, nuestra compañía obtuvo el mejor resultado que ha tenido en los últimos cinco años: 80,6%. En total se encuestaron más de 19.081 colaboradores.

Los positivos resultados son fruto de los esfuerzos de la compañía por ser un empleador responsable enfocándose en distintos frentes e iniciativas.

En agosto, 1.735 jefes de nuestra compañía diligenciaron la encuesta de compromiso. El resultado fue de 98%, dos puntos porcentuales más que en 2009 y superior al promedio en empresas en *retail* de Latinoamérica, que es de 70%. La encuesta fue realizada por la firma AON Hewitt.

ASÍ LO HICIMOS Gestión de cambio

- Con el objetivo de involucrar al personal sobre los procesos de implementación de cambio en su dependencia, realizamos talleres a 1.855 personas de la marca Carulla y 554 a la marca Éxito, para

un total de 2.409 personas impactadas. Así, cubrimos 88% de la población de estas dos cadenas.

- Para incorporar el nuevo modelo de estructura de liderazgo basado en procesos en el sistema de jefes de los almacenes, realizamos actividades de gestión de cambio, que impactaron directamente a 190 líderes de los puntos de venta.
- Acompañamos el proceso de implementación y estandarización de Servicios Éxito. Para esto, adelantamos encuestas a los públicos, indagando los aspectos más relevantes en su proceso de aceptación al cambio. Además, en los talleres de “Tips de Convivencia”, el nivel de satisfacción promedio de este grupo humano fue de 4,9 sobre 5,0 con un porcentaje de cobertura de 62% (253 personas).

Gestión del desempeño y compromiso

- Nuestros colaboradores del corporativo y en estructura de almacenes hasta el nivel de supervisores o sus equivalentes en cada mar-

ca, reciben retroalimentación regular del desempeño y de desarrollo profesional por parte de sus jefes.

- Este año realizamos por primera vez nuestro ciclo completo de evaluación a 7.194 personas vs. 3.994 del 2010, 90,4% de los integrantes de los rangos ejecutivo y alta dirección, y la totalidad de los niveles medio, supervisor y otros empleados.

Para nuestra compañía esta es una herramienta de liderazgo, que se convierte también en una métrica que nos permite recibir incentivos adicionales, pues equivale a 20% de la compensación variable y es fuente de información para ascensos y promociones.

Nuestro clima laboral está en un nivel sobresaliente porque nuestro objetivo es ser el mejor lugar para trabajar y hacemos todo para lograrlo.

Evolución del índice de ambiente laboral



Satisfacción de los empleados (Índice de ambiente laboral, IAL) %

2009	2010	Meta 2011	2011
73,5	72,9	74,0	80,6

Derechos en el trabajo

Apoyamos y respetamos la protección de los derechos humanos, los derechos laborales y la libertad de asociación y negociación colectiva.

ASÍ LO HICIMOS

Nuestra gestión se interesa por los derechos humanos.

- **Derecho a la vida:** apreciamos la vida de nuestros trabajadores y a través de las prácticas de salud integral velamos por ella.
- **Derecho a la libre asociación y a la negociación colectiva:** contamos con un sindicato que inició en Cadenalco en 1945. Desde el 2011 tomó el nombre de Sintraéxito, tiene presencia en trece ciudades y congrega a 694 empleados. Con ellos tenemos relaciones conciliadoras y de diálogo permanente. El relacionamiento constante y constructivo ha hecho posible la firma de una convención colectiva vigente hasta 2015 en la cual se plasman los acuerdos a los que llegan las partes y que generan importantes beneficios. Si bien en principio estos acuerdos aplican para el personal sindicalizado y que se beneficia de la convención, la empresa, en aras de la equidad y consecuente con sus principios y valores, ha establecido en un manual de compensación y beneficios una serie de prestaciones extralegales que guardan relación y coincidencia con los acuerdos convencionales. En el mismo sentido, la empresa ha suscrito un Pacto Colectivo con los trabajadores no sindicalizados pertenecientes a la Industria de alimentos en el cual se encuentran plasmados los acuerdos que guardan similitud con lo establecido convencionalmente y lo otorgado de manera unilateral por la empresa en el manual ya mencionado. Este inició en 1995 y tiene 820 beneficiados; está vigente hasta el 2013.
- **Derecho a la no discriminación:** en el Código de Ética se incluyen la equidad y el trato digno para todas las personas, independientemente de su raza, género, creencias, pertenencia a minorías, preferencias sexuales, condiciones de salud, entre otras. En el aparte de empleo a población vulnerable encontrará más detalles sobre esta realidad.



Respetar los derechos humanos es una de nuestras grandes prioridades.

10.422 de formación
horas en temas de
derechos humanos.

Dando cumplimiento a la ley, el Fondo Mutuo de Inversión Futuro no realiza inversiones en compañías que tengan algún vínculo con los siguientes sectores:

- Lavado de activos o financiación del terrorismo.
- Explotación sexual.
- Armamentistas.
- Producción o comercialización de bienes ilícitos.

¿Qué comprende este pilar y cómo lo gestionamos?

Cumplir las responsabilidades asumidas

- Nuestro compromiso con los socios comerciales se ratifica en el Acuerdo de Buenas Prácticas Andi Fenalco. Contamos con un manual de proveedores. Adicionalmente existe la política de pagos y los procedimientos para el control del lavado de activos.
- La satisfacción de los proveedores la medimos mediante la metodología QSA y la recepción de peticiones, quejas y reclamos, que junto con las reuniones de colaboración, nos permiten desarrollar planes de acción para ser socios comerciales realmente responsables.
- Los procedimientos para gestionar los acuerdos con nuestros proveedores están enmarcados en el mapa de procesos de la compañía y van acompañados de sus respectivos subprocesos entre los que se encuentra el de gestión comercial y abastecimiento que contempla las compras y relaciones con proveedores.

Fomentar el desarrollo integral de los proveedores, incentivando la innovación a lo largo de la cadena de valor.

- Contamos con un programa de colaboración con proveedores que abarca aspectos comerciales, de desarrollo en la cadena de abastecimiento, de flujos logísticos y capitales.

- Hemos logrado consolidar nuestra relación con los proveedores a través del reconocimiento de su valor para nuestro negocio con iniciativas como el premio Proveedores de Éxito, que toma en cuenta factores de sostenibilidad e innovación.

Definir y monitorear el desempeño de los proveedores en aspectos sociales, ambientales y laborales.

- Contamos con la política de calidad y la de gestión, selección y monitoreo de proveedores en la cual se incluyen temáticas de derechos humanos, estándares sociales y ambientales. La correcta gestión del desempeño de nuestros proveedores asegura una relación sostenible a largo plazo.
- El grupo ya ha definido un proceso para el monitoreo de este asunto el cual se aplica a los proveedores de importados IRTS (compras realizadas a través de Casino). Adicionalmente, en la auditoría de productos marca propia evaluamos temas de responsabilidad social y gestión ambiental.

Fomentar prácticas agropecuarias responsables.

El equipo de calidad busca fomentar buenas prácticas agrícolas. Por esta razón nuestra empresa enfoca parte de su gestión sostenible en asegurar que las prácticas agropecuarias de nuestros proveedores cumplan con estándares con los que la compañía se ha comprometido previamente.

“El trabajo de colaboración que debe desarrollar el Grupo Éxito con sus proveedores debe ir más allá de garantizar una transacción satisfactoria y oportuna para ambas partes. Somos garantes de unir esfuerzos para llevar al cliente productos responsables con innovación y sostenibilidad en toda la cadena de valor”.

José Gabriel Loaiza Herrera,
Vicepresidente comercial y de abastecimiento.



Actuar como
comerciante
responsable ante
nuestros proveedores

Los socios comerciales le dan vida al negocio

En nuestros almacenes comercializamos los productos de 2.587 proveedores. De ellos 90% son nacionales y 88% son pymes.

504 empresas son proveedoras de productos de marcas propias.

Nuestra Industria de alimentos trabaja con 426 proveedores de materias primas y 490 de insumos.

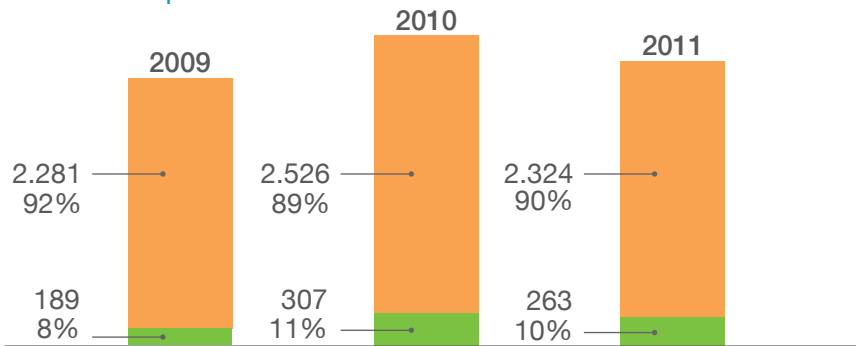
Por su parte, la industria textil Didetexco trabaja con 100 talleres maquiladores y procesadores intermedios que hacen parte de nuestra cadena de producción y logística, generando 7.413 empleos.

Adicionalmente, 1.276 compañías ofrecen sus servicios y suministros para el funcionamiento de nuestra empresa mediante la negociación que realiza el área de Compras Integradas.



Detalle de proveedores comerciales del Grupo Éxito

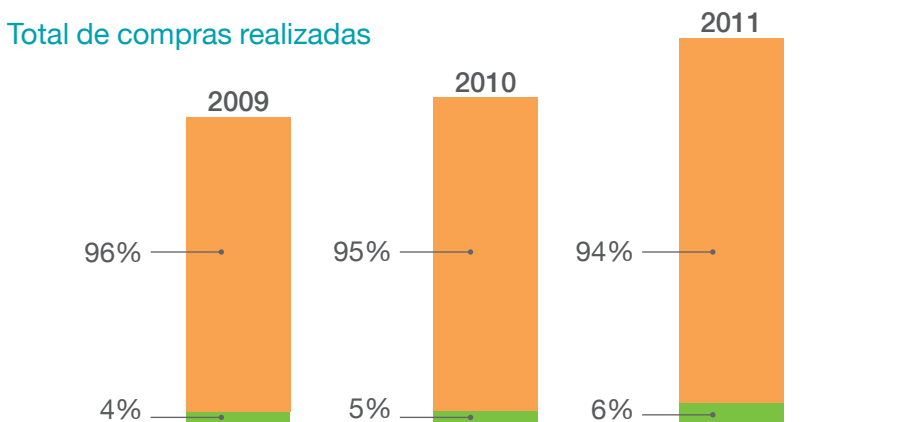
Número total de proveedores



Total
proveedores
2.587

Colombianos
Extranjeros

Total de compras realizadas



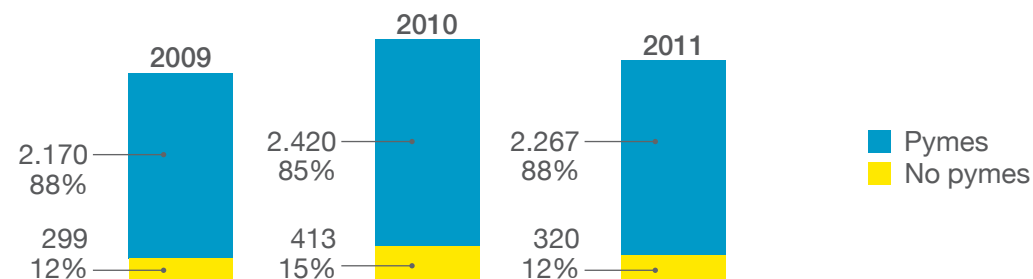
Colombianos
Extranjeros

Tanto el número de proveedores nacionales así como el valor de estas compras es significativamente superior a los extranjeros (90% nacional frente a 10% internacional en 2011), lo que evidencia el aporte del grupo al crecimiento de la economía del país.

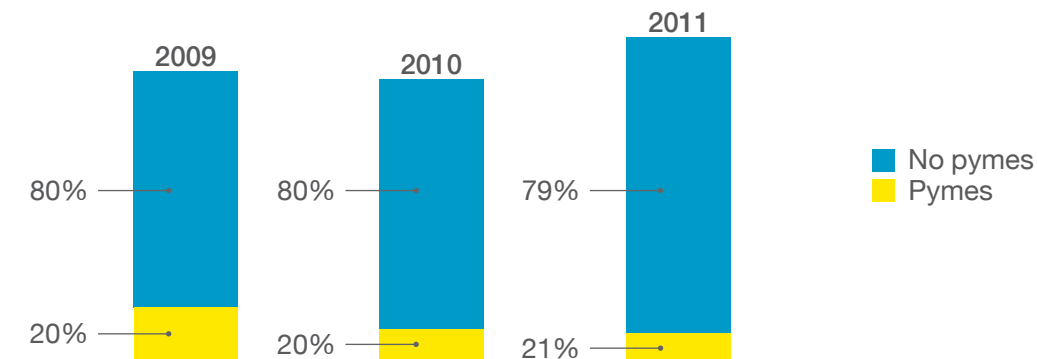


Diego Fernando Echeverri, Gerente de Vegetales La Cesta, fue nuestro primer proveedor de frutas y verduras certificado.

Número total de proveedores desglosado por tamaño



Total de compras realizadas desglosado por tamaño



El número de pymes que son proveedoras del grupo es mucho mayor que el número de empresas grandes (88% pymes frente a 12% no pymes en 2011). En cuanto al valor de compra para pymes se ha mantenido en una relación de 80% no pymes, 20% pymes en los últimos tres años.

Cumplir las responsabilidades asumidas

ASÍ LO HICIMOS

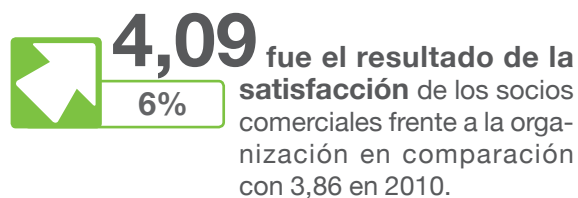
- Nuestro compromiso con los socios comerciales es tan alto como el que ellos tienen con los clientes colombianos. Por eso respetamos el Acuerdo de buenas prácticas que suscribimos en 2003 por intermedio de Fenalco y buscamos cumplir siempre con las responsabilidades que con ellos hemos establecido.
- Contamos con un manual de proveedores que da lineamiento a nuestras relaciones y establece políticas para matricularlos, modificar sus datos, administrar su estado y evaluar el ingreso de productores para marcas propias. Estos documentos se encuentran publicados en el sitio web www.grupoexito.com.co en la sección de proveedores.
- En cuanto a la compra de productos y suministros para la operación del negocio, existe una política que incluye temas como forma de pago, respuesta oportuna, servicios posventa, calidad y precio. El 93% de las compras que se hicieron a proveedores cumple a cabalidad estas políticas. Para 2012 esperamos llegar a

95%. 15,4% del valor total comprado tiene certificaciones de cumplimiento de normas técnicas como Icontec, BPM, Energy Star, ANIF, NFS, CE, NTC4680, entre otras.

- Se realizaron 150 auditorías de proveedores de marca propia con visita a sus lugares de trabajo.

Resultados de la encuesta de satisfacción

Nuestra compañía mide anualmente la opinión de sus proveedores utilizando el *Quality Service Audit*, QSA, elaborado por Invamer Gallup. La calificación es sobre 5,0.



La calificación de la recomendación para hacer negocios con el Grupo Éxito se ubicó en

4,53

Los proveedores afirman que hemos demostrado positivos crecimientos en variables como confianza, integridad y orgullo. De esta manera, pasamos del sexto lugar al segundo entre las cadenas de *retail* con las que nuestros proveedores tienen relación.



Realizamos compras a pescadores artesanales en el Pacífico y el Caribe.



Promovimos los productos de nuestros proveedores en ferias temáticas. En la foto representantes de marcas de café que nos acompañaron en el evento organizado por Carulla.

Crece con nosotros

Fomentamos el desarrollo integral de los proveedores, incentivando la innovación a lo largo de la cadena de valor.

En nuestro compromiso de satisfacer a los consumidores colombianos, los socios comerciales tienen un papel fundamental. Por eso hemos adelantado prácticas que buscan fomentar su desarrollo comercial, técnico y logístico.

ASÍ LO HICIMOS

- En el marco de nuestro programa de colaboración, periódicamente llevamos a cabo reuniones con algunos proveedores de la compañía, en la actualidad 34, con el fin de trabajar en el desarrollo y la optimización de todos los indicadores de la cadena de abastecimiento como el servicio y los niveles de agotados, prórrogas e inventarios, entre otros, y compartir mejores prácticas. Así hemos obtenido mejoras como:
 - El indicador de agotados de los proveedores de abarrotes y aseo (PGC) dentro del programa de colaboración disminuyó 1,30 puntos porcentuales frente a los que no hacen parte del mismo. Para la Gerencia de Frescos, la disminución fue de 1,65. De esta manera, nuestros clientes pueden encontrar lo que buscan sin interrupciones.
 - El nivel de servicio de los socios participantes en PGC aumentó 2,14 puntos frente a los que no hacen parte de esta iniciativa.
- En 2011, 42 talleres de confección y procesos intermedios que forman parte de la cadena productiva de nuestra filial textil Didetexco, participaron de la fase de formación y optimización interna del “Programa de desarrollo empresarial sectorial”, Prodes, liderado por Acopi, la Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas y por la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia con su Cluster Textil, Confección, Diseño y Moda.
- El resultado fue la creación de cuatro unidades asociativas que tienen como objetivo **compartir las mejores prácticas, fortalecer procesos, borrar fronteras y, como equipo, realizar ofertas de trabajo más competitivas y a mejores precios.**
- Desde la Gerencia Corporativa de Marcas Propias apoyamos el desarrollo de los pequeños y medianos empresarios, con el mejoramiento de los sistemas de calidad y la creación de nuevos productos basados en modelos internacionales, como los del Grupo Casino.
- Este año adelantamos una serie de programas y capacitaciones que nuestros socios aprovecharon y evaluaron como pertinentes para su ejercicio:
 - **Seminario Shopper and Category Management:** 62 representantes de empresas proveedoras aprendieron sobre el desarrollo de categorías con el experto internacional Brian Harris.
 - **Taller de rotulado para proveedores de marca propia:** 60 asistentes de las organizaciones que producen nuestras marcas propias en Medellín conocieron los detalles de los procesos de rotulado en Colombia.
 - **Visita a los almacenes Surtimax:** los directivos de nuestra compañía guiaron a un grupo de 61 personas en representación de algunos proveedores, en una visita por las tiendas Surtimax en Bogotá. El objetivo principal de la actividad era que conocieran el formato, para así diseñar de manera adecuada sus estrategias comerciales para este tipo de clientes.
 - **Seminario de sostenibilidad:** invitamos al conferencista español José Luis Blasco a hablar sobre responsabilidad corporativa. Asistieron proveedores y los miembros del comité de sostenibilidad y de presidencia de nuestra compañía.



Noche de premiación del concurso Proveedores de Éxito 2011.

Los destacamos en los “Óscar” del comercio

Proveedores de Éxito es el concurso con el que, en el Grupo Éxito, destacamos a nuestros aliados, afianzamos nuestras relaciones y los motivamos a seguir adelante con sus estrategias innovadoras y diferenciadoras.

Para reconocer la importancia de todos nuestros socios comerciales, este año premiamos 10 categorías, tres de las cuales eran nuevas: Negocio marcas propias, Aliados inmobiliarios y Compras integradas.

Los ganadores fueron:

- **Leonisa**
Proveedor de Éxito
- **María Elisa Chocolatier**
Pyme de Éxito
- **Huertos Verdes**
Premio desarrollo sostenible
- **Comercial Nutresa**
Productos de gran consumo
- **Huevos Santa Reyes**
Productos frescos
- **Distrihogar**
Productos textiles y de hogar
- **Samsung Electronics**
Productos de entretenimiento
- **Frugal**
Productos de marca propia
- **Frisby**
Aliado inmobiliario
- **Sudistribuidor**
Proveedor de compras integradas

Nuestras metas para 2012

- Nos comprometemos a **potenciar el desarrollo de nuestros proveedores de marca propia** a través de un programa de capacitación derivado de las evaluaciones de seguimiento que les hacemos. Se incluirán temas como políticas, evaluación, requisitos para liberación de productos y manejos de Soluciones Atendidas de Comidas, SAC, y la toma de medidas en términos de sanción por el no cumplimiento de los requisitos de calidad exigidos por la compañía.
- Nuestro compromiso desde Didetexco con el **Programa de desarrollo empresarial sectorial** será mantener el acompañamiento a los talleres participantes en pro del mejoramiento continuo para hacer más competitiva la industria textil nacional.



“En mi nombre y el de mi grupo de colaboradores quiero agradecerles porque lograron sorprendernos con la emotiva y emocionante ceremonia de premiación del concurso Proveedores de Éxito y por la calidez con la que nos recibieron sus colaboradores, haciéndonos sentir como las estrellas de la noche. La bella escultura que nos dieron representa fielmente el esfuerzo que es levantar un negocio hasta convertirlo en una empresa con calidad, honestidad, valores y compromiso social. Estamos inmensamente orgullosos de recibir el premio Pyme con Éxito, el cual debemos a nuestro esfuerzo incansable y al respaldo y apoyo del Grupo Éxito, que nos ha estimulado y respaldado para superarnos”.

Carta enviada por **María Elisa Camacho**, Gerente de María Elisa Chocolatier, empresa con 12 empleados ganadora del Premio Pyme con Éxito.

Apoyamos el desarrollo de nuestros proveedores locales

Mantenemos una cadena de valor inclusiva en la cual buscamos al productor en las mismas regiones de donde sale el producto y le damos prevalencia a este sobre el comercializador, lo que beneficia al cliente con costos menores y mayores utilidades para quienes lo hacen o lo cultivan.

ASÍ LO HICIMOS

- En 2011 trabajamos con tres cooperativas que benefician a 180 pescadores artesanales de Buenaventura y Santa Marta. De esta manera ofrecimos producto fresco en nuestras tiendas y aportamos al desarrollo social.
- Con un crecimiento de 17% frente a 2010, realizamos compras directas de 90.000 animales en pie a ganaderos de los departamentos de Atlántico, Bolívar, Córdoba, Magdalena, Sucre y Meta. Al conocer la procedencia de nuestra carne, garantizamos la calidad a nuestros clientes e impulsamos las regiones productoras de ganado en Colombia.
- Compramos frutas y verduras a 10 cooperativas nacionales, entre las que se encuentran Coopaboy, Asociación de Frutas de La Ceja, Sanhass y Ciagro, que agrupan a más de cien pequeños productores.
- Apoyamos el desarrollo de tres proveedores locales y la comercialización de 40 productos orgánicos que promueven el consumo saludable entre nuestros consumidores, con la creación de una categoría de hierbas ecológicas para algunos de nuestros puntos de venta Carulla y Éxito.
- Participamos en la iniciativa “Antójate de Antioquia”, con el objetivo de implementar una estrategia de promoción y venta

Compras directas a productores agrícolas

A 31 de diciembre de 2011



69%

a productores



a comercializadores

En el 2007 se compraba 40% a productores y 60% a comercializadores



Ganado brahman con pastoreo natural comprado por el Grupo Éxito

	2009	2010	2011
	79.000	77.000	90.000

de productos de microempresarios locales, en convenio con la Gobernación de Antioquia. Este concurso elige un portafolio de productos con grandes potenciales, y como premio, los ganadores se codifican en ocho de nuestras tiendas de la región durante tres meses.

- Con el proyecto “Es nuestro” reunimos en 28 almacenes productos diferenciales, exóticos y gourmet, elaborados artesanalmente por microempresarios colombianos y que además, cumplen con toda la normati-

dad vigente para la comercialización en grandes superficies. Logramos con esto promover sus marcas en el país, y buscar la generación de ventas constantes que mejoren su calidad de vida y la de sus familias.

- Con la entrada completa del funcionamiento y un aumento de nuestra centralización, el nuevo Centro de Distribución Caribe da facilidades a nuestros proveedores de la costa norte del país, y permite que lleguemos con productos más frescos a nuestros clientes de la región.

En cuanto a servicios y suministros, el porcentaje de compras totales en el que se utilizan proveedores locales es de 96,9%.

El mejor año de la Promotora de Comercio Social

1.000 microempresarios se beneficiaron por los COP\$15.000 millones en ventas que realizó la Promotora de Comercio Social, de los cuales COP\$11.000 millones se realizaron a través de los almacenes del Grupo Éxito. Sobresalen en el negocio de alimentos con la línea de productos “Es nuestro” y en el tema de entretenimiento.



Nuestras metas para 2012

Para 2012 nuestra meta es incrementar la compra de pescado de cultivo regional. Para ello definiremos las zonas en las cuales podemos adelantar la búsqueda de proveedores, realizar negociaciones y establecer modelos de logística de entrega.

Comprometidos con la responsabilidad a lo largo de la cadena de valor

Definimos y monitoreamos el desempeño de los proveedores en aspectos sociales, ambientales y laborales.

ASÍ LO HICIMOS

Nuestros socios comerciales nos han demostrado que también adelantan estrategias en beneficio del país, los derechos humanos y el medio ambiente. Nuestro deseo en el Grupo Éxito es que se vinculen con las estrategias del Pacto Global y estándares de responsabilidad social.

Los productos importados de economías emergentes con alto riesgo de vulneración de los derechos humanos y laborales adquiridos a través de Global Sourcing, área del Grupo Casino dedicada a las negociaciones globales, cumplen con el código de ética para proveedores en el cual se especifican los requerimientos en términos de trabajo infantil, trabajo forzado, acoso laboral, discriminación, libertad de asociación, horarios de trabajo,

remuneración, higiene, salud y seguridad en el trabajo, ya que es una prioridad del grupo dentro de su estrategia de comercio justo.

Para cumplir con este propósito se contratan auditorías periódicas a terceros en las fábricas de estos productores. Si los resultados no son los esperados, se realizan planes de acción para implementar mejoras o se da por terminada la relación comercial.

Nuestros proveedores eliminaron el sandblasting



En el Grupo Éxito y nuestra filial textil Didetexco eliminamos de los procesos la técnica del chorro de arena, práctica que por su contenido de sílice perjudica la salud de quienes la aplican. Además, buscando proteger la salud de los empleados de

nuestros socios, logramos que la totalidad de nuestros proveedores de *jeans* se comprometieran también a suprimirla. Las 38 empresas, nacionales e internacionales, que lo hicieron, nos enviaron certificados.

Desde la consolidación interna del área de Compras Integradas de la compañía, comenzamos a solicitar a nuestros proveedores de servicios y suministros, información sobre pago de seguridad social, ARP, parafiscales y certificaciones de cursos específicos de sus empleados. En 2011 recibimos información de 150 socios en este sentido y vamos en crecimiento.

Nuestras metas para 2012

- Desde nuestro Centro de Compras Integradas incorporaremos dentro de los procesos de negociación el tema ambiental como variable objeto de calificación y se privilegiará la compra de productos o servicios con menor huella de carbono. Tenemos una gran responsabilidad con los millones de clientes que visitan nuestros puntos de venta: debemos hacerles vivir la sostenibilidad en su vida diaria al presentarles opciones de productos saludables y nutritivos que ellos puedan incluir en su vida diaria. Ofrecerles empaques más respetuosos con el entorno y en general, brindando un producto, un servicio, un almacén adecuado para cada tipo de cliente.
- En el proceso de impresión de nuestras publicaciones nos planteamos como objetivo trabajar con rotativas cuyo papel provenga de bosques certificados. Para ello, haremos revisiones con los proveedores para conocer de qué molino proviene el papel y si este trabaja con temas sostenibles. Para litografías, distribuidores y empresas proveedoras de piezas de *merchandising*, haremos seguimientos bimestrales de las compras que se estén haciendo para verificar el interés y los planes de sostenibilidad de socios adjudicados.
- Nuestra filial textil Didetexco realizará la Feria de los insumos limpios, con la que recopilará información de los proveedores con mejores prácticas ambientales, y desarrollará criterios de codificación y compra responsable, para ofrecer lo mejor a los consumidores. Adicionalmente, desarrollará un proyecto de etiquetado y eco etiquetado que asegure la comunicación del origen, impacto y contenido de los productos.

Buenas prácticas

Fomentamos prácticas agropecuarias responsables.

ASÍ LO HICIMOS

- Iniciamos un programa de cercanía con los proveedores de frutas y verduras nacionales para incentivar la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) las cuales buscan una producción limpia con beneficios para el ambiente y la salud de los clientes. Con iniciativas como esta, creamos una cultura de inocuidad alimentaria, para que los proveedores reduzcan agroquímicos en sus procesos productivos, mejoren la calidad de las aguas y reforesten de manera adecuada.
- Desde el inicio de la compra de ganado en pie se establecieron políticas que protegen el crecimiento de los animales, al garantizar la no presencia de productos químicos y/u hormonas que afecten o favorezcan su desarrollo para que este se haga bajo condiciones naturales, solo autorizando el uso de antibióticos. Además, el incremento de la cifra de animales en pie comprados y sacrificados avala por parte del cliente el proceso de selección y compra que estamos llevando a cabo.
- Para permitir la adecuada reproducción de las especies, respetamos los tiempos de veda y en esas temporadas nos abstenemos de comprar pescados y mariscos que puedan verse afectados.



Nuestras metas para 2012

Seguiremos involucrando nuevos productos en el proceso de certificación BPA. Al terminar el año esperamos aumentar los socios comerciales de frutas y verduras certificados en Buenas Prácticas Agrícolas.



¿Qué comprende este pilar y cómo lo gestionamos?

Trabajar por un servicio superior al cliente.

Contamos con una política para monitorear la satisfacción del cliente, recibir y responder sus quejas y reclamos. Gestionamos el tiempo que nos toma dar respuesta a la retroalimentación que recibimos y nos preocupamos por cumplir con las expectativas de nuestros clientes de todas las edades. El ROC (Respuesta Oportuna al Cliente) y el QSA (Quality Service Audit) son herramientas para cumplir estos objetivos. Existen metas cuantificables en lo que se refiere al servicio superior y preparamos a nuestros colaboradores mediante formación para que puedan alcanzar esas metas.

Actuar a favor de una alimentación adecuada y estilos de vida más activos y saludables.

En nuestro portafolio existe una oferta de productos bajos en sodio y grasa, ricos en fibra, enriquecidos con vitaminas, aptos para diabéticos, entre otros, con los cuales procuramos opciones saludables para nuestros clientes. Además, el Grupo Éxito cuenta con la marca propia Taeq, que ofrece productos con algunas de estas características.

Ofrecer un portafolio de productos que permite un consumo sostenible (solidarios, ecoeficientes, etc.). Utilizar certificaciones y estándares reconocidos que generen credibilidad y confianza en los clientes.

- Contamos con procedimientos encaminados a comercializar productos responsables como los de la Promotora de Comercio Social. Monitoreamos la evolución de productos de marca propia como Taeq, para asegurar un valor agregado, especialmente en nuestra oferta de productos de frescos.
- Dando cumplimiento a la ley tenemos una política de buenas prácticas y procedimientos de Contraloría que aseguran un portafolio ético evitando que nuestras operaciones sean cómplices del lavado de activos y la financiación del terrorismo.

Asegurar la privacidad y el uso transparente de la información de nuestros clientes.

Siguiendo nuestro Código de Ética garantizamos que la información de nuestros clientes, que reside en nuestra base de datos, sea confidencial. Tanto los colaboradores que manipulan la información como los proveedores de las herramientas para su utilización firman un acuerdo de confidencialidad riguroso. El área de sistemas tiene todos los controles necesarios para proteger la información.

Asegurar calidad, seguridad y trazabilidad para nuestros productos.

- Contamos con políticas de calidad e inocuidad y con el Manual de Buenas prácticas de manufactura, que junto con los procedimientos relacionados, hacen parte del sistema de calidad propio de la compañía, Sistema de Calidad Alimentaria —SISCA—. También, mediante evaluaciones aleatorias a los proveedores y dependencias de la organización (Industria, Centros de Distribución, almacenes) nos aseguramos de que se esté cumpliendo con la normatividad legal y con los procedimientos internos. Estos lineamientos se complementan con un protocolo para marcas nacionales y propias para el manejo de eventualidades de calidad.
- Estos procedimientos y controles son más exhaustivos para la marca propia.

Utilizar canales, estrategias comerciales y de comunicación responsables incluyendo las actividades de mercadeo.

La compañía está concientizando a las áreas encargadas de este tema, de su responsabilidad en lograr oportunidad en los mensajes tanto en contenidos como en medios y públicos seleccionados.

“Tenemos una gran responsabilidad con los millones de clientes que visitan nuestros puntos de venta: debemos hacerles vivir la sostenibilidad en su cotidianidad al presentarles opciones de productos saludables y nutritivos que ellos puedan incluir en su vida diaria ofreciéndoles empaques más respetuosos con el entorno y en general, brindando un producto, un servicio, un almacén adecuado para cada tipo de cliente. Estamos promoviendo el uso de la bolsa reutilizable y generando cultura en el uso racional del material de empaque. Igualmente, promovemos la compensación de la huella de carbono a través de la siembra de árboles nativos en zonas de riqueza hídrica. A este propósito invitamos a nuestros clientes, quienes pueden sumarse redimiendo sus puntos”.

Carlos Mario Giraldo Moreno,
Presidente operativo del *retail*.

Actuar como
comerciante
responsable
con nuestros clientes



Servicio superior

Trabajamos para que el cliente regrese

Nuestros esfuerzos se concentran en la satisfacción de los gustos y las necesidades de los clientes en toda Colombia, brindándoles el mejor servicio, innovación en actividades, facilidades y productos de calidad.

ASÍ LO HICIMOS

Con actividades comerciales y novedades para todo tipo de clientes

- Lanzamos el servicio Giros Éxito, para que desde nuestras 4.978 cajas registradoras, los colombianos puedan enviar y recibir giros de manera rápida, fácil y segura.
- Para personas sin experiencia crediticia, sin soporte formal de ingresos y sin codeudor se lanzó la Tarjeta Éxito Origen. Así se llegó a sectores de la población que no han tenido acceso a créditos por parte de entidades financieras.
- Acercamos la cultura y los artistas a nuestros clientes, pues nuestra cadena Éxito adelantó la más importante actividad musical del año en el país. El cantante Fonseca vendió su trabajo discográfico *Ilusión* en nuestras tiendas, firmó autógrafos y realizó una gira de 17 conciertos en nuestras instalaciones de 14 ciudades del país.
- Adelantamos eventos para el esparcimiento y conocimiento de productos: Expovinos, Feria del café y el Salón del queso Carulla.
- A través de alianzas diferenciadoras tuvimos para nuestros clientes productos para el hogar de la española Paola Dominguín y una vajilla exclusiva diseñada por la artista colombiana Ana Mercedes Hoyos.
- Los programas de fidelización de Éxito y Carulla se unificaron en una estrategia llamada Suma Puntos para permitir a los clientes acumular en la misma cuenta las compras realizadas en estas dos cadenas y redimirlas aprovechando sus beneficios.
- Viajes Éxito terminó el año con 62 agencias y más de 250.000 clientes, además lanzó su sitio de venta de tiquetes aéreos por Internet www.viajesexito.com
- Seguros Éxito terminó con 62 puntos y más de 580.000 personas aseguradas.
- El Grupo Éxito cerró el 2011 con un total de 15 Estaciones de Servicio Éxito —EDS— en ocho municipios de Colombia.
- Surtimax ofreció descuentos permanentes y actividades como “La caja regalona” que rifa mercados entre sus compradores.



Seguiré siendo cliente del Éxito pues considero que tienen una excelente calidad en el servicio, los empleados del almacén que frecuento, que es el de La Flora en Cali, son muy deferentes en la atención. ¡Esto es lo que marca la diferencia!

Adriana Zambrano Castrillón, clienta de Éxito en Cali

Domicilios

- En la actualidad presta servicio en 10 ciudades de Colombia. Nuestro negocio de éxito.com y Domicilios es un canal en pleno crecimiento; su principal propuesta de valor es ofrecer comodidad, disponibilidad y agilidad en las entregas.
- Por su parte éxito.com atiende 968 poblaciones del país, muchas de las cuales no tienen un almacén Éxito. En 2011 los clientes de éxito.com ahorraron COP\$1.386 millones gracias a las actividades promocionales que desarrolló de manera constante este canal de ventas.



2.480
pedidos
se reciben diariamente en promedio.



2010: 1.200 pedidos diarios

En 2011 nuestros programas de fidelización incluían 4,5 millones de clientes.



Con el nuevo Éxito Tecno los clientes encuentran los *gadgets* para su casa o el entretenimiento.

Tecnología e innovación

- Lanzamos en Bogotá el nuevo formato **Éxito Tecno**, dedicado exclusivamente a artículos de tecnología y entretenimiento.
- Con un revolucionario servicio, **éxito.com** presentó un programa piloto que lleva los almacenes a los clientes quienes podrán comprar a través de sus teléfonos inteligentes en lugares como estaciones de metro y aeropuertos, al escanear el código QR de cada producto disponible.

Con programas en servicio y tecnificación para nuestros empleados

- Garantizamos la calidad en la atención a nuestros visitantes, el conocimiento idóneo de los productos y procesos. De esta manera, nuestros empleados se formaron en:
 - Escuela de cajas.
 - Escuela de frutas, verduras y carnes.
 - Excelencia comercial.
 - Conocimiento de producto.

- Con el objetivo de fortalecer nuestras competencias de servicio superior, formamos al personal de los almacenes en los programas “Gente con éxito” y “Amigos del servicio”. Impactamos a 7.403 personas de la marca Éxito, con una cobertura de 97,27%, y a 2.630 de la cadena Carulla, es decir, 79,7%.

Al promover comunidades y actividades de esparcimiento

- Exploradores Éxito es un programa educativo, pedagógico y lúdico en el que los menores de seis a nueve años que visitan nuestras tiendas pueden disfrutar de un recorrido por el negocio, conocer las actividades que allí se realizan y además, vivir un proceso formativo, de valores, habilidades y capacidades. En 2011 nos acompañaron más de 72.000 niños.
- Con el fin de fomentar actividades que reúnen los intereses de nuestros grupos de clientes, adelantamos iniciativas que promueven su participación y beneficio:

- 733 clientes redimieron sus puntos para asistir a la **Escuela de cocina**, un beneficio exclusivo de Carulla, para que sus clientes de Bogotá aprendan sobre gastronomía y cocina con un grupo de expertos chefs.
- Creamos **comunidades de vinos y bebés** que dan información, descuentos e invitaciones exclusivos a los seguidores.

En el Éxito buscamos beneficios para nuestros clientes en términos de seguridad, facilidades de compra y ahorro de tiempo y dinero.



Nuestras marcas propias ofrecen un portafolio completo que responde a gustos y necesidades de los clientes.

Con una oferta en marcas propias de calidad y con precios asequibles

- Ofrecemos 3.222 productos de marca propia que comprenden 88,52% productos tradicionales (Éxito, Ekono, Surtimax y Porchi), 6,42% de valor (Taeq y Troop X) y 5% *Premium* (Carulla *gourmet*, Excelenze y oferta de Navidad).
- Entendiendo los gustos y necesidades nutricionales de los niños colombianos, creamos para ellos la marca propia de productos de alimentos y

3.222 productos de marca propia elaborados por 504 proveedores.

aseo, Troop X, que se comercializa en nuestras tiendas.

- Tras un análisis de los mercados y necesidades de los clientes, en los últimos dos años hemos lanzado 1.470 productos nuevos en alimentos y 360 en no alimentos para completar el portafolio de nuestras marcas propias.
- Los productos de marca propia son más asequibles ya que, por lo general, son 15% más baratos que el producto líder de la categoría.

Al garantizar la seguridad en nuestras tiendas y dependencias

- Contamos con salas de monitoreo y control de riesgos en Bogotá, la Costa, Cali y Medellín. Asimismo evaluamos 70% de nuestras sedes, e identificamos potenciales amenazas y vulnerabilidades.
- Adelantamos un plan complementario de prevención, control y educación en riesgos. Capacitamos a 6.259 brigadistas.
- Creamos la Coordinación de Judicialización, un área que, con un equipo integral y profesional, se encarga de prevenir el riesgo de pérdidas por hurto.

Nuestras metas para 2012

- Trabajaremos para ampliar el portafolio de marca propia y generar propuestas de valor llamativas, contundentes y económicas.
- Continuar con el plan de expansión de nuestras tres marcas Éxito, Carulla y Surtimax, para llegar a más ciudades y segmentos de la población en Colombia, con ofertas completas de servicios y productos.
- Nuestro canal de ventas por Internet y domicilios creará indicadores y metodologías con el


fin de dar cumplimiento a la disponibilidad, tiempos y promesas de entrega de nuestros productos en los hogares colombianos.

Nos interesamos en la salud de nuestros consumidores

Promovemos una alimentación adecuada y estilos de vida más activos y saludables.

El 68% de nuestras ventas son alimentos. Por eso, comprometidos con los consumidores, incluimos dentro de nuestro portafolio productos que promueven una balanceada alimentación y estilos de vida más sanos.

ASÍ LO HICIMOS

- Ampliamos nuestro portafolio de productos de marcas propias que responde a necesidades de tipo nutricional o de la línea saludable. Entre el 2009 y el 2011 lanzamos 68 referencias.
- El 56,36% de nuestros productos orgánicos marca propia son certificados por entidades internacionales como Ecocert y BCS.
- De la mano de nuestro proveedor Phillipe, desarrollamos **12 referencias de productos de panadería para diabéticos**, que comercializamos en diez puntos de venta de las cadenas Éxito y Carulla.
- El número de productos que han tenido innovación en el segmento de nutrición y salud se ha incrementado.  Tuvimos 99 en 2010 y en 2011 se alcanzó la meta establecida de 125 productos, lo que equivale a 4% de todas las innovaciones; para 2012 se espera llegar a 150.



\$8.458
millones

fueron las ventas totales de productos orgánicos en 2011.



30%

2010: COP\$6.486 millones



Nuestra marca propia Taeq es la más completa en el mercado de productos saludables y orgánicos del país.

Taeq, una marca única en Colombia

Nuestra marca propia Taeq ofrece a los colombianos el portafolio más amplio del país en productos con propiedades nutricionales y orgánicas. Incluye productos bajos en sodio y grasa, reducidos en lactosa y con fibra.

Seguiremos haciendo un trabajo de concientización para incentivar el consumo saludable y de productos de origen natural a través de Facebook y el sitio web www.taeq.com.co

Nuestras metas para 2012

Continuaremos con el desarrollo de productos de nuestra marca Taeq.



Compromiso con la calidad e inocuidad alimentaria

Nos interesa la calidad, seguridad y trazabilidad para nuestros productos y el cumplimiento de las regulaciones vigentes en materia de rotulado y etiquetado.

ASÍ LO HICIMOS

- Más de 30 nuevos productos de Carulla en Bogotá cuentan con el sello de calidad en carnes de Fedegan, que certifica la seguridad alimentaria en carnes.
- Formamos a 10.536 empleados en competencias técnicas exigidas por la normatividad vigente en manipulación de alimentos.
- Inspeccionamos más de 14.000 toneladas de frutas y verduras en los recibos de los centros de distribución.
- Evaluamos la totalidad de los nuevos proveedores de materia prima y producto terminado (marca propia) en el cumplimiento de los requisitos legales vigentes y técnicos.
- Desarrollamos un modelo de evaluación de proveedores marca propia bajo el esquema de *Global Food Safety Initiative – GFSI –* (iniciativa global para la inocuidad alimenticia).
- No se detectó la presencia de salmonela en muestras analizadas de vegetales de consumo directo.



Nuestros empleados están comprometidos con la calidad.

- Realizamos análisis microbiológico y fisicoquímico a 5.934 muestras; 80% de los productos tuvieron resultados aceptables.
- 120 de nuestros proveedores de alimentos en marca propia cuentan con auditoría de calidad, es decir, 76,4%.
- Realizamos auditoría de calidad en 94% de nuestras tiendas.
- Participamos en ocho comités técnicos de normalización convocados por el ICONTEC.

Nuestras metas para 2012

- Buscamos elaborar empaques y envases en materiales seguros y saludables para individuos y comunidades. Para lograrlo, investigaremos con los proveedores de empaques las tendencias y novedades en materiales, tintas, acabados, entre otros.
- Construiremos y socializaremos un programa de formación que brinde a las dependencias relacionadas herramientas que permitan incrementar los resultados de calidad de los productos.
- Iniciaremos el desarrollo de un programa de trazabilidad que facilite la recogida o retiro de productos que ya no sean aptos para el consumo. Para ello nos apoyaremos en el modelo que tiene nuestra Industria de alimentos ya adelantado.

Consumo responsable

Ofrecemos un portafolio de productos que permiten un consumo sostenible (solidarios, ecoeficientes, económicos, entre otros) porque sabemos el impacto que tenemos como cadena de *retail* con amplia presencia en Colombia. Utilizamos certificaciones y estándares reconocidos que generen credibilidad y confianza en los clientes.

ASÍ LO HICIMOS

- Incentivamos la venta de productos ahorradores y amigables con el entorno, apoyando las campañas de nuestros proveedores. Destacamos por ejemplo las lavadoras que cuentan con un sistema de ahorro de 20% de energía y 33% de agua gracias a su proceso de aeroburbujas y micropartículas de plata; los modelos ecoamigables en refrigeración, que no dañan la capa de ozono y las bombillas ahorradoras de la cuales en 2011 se vendieron 1.236.037, es decir, 8% más que en 2010.
- El pescado que vendemos en nuestras tiendas cumple la reglamentación del INCODER en términos de explotación pesquera y control de comercialización.
- En el concurso Proveedores de Éxito tenemos la categoría “Desarrollo Sostenible” que motiva las prácticas y productos responsables social y ambientalmente.



Invitamos a los clientes a consumir productos que contribuyen a tener una vida saludable.

- Realizamos en nuestros almacenes Éxito del país el evento la **Semana de la Tierra**, en el que reunimos proveedores y productos amigables con el medio ambiente en varias categorías. Con el apoyo de las marcas participantes, nuestro objetivo era crear conciencia entre los clientes y fomentar prácticas de cuidado de los recursos naturales.

Uso de información

ASÍ LO HICIMOS

- Conservamos de manera responsable y confidencial la información de los más de 4,5 millones de clientes que forman parte de nuestras bases de datos en los programas de fidelización Puntos Éxito y Supercliente Carulla Pomona. A la fecha no se han adelantado procesos relativos al respeto de la privacidad y fuga de datos personales de clientes, ni se ha realizado el pago de sanciones por este concepto.
- Para garantizar la seguridad de los consumidores y sus transacciones en nuestro sitio de ventas en Internet www.exito.com contamos con la experiencia de Tuya y Pagos *online* para el manejo de

tarjetas. Adicionalmente tenemos la certificación del sitio con McAfee Secure, que permite el monitoreo permanente para identificar amenazas.

Aseguramos la privacidad y el uso transparente de la información de nuestros clientes.

Comunicación con nuestros clientes

Utilizamos canales, estrategias comerciales y de comunicación responsables incluyendo las actividades de mercadeo.

Para entender y conocer a nuestros consumidores establecemos con ellos canales de comunicación que buscan generar respuestas oportunas y que den solución a sus inquietudes.

ASÍ LO HICIMOS

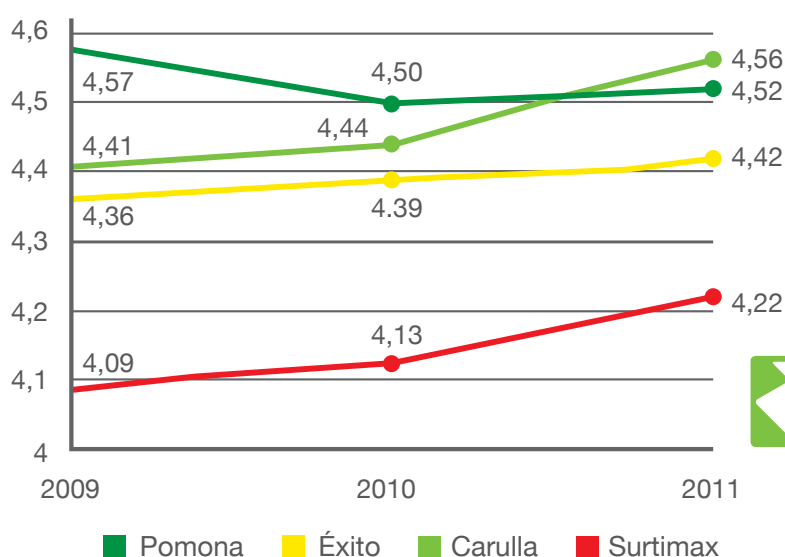
- Trabajamos por un servicio superior, haciendo seguimiento de los sistemas de recolección de información e incorporando sus sugerencias en la toma de decisiones. Para esto contamos con un departamento dedicado a este propósito. A través de las siguientes herramientas e iniciativas canalizamos sus inquietudes:

- ROC (Respuesta Oportuna al Cliente): sistema que nos permite gestionar de manera adecuada los comentarios (sugerencias, quejas, reclamos y felicitaciones) de los consumidores en los puntos de venta Éxito y Carulla-Pomona. **Recibimos 78.181 comunicaciones** por este medio.
- Mediante reuniones y grupos focales con los clientes obtenemos su retroalimentación sobre nuestros procesos y servicios. La marca Éxito realizó cerca de 2.322 charlas con un total aproximado de 31.934 personas asistentes. Carulla, por su parte, hizo 554 eventos con 16.153 clientes. Buscaremos motivar más estas reuniones y mejorar su asistencia.
- Por medio del correo electrónico servicio.cliente@grupo-exito.com recibimos 17.264 comentarios de los consumidores. Nuestra promesa de respuesta es de tres días hábiles.
- Informamos e interactuamos con nuestros clientes a través de las redes sociales Facebook y Twitter.

- Personal de servicio al cliente: nuestros almacenes cuentan con encargados para guiar y asesorar a nuestros visitantes. Adicionalmente, contamos con un departamento de Servicio al Cliente, que atiende y responde inquietudes de manera pertinente.

- A través de medios como correos electrónicos, publicaciones y correspondencia física, Internet y en nuestros propios almacenes informamos sobre ofertas, precios y actividades, que se traducen en beneficio y ahorro para los interesados.

En la auditoría anual que hacemos de la calidad de servicio a nuestros clientes, QSA (Quality Service Audit), obtuvimos la siguiente calificación (sobre 5,0):



La calificación responde a la pregunta “utilizando una escala de 1 a 5, donde 5 significa muy satisfechos y 1 significa muy insatisfecho, en general, qué tan satisfecho quedó usted con el servicio que se le brindó hoy en el almacén que visitó”.

(En Carulla la metodología utilizada es Momentos de verdad)

Nuestras metas para 2012

Ofrecer un servicio superior y de calidad a nuestros clientes. Esto inicia en una cultura interna con nuestros empleados de todas las marcas, brindándole respuesta oportuna a los requerimientos de los compradores, haciendo actividades diferenciadoras. Nuestro foco es trabajar para que el cliente regrese.

“Un negocio tan intensivo y de tanto detalle en su operación como el del comercio tiene muchas oportunidades para volverse más sostenible. Así lo estamos viendo en el Grupo Éxito y por eso, aprovechando el contacto con los clientes, queremos ser multiplicadores de buenas prácticas sostenibles en las cuales ellos puedan participar como el uso de las bolsas reutilizables”.

Carlos Mario Díez Gómez,
Vicepresidente de ventas y operaciones.

¿Qué comprende este pilar y cómo lo gestionamos?

Promover el reciclaje y la gestión adecuada de residuos y escombreo (sólidos, líquidos, orgánicos, entre otros).

- El Grupo Éxito cuenta con una política ambiental que enmarca todos los aspectos relacionados con reciclaje, gestión de residuos y escombreo.
- También la organización cuenta con un Plan Maestro Integral de Residuos Sólidos —PMIRS—, en el que incluimos los procedimientos para el manejo adecuado de residuos sólidos, peligrosos, reciclables, ordinarios y orgánicos. Realizamos periódicamente una evaluación a los gestores y contamos con herramientas para el control de los mismos. Nos acogemos a la declaratoria ambiental (en Antioquia, Costa y Cali) y la declaratoria de diferentes tipos de residuos y vertimientos ante las autoridades ambientales pertinentes.

Reducir el impacto ambiental de los empaques de productos y las bolsas en caja registradora.
Hemos creado un comité de evaluación y seguimiento para la gestión de este asunto.

Participamos en mesas de trabajo con autoridades ambientales y en el interior trabajamos bajo la metodología de las 3R (reducir, reutilizar, reciclar); contamos con programas de reducción de materias primas, recolección y reciclaje de los ganchos en textiles y sustitución de empaques para productos marca propia. También incentivamos el uso de bolsas reutilizables, bolsas para separación por tipo de residuos y promovemos el consumo óptimo de este material de empaque.

Reducir, mitigar y compensar las emisiones de gases de efecto invernadero en las operaciones logísticas y comerciales de grupo.

La gestión de los gases de efecto invernadero es un compromiso presente en nuestras operaciones. Contamos con procesos y procedimientos que les exigen a nuestros proveedores logísticos que los vehículos que trabajan con la compañía no tengan más de cinco años de antigüedad.

Desarrollar un sistema de gestión y monitoreo integral de impactos ambientales propendiendo al uso racional de recursos.

Nuestra gestión ambiental está enmarcada en la política ambiental. La identificación de aspectos e impactos ambientales de cada dependencia se plasma en una matriz y un comité de evaluación y seguimiento se encarga de monitorear el avance y la gestión.

“Como queremos estar cada vez más cerca de los colombianos, tenemos la responsabilidad de que nuestra llegada sea amigable tanto con la comunidad como con el medio ambiente”.

Juan Felipe Yarce Villa,
Vicepresidente de inmobiliaria y desarrollo.



Involucrarse
en la lucha contra
el cambio climático
y en la reducción del
impacto ambiental de las
actividades de la entidad

Nos preocupamos por el medio ambiente

Concebimos nuestro compromiso por el cuidado del entorno en tres grandes frentes: los materiales y recursos que consumimos, y la disposición y aprovechamiento que hacemos de ellos. Las emisiones que generamos y la compensación de las mismas. Y dada la naturaleza de nuestro negocio buscamos que los millones de clientes que nos visitan se vuelvan multiplicadores de prácticas que cuidan el ambiente.

ASÍ LO HICIMOS EN CONSUMO DE MATERIALES Y RECURSOS

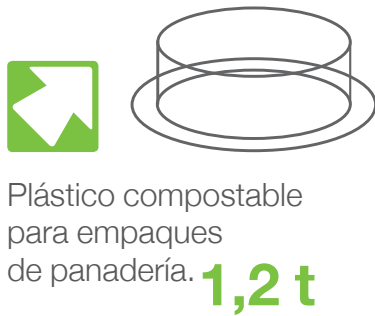
En 2011 consumimos un total de 12.652 t de materiales como aluminio, madera, vidrio, cartón, entre otros.



2009	2010
528 t	647 t



2009	2010
6.041 t	8.075 t



2009	2010
1,8 t	1,0 t



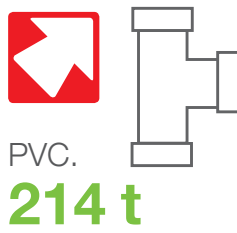
2009	2010
811 t	1.002 t



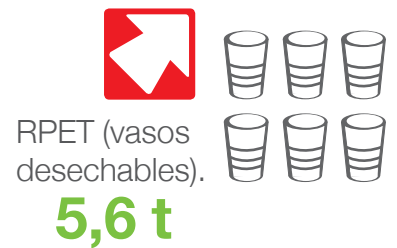
2009	2010
4.491 t	3.691 t



2009	2010
329 t	340 t



2009	2010
139 t	208 t



2009	2010
No se reportó	4,1 t

Consumo de papel

4.652
toneladas

Papel utilizado con fines comerciales - Proveedor Printer de Colombia.

2009	2010
2.438 t	1.117 t



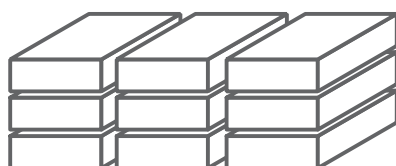
3.097
toneladas

Papel utilizado con fines comerciales - Proveedor Casa Editorial El Tiempo. Tipo de papel periódico 45 g / electrabite 52 g

2010	Meta 2012
2.488 t	3.697 t



Papel utilizado con fines administrativos en resmas de papel de 500 hojas.



48.750
Expresado en resmas de 500 hojas



En el 2011 predefinimos todas las impresoras para imprimir por ambas caras del papel y eso se refleja en la disminución de resmas utilizadas.

	2009	2010	2011	Meta 2012
Papel certificado FSC*	37.660	41.270	22.450	23.000
Papel reciclado	12.455	11.520	26.300	27.000
Total papel utilizado	50.115	52.790	48.750	50.000

Iniciativas de consumo responsable

- En nuestra Industria, por la instalación de tapas en las marmitas se logró una reducción de 21% de la merma en la planta de Delicias. El 90% del portafolio de panadería de Navidad se desarrolló en cajas biodegradables y se eliminaron los domos (cubiertas) plásticos.
- En la cafetería pública de nuestro supermercado Carulla Country de Bogotá implementamos cubiertos y envases más amigables

para disminuir el consumo de plástico e icopor.

- En dos almacenes de la marca Éxito y un almacén de la marca Carulla desarrollamos 21 referencias de empaques desechables elaborados en papel ciento por ciento a partir de pulpa de fibra de caña, ciento por ciento almidón de maíz y RPET, que es un PET recuperado posconsumo.
- Durante 2011 en nuestros centros de distribución Las Vegas y Caribe reparamos todas nuestras estibas

(11.227) con **madera reciclada**. Mejoramos frente a 2010, pues en ese año solo 12% de la madera era reciclada. Incentivamos entre nuestros proveedores el uso de **canastillas plásticas** retornables para la entrega de sus productos, en lugar de cartón. Gracias a esta práctica se dejaron de utilizar 48.443 toneladas de cartón desde 2009.

34.764 canastillas para transporte y surtido fueron fabricadas con material reciclado. Así se ahorró la utilización de 66.051 kg de plástico nuevo.

*PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) es una entidad que promueve la gestión sostenible de los bosques para conseguir un

equilibrio social, económico y medioambiental de los mismos. Tomado de www.pefc.es/pefc.html
FSC (Forest Stewardship Council) es una organi-

zación fundada para promover el manejo responsable de los bosques del mundo. Tomado de www.fsc.org

ASÍ LO HICIMOS EN DISPOSICIÓN DE MATERIALES Y RECURSOS

Más allá de cumplir la normatividad, buscamos de manera permanente cómo crear valor con los materiales que terminan su ciclo útil en la compañía. Así, por ejemplo, generamos recursos a partir del material reciclable que se entrega a la Fundación Éxito y donamos mercancía no comercializable a bancos de alimentos y zoológicos.


Cantidad total de desechos producidos por tipo (en toneladas)

Tipo	2010	2011	Disposición
Reciclaje	18.149	20.880	Reincorporación al ciclo productivo
Ordinarios (relleno sanitario)	14.211	23.495	Relleno sanitario
No peligrosos	58,55	92,56	Incineración
Orgánicos	92,80	524,16	Tratamiento de compostaje
Otros tipos (desgorde, aceite de fritura, donaciones)	2.802	4.614	Donaciones para aprovechamiento
Total de residuos no peligrosos	35.314	49.605,20	
Aprovechamiento	21,91	47,97	Reutilización de materiales
Estabilización (encapsulamiento)	10,64	20,14	Relleno de seguridad
Exportación para disposición final	0,17	7,53	Exportación
Peligrosos	8,17	11,36	Incineración
Total de residuos peligrosos*	40,89	86,99	
Total de residuos	35.355	49.692,18	



Desechos separados con fines de recuperación (en toneladas)

	2009	2010	2011	Meta 2011	Meta 2012
Cartón	12.668	15.633	17.449	15.633	18.540
Plástico	925	1.244	1.570	1.244	1.570
Otros	996	1.272	1.497	1.272	1.264
Total	14.589	18.149	20.515	18.149	21.374

- 
Reciclaje: con nuestro programa interno de reciclaje, **20.515 toneladas de material fueron recuperadas.** Los recursos que genera esta gestión son destinados a la Fundación Éxito para ser invertidos en la primera infancia. Realizamos cambios operativos en el programa los cuales permitieron reducir los costos de personal y generar mayores ingresos. Adicionalmente, el incremento de ventas en la compañía generó un mayor volumen de residuos reciclables.
- Residuos aprovechables:** la cantidad recuperada y reincorporada al ciclo productivo aumentó anualmente a razón de 12%.

Obtuvimos este resultado gracias a nuestra iniciativa de control de pérdidas y a la reutilización de materiales como estibas, canastillas y cajas. En Didetexco implementamos, además, un proceso de reutilización de ganchos con el que recuperamos 1.525.492 unidades, es decir, 14,35% del total.

- Residuos ordinarios:** se presenta un aumento de 65% anual, lo cual demuestra que a pesar de tener más almacenes, la generación se mantiene en los estándares normales.

En Didetexco logramos disminuir los residuos ordinarios e incrementar los reciclables gracias a

un plan de manejo integral de residuos sólidos. Obtuvimos 6.921 toneladas, 37% más que en 2010.

- Residuos orgánicos:** aumentamos los residuos destinados a compostaje. En los almacenes Éxito y Carulla adelantamos un programa de capacitación para incentivar la separación en la fuente de los residuos orgánicos con el fin de aprovecharlos al máximo.



En el 2011 donamos cerca de 187,63 toneladas de alimentos a zoológicos o zocriaderos, presentando un aumento significativo frente al 2010.

*Los residuos peligrosos que el Grupo Éxito genera son, por ejemplo, pipetas de gas refrigerante y medicamentos vencidos. Algunos de estos residuos pueden aprovecharse y a otros hay que darles una disposición segura según la ley.

- **Residuos peligrosos:** para cumplir la normatividad y darles un manejo seguro, identificamos, evaluamos y aprobamos gestores autorizados para su manejo integral (recolección, transporte y disposición final). Por esto se ha producido un aumento de estos residuos y se reporta un total de 86,99 toneladas.

Logramos aumentar el aprovechamiento de residuos peligrosos en más de 50%, disminuimos en más de 10% su incineración. En total contabilizamos 92,49 toneladas de alimentos vencidos.

Las donaciones y el aprovechamiento del aceite de fritura superaron la meta propuesta de 17,33%, porque se aumentó el número de almacenes que entregó el material para la utilización.



Con un pocillo como el de la foto, en las sedes administrativas reemplazamos los vasos plásticos.

Vinculación de nuestros colaboradores

- Entre los colaboradores de las sedes administrativas adelantamos la campaña del “Día sin papel”. El gasto fue de 6.502 impresiones, frente a un promedio diario de 11.081 lo que significa una reducción de 41% durante esa jornada.
- Didetexco adelantó la campaña “Más árboles, menos papel”, que con la ayuda del Comité

Operativo Ambiental (COA) y la Dirección de Informática y Tecnología logró la reducción en 15,59% de las impresiones, es decir, 58.466 hojas en el segundo semestre del año.

- Adelantamos la **Semana de la Tierra** en la sede administrativa de Medellín, promoviendo buenos hábitos de cuidado del planeta entre los más de 1.500 empleados de esta dependencia.

¡Adiós a los vasos plásticos!



Nuestra compañía decidió entregar un pocillo a cada colaborador de sus sedes administrativas con el propósito de eliminar el uso de vasos desechables. Con esta acción esperamos lograr la disminución de 1.700.000 unidades de vasos desechables que se consumían en un año.



Disponemos y clasificamos los residuos en todas nuestras sedes.

ASÍ LO HICIMOS EN EL CONSUMO DE AGUA PARA OPERACIONES

Nuestra empresa está comprometida con la utilización sostenible del recurso hídrico, por lo que contamos con sistemas de monitoreo y gestión del consumo de agua y a su vez, apuntamos a la reducción de vertimientos, aguas residuales y derrames.

En 2011 solo tomamos agua del acueducto.



7.637.380 m³

33%

Acueducto

2010: 11.480.386 m³

2009: 13.427.054 m³

En cuanto a los vertimientos, en 2011 se produce un incremento, lo cual se debe al crecimiento en número de almacenes; para 2012 esperamos se mantenga o disminuya, teniendo en cuenta la implementación de tecnologías para el tratamiento de aguas residuales.

Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos

Descripción	2009	2010	2011
Fuga de tubería de gas natural	0	0	27
Fuga de tubería de gas refrigerante	10	4	2
Fuga de gas propano	15	10	6
Derrame o fuga de sustancias químicas	2	1	6
Derrame de combustible	3	3	3
Total	30	18	44



44%

Nuestras metas para 2012

- Definiremos una política de empaques y envases elaborados en materiales seguros y amigables con el medio ambiente. En la marca propia Taeq y la línea orgánica de frutas y verduras comenzamos a concebir un proyecto de **empaques sostenibles**. La idea es reemplazar las envolturas actuales de poliestireno por materiales renovables como PET reciclado en su totalidad. Ya hemos avanzado en la concientización y en la negociación con los proveedores de empaques flexibles y rígidos termoformados. La implementación de este proyecto tiene costos altos y otras barreras que esperamos superar en 2012.
- Buscaremos reducir 8% la cantidad total de los residuos generados por la compañía y aumentar en 75% los aprovechados y donados. Para ello implementaremos alternativas de su tratamiento y aprovechamiento, haremos más donaciones a zoológicos y zocriaderos y haremos un mayor seguimiento a los residuos generados en los almacenes. Así, lograremos también reducir los costos de la tasa de aseo de la organización.
- Didetexco continuará con el proceso de segregación de residuos sólidos para incrementar los reciclables en 50% y disminuir los ordinarios en 15%; para eso, estamos desde ya implementando una cultura de “no basura” entre los empleados. Seguirá, además, haciendo control de los residuos peligrosos e implementará el PMIR-P (Plan de manejo integral de residuos sólidos-peligrosos). Adicionalmente, buscará aumentar de 1.525.492 unidades a 1.800.000 unidades los ganchos reutilizados, es decir, 16% más.
- Adelantaremos actividades que nos permitan mejorar el manejo actual de los vertimientos realizados a los alcantarillados. Para lograrlo revisaremos los diseños de trampas de grasa de los almacenes, realizaremos adecuaciones físicas, actualización de planos hidrosanitarios y capacitación a los empleados en buenas prácticas en vertimientos.
- Nuestra Industria de alimentos espera mantener los niveles de generación de residuos del año anterior para los orgánicos y reciclables; para los peligrosos reducirá en 5% y en cuanto a ordinarios, se espera una reducción de 7%.
- Didetexco buscará continuar con la disminución de impresiones, hasta alcanzar 50% en el primer semestre de 2012 y 10% en el segundo semestre.



Combatimos el calentamiento global

Trabajamos para reducir, mitigar y compensar las emisiones de gases de efecto invernadero en las operaciones logísticas y comerciales del grupo.

ASÍ LO HICIMOS

Consumo energético total por fuentes en MWh y emisiones equivalentes en toneladas de CO₂.

Consumo energético total por fuentes en MWh

	2009	2010	2011	Meta 2011	Meta 2012
Electricidad	379.821	392.382	414.860	409.102	425.590
Gas natural	55.489	47.282	34.405	29.752	38.813
Aceite combustible, <i>fuel oil</i>	0	0	0	0	0
Diésel	3.176	2.616	2.598	2.249	3.717
Total	438.486	442.280	451.863	441.103	468.120



Emisiones de gases de efecto invernadero GEI asociadas con la energía en t de CO₂ equivalente

	2009	2010	2011
Electricidad	66.468,66	68.666,90	59.326
Gas natural	11.037,92	9.405,46	6.844
Aceite combustible, <i>fuel oil</i>	0	0	0
Diésel	846,198	696,90	692,28
Gasolina	0	0	0
Energías renovables	0	0	47.916
Propano	0	0	0
Otras fuentes	0	0	0
Total emisiones	78.352,78	78.769,27	66.862

Energía

- Logramos reducir el consumo de energía eléctrica en las tiendas que se encontraban con altos índices de gasto. Para conseguirlo, implementamos piezas de comunicación y establecimos metas más retadoras para estos puntos de venta obteniendo ahorros por COP\$1.282 millones. Nuestra meta para 2012 será tener ahorros de COP\$3.400 millones.
- Para desarrollar una cultura responsable de consumo de energía en nuestras dependencias, implementamos un seguimiento a los computadores encendidos en momentos en los que el personal no labora, como en las horas de la noche. Se redujeron en 91% los computadores encendidos en las oficinas administrativas.

Emisiones asociadas al transporte

- Realizamos gestiones continuas con nuestros proveedores de transporte para generar conciencia sobre la prevención de los impactos ambientales e incluimos en los pliegos de licitación requisitos que impactan positivamente en este tema.
- Durante el año trabajamos continuamente para obtener mejoras en la utilización de los vehículos. Incluye aspectos como la conformación de las estibas en los centros de distribución y el llenado óptimo de los camiones. El uso de los vehículos pasó de 74,66% en 2010 a 74,71% en 2011.

Emisiones de gases de efecto invernadero GEI asociadas al transporte (de los almacenes a los establecimientos, incluyendo el parque móvil subcontratado) en toneladas CO₂

Tipo de transporte	2010	2011
Logística de transporte	43.057	307.837



- Para optimizar el número de camiones que llevan los productos a nuestras tiendas, 16 Éxito Express en Bogotá pasaron a ser surtidos en horario nocturno. Así, aumentamos de tres a cuatro el número de puntos de venta atendidos por vehículo, haciendo una logística más eficiente y como hay menos tráfico se producen menos emisiones.

Otras emisiones

NOx	915,62 t
SOx	11,65 t

Gases y emisiones

Consumo de refrigerante por tipo (en toneladas)

	2009	2010	2011	Meta 2011	Meta 2012
CFC (R12)*	0,46	0,24	0,14	La meta era eliminar el consumo en 50% utilizando los refrigerantes sustitutos que no dañan la capa de ozono.	0
HCFC (22 y 123)	55,74	30,91	61,83	0 (No estaba contemplada la adquisición de almacenes que usan este refrigerante).	61
HFC (404A y 134A)	6,76	3,13	8,17	No se tenía meta.	8
Otros refrigerantes (407, 507)	0,24	0,24	0,1		0,1

Disminuimos en más de 55% el uso del refrigerante R12*



Emisiones totales, directas e indirectas, de gases efecto invernadero, en toneladas de CO₂

Emisiones	2009	2010	2011
Totales	70.607	65.976	97.645
Directas	70.607	65.976	66.862
Indirectas	No se reporta	43.057	30.783
Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	23.325	No se reporta	No se reporta

Se realizan mediciones anuales de las emisiones en calderas de la Industria de alimentos para entregar a la autoridad ambiental cumpliendo con los estándares establecidos. Adicionalmente se trabaja con gas natural para evitar el consumo de carbón u otros combustibles.

*El refrigerante R12 causa daños a la capa de ozono.



Buscamos optimizar nuestra ocupación vehicular para disminuir las emisiones.

Nuestras metas para 2012

- Nos proponemos disminuir en su totalidad el consumo de refrigerante R 12. Para ello debemos gestionar el uso de sustitutos y en las reformas de almacenes reemplazar los equipos que utilicen esta sustancia.
- Reduiremos la compra de equipos con freón 22 y nos concentraremos en reducir fugas, mejorando la frecuencia de revisión de los muebles de frío; además, estableciendo indicadores que deberán ser cumplidos en cada regional.
- En temas logísticos buscamos alcanzar una meta de 75% en cuanto a ocupación vehicular (en metros cúbicos). Adicionalmente, utilizar los camiones al 95% en cuanto a posición de estibas. Actualmente estamos al 93,7%.
- Esperamos incrementar el número de almacenes con surtido nocturno.
- Para final del año pretendemos tener un *software* de optimización de rutas que nos permita diseñar los recorridos de la forma más eficiente y que genere ahorros en la operación. Esto se verá reflejado en la disminución de números de viajes en términos relativos.

Excelencia ambiental

El Programa de Excelencia Ambiental de la Secretaría Distrital de Ambiente de Bogotá otorgó, por cuarto año consecutivo, a nuestra Industria de alimentos, el título de “Empresa Élite” por nuestro liderazgo en temas ambientales. Este año Carulla Pepe Sierra inició su camino para lograr esta certificación y alcanzó el nivel III de participación, en el que la entidad aprueba las acciones y programas desarrollados en temas ambientales.

Gastos e inversiones ambientales

Concepto	COP\$millones	
	Inversión	
Tratamiento y disposición de residuos	439	
Tratamiento de emisiones	0	
Remediación de derrames y vertimientos	70	
Personal empleado para educación y entrenamiento	4	
Servicios externos en gestión ambiental	323	
Certificaciones externas en servicios de gestión	9	
Gastos relacionados a “compras verdes”	223	
Pago estudios de ruido y vibración	26	
Pago ilustraciones campaña ambiental	2,8	
Pago concepto técnico autoridades ambientales	1,6	
Tasa de aseo	3.123	
Bolsas, permisos para podas	5,3	
Canecas	219	
Total	4.447	

Nuestros clientes nos ayudan a cuidar el medio ambiente

Con el fin de darle una disposición segura a ciertos residuos que se venden en nuestros almacenes, adelantamos proyectos de posconsumo con nuestros proveedores. La idea es que luego de utili-

zar los artículos, los clientes los devuelvan a los puntos de recolección, algunos ubicados en nuestros puntos de venta, así garantiremos entre productores, comercializadores y usuarios su mejor disposición.

Recogemos en distintos contenedores medicamentos vencidos, pilas alcalinas, envases de plaguicidas domésticos y Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos –RAEES–.

Cantidad total en toneladas de desechos recogidos de clientes por tipo

	2009	2010	2011
Banco de reciclaje	0	2	No se reporta
Plaguicidas domésticos	0,07	0,17	0,26
Fármacos vencidos	0	0,51	1,38
Pilas alcalinas	0	0	0,08
RAEES	0	0	9,78
Baterías de plomo ácido	0	0	0
Total	0,07	2,60	11,50

En alianza con la compañía Lito hicimos recolección de residuos eléctricos y electrónicos (RAEES) entre nuestros clientes. Con esta campaña se recuperaron 9,78 toneladas de estos productos en 2011.



En las bolsas plásticas explicamos cómo disponer los residuos de manera adecuada.

Nuestras bolsas plásticas dan consejos ambientales

Cambiamos los diseños, colores e información de las bolsas plásticas, con el objetivo de adelantar una campaña de racionalización que busca involucrar a los clientes e informarles sobre cómo disponer correctamente los residuos. Así, estos empaques tienen ahora datos claros sobre qué tipo de desecho ubicar en cada uno.

Este proyecto nació de la responsabilidad de la compañía al dar cumplimiento a la Resolución 829 de 2011

promovida por la Secretaría de Ambiente de Bogotá. No solo se implementó en la capital sino que se llevó a todas las cadenas y almacenes del grupo.

Adicionalmente, para disminuir el impacto causado en todo el ciclo de vida de las bolsas plásticas, la organización inició acciones como la disminución de su calibre, de los tamaños y del número de tintas de impresión, así como la capacitación a empacadores.

Número de bolsas de plástico



Distribuidas en los almacenes (gratuitamente)



441 millones

2009	2010	Meta 2012
361	358	Disminuir el consumo de bolsas en 5%

Promovemos entre nuestros clientes el uso de bolsas reutilizables vendiéndolas por un precio económico de COP\$1.250 + 500 puntos adquiridos gracias a nuestros programas de fidelización.

En 2011 los clientes del Éxito redimieron 307.007 bolsas reutilizables, y los de Carulla y Pomona, 96.848.

Árboles que dan vida

Con el programa Mi Planeta Éxito damos la oportunidad a nuestros consumidores de compensar su huella de carbono, pues cada vez que redimen 5.000 puntos sembramos un árbol a su nombre. En el sitio www.miplaneta.exito.com el consumidor puede hacer seguimiento al proceso, cuya verificación está a cargo de Deloitte.

En 2011 nuestros clientes redimieron 32.418 árboles y la compañía sembró 70.000.

Utilizando las redes sociales y en nuestro sitio web www.miplaneta.exito.com hemos comunicado a los consumidores campañas y consejos que invitan a ser más conscientes frente al cuidado del medio ambiente.

La siguiente tabla presenta el listado de beneficiados por las labores de reforestación:

Municipio	Árboles	Especies	Vereda	Beneficiados
San Roque	51.350	Búcaro-Cachimbo, Chocho del árbol, Guácimo, Gualanday, Guayacán amarillo, Ocobo, Nacedero-Madre de agua, Guayacán de Manizales, Cedro de altura	El Táchira, La Pureza, Quiebrahonda, Montemar, San Pablo, Frailes, Los Naranjos, La Malasia, El Brasil, Chorro Claro, San Javier	Dentro de este proyecto las siembras requirieron la participación de 176 personas de las comunidades locales. Adicionalmente han sido más de 9.000 personas beneficiadas por la reforestación y protección de sus acueductos.
Granada	3.650	Ayuelo, Sauce, Acacia, Chirlobirlo, Ciprés, Eucalipto	La Quiebra	88 personas.
Santo Domingo	43.650	Alcaparro gigante, Aliso, Caucho sabanero, Cedro de altura, Dividivi-Dinde de tierra fría, Guayacán de Manizales, Nacedero-Madre de agua, Chocho del árbol, Guayacán amarillo, Ocobo, Búcaro, Guácimo, Gualanday	El Páramo, El Saltillo, El Rosario, El Raudal, El Rayo, Piedra Gorda, Ánimas, Quebrahonda, La Quiebra, Montebello, Santiago	Los procesos de siembra han involucrado la participación de 200 personas de comunidades locales. Casi 5.000 personas fueron beneficiadas por la restauración del recurso hídrico.
Microcuencas San Carlos	18.000	Guayacán, Cedro, Peinemono, Nogal, Samán, Leucaena	Dinamarca, Vallejuelos, Las Cabañas, Charco negro, San Antonio, La Natalia, Vallejuelos, El Vergel.	El proyecto de reforestación permitió la generación de 216 jornales y la sensibilización de alrededor de 320 personas, quienes participaron directa e indirectamente de las siembras.
Microcuencas Guarne	11.000	Chagualo, Aliso, Drago, Cedro, Roble, Guayacán de Manizales, Urapán, Canelo de páramo, Arrayán (Eugenio)	La Pastorcita La Clara El Colorado La Brizuela El Palmar	La reforestación de los 11.000 árboles permitió generar alrededor de 300 jornales y la participación de 27 personas que fueron sensibilizadas durante el proyecto.
San Rafael	33.000	Majagua, Cedrillo, Aceite, Cedro, Abarco, Algarrobo, Soto, Nogal	Quebradahonda La Dorada La Honda La Rápida	Generación de nuevos empleos y oportunidades para la gente del municipio

Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático

Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor consumo de energía no renovable y mayores costos de inversión. • Incremento del consumo de gases refrigerantes por aumento de la temperatura. • Normatividad ambiental más fuerte, sanciones legales, aumentos de los costos por agotamiento de recursos naturales (agua, energía no renovable). • Mayor inversión en compras verdes y tecnologías verdes. • Búsqueda de inversiones para compensación de externalidades generadas por las operaciones del Grupo Éxito.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio a tecnologías de menor consumo energético. • Uso de energías alternativas a bajo costo. • Bonos de carbono, mayores técnicas para la compensación ambiental. • Reconocimiento ambiental en el sector. • Disminución de costos de operación por el uso de tecnologías limpias. • Incentivar el programa de siembra de árboles entre nuestros clientes.



Nuestras metas para 2012

- En 2012 le apostamos a reducir las bolsas plásticas en 5% en Bogotá y para ello adelantaremos capacitaciones para los empleados.
- Para fortalecer nuestra gestión en empaques biodegradables, buscaremos proveedores nacionales e internacionales que cumplan con las especificaciones requeridas y nos permitan ahorrar en costos.

Invitamos a los consumidores a empacar sus compras en bolsas reutilizables.

¿Qué comprende este pilar y cómo lo gestionamos?

Focalizar la inversión social y filantrópica del grupo para que esta sea estratégica, sostenible e inclusiva, fortaleciendo y desarrollando alianzas con otras organizaciones que permitan potenciar el impacto en las comunidades y la sociedad.

- La Fundación Éxito, que canaliza la mayor parte de la inversión social del Grupo, tiene políticas y reglamentos para entregar las donaciones en dinero o en especie (bancos de alimentos).
- Adicionalmente, la Fundación Éxito tuvo un rol activo en el inicio de la Asociación de bancos de alimentos, ABACO.

Contratación de mano de obra local.

Como parte de nuestro compromiso con el desarrollo local, realizamos procesos de selección en los cuales prima la mano de obra de las regiones donde se operará. La gestión de estos procedimientos está a cargo de la Vicepresidencia de recursos humanos.

Ser un ciudadano corporativo ejemplar, que trabaja activamente con sus grupos de interés, se comporta de manera ética, es fiel a sus principios y valores y rinde cuenta de sus acciones.

Contamos con un Código de Ética y de Buen Gobierno y cumplimos con las exigencias de la Superintendencia Financiera y de Industria y Comercio, relacionadas con la información a nuestros grupos de interés. Adicionalmente trabajamos en los procedimientos para participar de manera adecuada y activa en el desarrollo de políticas públicas.

Mantener una cadena de valor inclusiva (pymes).

Contamos con lineamientos específicos para las compras a pymes y proveedores locales y nacionales. Estos lineamientos incluyen una política y un protocolo de negociación, tanto para el ingreso de los proveedores como para la permanencia de los productos. También contamos con el Código de Ética, el Manual de Conflicto de Intereses y el de Proveedores. Previo al ingreso de cualquier proveedor se realiza el chequeo en la lista Clinton. La empresa reconoce que los proveedores pymes han adquirido un mayor índice de calidad en sus productos lo que se refleja en el aumento de las ventas y de la rotación de sus productos.

“Al ser una de las compañías más grandes de Colombia por sus ventas y presencia nacional, el Grupo Éxito tiene el compromiso de ser transparente con la sociedad. Asimismo, queremos hacer parte de las soluciones y por eso, trabajar de la mano del gobierno y de cientos de instituciones en busca del beneficio de la primera infancia, es nuestra demostración de la mejor ciudadanía corporativa”.

Christophe Hidalgo,
Vicepresidente financiero y administrativo.

Actuar por
el desarrollo local
y ser solidarios



Trabajamos por la primera infancia

Focalizamos la inversión social y filantrópica del grupo para que esta sea estratégica, sostenible e inclusiva. Fortalecemos, además, alianzas con otras organizaciones que permitan potenciar el impacto en las comunidades y la sociedad.

A través de la Fundación Éxito nos concentramos principalmente en la atención integral de la primera infancia, enfocados en su apropiada nutrición y en la de las madres gestantes y lactantes. Esta se consolida como la estrategia más fuerte y consistente de la compañía en beneficio del desarrollo de los colombianos.



33.259 niños beneficiados



910 madres gestantes y lactantes atendidas



“El hecho más destacado de 2011 es su excelente labor social a través de la Fundación Éxito. Día a día más niños colombianos de bajos recursos tienen un alimento digno, así se construye un país con equidad y con futuro. ¡Felicitaciones!”

Efraín Redondo Plazas – Administrador Carulla Belmira vía Intranet Infox.



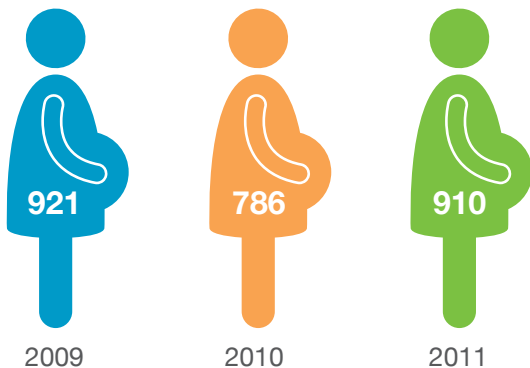
“Lo mejor del año, su éxito con los niños de Colombia”. Gustavo Menotti en Facebook.



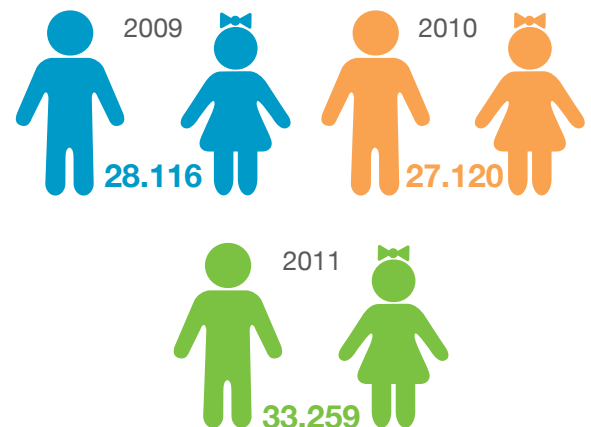
3.054 toneladas de comida donadas a los bancos de alimentos

2010: 3.051 t

Número total de niños y madres gestantes atendidos



Niños atendidos y beneficiados



Superamos la meta de 30.031 niños atendidos que nos habíamos propuesto para 2011, esto gracias al plan de expansión de nuestra organización y a su llegada a nuevos municipios, pues de manera coordinada la Fundación Éxito también llegó con su apoyo a estos territorios. Además, este beneficioso incremento también se dio por la ampliación de la cobertura de nuestros programas para la primera infancia.



Motivamos el juego, pues permite que los niños desarrollen otras capacidades.

ASÍ LO HICIMOS EN APOYO INTEGRAL A LA PRIMERA INFANCIA

- Cofinanciamos la alimentación de niños y madres con atención y seguimiento continuo.
- Adelantamos un programa de **hábitos de vida saludable** para mejorar el consumo de frutas y verduras y para generar rutinas de ejercicio en 21.000 niños de 98 instituciones de diez ciudades del país.
- Brindamos **asesoría a 176 instituciones** para que reorganizaran sus **minutas patrón**, un documento que se convierte en el menú básico que deben ofrecer con el fin de mejorar el consumo de alimentos sanos que contribuyan a la prevención de la obesidad y suplan las deficiencias de vitaminas como la A y de minerales como el hierro y el zinc.
- Desarrollamos dos proyectos de **promoción de lectura** para familias gestantes y niños, ejecutados por Fundalectura y Ratón de Biblioteca. Impactamos en total **630 grupos familiares y a 344 pequeños**.
- Adelantamos un programa de **iniciación musical** con la Corporación Fomento de la Música en Medellín, con el que en el año se da una clase semanal de música a **703 niños de seis instituciones** de educación inicial.
- En alianza con la Universidad Nacional en Bogotá, contamos con un programa de **mejoramiento de las prácticas didácticas** para la niñez a través de formación en neurodesarrollo y política pública de primera infancia. Se capacitaron 20 maestras de diez entidades.
- Con el ánimo de recoger las **mejores prácticas cofinanciadas** en atención integral a la primera infancia, la fundación emprendió, desde 2010, una sistematización de experiencias con la Facultad de Educación de la Universidad de Antioquia. Este proceso permitió identificar enfoques, metodologías y significados que hicieron exitosos una serie de proyectos seleccionados. Así, cerca de diez entidades reconstruyeron sus iniciativas, identificaron sus puntos fuertes y planearon un proceso de transferencia de conocimiento.

En 2011 establecimos las siguientes alianzas que permitieron aunar esfuerzos para mejorar los impactos de nuestras acciones

- Estrategia para la atención integral a la primera infancia de la Presidencia de la República de Colombia “De Cero a Siempre”.
- Foro “Nutrición infantil para la prosperidad de todos” con la vinculación de la Presidencia de la República y como invitado especial el expresidente de Brasil, Luiz Inácio Lula Da Silva.
- Contribuimos con “Abaco”, la Asociación de Bancos de Alimentos, que agremia 19 de estas instituciones en Colombia. Esta busca unificar prácticas y hacer sinergias para fortalecer la gestión de cada uno de sus afiliados; para el 2016 tiene la meta de alimentar a un millón de personas.
- Desde 2010 nos aliamos con las cajas de Compensación Comfenalco Antioquia y Comfandi Valle, la Fundación Smurfit Cartón de Colombia y la Comisión Vallecaucana por la Educación, y con directivos de empresas de Perú y Argentina, para sensibilizar al empresariado latinoamericano sobre la importancia de invertir en la primera infancia.

- En alianza con las fundaciones antioqueñas Fan, Pan, Ximena Rico Llano, Carla Cristina, Solidaria La Visitación, Fraternidad, Sofía Pérez de Soto y Bancolombia, posibilitamos la atención a 16.000 niños con una propuesta de atención integral de calidad.

Nuestro compromiso es con los niños de todo el país

Los recursos que distribuimos no buscan en ningún momento reemplazar las responsabilidades del Estado. Nuestro propósito es complementar y poner a su servicio nuestras capacidades y medios, trabajando en red.

Cada vez que nuestra compañía abre una tienda en un nuevo municipio, la Fundación Éxito también hace presencia y busca identificar instituciones en las que pueda invertir sus recursos para el adecuado desarrollo de la primera infancia. Cuando evaluamos estas entidades tenemos en cuenta requisitos como que trabajen en alianza con el Estado y que tengan la capacidad para ofrecer una atención integral a los niños.

Con el fin de identificar los resultados de los proyectos cofinanciados por la Fundación Éxito y medir el impacto se diseñó un Tablero de Gestión. Esta es una herramienta en ambiente *web*, en la que cada entidad reporta tres veces al año (inicio, semestre y final) la situación de los

niños en cuanto a registro civil, afiliación a la seguridad social, vacunación, desparasitación, seguimiento antropométrico y participación de la familia. Estos reportes se complementan con visitas de funcionarios de la Fundación y con auditorías a la inversión de los recursos.

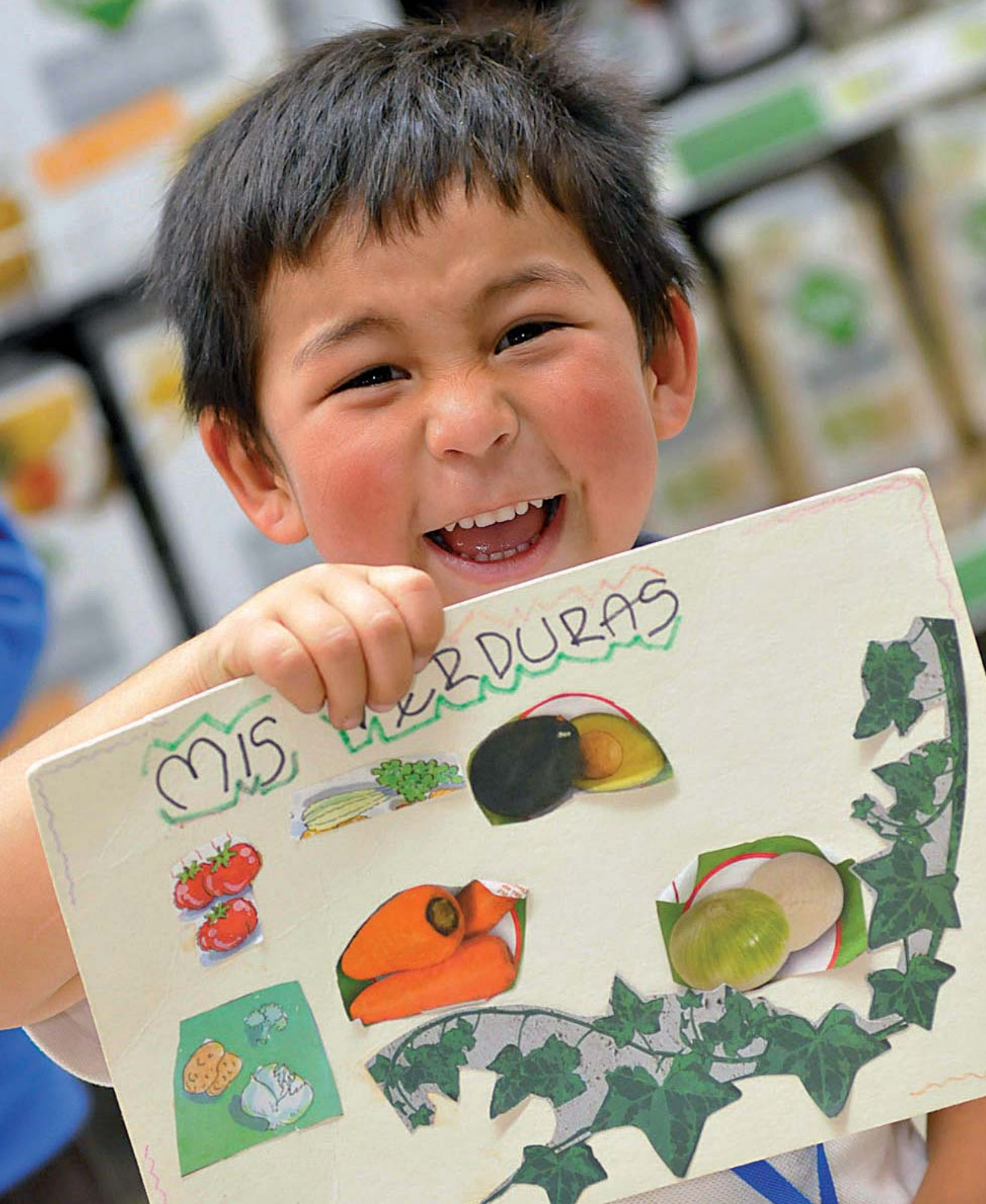
Inversión de la Fundación Éxito por departamentos

Departamento	Inversión 2011 COP\$millones
Antioquia	4.156
Atlántico	588
Bolívar	512
Boyacá	68
Caldas	86
Casanare	5
Cauca	262
Cesar	288
Chocó	105
Córdoba	106
Cundinamarca	3.882
Huila	304
La Guajira	2
Magdalena	129
Meta	265
Nariño	186
Norte de Santander	176
Quindío	93
Risaralda	402
Santander	404
Sucre	64
Tolima	147
Valle del Cauca	950
Total	13.177

Así distribuimos nuestra inversión

Importe dedicado a la solidaridad y al apoyo de asociaciones locales

2009	2010	Meta 2011	2011	Meta 2012
\$ 11.258 millones	\$ 11.330 millones	\$ 11.578 millones	\$ 13.177 millones	\$ 14.195 millones



Los niños beneficiados también aprenden cómo alimentarse de manera sana.



El expresidente de Brasil Luiz Inácio Lula Da Silva entregó los reconocimientos a los tres ganadores del Premio Fundación Éxito por la Nutrición Infantil.

Premio Fundación Éxito por la Nutrición Infantil

Reconocemos las iniciativas de los colombianos que trabajan por la apropiada alimentación de los niños en el país. Por eso, en la octava edición del Premio por la nutrición infantil, organizado por nuestra fundación, destacamos tres categorías. Los ganadores fueron:

- **Fundación FES de Cali - Categoría Investigación.**

Muestra cómo las costumbres regionales apoyan o no la lactancia exclusiva, que debería ser por seis meses y que según la última encuesta Ensin, en Colombia está en 1,8 meses.

- **Fundación Cristo Maestro de Bogotá - Categoría Institucional.**

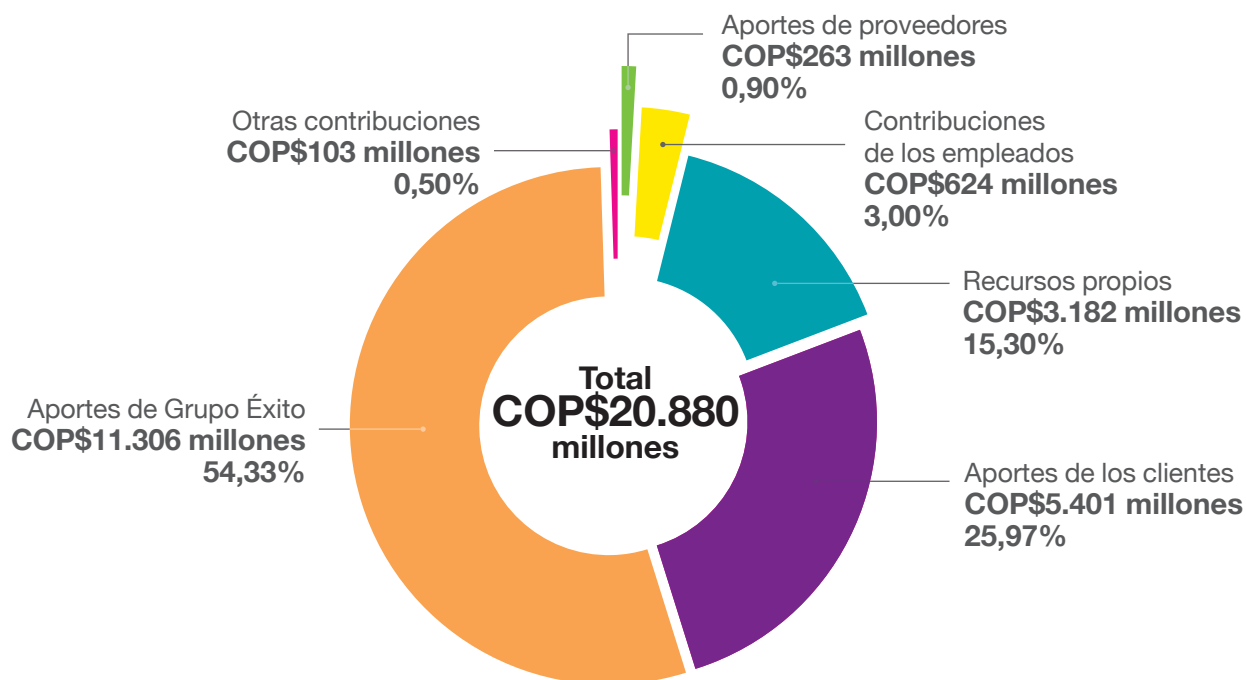
Proyecto que ha hecho una medición nutricional continua durante ocho años para demostrar el mejoramiento de la salud de los niños por medio de programas de educación y complementación alimentaria para menores de seis años, así como el acompañamiento a sus familias.

- **Alcaldía de Pasto con su programa Nidos Nutrir - Categoría Gubernamental.**

Ha sido respaldado por dos administraciones municipales y trabaja en formación a la familia para lograr la recuperación nutricional. Se destaca la unión de la Secretaría de Salud y de Bienestar Social para optimizar recursos públicos en beneficio de los niños.

Recibimos 62 proyectos de 14 departamentos del país para participar en esta iniciativa.

¿De dónde vienen los recursos de la Fundación Éxito?



Cada año la Asamblea de Accionistas de Almacenes Éxito determina un monto de donaciones para la Fundación Éxito, para que esta a su vez lo invierta en nutrición infantil. En el 2011 entregaron COP\$1.600 millones que se ven reflejados en los COP\$11.306 millones de aportes del Grupo Éxito. Además de este dinero, las donaciones del grupo se completan por ejemplo con el programa de reciclaje el cual se incrementó en 2.358 toneladas en 2011. Asimismo, los aportes de los empleados y los clientes también crecieron. Es una verdadera red de solidaridad.

Nuestras metas para 2012

- Para brindar atención integral a la primera infancia en la Fundación Éxito promoveremos hábitos de vida saludable, mejoramiento de programas pedagógicos y promoción de lectura o iniciación musical así:
 - 20.000 niños en hábitos de vida.
- 13.000 con mejor pedagogía.
- 1.500 niños y 600 madres con programas de lectura.
- 700 niños con clases de música.
- Nuestra fundación buscará también fortalecer sus fuentes de financiación obteniendo generación de recursos de cooperación local, nacional e internacional.
- Con formación a los grupos de líderes regionales de la compañía, la Fundación Éxito espera obtener más empleados aliados y promotores de la primera infancia.

Comunicación a favor de la comunidad

Desarrollamos una estrategia de *marketing social* y *marketing con causa*, encaminada a generar beneficio social.

ASÍ LO HICIMOS

- La Fundación Éxito utiliza espacios en nuestros almacenes para promover su gestión y recaudar mayores recursos para invertir en nutrición infantil.
- Comunicamos información de desarrollo sostenible de la compañía y de la Fundación Éxito de manera transparente a los medios de comunicación, logrando que estos a su vez divulguen y promuevan buenas prácticas.
- A través de nuestros medios internos y externos, comunicamos y promovemos acciones de responsabilidad social.
- Facilitamos y promovimos el acceso de los clientes a las bolsas reutilizables con el objetivo de disminuir el impacto de los empaques plásticos.



Por una ciudadanía ejemplar

Pretendemos ser un ciudadano corporativo ejemplar, que trabaja activamente con sus grupos de interés, se comporta de manera ética, es fiel a sus principios y valores, y rinde cuenta de sus acciones.

ASÍ LO HICIMOS

- Nuestra actuación se rige por normas y códigos como el del Buen Gobierno (disponible en la sección de inversionistas del sitio web), el Manual de Conflicto de intereses y uso de información privilegiada, el reglamento de la Junta Directiva, el Acuerdo de Buenas Prácticas, entre otros.
- También contamos con un Código de Ética y Conducta que busca definir un marco de actuación coherente con los valores y principios corporativos del Grupo Éxito, aplicable a todos los empleados, independiente de su cargo o función, cumpliendo con la normatividad vigente y en concordancia con las políticas, normas y procedimientos que ha definido la compañía. En este código se incluyen temas como protección a los derechos humanos, información confidencial; corrupción y soborno; lavado de dinero y uso de información privilegiada; discriminación y denuncia de irregularidades. En la compañía propendemos a garantizar la divulgación y cumplimiento en todos los niveles de la organización de este código de ética. Además, los empleados actuales que asistieron al proceso de reinducción corporativa “Así somos en el Grupo Éxito” firmaron en 2011 un otrosí al contrato de trabajo donde dieron fe del entendimiento y compromiso de cumplimiento. Asimismo, las per-

sonas que firman un nuevo contrato adhieren a este código.

- Existe el correo electrónico etica@grupo-exito.com al cual toda persona que tenga inquietudes, quejas o comentarios sobre el cumplimiento del mismo o sospeche de posibles violaciones, puede escribir. La información recopilada a través de estos medios es tratada confidencialmente, por lo tanto quien la divulgue, total o parcialmente, será objeto de sanciones disciplinarias, de conformidad con el Reglamento Interno de Trabajo y el Código de Ética y Conducta. Se recibieron 49 correos y no se presentaron violaciones que fueran sancionadas.
- Registramos aportes por COP\$331 millones a partidos políticos con el único interés de apoyar el ejercicio transparente y democrático en un año electoral.
- Pagamos de manera cumplida los impuestos nacionales y locales, así:



Nuestro objetivo es ser una empresa ejemplar que se comporta de manera responsable y ética.

Cumplimiento de obligaciones tributarias

Tipo de impuesto	COP\$millones	
	2010	2011
Industria y comercio	58.957	66.671
Predial	17.065	21.413
Renta	31.888	42.637
Al patrimonio	26.101	48.483
Vehículos	17	18
Valor agregado	187.446	212.540
Total	321.474	391.761



22%



La presencia de la compañía en nuevas ciudades generó recursos importantes para municipios en todo el país.

Detalle de pago de impuestos municipales (industria y comercio, predial)

Municipio	COP\$millones	
	2010	2011
Apartadó	356	384
Armenia	147	232
Barrancabermeja	114	348
Barranquilla	5.296	6.007
Bello	1.819	2.001
Bogotá	30.207	36.568
Bucaramanga	1.815	2.330
Buenaventura	299	343
Buga	0	111
Cali	2.896	2.975
Cartagena	2.361	2.508
Caucasia	339	339
Chía	320	349
Cúcuta	1.182	1.295
Envigado	6.166	7.699
Facatativá	206	224
Floridablanca	159	204
Fusagasugá	172	179
Girardot	0	105
Ibagué	449	522
Ipiales	131	134
Itagüí	521	747
Manizales	664	715
Medellín	10.441	10.206
Montería	614	715
Neiva	1.174	1.129
Pasto	646	640
Pereira	711	1.202
Popayán	537	551
Rionegro	421	446
Sabaneta	223	204
Santa Marta	972	1.105
Sincelejo	781	1.187
Soacha	0	115
Sogamoso	221	215
Soledad	277	317
Tunja	308	306
Valledupar	805	897
Villavicencio	1.082	1.241
Zipaquirá	416	291
Yopal	0	230
Otros menores	771	774
Total	76.022	88.084



El monto total de impuestos pagados durante el año 2011 aumentó 22% con respecto al 2010, al pasar de COP\$321.474 a COP\$391.761 millones, debido a la expansión del grupo, el mayor volumen de ventas y al aumento de las utilidades.

Obtuvimos mayor ahorro en impuesto por el beneficio tributario otorgado debido a las inversiones en activos fijos, productores de renta. En este sentido, pasamos de COP\$20.824 millones en 2010 a COP\$25.080 millones en 2011.

Conscientes de nuestros riesgos

Una compañía como el Grupo Éxito debe ir adelante de los posibles riesgos que puedan presentarse. Por eso tenemos un área de riesgos encargada de orientar la gestión de manera adecuada.

La compañía cuenta con un proceso encargado de la identificación, análisis y evaluación de sus principales riesgos dentro de los cuales no solo se consideran los riesgos puros (típicamente asegurables), sino también los riesgos estratégicos, financieros y operacionales.

Los objetivos principales son maximizar la probabilidad y consecuencias de potenciales sucesos positivos, así como minimizar la probabilidad de impacto de aquellos negativos.

Para la gestión adecuada de estos riesgos ha construido herramientas como las que se describen a continuación

- La Dirección de Contraloría y Gestión Integral de Riesgos y Seguros aplica la metodología de Gestión de Riesgos con la Norma Australiana ASNZ4360, alineada a la norma NTC ISO 31000.
- Se cuenta con pólizas corporativas de seguros para amparar el patrimonio de la compañía en eventos catastróficos y de responsabilidad civil, entre otros. Dependiendo del nivel de exposición de la organización, y del costo de la transferencia del riesgo, se toman en consideración niveles aceptables de retención. De igual manera, dependiendo de cada riesgo se emprenden acciones de administración y mitigación que generen una mayor protección.

- Nuestro programa interno de autocontrol, en el que los dueños de procesos evalúan el estado del sistema de control para mitigar los riesgos, cubre 89% de las dependencias de la compañía, en total 500, entre almacenes, áreas corporativas, sedes logísticas, estaciones de servicio e industrias. Adicionalmente, 1.168 responsables del tema fueron capacitados para encargarse de esta responsabilidad. Para el próximo ciclo se fortalecerán los controles para monitorear el riesgo de fraude.

- Mejoramos nuestro modelo de gestión del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo —LA/FT—. También lo logramos al contratar servicios de listas en 50 fuentes y consultas uno a uno para cruce periódico de bases de datos de la compañía y conocimiento de terceros previo a su vinculación; gestionando la asignación de recursos para el área de cumplimiento; identificamos señales de alerta con lo que reportamos 106 casos de operaciones sospechosas a la Unidad de Investigación y Análisis Financiero —UIAF—.

- En diciembre invitamos a los empleados a que donaran a la Fundación Éxito, los regalos de proveedores que podían representar alteraciones en su buen juicio al tomar decisiones. Esto bajo la polí-

tica de recepción de regalos que busca garantizar la transparencia y equidad con todos nuestros aliados comerciales.

Reconocemos nuestros errores

Como integrantes de una comunidad debemos respetar reglas y normas. Se han presentado casos en los que otros ciudadanos, mediante acciones populares, han considerado que hemos violado derechos colectivos por situaciones como no ubicar nuestra publicidad en lugares adecuados y no cumplir en algunos de nuestros almacenes exigencias para el acceso de los discapacitados a los espacios o a los productos. Por eso, en 2011 recibimos 20 sanciones relativas a comunicaciones publicitarias por las cuales pagamos COP\$89 millones.

Asimismo, se presentaron seis sanciones impuestas por entidades gubernamentales que velan por la salubridad pública. Por esto tuvimos que pagar COP\$83 millones. Recibimos 40 casos de reclamaciones por responsabilidad civil de productos o enfermedades producidas por alimentos (ETA). Es una tendencia positiva, pues en 2011 recibimos 29 casos de reclamación menos que en 2009 y 6 menos que en 2010, lo que muestra el trabajo que se ha realizado por la seguridad de nuestros consumidores.

Por su parte, la Superintendencia de Industria y Comercio –SIC– falló 29 casos en los que consideró que incumplimos normas de protección al consumidor. Por esto pagamos COP\$197 millones.

Entre 243.044.005 registros que realizamos en 2011 se presentaron 55 sanciones y multas por incumplimiento de leyes y regulaciones por un valor de COP\$368 millones, este es 0,002% de las transacciones realizadas.

En el Éxito Sincelajo insonorizamos el cuarto donde se encuentran los equipos de refrigeración para evitar incomodar a los vecinos con el ruido que estaba generando y cumplir con la Resolución 627 de 2006. En Éxito San Francisco en Barranquilla se pagaron COP\$1,5 millones por vertimiento a la calzada. Cuando se presentan en otras dependencias casos similares, son atendidos.

Se pagaron COP\$1,6 millones en compensaciones y acciones emprendidas para mitigar afectaciones al medio ambiente. En 2010 pagamos COP\$93,6 millones.

El total de sanciones pagadas en 2011 es de COP\$2.163 millones.

Somos transparentes y gestionamos la rendición de cuentas

- Contamos con una estructura de gobierno corporativo (ver más detalles en la página 38 del Perfil Corporativo) que facilita la transparencia y conduce procesos en este sentido, alineados con las leyes nacionales.
- Nos comunicamos con el Estado a través de agremiaciones de

comerciantes como Fenalco, que nos permiten participar de una forma activa enviando nuestros comentarios u observaciones sobre la nueva normatividad. Así mismo, esta interacción es permanente con la Superintendencia de Industria y Comercio –SIC–, y con otras entidades.

- Realizamos dos reuniones de la asamblea de accionistas. La ordinaria, el 18 de marzo, en la cual se presentaron los estados financieros del ejercicio anterior y se decidió incrementar en 25% los dividendos de los accionistas y la asignación para donaciones. En la reunión extraordinaria realizada el 6 de julio fue aprobado el plan propuesto por la junta de nuestra organización para adquirir los recursos con los que se logró la participación mayoritaria en los supermercados Disco y Devoto en Uruguay. Los accionistas aprobaron también una reforma parcial en los estatutos de la compañía y el pago anticipado de los dividendos correspondientes al ejercicio fiscal del año 2011.
- De acuerdo con lo establecido en nuestros estatutos sociales, dentro de las funciones de la Junta directiva se encuentra la de considerar las propuestas de un número plural de accionistas que represente, cuando menos, cinco por ciento de las acciones suscritas y responderlas por escrito a quienes las hayan formulado, indicando claramente las razones que motivaron las decisiones. Así mismo, cualquier accionista puede informar sus inquietudes o reclamos relacionados con el cumplimiento de los códigos de buen gobierno corporativo. En 2011 no se presentaron recomendaciones o indicaciones por parte de accionistas minoritarios relacionados con el desempeño económico, ambiental y social de la organización.
- Para comunicar los **resultados trimestrales** adelantamos cua-



tro informes, el mismo número de reuniones de los presidentes de la compañía con los inversionistas vía teleconferencia y encuentros con firmas comisionistas.

- Realizamos un *deal road show*, visitamos 114 fondos en 16 ciudades de Europa, Norteamérica y Latinoamérica.
- Fuimos presentadores y asistentes del primer *Colombia Day* en la Bolsa de Nueva York (NYSE).
- Adelantamos 42 reuniones privadas con fondos de inversión y analistas y 27 **conferencias telefónicas**.
- A través de 171 boletines de prensa y la atención de 393



Los accionistas de la compañía reunidos en la Asamblea Ordinaria.

inquietudes de periodistas, logramos la publicación de 6.477 noticias positivas en los medios de comunicación nacionales.

- Nuestro sitio web corporativo www.grupoexito.com.co brindó información actualizada durante todo el año.
- Encontramos en las **redes sociales** como Facebook y Twitter nuevas herramientas de gran eficiencia, que nos permitieron atender y responder las inquietudes de los usuarios en tiempo real. Al cierre de 2011 la página del Grupo Éxito en Facebook alcanzó 22.568 seguidores y la de Twitter, más de 2.500. Adicionalmente se respondieron o “direccionaron” los 9.231 correos electrónicos de las perso-

nas que escribían al *mail* corporativo de la organización.

- Compartimos nuestro **informe anual y memoria de desarrollo sostenible 2010** con 526 personas pertenecientes a nuestros públicos de interés: gobierno, proveedores, clientes especiales y medios de comunicación, entre otros. Así como a los empleados que ayudaron a construirlo. También está en el sitio *web* y en la Intranet Infox
- **Realizamos cinco reuniones** para presentar algunos de nuestros desarrollos comerciales a los vecinos de igual número de poblaciones. Estas fueron Yopal, Ocaña, Magangué y los barrios Aranjuez y Laureles en Medellín, para establecer relaciones transparentes y de respeto con la

comunidad de cada uno de los municipios o zonas en los que la compañía abre un proyecto comercial. Así, dimos a conocer las características de estos desarrollos y escuchamos las expectativas de los ciudadanos y de sus medios de comunicación.

- **Creamos un boletín especial** para contarles a los vecinos todos los avances del proyecto *Viva Laureles*. Se publicó ya la primera edición de este medio, de la que fueron entregados 2.000 ejemplares puerta a puerta. Nuestra meta es seguir acompañando de cerca a la comunidad en su proceso de conocimiento de los nuevos almacenes y desarrollos comerciales.



Nuestras metas para 2012

- Desde la Dirección de Contraloría del Grupo Éxito desarrollaremos el programa de transparencia que incluye una línea para atender estas situaciones. El Comité de Ética será el responsable de hacer seguimiento al cronograma de implementación.
- En coherencia con el principio 10 de Lucha contra la Corrupción del Pacto Global, al cual adherimos en 2011, implementaremos el modelo de gestión del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo guiados por el programa Negocios Responsables y Seguros para empresas del sector real. Comenzaremos además a capacitar a todos los empleados en el tema a través de una herramienta de *E-Learning*.
- Buscamos reducir los procesos y las sanciones impuestas a la organización por la violación a la normatividad legal. Para esto capacitaremos a los empleados, que, por sus funciones, directa o indirectamente, tengan que dar aplicación estricta a la normatividad.

Índice de contenido GRI 3.1

Perfil

1. Estrategia y análisis

- | | |
|--|---------------------------------------|
| 1.1. Declaración de relevancia de la sostenibilidad. | Carta del máximo responsable. Pág. 27 |
| 1.2. Principales impactos, riesgos y oportunidades. | Carta del máximo responsable. Pág. 27 |

2. Perfil de la organización

- | | |
|---|-------------------------------------|
| 2.1. Nombre de la organización. | Portada |
| 2.2. Principales marcas, productos y servicios. | Perfil corporativo. Págs. 10, 21-23 |
| 2.3. Estructura operativa. | Perfil corporativo. Págs. 28-41 |
| 2.4. Localización de la sede principal de la organización. | Pág. 3 |
| 2.5. Dónde opera. | Perfil corporativo. Págs. 10-11 |
| 2.6. Naturaleza de la propiedad y forma jurídica. | Perfil corporativo. Pág. 6 |
| 2.7. Mercados servidos. | Perfil corporativo. Pág. 11 |
| 2.8. Dimensión de la compañía incluyendo número de empleados, operaciones, ventas netas, capitalización total, cantidad de productos y servicios. | Perfil corporativo. Pág. 7 |
| 2.9. Cambios significativos. | Perfil corporativo. Págs. 16-17 |
| 2.10. Premios y distinciones recibidos durante el período. | Perfil corporativo. Págs. 18-19 |

3. Parámetros de la memoria

PERFIL DE LA MEMORIA

- | | |
|---|---|
| 3.1. Período cubierto. | Así construimos nuestra Memoria de Sostenibilidad 2011. Págs. 30 - 33 |
| 3.2. Fecha del informe anterior más reciente. | Primer trimestre 2010 |
| 3.3. Ciclo de presentación del informe. | Anual |
| 3.4. Área de contacto para los temas relativos al informe o su contenido. | Pág. 3. Así se vive la sostenibilidad. Págs. 30-31 |

ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA

- | | |
|---|--|
| 3.5. Proceso de definición del contenido del informe incluyendo materialidad y asuntos para reportar, identificación de <i>stakeholders</i> . Incluir una explicación de cómo la organización utilizó las guías GRI. | Así construimos nuestra Memoria de Sostenibilidad 2011. Págs. 30 - 33 |
| 3.6. Cobertura del informe | Este informe contempla todas las operaciones del Grupo Éxito en Colombia, para el año 2011. Para más información vea: Así se vive la sostenibilidad en el Grupo Éxito. Págs. 30 - 33 |
| 3.7. Limitaciones del alcance o cobertura. | Así se vive la sostenibilidad en el Grupo Éxito. Pág. 33 |
| 3.8. Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente la comparabilidad entre períodos. | Así se vive la sostenibilidad en el Grupo Éxito. Alcance. Pág. 33 |

3.9. Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos.	Así construimos nuestra Memoria de Sostenibilidad 2011. Págs. 30 - 33
3.10. Revisión del cálculo de la información de memorias anteriores.	Solo se calculó de nuevo la información referente a las emisiones de gases de efecto invernadero. En el pilar 4 puede ampliarse la información al respecto.
3.11. Cambios significativos en métodos de valoración de informes anteriores.	Solo se calculó de nuevo la información referente a las emisiones de gases de efecto invernadero. En el pilar p puede ampliarse la información al respecto.
ÍNDICE DEL CONTENIDO GRI	
3.12. Tabla de contenidos GRI.	Presente tabla
VERIFICACIÓN	
3.13. Política y verificación del informe.	El informe es verificado en su totalidad por la Dirección de Contraloría y adjuntamos la declaración de este proceso en la página 35. Adicionalmente toda la información financiera y el informe financiero del Grupo es auditado por la revisoría fiscal externa la cual está a cargo de la firma Ernst & Young.
4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés.	
GOBIERNO	
4.1. Descripción de la estructura de gobierno y comités. Número de miembros independientes y cargos responsables de asuntos sociales, económicos y ambientales. Porcentaje de miembros de máximo órgano de gobierno discriminado por género, edad o minorías representativas.	Perfil corporativo. Págs. 38-41
4.2. Presidente de la junta y su cargo ejecutivo como presidente de la organización.	Perfil corporativo. Pág. 38
4.3. Estructura del máximo órgano de gobierno (junta directiva). Definición de "miembro independiente" o miembro "no-ejecutivo".	Perfil corporativo. Pág. 38
4.4. Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Comunicación con nuestros grupos de interés: Accionistas e inversionistas. Págs. 36-37 En iniciativas de bienestar para empleados y familias. Pág. 57 Somos transparentes y gestionamos la rendición de cuentas. Págs. 111-112
4.5. Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	La Asamblea General de Accionistas señala cada dos años la remuneración correspondiente a los miembros de la Junta directiva, para el período comprendido entre la respectiva reunión ordinaria y la siguiente, en consideración con las responsabilidades y funciones de sus miembros y los honorarios habituales del mercado para este tipo de cargos, la cual no tiene una vinculación con el desempeño de la organización. La retribución de los altos directivos y ejecutivos puede ser variable de acuerdo con el desempeño de la organización.
4.6. Procedimientos para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.	Perfil corporativo. Pág. 39
4.7. Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos. Incluye consideraciones de género.	Para el mejor desarrollo de sus funciones, los miembros de Junta directiva deberán cumplir con requisitos de trayectoria profesional, formación académica y de experiencia nacional e internacional, así como contar con suficiente conocimiento del sector comercial. Al ser nombrados por primera vez, los mismos tendrán acceso a información suficiente para conocer la sociedad, su equipo directivo, el sector <i>retail</i> en el que desarrolla sus negocios, así como las responsabilidades, obligaciones y atribuciones inherentes al cargo.
4.8. Declaración de misión, visión, valores, código de conducta y principios relevantes.	Perfil corporativo. Págs. 12-13
4.9. Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	Dentro de las funciones de la Junta directiva se encuentra la de establecer las políticas de la compañía en los diferentes órdenes de su actividad, especialmente en materia comercial, económica, financiera y laboral; adoptar planes y presupuestos para el desarrollo de los negocios sociales, y dictar normas y reglamentos para la organización y el funcionamiento de todas las dependencias de la sociedad. Para cumplir esta función, la Junta cuenta con comités de trabajo, cuyo objetivo es la formulación de recomendaciones en estas materias; es así como dichos comités realizan informes periódicos que presentan a la Junta, para que esta a su vez tome las decisiones pertinentes. Adicionalmente, la Junta directiva podrá contratar, a solicitud de cualquiera de sus miembros, un asesor externo para contribuir con elementos de juicio necesarios para la adopción de determinadas decisiones, que por su naturaleza, lo ameriten.
4.10. Mecanismos de autoevaluación de la Junta directiva.	Desde 2011 se ha evaluado la posibilidad de implementar dichos mecanismos pero actualmente no existen. Se considerarán en 2012.

COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS

4.11. Adopción del principio de precaución.	Nuestra empresa acoge iniciativas ambientales que, alineadas al principio de prevención, aseguran nuestra sostenibilidad ambiental y la del planeta. En el pilar 4 detallamos nuestro compromiso con el cambio climático y la protección del medio ambiente. Págs. 86-87.
4.12. Programas sociales, económicos y ambientales desarrollados externamente.	Así se vive la sostenibilidad en el Grupo Éxito. Págs. 30 - 31
4.13. Principales asociaciones a las que pertenece la organización o entes nacionales o internacionales a los que la organización apoya.	Perfil corporativo. Pág. 6

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

4.14. Relación de los grupos de interés que se han incluido y mención de los mismos.	Comunicación con nuestros grupos de interés. Págs. 36-37
4.15. Metodología de selección de grupos de interés.	Los grupos de interés mencionados en el informe son aquellos que se consideran prioritarios para el Grupo Éxito. Se caracterizan por ser aquellos con los que el Grupo tiene mayores responsabilidades ya sean formales (asumidas en relación contractual) o informales. Asimismo son los grupos que ejercen mayor influencia en el negocio y en la consecución de objetivos. Finalmente los grupos de interés identificados y abordados en este informe se caracterizan también por ser los más próximos a nosotros en términos físicos o en términos de dependencia de la organización para el funcionamiento diario. Comunicación con nuestros grupos de interés. Págs. 36-37
4.16. Criterios para la selección de grupos de interés.	Los grupos de interés mencionados en el informe son aquellos que se consideran prioritarios para el Grupo Éxito. Se caracterizan por ser aquellos con los que el Grupo tiene mayores responsabilidades ya sean formales (asumidas en relación contractual) o informales. Asimismo son los grupos que ejercen mayor influencia en el negocio y en la consecución de objetivos. Finalmente los grupos de interés identificados y abordados en este informe se caracterizan también por ser los más próximos a nosotros en términos físicos o en términos de dependencia de la organización para el funcionamiento diario.
4.17. Preocupaciones recogidas de los grupos de interés.	Así construimos nuestra Memoria de Sostenibilidad 2011. Págs. 30-31

5. Enfoques de gestión (EG)

EG EC Enfoque de gestión económico (EC)

Aspectos	Desempeño económico.	Perfil corporativo. Pág. 7
	Presencia en el mercado.	Perfil corporativo. Pág. 11
	Impactos económicos indirectos.	Pretendemos ser un ciudadano corporativo ejemplar, que trabaja activamente con sus grupos de interés, se comporta de manera ética, es fiel a sus principios y valores, y rinde cuenta de sus acciones. Págs. 109-110 Selección, promoción y capacitación. Págs. 50-51 Los socios comerciales le dan vida al negocio. Págs. 66-67 Crecen con nosotros. Pág. 69 Apoyamos el desarrollo de nuestros proveedores locales. Pág. 71 El Grupo Éxito ha identificado sus impactos en la sociedad y el ambiente a través de los años; en particular la capacidad de generar empleo directo e indirecto, de dinamizar sectores económicos a través de la contratación y compra de bienes y servicios, y de ampliar la oferta de bienes de consumo en regiones donde anteriormente existía una oferta más reducida. Todo esto está relacionado con el desarrollo económico de zonas alejadas de los principales centros urbanos del país. Aunque en algunos casos puede considerarse local lo que suceda en el interior de Colombia, el Grupo Éxito busca impactar de manera directa e indirecta zonas con límites mucho más reducidos y se refiere a local cuando los bienes y servicios o la mano de obra proviene de la región donde está la operación. En particular identificamos la capacidad de contratación directa e indirecta, la de contar con cadenas de abastecimiento inclusivas y responsables, la inversión en infraestructura local cercana a los almacenes, el pago de obligaciones legales que generan ingresos significativos para cada región y los aportes de inversión social que se hacen directamente y a través de la fundación.

EG EN Enfoque de gestión ambiental (EN)		
Aspectos	Materiales.	Materiales y recursos. Pág. 88
	Energía.	Emisiones y energía. Pág. 93
	Agua.	Involucrarse en la lucha contra el cambio climático y en la reducción del impacto ambiental de las actividades de la entidad. Pág. 86. Consumo de agua para operaciones. Pág. 92.
	Biodiversidad.	<i>No se reporta este indicador, ni se pretende reportar en un futuro, debido a que los impactos directos sobre la biodiversidad se han considerado insignificantes dada la naturaleza urbana del negocio. En la actualidad las operaciones se encuentran lejos de áreas biodiversas importantes.</i>
	Emisiones, afluentes y residuos.	Emisiones y energía. Pág. 93
	Productos y servicios.	Involucrarse en la lucha en contra del cambio climático y en la reducción del impacto ambiental de las actividades de la entidad. Págs. 86, 88, 94-97
	Cumplimiento.	Reconocemos nuestros errores. Págs. 111-112
	Transporte.	Emisiones y energía. Pág. 94
	General.	Involucrarse en la lucha en contra del cambio climático y en la reducción del impacto ambiental de las actividades de la entidad. Pág. 86
EG LA Enfoque de gestión laboral (LA)		
Aspectos	Empleo.	Qué comprende este pilar y cómo lo gestionamos. Pág. 46
	Relaciones laborales.	Qué comprende este pilar y cómo lo gestionamos. Pág. 46
	Salud y seguridad ocupacional.	Qué comprende este pilar y cómo lo gestionamos. Pág. 46
	Entrenamiento y educación.	Qué comprende este pilar y cómo lo gestionamos. Pág. 46
	Diversidad e igualdad de oportunidades.	Qué comprende este pilar y cómo lo gestionamos. Pág. 46
	Remuneración equitativa para hombres y mujeres.	Qué comprende este pilar y cómo lo gestionamos. Pág. 46
EG DH Enfoque de gestión derechos humanos (DH)		
Aspectos	Prácticas de inversión y abastecimiento.	Derechos en el trabajo. Así lo hicimos. Pág. 63
	No discriminación.	Derechos en el trabajo. Así lo hicimos. Pág. 63
	Libertad de asociación y negociación.	Derechos en el trabajo. Así lo hicimos. Pág. 63
	Trabajo infantil.	Derechos en el trabajo. Así lo hicimos. Pág. 63
	Trabajo forzoso.	Qué comprende este pilar y cómo lo gestionamos. Pág. 46. Derechos en el trabajo. Así lo hicimos. Pág. 63
	Prácticas de seguridad.	Qué comprende este pilar y cómo lo gestionamos. Pág. 46 Condiciones de salud y seguridad en el trabajo. Pág. 60
	Derechos de los indígenas.	<i>No se reporta en el informe ni se pretende reportar en un futuro, dado que el Grupo Éxito ha identificado que no tiene impactos significativos en las comunidades indígenas por operación directa. Del mismo modo no se ha identificado que haya impactos indirectos en este grupo poblacional.</i>
	Evaluación de riesgo organizacional.	Comprometidos con la responsabilidad a lo largo de la cadena de valor. Pág. 73
	Remediar impacto negativo.	Por una ciudadanía ejemplar. Así lo hicimos. Págs. 109-110

EG SO		Enfoque de gestión sociedad (SO)
Aspectos	Comunidad.	
	Corrupción.	Por una ciudadanía ejemplar. Págs. 109-110
	Política pública.	Actuar por el desarrollo local y ser solidarios. Por una ciudadanía ejemplar. Págs. 109-110.
	Comportamiento de competencia desleal.	Actuar por el desarrollo local y ser solidarios. Por una ciudadanía ejemplar. Págs. 109-110
	Cumplimiento.	Por una ciudadanía ejemplar. Pág. 109-110
EG PR		Enfoque de gestión responsabilidad sobre producto (PR)
Aspectos	Salud y seguridad del consumidor.	Promovemos una alimentación adecuada y estilos de vida más activos y saludables. Pág. 81
	Etiquetado de productos y servicios.	Compromiso con la calidad. Cumplimos al ciento por ciento los siguientes requerimientos legales: Rotulado general: Resolución 5109 de 2005 (Ministerio de la Protección Social); registro sanitario artículo 41 del Decreto 3075 (Ministerio de la Protección Social), Resolución 16379 de 2003 de la Superintendencia de Industria y Comercio bajo el amparo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Rotulado o etiquetado nutricional: Resolución 333 de 2011 (productos empacados que declaren propiedad nutricional).
	Mercadeo y comunicaciones.	Utilizamos canales, estrategias comerciales y de comunicación responsables incluyendo las actividades de mercadeo. Pág. 85
	Privacidad del consumidor.	Aseguramos la privacidad y el uso transparente de la información de nuestros clientes. Pág. 84
	Cumplimiento.	Comité de auditoría. Pág. 38

6. Lista de indicadores

Económicos

Desempeño económico

EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos de operación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Perfil corporativo. Pág. 7. Valor económico generado y distribuido. Pág. 42
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Gastos e inversiones ambientales Pág. 96. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático. Pág. 99
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Remuneración e incentivos: Compensación variable. Pág. 62
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Por una ciudadanía ejemplar, así lo hicimos. Pág. 110
Presencia en el mercado		
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local discriminado por género, en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Colaboradores por tipo de empleo. Pág. 49 Remuneración, incentivos y programas de bienestar. Págs. 56-58

EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Los socios comerciales le dan vida al negocio. Págs. 66, 67, 71,73
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Ser un actor solidario y actuar por el desarrollo local. Pág. 100
Impactos económicos indirectos		
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie.	Ser un actor solidario y actuar por el desarrollo local. Pág. 100
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	<p>Pretendemos ser un ciudadano corporativo ejemplar, que trabaja activamente con sus grupos de interés, se comporta de manera ética, es fiel a sus principios y valores, y rinde cuenta de sus acciones. Pág. 109</p> <p>Selección, promoción y capacitación. Págs. 50-51</p> <p>Los socios comerciales le dan vida al negocio. Págs. 66-67</p> <p>Crecen con nosotros. Pág. 69</p> <p>Apoyamos el desarrollo de nuestros proveedores locales. Págs. 71-72</p> <p>El Grupo Éxito ha identificado sus impactos en la sociedad y el ambiente a través de los años; en particular se ha identificado la capacidad de generar empleo directo e indirecto, de dinamizar sectores económicos a través de la contratación y compra de bienes y servicios, y de ampliar la oferta de bienes de consumo en regiones donde anteriormente existía una oferta más reducida. Todo esto está relacionado con el desarrollo económico de zonas alejadas de los principales centros urbanos del país.</p> <p>Aunque en algunos casos puede considerarse local lo que suceda en el interior de Colombia, el Grupo Éxito busca impactar de manera directa e indirecta zonas con límites mucho más reducidos y se refiere a local cuando los bienes y servicios o la mano de obra proviene de la región donde está la operación.</p> <p>En particular identificamos la capacidad de contratación directa e indirecta, la capacidad de contar con cadenas de abastecimiento inclusivas y responsables, la inversión en infraestructura local cercana a los almacenes, el pago de obligaciones legales que generan ingresos significativos para cada región y los aportes de inversión social que se hacen directamente y a través de la Fundación Éxito.</p>
Medio ambiente		
Materiales		
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Así lo hicimos en consumo de materiales y recursos. Pág. 88
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	Así lo hicimos en consumo de materiales y recursos. Residuos aprovechables. Pág. 90
Energía		
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Combatimos el calentamiento global. Así lo hicimos. Pág. 93
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	<p>Combatimos el calentamiento global. Pág. 93</p> <p>La principal fuente de energía indirecta utilizada proviene del consumo de electricidad; esta no es generada directamente por la organización y es adquirida de terceros.</p>
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Combatimos el calentamiento global. Así lo hicimos. Pág. 93
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	<i>No se reporta en el informe ni se pretende reportar en el futuro dada la naturaleza del negocio del Grupo Éxito en donde la mayoría de productos provienen de terceros. Los ahorros energéticos generados por estos deben ser reportados por los fabricantes. En cuanto a los productos marca propia, la mayoría son de las categorías alimentos, frescos y textil que no requieren energía para su funcionamiento.</i>
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	Combatimos el calentamiento global, Energía. Pág. 93

Agua	
EN8 Captación total de agua por fuentes.	Consumo de agua para operaciones. Pág. 92 El agua consumida en las operaciones proviene del servicio de acueducto municipal o distrital.
EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Consumo de agua para operaciones. Pág. 92
EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Consumo de agua para operaciones. Pág. 92
Biodiversidad	
EN11 Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de un alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	<i>No se reporta este indicador ni se pretende reportar en el futuro dado que las operaciones del Grupo Éxito están ubicadas en zonas urbanas donde no se han identificado espacios naturales o protegidos.</i>
EN12 Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios.	<i>No se reporta este indicador ni se pretende reportar en el futuro dado que las operaciones del Grupo Éxito están ubicadas en zonas urbanas donde no se han identificado espacios naturales o protegidos, razón por la cual no existen impactos sobre la biodiversidad en espacios protegidos o no protegidos.</i>
EN13 Hábitats protegidos o restaurados.	<i>No se reporta este indicador ni se pretende reportar en el futuro dado que las operaciones del Grupo Éxito no suponen una responsabilidad sobre restauración de hábitats o protección de los mismos, dado que la empresa no opera o afecta ninguno de los anteriores.</i>
EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	<i>No se reporta este indicador ni se pretende reportar en el futuro dado que las operaciones de nuestra empresa no suponen impactos sobre la biodiversidad dada la naturaleza y características del negocio. Nuestra responsabilidad ambiental se refleja en las demás temáticas reportadas, y se han planificado acciones para gestionar dichos impactos.</i>
EN15 Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la lista roja de la UICN y en listados nacionales, y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	<i>No se reporta este indicador ni se pretende reportar en el futuro dado que la operación de nuestra empresa no afecta a especies en peligro de extinción dada su ubicación alejada de zonas donde habitan estas especies.</i>
Emisiones, efluentes y desechos	
EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Así lo hicimos. Pág. 94
EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Así lo hicimos. Pág. 94
EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Así lo hicimos. Pág. 94
EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	Así lo hicimos. Pág. 94
EN20 NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	Así lo hicimos. Pág. 94
EN21 Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Consumo de agua para operaciones. Pág. 92
EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Así lo hicimos en disposición de materiales y recursos. Págs. 90-91
EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Consumo de agua para operaciones. Pág. 92
EN24 Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados, que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	Así lo hicimos en disposición de materiales y recursos. Págs. 90

EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitat relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	<i>No se reporta este indicador ni se pretende reportar en el futuro debido a que nuestro día a día no implica la afectación de recursos hídricos o hábitats relacionados como consecuencia de nuestra operación.</i>
Productos y servicios		
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	Así lo hicimos en disposición de materiales y recursos. Págs. 88-91
EN27	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	Desechos separados con fines de recuperación (kg). Pág. 90 Este indicador se analiza teniendo en cuenta que la responsabilidad de recuperación de los empaques recae en el fabricante de los productos. En consecuencia, solo consideramos relevante los productos marca propia. La información reportada corresponde a empaques secundarios que han sido reciclados y reutilizados, respondidos en la tabla de la página 90.
Cumplimiento		
EN28	Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Reconocemos nuestros errores. Págs. 111-112
Transporte		
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Pág. 94 Parcial
General		
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	Gastos e inversiones ambientales. Pág. 96
Prácticas laborales y ética del trabajo		
Empleo		
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, contrato, género y región.	Así se compone nuestro grupo de colaboradores. Págs. 48-49
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	Promoción y oportunidades laborales. Pág. 53
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	Beneficios para colaboradores de jornada completa. Págs. 56-63
Relaciones laborales		
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Derechos en el trabajo. Pág 63
LA5	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	Procesos y cambio organizacional. Pág. 62 En la actualidad no existe un período mínimo de preaviso para cambios organizacionales. Es práctica común y sucede en todos los casos, que se informa al sindicato antes de que los cambios sucedan; en caso de generarse impactos negativos en los colaboradores las acciones realizadas son concertadas conjuntamente.
Salud y seguridad ocupacional		
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo. Págs. 60-61 El ciento por ciento de los trabajadores está representado en el COPASO
LA7	Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y género.	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo. Así lo hicimos. Págs. 60-61

LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo, Así lo hicimos. Págs. 60-61
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Los asuntos de salud y seguridad cubiertos por la convención colectiva son auxilios monetarios al momento de parto, en caso de nacimiento de un hijo(a), auxilio monetario cuando se han formulado anteojos por la EPS o por entidades aprobadas y reconocidas, compensación monetaria en caso de incapacidad por enfermedad general mientras no sea reconocida por la EPS y hasta por 6 meses, compensación monetaria de 100% del salario en los primeros tres días de incapacidad proveniente de enfermedad común si no lo paga la EPS, servicios farmacéuticos y de primeros auxilios correspondientes a la instalación y dotación de botiquines en almacenes y bodegas de acuerdo con la recomendación y/o asesoría de la ARP.
Entrenamiento y educación		
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado y género.	Desarrollamos y promovimos a nuestra gente. Así lo hicimos. Pág. 52 Se ha hecho el desglose por las categorías que se consideran más significativas dentro del análisis de materialidad del Grupo Éxito.
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua, que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que los apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Desarrollamos y promovimos a nuestra gente, Así lo hicimos. Págs. 52-53
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Desarrollamos y promovimos a nuestra gente. Pág. 53
Diversidad e igualdad de oportunidades		
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Perfil corporativo, órganos de gobierno corporativo. Págs. 38-41
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional discriminado por locaciones geográficas de operación significativa de la empresa.	Así se compone nuestro grupo de colaboradores. Pág. 49
LA15	Índice de retención y de retorno de personal femenino después de licencia de maternidad. GRI 3.1.	<i>En 2011 el sistema de información del Grupo Éxito no tenía las variables incluidas que permitieran obtener el indicador. Para 2012 se van a incluir las variables en el sistema y nos aseguraremos de reportarlo.</i>
Derechos humanos		
Prácticas de inversión y abastecimiento		
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos, que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Derechos en el trabajo. Así lo hicimos. Pág. 63 En los acuerdos de inversión que involucran adquisiciones, el proceso de <i>due diligence</i> incluye evaluación de asuntos laborales como el trabajo infantil y la seguridad social; esto quiere decir que la adquisición de las cadenas uruguayas Disco y Devoto pasaron por un proceso de evaluación como el descrito.
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas, que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	Comprometidos con la responsabilidad a lo largo de la cadena de valor. Pág. 73
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	Desarrollamos y promovimos a nuestra gente. Así lo hicimos. Tabla Pág. 52. Derechos en el trabajo. Así lo hicimos. Pág. 63
No discriminación		
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	No se reportaron incidentes de discriminación durante el período de reporte. Los mecanismos de monitoreo se describen en el pilar 1. Pág. 51

Libertad de asociación y negociación colectiva	
HR5 Actividades de la compañía o de proveedores en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	<p>Derechos en el trabajo. Pág. 63</p> <p>Contamos con la política de calidad y la de gestión, selección y monitoreo de proveedores, donde se incluyen temáticas de derechos humanos, estándares sociales y ambientales. La correcta gestión del desempeño de nuestros proveedores asegura una relación sostenible a largo plazo.</p> <p>El Grupo Éxito ya ha definido un proceso para el monitoreo de este asunto el cual se aplica a los proveedores de importados IRTS. Adicionalmente, con la auditoría de productos marca propia se evalúan asuntos de responsabilidad social y gestión ambiental. Hasta el momento no se ha identificado la existencia del riesgo por lo que tampoco ha sido necesario tomar medidas al respecto.</p>
Trabajo infantil	
HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	<p>Derechos en el trabajo. Pág. 63</p> <p>Comprometidos con la responsabilidad a lo largo de la cadena de valor. Pág. 73</p>
Trabajo forzoso	
HR7 Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	<p>Derechos en el trabajo. Pág. 63</p> <p>Comprometidos con la responsabilidad a lo largo de la cadena de valor. Pág. 73</p> <p>Contamos con la política de calidad y la de gestión, selección y monitoreo de proveedores, donde se incluyen temáticas de derechos humanos, estándares sociales y ambientales. La correcta gestión del desempeño de nuestros proveedores, asegura una relación sostenible a largo plazo.</p> <p>El Grupo Éxito ya ha definido un proceso para el monitoreo de este asunto el cual se aplica a los proveedores de importados IRTS. Adicionalmente con la auditoría de productos marca propia se evalúan asuntos de responsabilidad social y gestión ambiental. Hasta el momento no se ha identificado la existencia del riesgo por lo que tampoco ha sido necesario tomar medidas al respecto.</p>
Prácticas de seguridad	
HR8 Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o los procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	<p>En 2009 - 374, en 2010 - 568, en 2011 - 615 superando la meta de 600 que nos habíamos planteado. En 2012 esperamos formar a 1.500 personas.</p>
Derechos de los indígenas	
HR9 Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	<p><i>No se reportan incidentes relacionados con violaciones de derechos indígenas. Adicionalmente se considera que este asunto no es material por las razones expresadas anteriormente en los enfoques de gestión.</i></p>
HR10 Porcentaje o número total de operaciones que han sido objeto de revisión y/o impacto en materia de derechos humanos (Core de GRI 3.1).	<p>El Grupo Éxito cumple a cabalidad con la legislación; adicionalmente los lineamientos organizacionales descritos en las políticas, códigos, protocolos y manuales, son lineamientos que van más allá de la legislación. Por tales motivos no se ha considerado necesario, hasta el momento, realizar una evaluación de impactos en derechos humanos. En 2012 se evaluará este asunto para así avanzar con el compromiso asumido al firmar el Pacto Global.</p>
HR11 Número total de quejas relacionadas con temáticas de derechos humanos abordadas y resueltas por medio de mecanismos formales (Core de GRI 3.1).	<p>Por una ciudadanía ejemplar, Así lo hicimos. Págs. 109-110</p> <p>En 2011 no se presentaron quejas relacionadas con derechos humanos.</p>
Sociedad	
Comunidad	
SO1 Porcentaje de operaciones de la empresa que ha involucrado a la comunidad local, ha realizado análisis de impactos y programas de desarrollo.	<p>Somos transparentes y gestionamos la rendición de cuentas. Págs. 111-112</p> <p>Cuando el Grupo Éxito abre una operación en una zona nueva, se realizan diálogos con la comunidad, con las autoridades y se buscan instituciones que la Fundación pueda ayudar. En los proyectos de escala mayor como el de Viva Laureles, se hace un involucramiento y comunicación con la comunidad para recibir sus comentarios y mantenerlos informados sobre el avance del proyecto.</p>

Corrupción	
SO2	<p>Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.</p> <p>Conscientes de nuestros riesgos. Págs. 112-113 Se evalúa el ciento por ciento de las operaciones del Grupo Éxito</p>
SO3	<p>Porcentaje de empleados formados en las políticas y los procedimientos anticorrupción de la organización.</p> <p>Por una ciudadanía ejemplar. Pág. 109</p>
SO4	<p>Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.</p> <p>Por una ciudadanía ejemplar. Pág. 109</p>
Políticas públicas	
SO5	<p>Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de <i>lobbying</i>.</p> <p>Fundación Éxito. Pág 8. Así apoyamos el desarrollo integral de la primera infancia en 2011. Pág. 104</p>
SO6	<p>Valor total de los aportes financieros y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.</p> <p>Por una ciudadanía ejemplar. Pág. 109</p>
Comportamiento de competencia desleal	
SO7	<p>Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.</p> <p>No se presentan acciones de este tipo durante el período de reporte.</p>
Cumplimiento	
SO8	<p>Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.</p> <p>Reconocemos nuestros errores. Págs. 111-112</p>
SO9	<p>Operaciones con potencial significativo de impacto negativo o impacto negativo reconocido en comunidades locales (Core GRI 3.1).</p> <p>Reconocemos nuestros errores. Págs. 111-112</p>
SO10	<p>Medidas implementadas en las operaciones de prevención y mitigación de impactos negativos potenciales o reconocidos en las comunidades locales (Core GRI 3.1).</p> <p>Reconocemos nuestros errores. Págs. 111-112</p>
Responsabilidad sobre producto	
Seguridad y salud del consumidor	
PR1	<p>Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en los que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a estos procedimientos de evaluación.</p> <p>Nos interesamos en la salud de nuestros consumidores. Pág. 81 Compromiso con la calidad. Págs. 82-83 Nuestras bolsas plásticas dan consejos ambientales. Pág. 97</p>
PR2	<p>Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.</p> <p>Reconocemos nuestros errores. Págs. 111-112</p>
Etiquetado de productos y servicios	
PR3	<p>Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a estos requerimientos informativos.</p>

PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Reconocemos nuestros errores. Págs. 111-112
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	Utilizamos canales, estrategias comerciales y de comunicación responsables incluyendo las actividades de mercadeo. Así lo hicimos, satisfacción al cliente. Pág. 85
Comunicaciones de <i>marketing</i>		
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de <i>marketing</i> , incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	Las actividades de <i>marketing</i> se realizan en el marco de la legislación del país. En la actualidad el Grupo Éxito no ha adherido a iniciativas voluntarias que incluyan este asunto.
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de <i>marketing</i> , incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Reconocemos nuestros errores. Págs. 111-112
Privacidad del cliente		
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Aseguramos la privacidad y el uso transparente de la información de nuestros clientes. Pág. 84
PR9	Costo de aquellas multas significativas, fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Reconocemos nuestros errores. Págs. 111-112

Índice principios Pacto Global y COP advanced

Principio Pacto Global	Referencia/comentario
Principio 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.	<p>a. Código de Ética con prohibición expresa a la violación de derechos humanos dentro de nuestra empresa.</p> <p>b. Formación a todos los niveles de colaboradores sobre derechos humanos.</p>
Principio 2. Las empresas deben asegurarse de que no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.	<p>a. Auditorías a lo largo de nuestra cadena de valor para asegurar los derechos humanos en nuestros proveedores.</p> <p>b. Requisitos para inversión de capitales del Fondo Futuro que incluyen el cumplimiento a los derechos humanos.</p>
Principio 3. Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	<p>a. Nuestra empresa cuenta con un sindicato fortalecido y con contacto directo a los máximos órganos de gobierno.</p>
Principio 4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	<p>a. Monitoreamos constantemente nuestras operaciones y las de nuestros proveedores para asegurar que no existe el trabajo forzoso en nuestra cadena de valor.</p>
Principio 5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	<p>a. Tenemos como compromiso empresarial el trabajar por la erradicación del trabajo infantil en el país. En cambio, ejecutamos programas de nutrición y educación para niños.</p>
Principio 6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.	<p>a. Nuestro Código de Ética prohíbe expresamente la discriminación.</p> <p>b. Contamos con programas de formación que, además de orientar a nuestros colaboradores de todos los niveles sobre temáticas de discriminación, promueven los canales de la empresa para quejas y reclamos sobre esta temática.</p>
Principio 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	<p>a. Nuestras iniciativas ambientales son en conjunto prácticas que apuntan a un enfoque preventivo que favorece el medio ambiente. Monitoreamos el consumo responsable de agua y nuestra gestión apunta a la reducción de GEI y destructores de la capa de ozono.</p> <p>b. Gestionamos adecuadamente los desechos, vertimientos y residuos de nuestro negocio, promoviendo una cultura de reciclaje, reutilización y reducción.</p>
Principio 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	<p>a. Contamos con iniciativas orientadas a la conciencia ambiental, como la distribución de bolsas reciclables y reutilizables, y la mitigación del impacto ambiental a través de nuestros programas de siembra de árboles</p>
Principio 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	<p>a. En 2011, distribuimos líneas de productos más responsables con el medio ambiente, especialmente en electrodomésticos.</p>
Principio 10. Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.	<p>a. Nuestra empresa ha incluido la corrupción y el soborno como prácticas inaceptables dentro del Código de Ética. Gestionamos y monitoreamos estas temáticas a través de todos los niveles de la operación, y la corrupción ha sido mapeada como uno de los riesgos que deben ser constantemente gestionados.</p>

Requisitos COP ADVANCED
(Comunicación de progreso avanzado)

Referencia/comentario

ESTRATEGIA, GOBERNANZA Y COMPROMISO

CRITERIO 1: La COP describe aspectos claves de la estrategia de sostenibilidad de los niveles más altos de la compañía, alineado con los principios del Pacto Global.

Mejores prácticas cumplidas

Impacto de las tendencias de sostenibilidad más amplio, desde la perspectiva a largo plazo y el rendimiento financiero de la organización.	En la descripción de la construcción de la memoria se describe el análisis de impactos de la sostenibilidad en nuestro negocio.
Los principales riesgos y oportunidades de sostenibilidad en el corto y mediano plazo (3-5 años).	Se han identificado riesgos en las temáticas ambientales, sociales y económicas a lo largo del informe.
Impacto social y ambiental de las actividades de la organización. Estrategia global para manejar los impactos de sostenibilidad, riesgos y oportunidades en el corto y mediano plazo (3-5 años).	Se han reportado iniciativas e indicadores de los impactos ambientales y sociales de nuestra operación y se han identificado retos para manejar dichos impactos.
Indicadores claves de desempeño para medir el progreso.	Estamos alineados con indicadores de desempeño GRI y propios de nuestra organización.
Los principales éxitos y fracasos durante el período.	Hemos descrito nuestros avances positivos y hemos reconocido nuestras oportunidades de mejora.

CRITERIO 2: La COP describe el proceso efectivo de toma de decisiones y los sistemas de gobernanza para la sostenibilidad corporativa.

Mejores prácticas cumplidas

Participación y rendición de cuentas de la gestión de los directivos en la estrategia de sostenibilidad corporativa y su implementación alineada con principios del Pacto Global.	
Estructura de gobierno corporativo (Junta directiva o equivalente) y su papel en la supervisión de la ejecución de sostenibilidad corporativa en línea con los principios del Pacto Global.	Se han descrito de manera detallada los procesos y las estructuras de la empresa para la gestión de la sostenibilidad.
Estructuras de evaluación e incentivo ejecutivo, que promueven la estrategia de sostenibilidad en línea con los principios del Pacto Global.	

CRITERIO 3: La COP describe el compromiso con todos los grupos de interés importantes.

Mejores prácticas cumplidas

Lista de grupos de interés comprometidos por la empresa.	Hemos identificado a nuestros principales grupos de interés dentro de nuestra gestión de la sostenibilidad y hemos evaluado nuestra relación con los mismos.
Proceso para la identificación e involucramiento de los grupos de interés.	
Resultados del involucramiento de los grupos de interés.	Mantenemos un canal abierto de diálogo con nuestros grupos de interés internos, resaltando la importancia de las negociaciones con sindicatos. Los resultados de este proceso han sido incluidos en nuestro informe.
Proceso de incorporación de aportes de los grupos de interés en la estrategia corporativa y la toma de decisiones empresariales.	Contamos con comités de participación y canales de diálogo con nuestros grupos de interés, resaltando la participación de nuestros colaboradores para la toma de decisiones en materia de sostenibilidad.

OBJETIVOS Y TEMAS DE LA ONU

CRITERIO 4: La COP describe las acciones adoptadas en apoyo a los objetivos y temas más amplios de las Naciones Unidas.

Mejores prácticas cumplidas

Adopción o modificación de la estrategia de negocio y procedimientos operativos para maximizar la contribución a los objetivos y temas de las Naciones Unidas.

Desarrollo de productos, servicios y modelos de negocios que contribuyan a los objetivos y temas de las Naciones Unidas.

Inversiones sociales y contribuciones filantrópicas que coinciden con las competencias básicas de la organización, el contexto de operación y estrategia de sostenibilidad.

Dentro de nuestro involucramiento con comunidades locales y gestión de la Fundación Éxito, hemos realizado donaciones orientadas a la nutrición infantil y a bancos de alimentos.

Apoyo público sobre la importancia de uno o más objetivos de la ONU.

Contamos con programas de apoyo para la mejora en las condiciones de la primera infancia.

Proyectos de colaboración y acciones colectivas en apoyo de los objetivos y temas de las Naciones Unidas.

IMPLEMENTACIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS

CRITERIO 5: La COP describe compromisos firmes, estrategias o políticas en el área de derechos humanos.

Mejores prácticas cumplidas

Referencia a los convenios internacionales pertinentes y otros instrumentos internacionales (por ejemplo, la Declaración Universal de los derechos humanos).

Nuestro informe de sostenibilidad destaca la protección de los derechos humanos de manera transversal, tanto en decisiones de inversión y políticas y programas para nuestros colaboradores.

Reflexión sobre la importancia de los derechos humanos para la empresa.

Política empresarial sobre los derechos humanos, por escrito (por ejemplo, en el Código de Ética y Conducta).

Nuestro Código de Ética y Conducta está alineado con los derechos humanos identificando temas fundamentales como la no discriminación dentro de nuestras operaciones.

Declaratoria pública sobre las expectativas de cumplimiento de los derechos humanos de los colaboradores, socios comerciales o actores implicados directamente en las operaciones, productos o servicios.

Declaratoria pública disponible y comunicada para todo el personal externo e interno, socios comerciales y otros actores relevantes.

La firma del Pacto Global ha sido detallada en este informe, que está disponible para todos nuestros grupos de interés.

CRITERIO 6: La COP describe los sistemas de gestión eficaces para integrar los principios de derechos humanos

Mejores prácticas cumplidas

Mecanismos de debida diligencia actualmente implementados que incluyen una evaluación de riesgos de impacto actual o potencial en materia de derechos humanos.

Sensibilización y capacitación interna sobre derechos humanos para la gestión y los empleados.

Contamos con programas de formación en materia de derechos humanos para todos los niveles de nuestros colaboradores.

Mecanismos de reclamo, canales de comunicación y otros procedimientos (por ejemplo, mecanismo de denunciantes) para informar inquietudes o solicitar asesoramiento.

Contamos con un buzón de sentimientos y canales *on-line* de quejas y reclamos para casos donde se haya considerado una potencial violación de los derechos humanos.

Asignación de responsabilidades y rendición de cuentas para dar respuesta a los impactos de derechos humanos.

Contamos con un Comité de Ética responsable de la evaluación de todos los casos que sean considerados como violaciones a nuestro Código de Ética y Conducta.

Toma de decisiones interna, presupuestal y monitoreo para la efectiva supervisión de la respuesta a los impactos en materia de derechos humanos.

Procesos para proveer o remediar de impactos negativos en materia de derechos humanos que han sido causa de la empresa o en los que la empresa ha colaborado.

CRITERIO 7: La COP describen mecanismos eficaces de seguimiento y evaluación de integración de los derechos humanos.

Mejores prácticas cumplidas

Sistema de monitoreo sobre la efectividad de mecanismos orientados a la implementación de políticas relacionadas a los derechos humanos, incluyendo la cadena de suministro.

Contamos con sistemas de evaluación y auditoría de nuestros proveedores que incluyen temáticas de derechos humanos.

Monitoreo que incluye retroalimentación externa e interna, incluyendo los grupos de interés afectados.

Revisión por parte de la dirección, del monitoreo y mejoras en los resultados.

Procesos para gestionar incidentes.

CRITERIO 8: La COP describe resultados claves de la integración de los derechos humanos.

Mejores prácticas cumplidas

Resultados de procesos de debida diligencia.

Este informe contiene datos e iniciativas que han sido resultado de la gestión de la protección de los derechos humanos en nuestras operaciones.

Reportes externos y formales de reporte de operaciones que presenten un riesgo severo de impacto en los derechos humanos.

Divulgación de los principales incidentes que involucren a la empresa.

En este informe hemos reconocido los principales errores en nuestra gestión en el año reportado.

Resultado de procesos para remediar impactos negativos en derechos humanos.

IMPLEMENTACIÓN DE LOS PRINCIPIOS LABORALES

CRITERIO 9: La COP describe compromisos firmes, estrategias o políticas en el área laboral

Mejores prácticas cumplidas

Referencia a los convenios internacionales pertinentes y otros instrumentos internacionales (por ejemplo, Fundamentos de la OIT).

Reflexión sobre la importancia de los principios laborales para la empresa.

Uno de nuestros compromisos más significativos, es el reconocimiento de la importancia de los derechos laborales y beneficios para nuestros trabajadores. Hemos declarado nuestro enfoque de gestión en los diversos asuntos relacionados con los principios laborales.

Política empresarial sobre los principios laborales, por escrito (por ejemplo, en el Código de Ética y Conducta).

Contamos con un Código de Ética y Conducta que es el marco para nuestros principios laborales.

Inclusión de estándares laborales mínimos en contratos con proveedores y otros socios comerciales relevantes.

Compromisos y metas para los años especificados.

CRITERIO 10: La COP describe los sistemas de gestión eficaces para integrar los principios laborales.

Mejores prácticas cumplidas

Evaluación de riesgo e impacto en el área laboral.

Asignación de responsabilidades y rendición de cuentas para dar respuesta a los estándares laborales.

Sensibilización y capacitación interna sobre estándares laborales para la gestión y los empleados.

Contamos con programas de formación sobre estándares laborales para todos los niveles de nuestros colaboradores, donde incluimos de manera detallada los derechos y responsabilidades de las personas que componen nuestra empresa.

Mecanismos de reclamos y canales de comunicación y otros procedimientos para reportar preocupaciones o solicitar orientación.

Contamos con un buzón de sentimientos y canales *on-line* de quejas y reclamos.

CRITERIO 11: La COP describe mecanismos eficaces de seguimiento y evaluación de integración de los principios laborales.

Mejores prácticas cumplidas

Sistema de seguimiento y medición del desempeño basado en indicadores de desempeño estandarizados.

Auditorías u otros mecanismos para monitorear y mejorar el desempeño de empresas en la cadena de valor.

Revisión por parte de la dirección del monitoreo y mejoras en los resultados.

Vicepresidencia de recursos humanos a cargo del señor Juan Felipe Montoya Calle.

Procesos para gestionar incidentes

CRITERIO 12: La COP describe los resultados claves de la integración de los principios laborales.**Mejores prácticas cumplidas**

Resultado de la debida diligencia y esfuerzos de seguimiento para asegurar el derecho de libre asociación y negociación colectiva.

Nuestro informe destaca la reconfiguración del sindicato y el diálogo con el mismo.

Resultados de la debida diligencia y esfuerzos de seguimiento para eliminar el trabajo forzoso.

Resultados de la debida diligencia y esfuerzos de seguimiento para eliminar el trabajo infantil.

Resultados de la debida diligencia y esfuerzos de seguimiento para eliminar la discriminación.

Nuestro informe destaca el hecho de que como parte de nuestra debida diligencia a través de las políticas y los programas para eliminar la discriminación, este año no hemos recibido ninguna queja o reclamo alineada con la violación de este principio.

Divulgación de los principales incidentes que involucren a la empresa.

IMPLEMENTACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN AMBIENTAL**CRITERIO 13: La COP describe compromisos firmes, estrategias o políticas en el área de administración ambiental.****Mejores prácticas cumplidas**

Referencia a los convenios internacionales pertinentes y otros instrumentos internacionales (por ejemplo, la Declaración de Río sobre el ambiente y el desarrollo)

Reflexión sobre la importancia del manejo ambiental para la empresa.

Hemos identificado la importancia de la gestión del medio ambiente para nuestra empresa mediante la determinación de políticas, programas, procedimientos y mecanismos para reducir nuestro aporte al cambio climático.

Política empresarial sobre la administración ambiental, por escrito.

Inclusión de estándares ambientales mínimos en contratos con proveedores u otros socios comerciales.

Compromisos y metas concretas para los años especificados.

Hemos reportado nuestros resultados y hemos establecido retos y metas para la gestión sostenible de nuestro impacto en el ambiente en el futuro.

CRITERIO 14: La COP describe los sistemas de gestión eficaces para integrar los principios ambientales.**Mejores prácticas cumplidas**

Evaluación de riesgo e impacto ambiental.

Destacamos en nuestro informe el hecho de haber identificado en una matriz nuestros riesgos ambientales. Además hemos reconocido y evaluado nuestro impacto ambiental en temas como agua, GEI, gases destructores de la capa de ozono, desechos y vertimientos.

Evaluación del impacto y ciclo de vida de los productos, asegurando políticas de manejo responsable de la gestión del fin del ciclo de vida.

Asignación de responsabilidades y rendición de cuentas dentro de la organización.

El área de Gestión ambiental, adscrita a la Vicepresidencia de recursos humanos, centraliza la información ambiental y realiza acompañamiento técnico a todas las dependencias de la compañía. La rendición de cuentas de los asuntos ambientales se hace también desde esta área.

Sensibilización y capacitación interna para la gestión ambiental para administrativos y empleados.

Mecanismos de reclamos y canales de comunicación y otros procedimientos para reportar preocupaciones o solicitar orientación en temas ambientales.

CRITERIO 15: La COP describe mecanismos eficaces de seguimiento y evaluación de la integración del manejo ambiental.

Mejores prácticas cumplidas

Sistema de seguimiento y medición del desempeño basado en indicadores de desempeño estandarizados.

Contamos con indicadores de gestión estandarizados para temas como agua, emisiones, energía, desechos y vertimientos y uso de materiales.

Revisión, por parte de la dirección, del monitoreo y de las mejoras de los resultados.

Procesos para gestionar incidentes.

Auditorías u otros mecanismos para monitorear y mejorar el desempeño de empresas en la cadena de valor.

CRITERIO 16: La COP describe los resultados clave de la integración de los principios ambientales.

Mejores prácticas cumplidas

Indicadores de uso de materiales y energía.

Hemos reportado los indicadores en el informe.

Indicadores de emisiones, efluentes y desechos.

Hemos reportado los indicadores en el informe.

Indicadores de las iniciativas de la compañía para promover la responsabilidad ambiental.

Hemos reportado los indicadores en el informe.

Indicadores de desarrollo y difusión de tecnologías amigables con el medio ambiente.

Divulgación de los principales incidentes que involucren a la empresa.

IMPLEMENTACIÓN DE MEDIDAS ANTICORRUPCIÓN

CRITERIO 17: La COP describe compromisos firmes, estrategias o políticas en el área de anticorrupción.

Mejores prácticas cumplidas

Declaratoria formal y pública sobre cero tolerancia ante la corrupción.

Compromiso de cumplimiento con todas las normas legales anticorrupción incluyendo la implementación de procedimientos para conocer la ley y monitorear los cambios.

Establecemos en el informe nuestro compromiso con toda legislación nacional y los mecanismos de monitoreo para asegurar cero corrupción en nuestra operación.

Declaratoria de alineación con los marcos legales regionales e internacionales, como por ejemplo la Convención de la ONU contra la corrupción.

Evaluación de riesgo de áreas potenciales de corrupción.

Políticas detalladas para áreas de alto riesgo de corrupción.

Hemos identificado áreas de potencial corrupción dentro de nuestra matriz de riesgos.

Política anticorrupción relacionada con los socios comerciales.

CRITERIO 18: La COP describe los sistemas de gestión eficaces para integrar los principios anticorrupción.

Mejores prácticas cumplidas

Apoyo del liderazgo organizacional a la anticorrupción.

La firma dal Pacto Mundial constituye un compromiso del liderazgo organizacional con la anticorrupción, de donde se derivan procesos y mecanismos para gestionar este asunto.

Procedimientos de recursos humanos en apoyo al compromiso o política de anticorrupción, incluyendo comunicaciones y entrenamientos para los colaboradores.

Incluimos dentro de nuestros procesos de formación temáticas y prácticas para este asunto.

Relaciones de poder internas para asegurar la consistencia del compromiso anticorrupción.

Acciones tomadas para promover la implementación de compromisos anticorrupción en los socios comerciales.

Gestión del compromiso y rendición de cuentas para la implementación del compromiso o política anticorrupción.

Comunicaciones o canales y mecanismos de seguimiento para reportar preocupaciones o buscar orientación.

Cargos relacionados con la gestión de los riesgos de corrupción (Directora de contraloría), financieros (Jefe gestión integral de riesgos y seguros) y de la seguridad física (Director de protección de recursos)

Contabilidad interna y procesos de auditoría relacionados con la anticorrupción.

CRITERIO 19: La COP describe mecanismos eficaces de seguimiento y evaluación de integración de los principios de anticorrupción.

Mejores prácticas cumplidas

Revisión, por parte de la dirección, del monitoreo y de las mejoras de los resultados.	La revisión del monitoreo y resultados está a cargo de la Directora de contraloría, el Jefe gestión integral de riesgos y seguros y del Director de protección de recursos.
Proceso para hacer frente a incidentes.	
Casos públicos-legales concernientes a corrupción.	
Uso de verificación externa para los programas anticorrupción.	

CRITERIO 20: La COP describe los resultados claves de la integración del principio anticorrupción.

Mejores prácticas cumplidas

Resultados de evaluaciones de potenciales áreas de corrupción, cuando sea apropiado.	Hemos reportado los resultados de nuestros mecanismos de autocontrol.
Resultados de mecanismos de reporte de preocupaciones y solicitudes de orientación.	
Indicadores de procedimientos de recursos humanos que apoyen la política o compromiso anticorrupción.	Reportamos indicadores de procedimientos de formación a nuestro talento humano.
Divulgación de los principales incidentes que involucren a la empresa.	

IMPLEMENTACIÓN EN LA CADENA DE VALOR

CRITERIO 21: La COP describe la implementación de los principios del Pacto Mundial en la cadena de valor.

Mejores prácticas cumplidas

Análisis del riesgo de sostenibilidad, oportunidad e impacto en la cadena de valor, en el proceso de abastecimiento y en la comercialización.	Hemos reconocido nuestra responsabilidad como comerciante responsable con nuestros proveedores y hemos detallado indicadores e iniciativas para cumplir este requisito.
Política para la cadena de valor, incluyendo para proveedores y contratistas.	Hemos descrito las políticas evaluadas en nuestra cadena de valor, incluyendo temas relativos a los principios del Pacto Global.
Comunicación de las políticas y expectativas de los proveedores y otros socios comerciales.	
Mecanismos de monitoreo y verificación para el cumplimiento en la cadena de valor.	Hemos descrito las auditorías realizadas en nuestra cadena de valor.
Entrenamientos y otro tipo de construcción de capacidades con proveedores y otros socios comerciales.	

TRANSPARENCIA Y VERIFICACIÓN

CRITERIO 22: La COP aporta información sobre el perfil de la empresa y el contexto operativo.

Mejores prácticas cumplidas

Estructura legal, incluyendo la estructura de cualquier grupo y la propiedad.	Descrito en nuestro Perfil corporativo.
Países en los que opera, ya sea con operaciones significativas u operaciones específicamente relevantes para la sostenibilidad.	Descrito en nuestro Perfil corporativo.
Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	Descrito en nuestro Perfil corporativo.
Principales marcas, productos y/o servicios.	Descrito en nuestro Perfil corporativo.
Valor económico directo e indirecto generado por varios grupos de interés (empleados, propietarios, gobierno, prestamistas, etc.).	Descrito en nuestro Perfil corporativo.

CRITERIO 23: La COP incorpora un alto nivel de transparencia y divulgación.

Mejores prácticas cumplidas

La COP utiliza los lineamientos de informe de sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI).	Hemos alineado nuestro reporte a todos los indicadores core del GRI.
La COP califica para el nivel B o superior de los niveles de aplicación del GRI.	La COP es el informe de sostenibilidad que fue elaborado siguiendo la metodología GRI y calificado por este mismo instituto en el nivel A de aplicación.
La COP incluye la comparación de indicadores claves de desempeño para los 2-3 años anteriores.	Hemos identificado las tendencias de los indicadores materiales.
La Junta directiva, cuando sea adecuado, aprueba la COP y otras formas de reporte de sostenibilidad corporativa.	Nuestro reporte ha sido validado por nuestro Comité de presidencia.
La información relevante de sostenibilidad de la COP es incluida dentro de los reportes y documentación financiera anual.	

CRITERIO 24: La COP es verificada independientemente por una tercera parte.

Mejores prácticas cumplidas

La precisión de la información en la COP es verificada respecto a un estándar de aseguramiento (ejemplo, AA1000 Assurance Standard, ISAE 3000).	
La precisión de la información en la COP es verificada por un auditor independiente.	
El contenido de la COP es verificada independientemente respecto a los contenidos del GRI (<i>GRI checked</i>).	Nuestro reporte ha sido enviado y verificado por el GRI.
Revisión por pares (ejemplo, Red Local del Pacto Global).	

