



Informe  
Integrado  
**2021**

# Innovación + Omnicanalidad + Sostenibilidad

Palancas de desarrollo  
en las empresas





# Informe de sostenibilidad

- ↳ Análisis de materialidad
- ↳ Riesgos de sostenibilidad
- ↳ Política de sostenibilidad
- ↳ Cero desnutrición
- ↳ Comercio sostenible
- ↳ Mi planeta
- ↳ Vida sana
- ↳ El éxito de Grupo Éxito está en su gente
- ↳ Somos íntegros



**Nos mueve nutrir**  
de oportunidades a Colombia



# Análisis

# d de materialidad d

[GRI 103-1]

El análisis de materialidad que fue presentado en el 2020 nos permitió identificar lo que nuestros grupos de interés esperan frente a los asuntos sociales, ambientales y de gobierno.

**[GRI 102-47]** La medición la realizamos cada dos años respondiendo al cambio constante del entorno, las dinámicas del mercado y las expectativas de los grupos de interés, asuntos que pueden influenciar la relación entre estos y la compañía. De igual manera, este proceso nos permitió trazar horizontes de tiempo para validar si los temas actuales de la estrategia de sostenibilidad, continuarán en el corto, mediano y largo plazo.

Los programas que realizamos están alineados con la materialidad y los asuntos priorizados por los diferentes grupos de interés: Junta Directiva, Alta Dirección, Comité Ejecutivo, colaboradores(as), clientes(as), proveedores (as), líderes(as) de opinión y medios de comunicación, con los análisis técnicos del sector y con la referenciación de los líderes del comercio en el mundo.

El proceso de medición lo realizó la Dirección de Sostenibilidad de la compañía, la cual pudo establecer la priorización de los temas estratégicos a partir de los siguientes cinco pasos:



## 1. Identificación de los temas

**Recopilamos insumos externos como:** megatendencias, Objetivos de Desarrollo Sostenible, estándares de sostenibilidad, índices de sostenibilidad

**Revisamos insumos internos como:** la estrategia, políticas, riesgos corporativos, entre otros.



## 2. Selección de grupos de interés a consultar [GRI 102-42]

Desarrollamos un mapeo para elegir los actores clave a consultar como representación de los grupos de interés priorizados.



## 3. Diálogo con los grupos de interés [GRI 102-21]

Realizamos entrevistas y encuestas con cada grupo de interés para la identificación de sus temas más relevantes.



## 4. Cruce y priorización

Ponderamos la información recolectada en las etapas anteriores e hicimos una matriz de priorización.



## 5. Validación

Presentamos la matriz de materialidad a la Alta Dirección y al Comité de Sostenibilidad de la Junta Directiva, **[GRI 102-32]** para la aprobación, con el fin de enfocar el sistema de gestión en los temas estratégicos.



**Conoce aquí** cómo nos relacionamos con nuestros grupos de interés y cómo priorizaron los temas materiales **[GRI 102-33] [GRI 102-43]**



## Matriz de materialidad [GRI 102-34]



### Temas estratégicos [GRI 102-47]

Los temas expuestos a continuación evidencian los focos que consideramos estratégicos y relevantes para seguir nutriendo de oportunidades a Colombia.



#### 1. Cambio Climático

Gestionar la huella de carbono y promover la movilidad sostenible en los diferentes frentes: logístico, colaboradores y clientes.



#### 2. Apoyo a la economía local y el crecimiento inclusivo

Promover la compra local y sin intermediación, favoreciendo a las comunidades productoras en Colombia y a poblaciones vulnerables.



#### 3. Atracción, retención y desarrollo del talento

Brindar a los colaboradores formación, bienestar y buenas condiciones para desarrollar su labor y reconocer su trabajo.



#### 4. Economía circular – empaques

Promover los diferentes principios de la economía circular como la reducción, rediseño, reúso y el reciclaje a través de habilitar programas de posconsumo, la correcta gestión de los residuos en las dependencias de Grupo Éxito y el trabajo en pro del ecodiseño.



#### 5. Diversidad e inclusión

Promover el respeto por los derechos humanos, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad en las instalaciones y los programas de empleabilidad incluyente.



#### 6. Protección de la biodiversidad

Proteger la biodiversidad a través de la gestión estratégica para lograr cadenas de abastecimiento libres de deforestación y que trabajen en pro de la conservación

### Temas Relevantes

7. Conocer el entorno geopolítico de la región
8. Habilitar la estrategia de la Fundación Éxito.
9. Gestionar la cadena de suministro.

### Temas Emergentes

10. Minimizar el desperdicio de alimentos.
11. Democratizar estilos de vida saludables.
12. Gestionar el recurso hídrico.
13. Bienestar animal.
14. Construir y gestionar el negocio inmobiliario de manera sostenible.

### Temas transversales

Los temas transversales no fueron priorizados para el análisis. Sin embargo, se gestionan de manera transversal en la compañía.

- Lograr buenas prácticas de gobierno corporativo y gestión del riesgo.
- Innovar.
- Educar al consumidor.
- Asegurar seguridad de la información y ciberseguridad.
- Gestionar la ética y cumplimiento (habeas data).
- Transformación digital.
- Crear política pública y alianzas.
- Contribuir a un desempeño económico sostenible.
- Gestionar la salud y seguridad en el trabajo.
- Comunicar y tener un relacionamiento con los grupos de interés.



# Riesgos estratégicos de sostenibilidad

[GRI 102-15] [GRI 102-29] [GRI 102-31]

Los principales riesgos estratégicos asociados a la sostenibilidad de la compañía fueron identificados bajo el liderazgo del equipo de Gestión Integral de Riesgos. Se aplicó la metodología ISO 31000 y se contó con la posterior validación del Comité Corporativo. Esta evaluación se realiza cada dos años.

Los riesgos encontrados perfilan la dimensión de los impactos en la compañía y nos permiten establecer medidas de control, así como estrategias asociadas a temas sociales, ambientales y económicos.



## Gestión del cambio climático

Riesgos físicos relacionados con fenómenos meteorológicos extremos y riesgos de transición de mercado, reputacionales, normativos y/o regulatorios.



## Protección de la biodiversidad

Riesgos de daño a la biodiversidad y/o deforestación ligados a productos comercializados marca propia (aceite de palma comestible y productos cárnicos-res).



## Discriminación – diversidad e inclusión

Riesgos de incumplimiento normativo y/o incumplimiento de los compromisos asumidos por la compañía en la promoción de la diversidad e inclusión.



## Impactos sociales en la cadena de suministro

Riesgos de incumplimiento por parte de los proveedores en las regulaciones y compromisos asumidos por la compañía con respecto a la protección de los derechos humanos y las libertades fundamentales. Este incumplimiento se pone en evidencia con las siguientes acciones: trabajo infantil, trabajo forzado, discriminación, privación de la libertad de asociación, el no pago del salario mínimo, salud y seguridad, entre otros.



## Economía circular – empaques

Riesgos económicos y ambientales relacionados con la no reducción de empaques (eco-diseño, granel), la reutilización y el reciclaje de envases (especialmente de plástico).

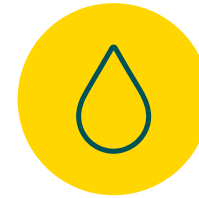


# Nos mueve

## nutrir de oportunidades a Colombia [GRI 103-1] [GRI 103-2]

En 2021 continuamos con nuestras acciones de impacto: brindamos una mejor nutrición a la niñez del país, aportamos al desarrollo de nuestros proveedores(as) y cocreamos junto a ellos(as) las mejores ideas, apostamos por el campo colombiano generando acciones dirigidas al cuidado de nuestro planeta y a la concientización de nuestros grupos de interés para caminar hacia el mismo objetivo, promovimos y democratizamos hábitos saludables que cuidan la vida de las personas. Creemos que hoy, más que nunca, nos une el bienestar de nuestros colaboradores y colaboradoras y por ello seguimos construyendo relaciones basadas en la confianza con los colombianos y colombianas.

Es por esto que orientamos nuestra actuación a la luz de la **Política de Sostenibilidad**, la cual está enmarcada en los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** y obedece a seis objetivos declarados por la compañía. Gracias a ello obtuvimos este año logros muy significativos.



### Cero Desnutrición

A través de la Fundación Éxito trabajamos para lograr la primera generación con cero desnutrición crónica en Colombia, como un camino hacia la equidad.



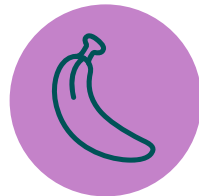
### Comercio Sostenible

Apostamos, junto a nuestros proveedores(as), por cadenas de abastecimiento que sean sostenibles, por programas que contribuyan a la generación de conocimiento y desarrollo, y por la compra local y directa.



### Mi Planeta

Trabajamos para reducir, mitigar y compensar los impactos de nuestra operación en el planeta, así como para contribuir a la generación de consciencia ambiental en los diferentes grupos de interés.



### Vida Sana

Movilizamos a colaboradores y colaboradoras, clientes, proveedores y proveedoras, hacia estilos de vida más saludables y balanceados, a través de un portafolio de productos y servicios que les permitan tener una vida sana.



### El éxito de Grupo Éxito está en su gente

Mejoramos la calidad de vida de nuestras y nuestros colaboradores, promovemos la equidad de género, diversidad, la inclusión y el diálogo social.



### Somos Íntegros

Construimos relaciones de confianza con nuestros grupos de interés en el marco de una actuación íntegra, bajo estándares de gobierno corporativo, ética y transparencia, y respetando los derechos humanos.



# Nos mueve

lograr la primera generación con cero desnutrición crónica infantil en Colombia

## Cero desnutrición



### Para lograrlo trabajamos en estos frentes:

- Generar y divulgar conocimiento.
- Generar recursos y alianzas.
- Comunicar y sensibilizar.
- Incidir en política pública.



**Terrazas Verdes**, proyecto con el que cultivaremos **7 toneladas** de alimentos nutritivos para la comunidad de Medellín en un año.

## Una niñez con mejor nutrición y con más oportunidades

El enfoque en proyectos de nutrición ha sido a largo plazo en el que una o un niño reciben varios paquetes de alimentos.

**70.376** niños y niñas

en **28** departamentos de Colombia recibieron una mejor nutrición y atención complementaria, gracias a programas de nutrición liderados por la Fundación Éxito.

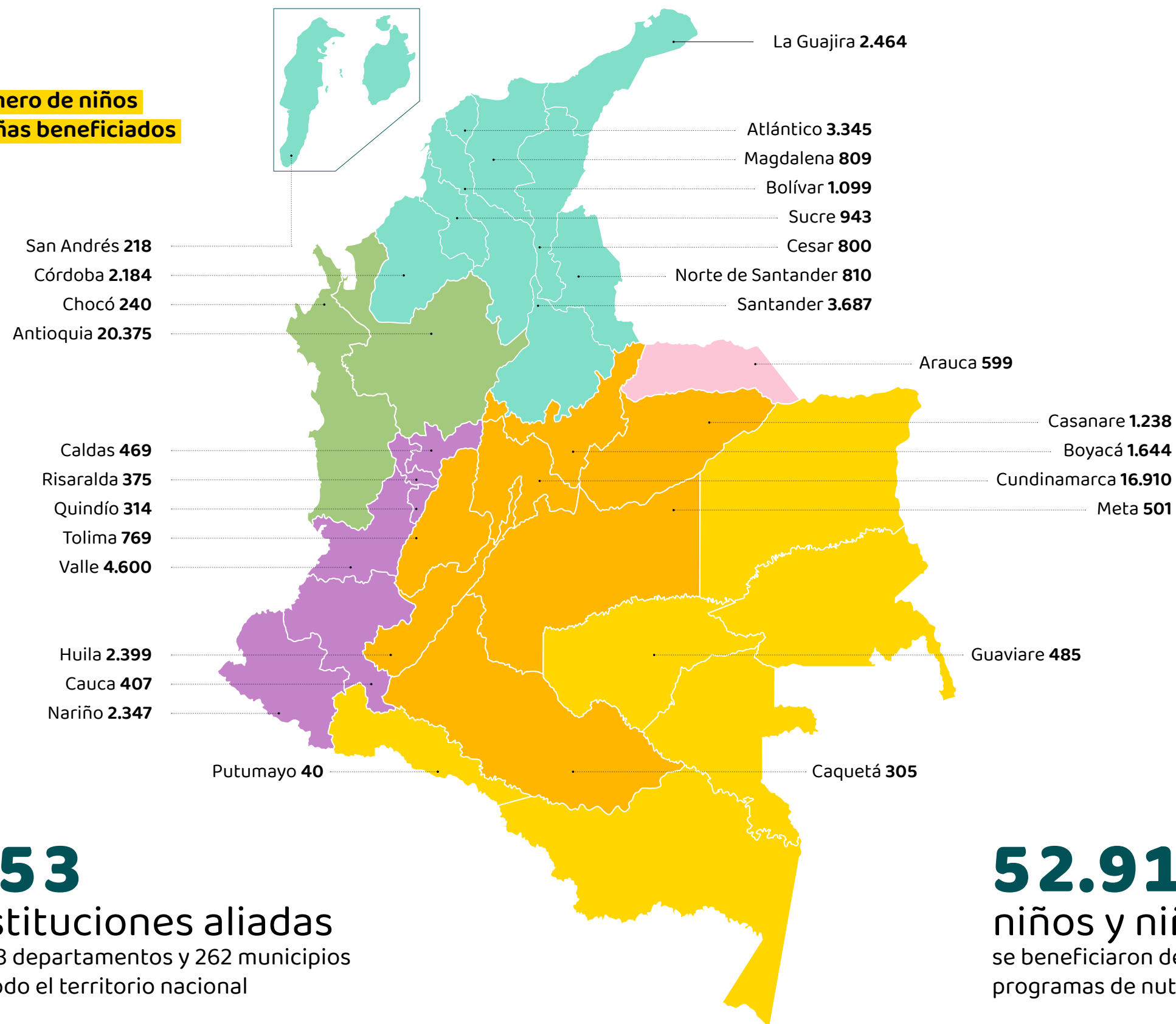
**45,83%** menos niños que en 2020

puesto que durante la pandemia la Fundación priorizó una única entrega de alimentos mientras se establecía la oferta estatal.

En total entregamos **217.341** paquetes alimentarios.



**Número de niños y niñas beneficiados**



**153** instituciones aliadas en 28 departamentos y 262 municipios de todo el territorio nacional

**52.913** niños y niñas se beneficiaron de programas de nutrición.

La desnutrición crónica es una condición que afecta el desarrollo físico y cognitivo de la niñez. **En Colombia, el 10,8% de la población infantil la padece.**



**Conoce aquí** más información



**48.847** menores de dos años recibieron complementación alimentaria en sus primeros mil días.

**27,73%** menos que en 2020



**4.066** entre los dos y cinco años recibieron complementación alimentaria en sus primeros mil días.

**90,78%** menos que en 2020

# Desnutrición crónica infantil: una brecha por superar para la equidad y competitividad

## La desnutrición crónica amenaza a la población infantil de más de la mitad de Colombia



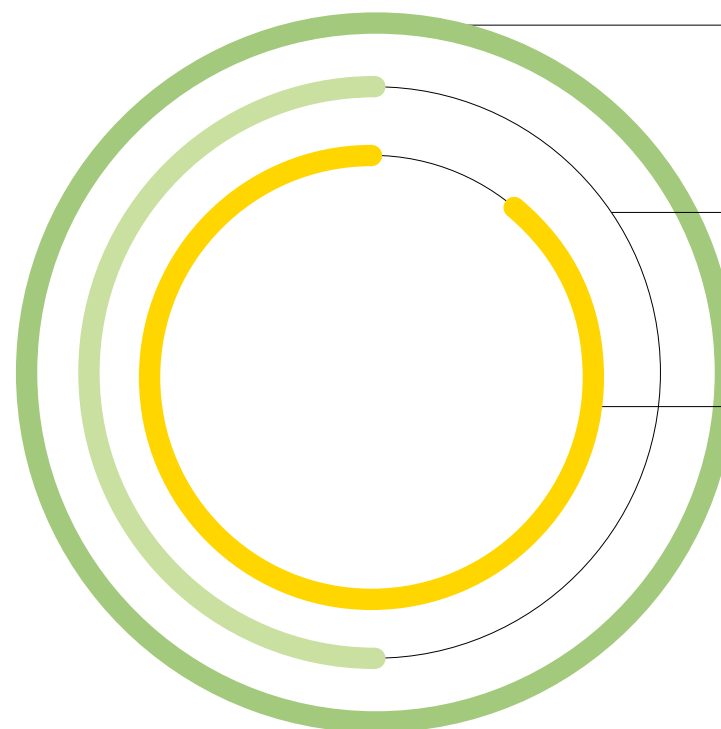
“La desnutrición crónica es la evidencia de carencias acumuladas a lo largo del tiempo a nivel nutricional, de acceso a servicios de salud y de saneamiento básico, entre otros factores que ocasionan alteraciones permanentes e irreversibles en el desarrollo cognitivo y físico de una persona, que a su vez genera un impacto en el desarrollo económico y en el capital social del país”.

**Paula Escobar**, directora de la Fundación Éxito.

El [Índice de Desnutrición Crónica 2021](#), de la Fundación Éxito, analizó información oficial disponible de **11 variables determinantes** de la enfermedad en **1.076 municipios y corregimientos** del país. **45 municipios** no fueron incluidos por la ausencia de datos.

Según el comportamiento de las variables, los departamentos y municipios se clasifican en las categorías en crítica, baja, media, satisfactoria y sobresaliente.

El **40,62%** de los departamentos de Colombia se ubicaron en las categorías crítica y baja, y el **18,76%** en categoría media, dando una alerta de que en esos territorios se reúnen las condiciones para que la población menor de 5 años padezca desnutrición crónica.



**100%** departamentos de la región Central con mayor cantidad en las categorías satisfactoria y sobresaliente

**50%** departamentos de la región Pacífica en las categorías crítica y baja

**88,9%** departamentos de la Amazonía-Orinoquía en las categorías crítica y baja.



**Aquí podrás conocer** más de los resultados del Índice de Desnutrición Crónica 2021 por departamento y municipio.





“Este espacio nos permite generar vida y desarrollo. Veníamos del campo y ahora, aquí, nos reencontramos con él, con nuestras raíces”.

Carlos Sánchez, líder de Terrazas Verdes por parte de Son Batá.

## En las terrazas de la Comuna 13 se cultiva esperanza para la niñez

“Terrazas Verdes” nace de un deseo común entre la Fundación Éxito, Grupo Éxito y Son Batá de acercarse a la comunidad de la 13. El proyecto social es aún un piloto, y se propone cultivar, en un año, 7 toneladas de cebolla, tomate y pepino.

Inició con **Terraza Éxito** y, posteriormente, se sumaron cuatro terrazas más para replicar el proyecto en otros barrios de Medellín.

**Terrazas Verdes brinda la** posibilidad de acceder a alimentos de calidad en la cantidad suficiente y ofrece conocimientos a los padres de familia sobre lo que pueden hacer para mejorar el bienestar de sus hijos e hijas.



**310** niños y niñas de la comunidad tendrán una mejor nutrición.

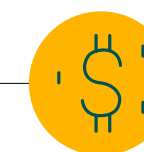
## Ideas que nacen, se cultivan y se convierten en soluciones para la nutrición infantil

Durante el mes de la nutrición infantil, la Fundación Éxito celebró la edición 18 del Premio por la Nutrición Infantil, el cual exalta proyectos y actividades que contribuyen al mejoramiento de la nutrición, especialmente en los primeros mil días de vida.

Fueron entregadas distinciones en cinco categorías:



Familia



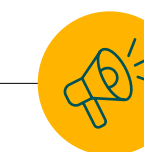
Empresa



Investigación



Gobierno



Periodismo



**10** territorios, entre departamentos y municipios, recibieron reconocimiento por destacarse en la Lactatón virtual 2021: Busbanza, Cundinamarca, Casanare, Chocó, Girardot, Maní, Nariño, Piedecuesta, Santander, Villa del Rosario.



**Conoce aquí** la transmisión completa de la edición 18 del Premio por la Nutrición Infantil.



**124.586 certificados** de donación fueron entregados a clientes que se unieron para apoyar la nutrición infantil con sus aportes voluntarios.



**Aquí te contamos**  
¿Por qué invertir en la nutrición infantil?

## Voluntades que suman para la nutrición infantil del país

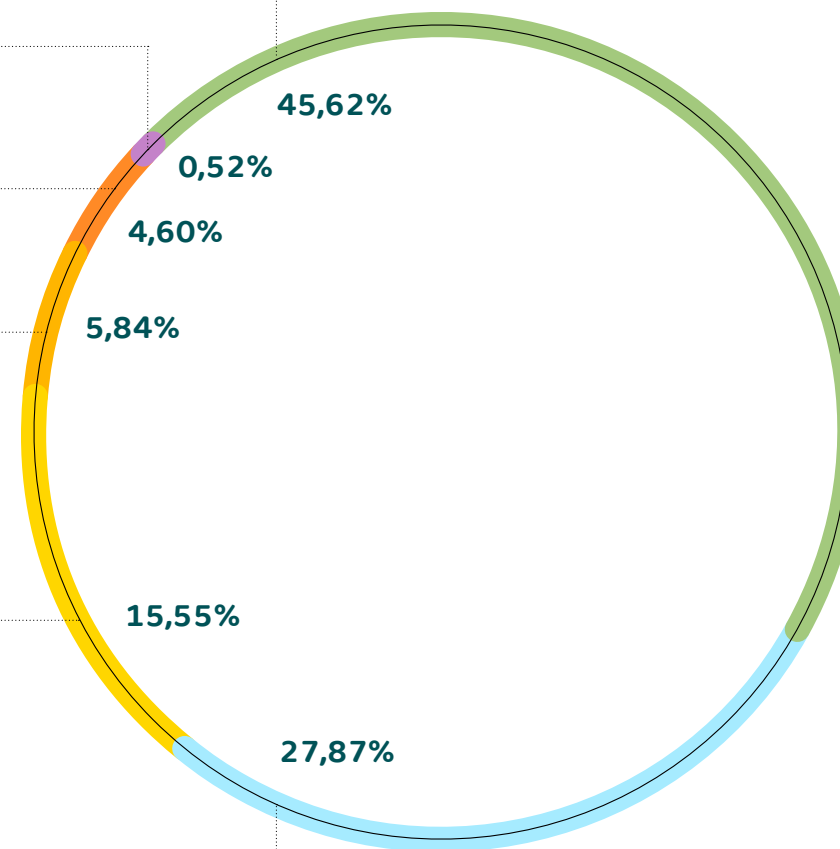
La Fundación Éxito tuvo **ingresos totales por \$31.921.369.286** gracias al aporte de diferentes aliados.

**\$167.284.260**  
Otras contribuciones

**\$1.469.514.833**  
Donación de 35.492 colaboradores

**\$1.863.908.482**  
Donación de proveedores y aliados:  
54 empresas vinculadas, de ellas 48 proveedores de Grupo Éxito

**\$4.964.823.163**  
Recursos propios



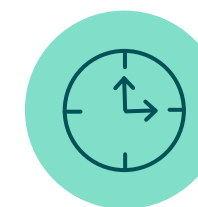
**100%** de la inversión social fue en proyectos a favor de la comunidad

**\$14.559.538.418** aportados por Grupo Éxito  
\$12.193.627.101 (venta de material reciclable)  
\$1.230.765.029 (donación de Grupo Éxito aprobada por accionistas)

**\$8.896.300.130**  
Donación de clientes  
(Goticas, vultos y alcancías)



Contribuciones en dinero  
**\$20.985.207.343**



Tiempo: voluntariado de colaboradores y colaboradoras  
**\$1.624.777**



Donaciones de productos y servicios  
**\$12.789.924.334**



Gastos en gestión  
**\$867.066.822**





En el mundo se desperdicia 1/3 de los alimentos. En Colombia, esa cifra alcanza 9.7 millones de toneladas de alimentos tirados a la basura cada año. Fuente: ABACO

## Donación de alimentos desde 432 de nuestros almacenes en el país

158 Éxito

46 Éxito Express

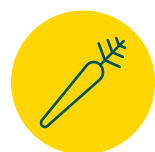
79 Carulla

60 Super Inter

61 Surtimax

28 Surtimayorista

## Donación de alimentos para el beneficio de personas en mayor situación de vulnerabilidad



**1.395**  
toneladas  
de alimentos

fueron donadas a 23 bancos de alimentos y 240 instituciones.



**170**  
toneladas  
de no alimentos



**58.531**  
anuncios

a través de EatCloud, plataforma digital que busca transformar la industria de alimentos gestionando la donación.



## Recuperación de excedentes agrícolas a través de la Fundación Éxito

La Fundación Éxito financió el programa de recuperación de excedentes agrícolas (Reagro), cuya gestión en Antioquia evitó la pérdida y desperdicio de **1.917 toneladas de excedentes** de las cosechas de los productores campesinos para el beneficio de **143.854 personas**.

## Atención a la primera infancia en el Valle del Cauca y Cauca

**200** madres y padres comunitarios del Valle del Cauca y Cauca fortalecen sus habilidades en atención integral de la primera infancia, mediante formaciones que buscan beneficiar a 2.400 niñas y niños de Cali y acompañar a la comunidad.

“Para mí esta alianza es la unión de voluntades por el beneficio de la niñez del país. Que Grupo Éxito esté con nosotros es fortaleza que ayuda a construir un puente que une la realidad con la esperanza de los agentes educativos para seguir brindando atención de calidad a los niños y niñas de Cali”.

**Lisep Castillo**, coordinadora de primera infancia de la Fundación Carvajal.

## Movilización social en la Lactatón en nombre del amor

**40.787** madres y familias colombianas

compartieron su experiencia en la lactancia materna como un regalo natural que impulsa el crecimiento y el desarrollo de los niños y niñas en Colombia.

**360** entidades territoriales y **45** entidades especializadas aliadas y de salud de la Fundación Éxito participaron.

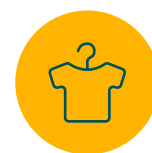


La Lactatón, un evento que promueve la lactancia materna como la forma más efectiva de erradicar la desnutrición crónica en el país.

La Fundación Almarosa tiene como propósito movilizar y sensibilizar a las mujeres alrededor del autocuidado y la detección temprana del cáncer de mama, la principal causa de muerte en mujeres en el mundo.

## Una declaración a favor de la vida, el amor y la salud en la lucha contra el #CáncerDeMama

La lactancia materna durante seis meses o más puede reducir el riesgo de cáncer de mama en la mujer.



**1.600** prendas comercializadas en 150 almacenes Éxito para ampliar el mensaje de lucha contra el cáncer de mama.







“Es un escenario que reactiva, que reconstruye en cuerpo y alma. Es una oportunidad para borrar el dolor, la angustia y las preocupaciones que sufrieron niños y niñas a la luz de una tragedia y que lo hagan con cariño, con amor, con la conciencia”.

**Maria Juliana Ruiz,**  
primera dama de la Nación.

## Reinauguración del Centro de Desarrollo Infantil Little Angel's en Providencia

**\$50 millones de pesos** aportó la Fundación Éxito para la dotación de este espacio que protege la primera infancia junto a la Fundación Solidaridad por Colombia.

- Además, la Fundación Éxito brindó acompañamiento y apoyo socioemocional a las 153 familias del territorio en alianza con la Fundación Aldeas Infantiles SOS.

Este CDI, que se construyó en menos de 90 días, ofrecerá una atención integral a **65 niños y niñas de la primera infancia.**



**Aquí** puedes conocer más.

### Logros de 2021

- Más de **70.000 niños** beneficiados en 28 departamentos y 262 municipios del país.
- Inversión social de más de **\$20.985 millones de pesos.**
- Financiamos la formulación del Plan Decenal de Lactancia Materna y Alimentación Complementaria 2021-2030 (política pública).
- Cumplimiento de las fuentes de recaudo de la Fundación, como Goticas, reciclaje y campañas con proveedores.
- Implementación de programa de seguridad alimentaria en la comuna 13 de Medellín junto a las comunidades.

### Retos de 2022

- Mantener la atención y cobertura.
- Implementar el modelo de relacionamiento con la comunidad beneficiaria.
- Celebrar los **40 años** de la Fundación Éxito.
- Incidir en las campañas de la Presidencia y lograr que la causa cero desnutrición se incluya en el Plan Nacional de Desarrollo.
- Mantener fuentes de ingreso como Goticas, reciclaje y campañas con proveedores(as) y fortalecer el recaudo digital.

# Nos mueve la compra local y directa

y la co-creación con nuestros proveedores y proveedoras

## Comercio sostenible



### Para lograrlo trabajamos en estos frentes

- Comprar local y directamente.
- Desarrollar aliados y proveedores.
- Promover cadenas de abastecimiento sostenibles.

## Creemos en las manos colombianas que producen el comercio local

Comprar local es elegir nuestras raíces, es creer en manos colombianas, manos que están llenas de sueños y de la esperanza que transforma un país entero, que une millones de corazones y nos permite generar un efecto multiplicador para el desarrollo económico y social de Colombia.



Conoce aquí nuestro manual de proveedores.

Trabajamos con **5.862** proveedores en 27 departamentos de Colombia

- **2.968** proveedores(as) comerciales
- **1.412** inmobiliarios(as)
- **1.320** proveedores(as) de bienes y servicios
- **162** proveedores directos y **228** indirectos en la industria textil

“Empezamos en la cocina de mi abuela hace 16 años y con el empuje de mi familia hemos llegado a miles de hogares con la receta artesanal y natural de nuestros deliciosos platanitos. Ahora, de la mano de Grupo Éxito, la historia será contada a nivel nacional gracias a los excelentes resultados que hemos tenido en el valle”.

**David Arango,** fundador de Cope, proveedor de Grupo Éxito.



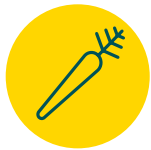
Conoce aquí cómo David, de la mano de Grupo Éxito, transformó la realidad de Cope.



# Crear en Colombia es generar posibilidades de transformación en los territorios y es nutrir de oportunidades al país

[GRI 103-1]

Cuando compramos colombiano unimos fuerzas, pensamos en el bienestar común por encima del propio y nos sumamos a las miles de personas que trabajan por Colombia.



**89,39%** de las frutas y verduras

que comercializamos en nuestras tiendas se compra en el país se compra de forma local.

**0,69%** menos que en 2020

De estas, el **84,09%**

se adquiere sin intermediarios, a través de **782 asociaciones** de agricultores y familias campesinas.

**1,88%** más que en 2020



**93,8%** de la carne de res, cerdo, ternera y búfalo

se comercializa localmente.

**1,96%** más que en 2020



**81,3%** del pescado y mariscos

se adquiere a través de pescadores nacionales.

**1,88%** más que en 2020

A través de la compra directa de panela Trébol, en Andalucía, Valle del Cauca, **Grupo Éxito contribuye al progreso de más de 500 familias colombianas** que se mueven por el amor a su región y su país.

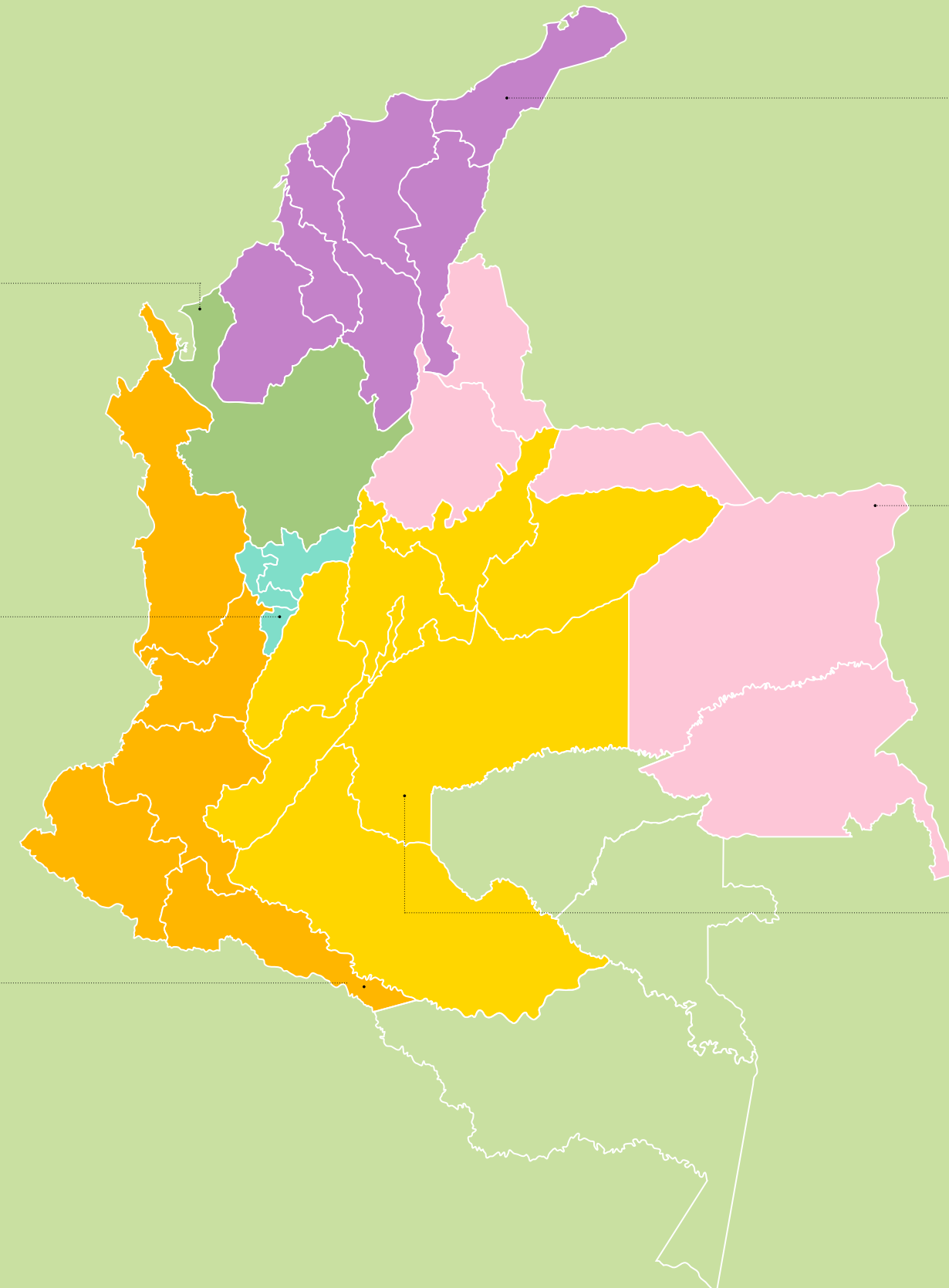


**Conoce aquí** más de esta historia.

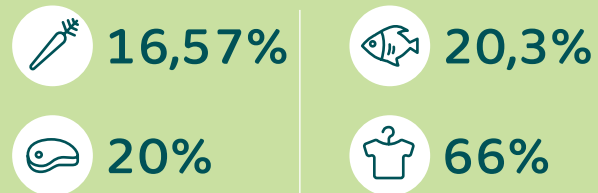




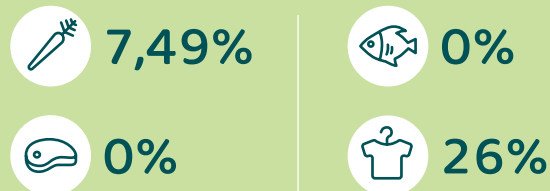
# Crear en Colombia es generar posibilidades



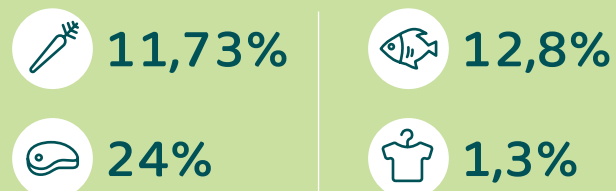
### Antioquia



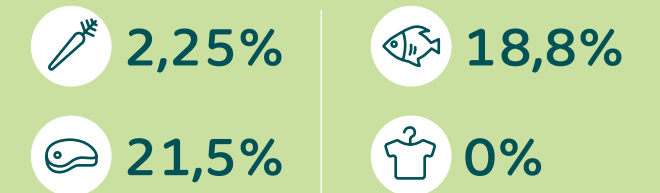
### Caldas, Quindío y Risaralda



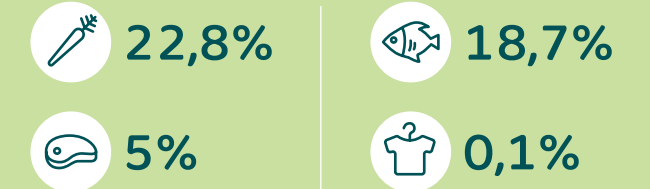
### Cauca, Chocó, Nariño, Putumayo y Valle del Cauca



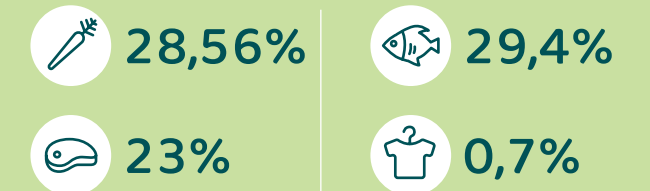
### Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena y Sucre



### Arauca, Guainía, Norte de Santander, Santander y Vichada



### Boyacá, Casanare, Cundinamarca, Huila, Meta, Tolima y Caquetá



- Frutas y verduras
- Cárnicos
- Pescados
- Textil



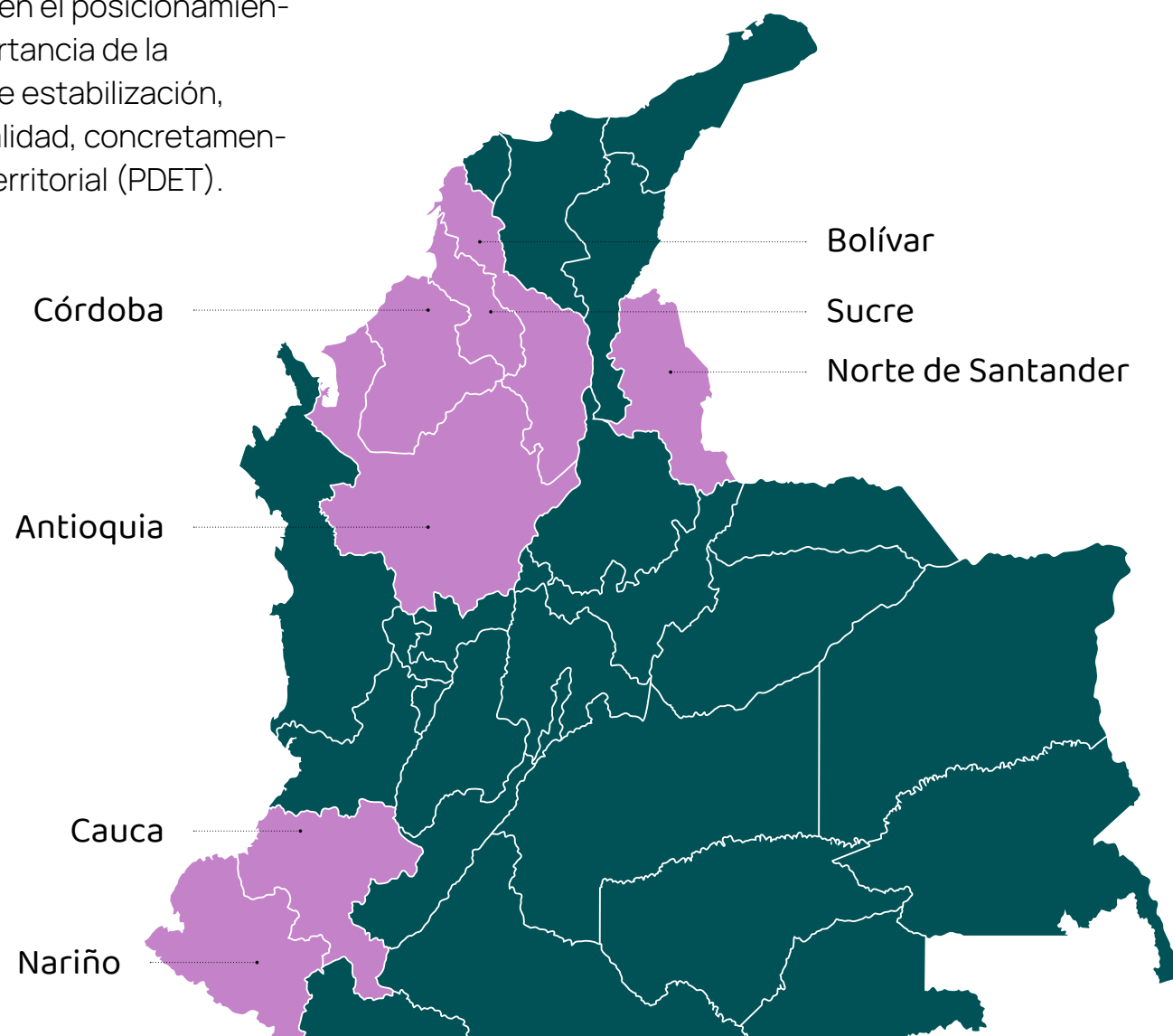
# Apoyamos la reconstrucción del tejido social del país y la vocación agrícola de los territorios PDET

Incentivamos el apoyo a los productores colombianos y de este modo generamos oportunidades que reducen la cadena de intermediación y mejoran las condiciones de los agricultores y campesinos nacionales.

En conjunto con la Alta Consejería trabajamos en el posicionamiento y la movilización de apoyo en torno a la importancia de la vinculación del sector privado a los procesos de estabilización, dentro del marco de la política de Paz con Legalidad, concretamente en el Programa de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET).

## Apoyamos la reconstrucción del tejido social en:

- Montes de María, en los departamentos de Bolívar y Sucre
- El Carmen de Viboral, en el departamento de Antioquia;
- Hacarí, en el departamento de Norte de Santander;
- Patía y Santander de Quilichao, en el departamento del Cauca
- Valencia, en el departamento de Córdoba.



## 25.128 unidades

de ñame, cebolla, piña, aguacate, cebolla roja, mandarina, pepino, limón y papaya se adquieren a través de comunidades víctimas del conflicto armado, presentes en territorios que son parte del PDET.



Comparamos 6.000 kilos de ñame a la Fundación Constructores de Paz de El Salado, Bolívar.  
**Conoce aquí más.**



“Cada vez compramos más y más frutas, brindando nuevas oportunidades a estas comunidades que han estado muy permeadas por la violencia del país y, con el apoyo de Grupo Éxito, hemos logrado continuar en el camino de construir país, mejorar las ganancias de nuestra pequeña empresa y crecer nuestra cadena de producción”.

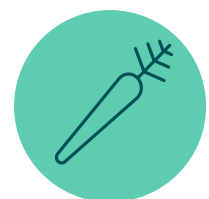
**Demerk Andrés Cuesta Salazar,** propietario de Jugos Massai.



**Escucha aquí,** en el *podcast Juntos construimos país*, cómo Demerk ha transformado la realidad de su región.

# Alianzas para fortalecer la compra local y directa

Trabajamos de manera conjunta con **24 asociaciones y fundaciones campesinas** que benefician agricultores en **28 departamentos del país**: Amazonas, Antioquia, Atlántico, Arauca, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cauca, Caquetá, Casanare, Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Huila, La Guajira, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Sucre, Tolima y Valle del Cauca.



**6,5 millones**

de unidades comercializadas durante el año.

La compra local reconstruye el tejido social y crea una cadena virtuosa de oportunidades.

## Coseche y venda a la fija

Con 743.594 unidades de productos agrícolas adquiridos a 10 proveedores durante 5 ruedas campesinas, somos el principal aliado del Gobierno Nacional en el programa **Coseche y venda a la fija**, estrategia encaminada a mejorar los ingresos y la calidad de vida de los y las agricultoras colombianas.

**70%** menos que en 2020



### Salvaterra

Comercializamos

**1.384.179,2 unidades**

de cebolla morada, pepino cohombro, mandarina, piña y limón tahití provenientes de municipios PDET en Catatumbo y Cauca, así beneficiamos a **441 familias**.



### Comproagro

Compramos directamente a **27.000** productores en **29** departamentos

**4.553.588**

**unidades** de frutas y verduras comercializadas



## Oportunidades de crecimiento para nuestros proveedores(as)

En alianza con diferentes instituciones como la Universidad EAFIT, a través de EAFIT Social, Promotora de Comercio Social, Alcaldía de Medellín, el Centro Tecnológico de Antioquia y nuestro voluntariado corporativo, **250 empresas** han participado en nuestros programas de formación sobre entornos digitales, diversidad e inclusión con enfoque de género, ética y sostenibilidad, liderazgo creativo e inspirador, proyectos de mejoramiento continuo, entre otros.

**5** programas de desarrollo de proveedores con **126 horas** de formación

**7** voluntarios corporativos



## Somos aliados del programa de formación Capitalismo Consciente en conjunto con Comfama

Generamos un espacio de formación, conversación, reflexión y acción con empresas proveedoras de nuestra compañía que están trabajando proactivamente en ser cada vez más conscientes y sostenibles en el territorio.



**14** horas

de formación en capitalismo consciente, cultura regenerativa y ciencias del comportamiento.

## Compra local también en la industria textil



Comprar local es llevar lo mejor de cada región a los hogares colombianos, es sentir optimismo y entregar esperanza en todos los rincones del país.

## Moda confeccionada por manos colombianas y generadora de segundas oportunidades

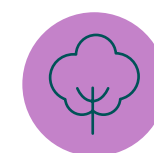


**94,1%** de las prendas que comercializamos se compra en Colombia.

**0,43%** menos que en 2020

De **29.400.713 millones de prendas** que vendemos al año, el **81,90%** corresponde a marca propia. De ellas, cerca del **90%** se confecciona en el país con **228** proveedores(as).

Exportamos cerca de **220.272** prendas a 5 países durante 2021.



**80%** de la tela utilizada en la confección de nuestras prendas marca propia es colombiana. **5.768** prendas se confeccionaron con algodón orgánico, lo que representa el **23,28%** de las ventas totales.

Promovemos **9.621** empleos de los cuales el **70,11%** es ocupado por mujeres en **162** talleres ubicados en **8** departamentos.



**Johana Bahamón + People**, la colección que invita a las segundas oportunidades con las personas privadas de la libertad. 97 referencias que son 73.000 unidades en 58 almacenes del país.

“Esta colección refleja los valores de nuestro trabajo, la empatía, el perdón y la reconciliación; también es una oportunidad para visibilizar la importancia de las segundas oportunidades y así desestigmatizar a nuestra población carcelaria. Aquí está su talento y compromiso”.

**Johana Bahamón**, directora de la Fundación Acción Interna.



Showroom de nuevos productos de microempresarias y microempresarios de la Promotora de Comercio Social

## Trabajamos de la mano de nuestros aliados Super Inter y Surtimax

El programa Aliados Surtimax y Super Inter busca generar relaciones gana-gana que permitan el crecimiento de las tiendas de barrio y minimercados.



**1.473** comerciantes son parte del programa Aliados Surtimax y Aliados Super Inter.

**219** Aliados Super Inter en Risaralda y Valle del Cauca.

**1.254** Aliados Surtimax en Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Córdoba, Cundinamarca, Sucre y Tolima.

## Acompañamos y cocreamos junto a las y los microempresarios del país

De la mano de la Promotora de Comercio Social, entidad que acompaña la comercialización de los productos y el desarrollo de pequeños empresarios(as) de Colombia, creemos en el país, en las posibilidades y en las personas. Valoramos el trabajo de las y los microempresarios nacionales y el modo como se levantan, todos los días, con ganas de seguir transformando cientos de realidades.

● **271** microempresarios comercializan sus productos en los almacenes Éxito, Carulla, Surtimax y Super Inter.

● **0,7%** de crecimiento en ventas durante el año a través de la Promotora de Comercio Social.

## Mi Surtii, la distribuidora digital para el desarrollo de los tenderos

Aplicación móvil que busca digitalizar el canal tradicional y apoyar a las y los tenderos colombianos, permitiéndoles realizar sus pedidos sin salir de su negocio.

**3.000** tenderos registrados en la aplicación móvil





# Concurso Proveedores de Éxito 2021

## Una ocasión para las voces que construyen país

La cocreación, innovación y adaptación fueron protagonistas en la edición 13 del concurso.

Este encuentro fortaleció la relación de confianza que tenemos con nuestros proveedores(as), afianzó lazos y nos recordó la importancia de trabajar en conjunto para seguir escribiendo esta historia de generación de oportunidades. Este año escuchamos las voces que transforman, crean, alientan, dan sentido, innovan y construyen país.

- **14 categorías reconocieron** a los mejores proveedores del año: abastecimiento de bienes y servicios, aliado inmobiliario, marca propia, hogar bazar, textil, electrodigital, frescos, gran consumo, logística, *e-commerce*, *marketplace*, desarrollo sostenible, pyme y proveedor de éxito.

- Los ganadores de cada categoría fueron seleccionados por su adaptabilidad al cambio, innovación, estrategia digital, componente social, componente ambiental, generación de valor y excelencia logística, entre otras virtudes.



**Aquí podrás** conocer a los ganadores(as) de la noche.



Con la invitación a escuchar las "voces que transforman", nuestros proveedores y proveedoras fueron convocados a la edición 13 de su Concurso de Proveedores, un evento que se realizó de forma híbrida: virtual y presencial.

### Alpina, ganador de la categoría de desarrollo sostenible

“Gracias, Grupo Éxito, por interesarse en este tipo de iniciativas que generamos desde las compañías. Con este proyecto, por el cual fuimos reconocidos, trabajamos por las comunidades de Vichada a través del marañón. Esperamos seguir contando con ustedes”.

**Marcela Rodríguez,**  
directora del canal moderno de Alpina.



**Escucha aquí** el audiolibro con 12 voces que transforman y generan esperanza.

#### Logros de 2021

[GRI 103-2] [GRI 103-3]

- Mediante el programa de desarrollo sostenible de proveedores y en alianza con instituciones como EAFIT Social, Comfama, Alcaldía de Medellín y el Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia pudimos contribuir al desarrollo de más de 140 proveedores y 350 colaboradores.
- Compramos 89,53% localmente y 84% directamente, favoreciendo a 782 proveedores del territorio nacional.
- Acompañamos a la Alta Consejería para la Consolidación y la Estabilización en la creación de la marca Paissana, para transmitir a los consumidores los bienes producidos en zonas PDET.

#### Retos de 2022

- Consolidar el modelo integral de trabajo con microempresarios desde su recepción hasta su comercialización, apoyándolos en su desarrollo y fortalecimiento, por medio de aliados estratégicos, de nuestro voluntariado corporativo y de nuestro modelo de desarrollo sostenible de proveedores.
- Continuar trabajando de la mano de nuestros proveedores para mapear los riesgos de la cadena de abastecimiento.
- Continuar trabajando en la georreferenciación de nuestros proveedores.



# Nos mueven

las acciones que contribuyan a reducir, mitigar y compensar nuestro impacto en el planeta

## Mi planeta



### Para lograrlo trabajamos en estos frentes:

- Empezar acciones que favorezcan la gestión del cambio climático.
- Promover la economía circular.
- Liderar iniciativas a favor de la movilidad sostenible.
- Gestionar la operación inmobiliaria con estándares de sostenibilidad.
- Contribuir a la protección de la biodiversidad.
- Educar y movilizar hacia la protección del ambiente

**Implementamos sistemas de refrigeración** que reducen al mínimo el potencial de contribución al calentamiento global, la emisión de gases de efecto invernadero y el impacto en la capa ozono.

## Cumplimos anticipadamente nuestra MEGA corporativa ambiental

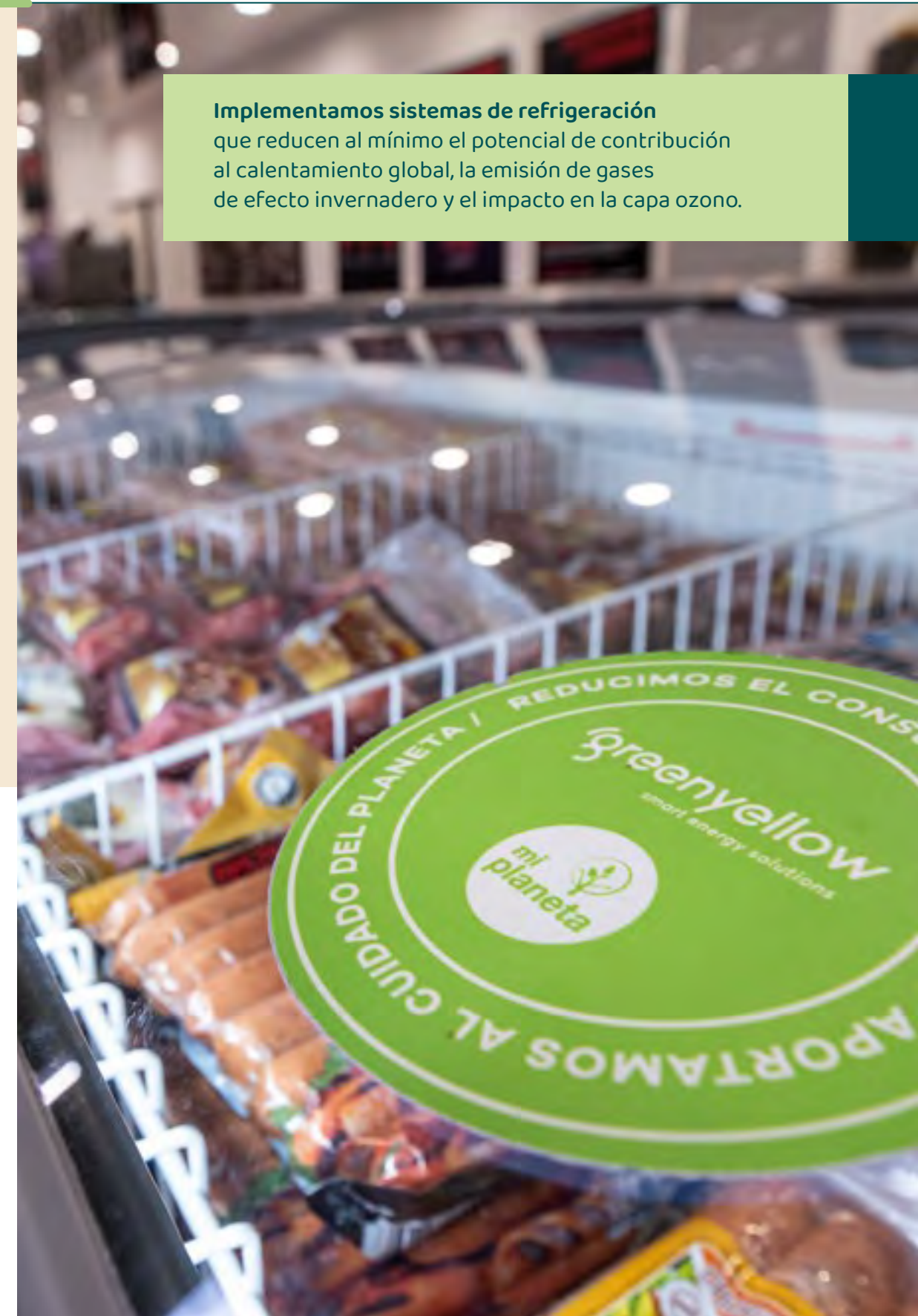
Este año, la meta se cumple al

# 105,71%

en vista de que la MEGA propuesta para el 2023 era reducir el 35% las emisiones de alcance 1 y 2.

### En el 2021 nos planteamos nuevos retos

MEGA ambiental que busca reducir el 55% de la huella de carbono para 2025 (Alcance 1 y 2).







# Medimos nuestra huella de carbono, la mitigamos y trabajamos para compensarla

[GRI 103-1] [GRI 103-2]

Medimos nuestra huella de carbono siguiendo la metodología del GHG Protocol, teniendo en cuenta nuestros negocios: *retail*, operación logística, Éxito industrias, inmobiliaria, y sedes corporativas.

## Emitimos

# 234.899,02

ton CO<sub>2eq</sub> [GRI 305-5]



### Alcance 1\* [GRI 305-1]

69,72%

# 161.413,83

toneladas de CO<sub>2eq</sub> por emisiones directas de combustibles y gases refrigerantes

**-15,86%** menos que en el 2020

\* Este año se incluyeron extintores



### Alcance 2 [GRI 305-2]

20,72%

# 48.678,62

toneladas de CO<sub>2eq</sub> por emisiones provenientes del consumo de energía eléctrica de la red interconectada Nacional\*\*

**-36,29%** menos que en el 2020

\*\* Se usó el factor de emisión de 0,132 kgCO<sub>2e</sub>/kWh publicado por XM. Este factor tuvo una reducción del 37% respecto al año 2020



### Alcance 3\* [GRI 305-3]

10,67%

# 24.806,56

toneladas de CO<sub>2eq</sub> por otras emisiones indirectas asociadas a disposición de residuos, viajes corporativos, transporte en flota tercerizada

**80,16%** transporte flota tercerizada  
**18,78%** disposición de residuos  
**1,06%** viajes de negocio.

Generamos **3.350.516,60 kWh** de energía con los proyectos solares, lo que evita la emisión de **596,25** toneladas de CO<sub>2eq</sub> a la atmósfera por año.

### Consumo energético

[GRI 302-1] [GRI 302-3] [GRI 302-4]

Consumo energético MWh	2018	2019	2020	2021	% de reducción
					2021 vs. 2015
Energía convencional	74.791,32	88.978,57	95.990,00	61.143,30	
Energía renovable	340.600,79	305.805,22	321.923,59	315.702,64	
<b>Total</b>	<b>415.392,11</b>	<b>484.783,79</b>	<b>471.913,59</b>	<b>376.845,94</b>	<b>-17,75%</b>

### Emisiones totales vs 2015 ton CO<sub>2eq</sub>

Alcance/Año	2018	2019	2020	2021	% de reducción 2021 vs. 2015
<b>Alcance 1</b>	237.537,55	246.312,20	191.449,88	161.413,83	-33,16%
<b>Alcance 2</b>	43.762,02	69.281,05	76.448,19	48.678,62	-48,86%
<b>Subtotal 1 y 2</b>	<b>281.299,56</b>	<b>315.593,25</b>	<b>267.897,60</b>	<b>210.092,45</b>	<b>-36,74%</b>
<b>Alcance 3</b>	0	8.187,42	3.490,64	24.806,56	
<b>Total</b>	<b>281.299,56</b>	<b>323.780,67</b>	<b>271.388,70</b>	<b>234.899,015</b>	<b>-29,99%</b>



**Carulla cuenta con un sistema renovable en alianza con GreenYellow, a través de paneles solares que evitan la emisión de 100 toneladas de CO<sub>2</sub> al año, en Carulla SmartMarket, FreshMarket Oviedo y 140**



**Guillermo Destefanis**, gerente de la marca Carulla, recibe la certificación carbono neutro que otorga Icontec.

## Nuestra marca Carulla FreshMarket

- Nuestra marca Carulla FreshMarket se consolida como **el primer *retail* de alimentos carbono neutro** de Latinoamérica
- El formato *fresh market* de Carulla es **certificado como carbono neutro** por parte del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec).

**21** tiendas FreshMarket carbono neutro.



- Estas tiendas cuentan con un nuevo sistema de frío que evita la contribución al calentamiento global, la emisión de gases efecto invernadero y el impacto a la capa de ozono.

Estamos alineados con el **Acuerdo de París y los protocolos de Kioto y Montreal.**

## Somos el primer *retail* en Colombia que implementa gases refrigerantes naturales

- Durante el 2021 redujimos en un **16,39%** la cantidad de refrigerantes usados en comparación con el 202 en nuestros sistemas de enfriamiento.
- Con esto logramos dejar de emitir **31.177,44 toneladas de CO<sub>2</sub>eq** a la atmósfera en el año.

**2.058.409 m<sup>3</sup>** de agua consumida en el año



**En Éxito Wow Laureles, Carulla FreshMarket 140 y 25 almacenes más implementamos el modelo de gases refrigerantes naturales para proteger el planeta.**





# Riesgos y oportunidades derivados del cambio climático

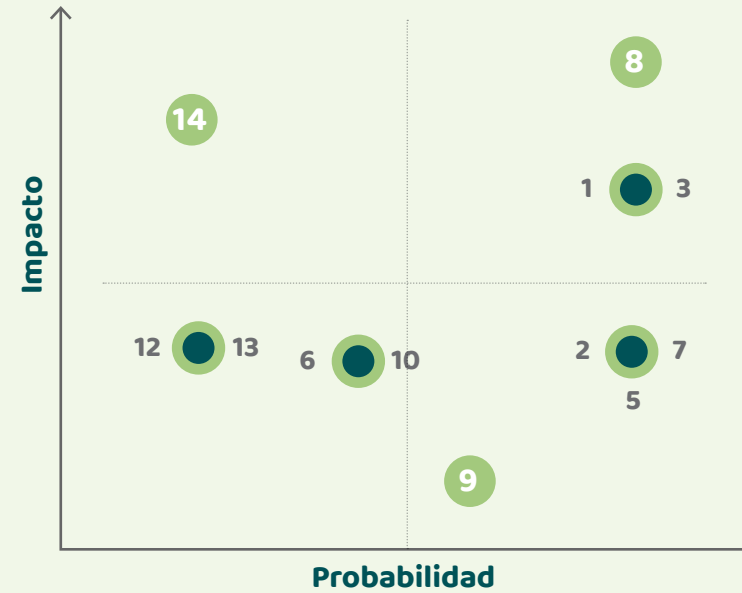
[GRI 102-15]

Siguiendo las recomendaciones del Task Force for Climate-related Financial Disclosures (TCFD), se identificaron y calificaron los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático que tienen potencial para generar cambios sustanciales en las operaciones, ingresos o gastos de la compañía. La calificación de la probabilidad e impacto de los riesgos se realizó teniendo en cuenta como base el EBIDTA de la compañía.



**Conoce aquí** nuestra política de cambio climático.

## Riesgos



## Oportunidades



Riesgo	Tipo de riesgo	Driver del riesgo	Descripción del riesgo
R8	De transición - Político y legal	Regulaciones y estándares emergentes	Restricción o prohibición de insumos como refrigerantes, combustibles, etc.,
R1	Físico - Agudo	Incremento en la severidad de eventos climáticos extremos.	Interrupción de la continuidad del negocio
R3	Físico - crónico	Cambio en los patrones de precipitaciones y de extrema variabilidad climática	Interrupción y relocalización de las cadenas de suministro

Riesgo	Probabilidad			Impacto		
	Línea base	Ideam	2DS	Línea base	Ideam	2DS
R8	Casi seguro	Probable	Probable	Moderado	Mayor	Mayor
R1	Casi seguro	Probable	Casi seguro	Moderado	Mayor	Catastrófico
R3	Casi seguro	Casi seguro	Casi seguro	Catastrófico	Catastrófico	Catastrófico

Oportunidad	Tipo de oportunidad	Driver de la oportunidad	Descripción de la oportunidad
O1	Resiliencia	Adaptación a los riesgos físicos	Plan de adaptación al cambio climático
O3	Eficiencia de recursos	Adaptación a los riesgos físicos	Incorporación de tecnología, uso de sistemas de refrigeración menos contaminantes
O4	Fuente de energía	Disminución en los precios de energías limpias.	Incorporación de fuentes de energías bajas en carbono y a precios competitivos.

Oportunidad	Probabilidad			Impacto		
	Línea base	Ideam	2DS	Línea base	Ideam	2DS
O1	Probable	Probable	Probable	Mayor	Moderado	Moderado
O3	Casi seguro	Casi seguro	Casi seguro	Moderado	Moderado	Moderado
O4	Casi seguro	Casi seguro	Casi seguro	Menor	Moderado	Moderado

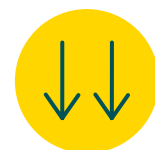


## Promovemos la economía circular

### Reducir, reutilizar y reciclar



**Conoce aquí** cómo avanzamos para ser un *retail* con menos plástico.



#### Reducir

- Redujimos el **68% del uso de las bolsas plásticas** en los puntos de venta en relación con la línea base de 2015 gracias al compromiso de nuestros clientes y a estrategias internas.
- **Cero uso de icopor**, en frutas y verduras y comidas preparadas



#### Reutilizar [GRI 301-1]

- **103.216 bolsas de malla** para la sección de frutas y verduras fueron adquiridas por nuestros clientes en 247 almacenes (167 éxito y 80 Carulla).
- **3.642.794 bolsas reutilizables** fueron adquiridas por nuestros clientes en todos nuestros almacenes.
- Entregamos más de **7 millones de Puntos Colombia** a los clientes que llevaron su bolsa reutilizable para hacer sus compras.



#### Reciclar [GRI 301-2]

- Promovemos el aumento del reciclaje de envases y empaques de papel, cartón, plástico, vidrio y metal, alineados con las metas establecidas para el sector empresarial por la Resolución 1407 de 2018 y 1342 de 2020.
- **788,2 toneladas de material** recolectadas a través del modelo de posconsumo Soy RE para cerrar el ciclo de empaques de vidrio, multicapa (Tetra Pak), aluminio, hojalata, plástico rígido y otros plásticos (a través de la alianza con Fundación Botellas de Amor) en Medellín, Bogotá, Cali y Barranquilla.

#### Distribución de material recolectado en los puestos posconsumo



Entregamos **39.433.737 Puntos Colombia** por acciones de reciclaje a 187.754 clientes que llevaron alrededor de 12 millones de envases.

**38,14 toneladas de material** proveniente de otros posconsumo como plaguicidas, bombillos, pilas y pequeños electrodomésticos.



## Somos el *retail* con el proceso de reciclaje trastienda más grande del país

[GRI 103-1] [GRI 103-2] [GRI 306-2]

# 20.975

## toneladas de material

reciclable recuperadas y comercializadas generaron **\$12.193.627.101,4** para favorecer la nutrición infantil a través de la Fundación Éxito.



**16.208** toneladas de cartón.



**2.142** toneladas de chatarra.



**1.168** toneladas de plástico.



**1.004** toneladas de PET, papel kraft, periódicos, revistas, vidrio, entre otros.



**453** toneladas de ganchos plásticos.

Educación al consumidor para la correcta disposición de empaques a través de la inclusión de pictogramas de reciclaje en los empaques de marca propia.



En alianza con Oasis Group y Celsia iniciamos la instalación de una infraestructura de ecosistemas de movilidad sostenible, activa y/o eléctrica en 31 almacenes Éxito y Carulla y centros comerciales Viva.



Conoce aquí cómo disponemos adecuadamente de los residuos [GRI 306-1]

### Disponemos adecuadamente los residuos

[GRI 306-3] [GRI 306-4] [GRI 306-5]

Tipo de residuo (ton)/Año	2018	2019	2020	2021
Recuperamos aceite de cocina usado, con potencial de aprovechamiento y comercialización, proveniente tanto de posconsumos de clientes como de la operación.	26,77	149	111,74	124,79
Gestionamos los residuos peligrosos con potencial de aprovechamiento en incineración, estabilización u otro tratamiento para su correcta disposición final.	100	66	77,5	235,82
Aprovechamos los residuos orgánicos con potencial de aprovechamiento en la biorremediación de suelos.	0	12.000	10.949,1	9.554,29
Gestionamos residuos ordinarios destinados a rellenos sanitarios.	25.500	29.700	24.685	24.673

## Gestionamos la avería de alimentos



**17.307 ton** de alimentos destinados a pérdidas y residuos

**1.565** alimentos y no alimentos de residuos utilizados para fines alternativos.





## Movilidad sostenible, una apuesta por la protección de la calidad del aire



**33**  
carros eléctricos para la entrega de domicilios de las marcas Éxito y Carulla.



**6**  
camiones a gas de nuestra empresa de Logística, Transporte y Servicios Asociados para la distribución de productos que disminuyen la huella de carbono.

**LTSA fue premiada en la categoría de sostenibilidad, tecnología e innovación en el Congreso de La Federación Colombiana de Transportadores de Carga por Carretera (Colfecar), por su gestión responsable con el medio ambiente y por ser pionera en el desarrollo de servicios a la vanguardia de las necesidades actuales del mercado en Colombia.**

Ofrecemos en nuestros almacenes la posibilidad para que nuestros clientes adquieran medio de transporte eléctrico.

## Levantamos obras con estándares internacionales de construcción sostenible

Almacenes y centros comerciales Viva cuentan con certificación LEED (Leadership in Energy & Environmental), otorgada por el Consejo de Construcción Verde de los Estados Unidos, que reconoce las obras con diseño, construcción y operación inmobiliaria sostenibles.



**6**  
almacenes (Éxito La Central, Éxito Mosquera, Éxito La Felicidad, Ensueño, Dual y Éxito Tunja).



**4**  
centros comerciales Viva (Envigado, La Ceja, Wajiira, Tunja).



“Trabajar por una ganadería sostenible requiere de ganaderos comprometidos, que la industria haga parte de las conversaciones sobre el tema y que la sociedad civil participe. Por eso, las alianzas hacen la fuerza y, con un socio como Grupo Éxito, transformar la ganadería del país promete un resultado muy positivo”.

**Camila Cammaert,** coordinadora de sistemas alimentarios sostenibles en WWF Colombia.



## Estamos comprometidos con la biodiversidad de Colombia [GRI 103-1] [GRI 103-2]

Nuestro modelo está en estos departamentos: Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Casanare, Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Magdalena, Meta, Santander, Sucre y Tolima.

### Transformamos la práctica productiva ganadera

### Monitoreo satelital para la revisión de los mínimos esperados:

[GRI 304-2] [GRI 304-3] conservación de ecosistemas, bienestar animal y calidad cárnica.

## 100% de los proveedores directos

de ganado en pie han sido monitoreados y 188 fincas han sido monitoreadas satelitalmente en 13 departamentos del país.

**Don José se ha** dedicado a la ganadería casi toda su vida, esta le ha dado el bienestar y el sustento para toda su familia. Conoce aquí más de su historia.



El autodiagnóstico de nuestras cadenas de aceite de palma y carne de res se realiza bajo las recomendaciones del **Accountability Framework - AFI**



**100%**

**de los proveedores**

de aceite de palma comestible marca propia cuentan con la certificación de palma sostenible Roundtable for Sustainable **Palm Oil (RSPO)** o están en proceso de certificación.



**100%**

**de los proveedores**

cumplen con el criterio de frontera agrícola, según el monitoreo satelital realizado por GANSO

- **Cumplimiento de los estándares de calidad e inocuidad** de acuerdo con el Decreto 1500 de 2007 para frigoríficos.
- **Estados satisfactorios de bienestar** en prácticas productivas, salud, comodidad, alimentación y bienestar.

### Trabajamos de la mano de nuestros proveedores(as) para la conservación de los ecosistemas



En el monitoreo se identificaron **46.544,93 hectáreas** de las cuales el **28%** tiene cobertura arbórea.



Desde 2011 se han generado alrededor de **866 hectáreas de bosque.**





## Auditoría en campo para garantizar una producción bajo los máximos deseados



Evaluamos criterios de condiciones de trabajo seguras, propiciamos ambientes sanos para los trabajadores y sus familias y condiciones de empleo dignas y justas.



**7** proveedores auditados



**14** fincas



**10.165** hectáreas



### Logros de 2021

[GRI 103-2] [GRI 103-3]

- Renovamos la certificación en carboneutralidad del formato *fresh market* de la marca Carulla para los 21 almacenes vigentes en el año 2021.
- Trazamos la proyección de carboneutralidad para Grupo Éxito al año 2035.
- Implementamos el plan para el uso racional del plástico para bolsas punto de pago, stretch y bolsas precorte.
- Disminuimos 37% la huella de carbono de la compañía en comparación al año 2015.
- Implementamos la reconversión de 24 almacenes a tecnologías más eficientes y gases refrigerantes naturales.
- Formalizamos una alianza con UK Pact y WWF para implementar acciones de conservación en el marco de nuestro modelo de ganadería.
- Monitoreamos satelitalmente el 100% de los predios ganaderos, garantizando el respeto a la frontera agrícola y la cero deforestación.

### Retos de 2022

- Generar una política de protección de bosques y biodiversidad.
- Continuar fortaleciendo el modelo de ganadería sostenible.
- Actualizar e implementar la guía de ecodiseño para envases y empaques.
- Implementar el proyecto con UK Pact y WWF: metodología para identificar potenciales de conservación en fincas.
- Ampliar el alcance de la medición de nuestra huella indirecta de carbono (alcance 3).



# Nos mueve

la democratización de hábitos de vida saludable

## Vida sana



### Para lograrlo trabajamos en estos frentes:

- Promover hábitos de vida saludable.
- Educar clientes, colaboradores y proveedores para una vida sana.
- Comercializar productos y servicios que incentiven estilos de vida saludable.

Taeq lanzó 23 productos orgánicos, algunos para clientes con preferencias veganas y algunos con productores locales.

# Ofrecemos productos naturales con beneficios nutricionales

La marca Taeq es una de nuestras marcas propias. Cuenta con **286 productos balanceados**, diferenciados por su alta calidad y desarrollados por un equipo de nutricionistas de nuestra compañía para cuidar la salud, balance y bienestar de clientes, colaboradoras, colaboradores, proveedores y proveedoras.



**66** productos nuevos durante 2021.



## Taeq, la segunda marca saludable de Colombia

**100%** de los productos de gran consumo de Taeq aplican el sistema de etiquetado voluntario del esquema Guideline Daily Amount (guía diaria de alimentación), cuyo fin es que los clientes conozcan los nutrientes de riesgo de los alimentos.

**6.421** referencias de alimentos saludables avalados con el equipo de nutricionistas bajo los estándares de la FSA (Food Standards Agency).

Taeq será la marca protagonista del formato un mundo en armonía, un ecosistema saludable y ecoamigable que busca, a través de los beneficios del producto y la asesoría con una o un nutricionista, democratizar el estilo de vida saludable.

## Nutrición, movimiento y consciencia en la Feria Vida Sana

La quinta edición de la Feria Vida Sana se presentó a través de las marcas Éxito y Carulla con experiencias en plataformas digitales y con más de **790** productos en **100** almacenes de ambas marcas.



**24%** de crecimiento en ventas con relación a 2020.

La feria entrega las herramientas para que las personas **tomen decisiones e implementen hábitos de salud y bienestar** a través de espacios que promueven la educación nutricional, el ejercicio y el balance.

**68.540** visitas en la *landing* de Éxito y Carulla.

**90%** más con relación a 2020

**12** eventos en vivo de la mano de la Escuela de Cocina Carulla, Kibo, Natuchips, Eterna, Estefanía Borge con la *master class* de Taeq, el doctor Jorge Enrique Rojas, Verónica Ospina y Manuel Leuman.

## Fortalecimiento y trabajo conjunto con proveedores y aliados

La feria, además de la promoción de hábitos de vida saludable, también fomenta el trabajo conjunto con proveedores y proveedoras que permiten la coinnovación y el desarrollo de nuevos productos con beneficios nutricionales.



**87** marcas

**41** proveedores(as)

**18** microempresarios(as)



**Escucha aquí** en el podcast *Juntos construimos país*, la historia de Superfúds.



“Conectar marcas con clientes y crear oportunidades para los que trabajan en ellas es crear puentes que construyen país. Estos productos son la evidencia del apoyo a emprendedores y a la promoción de productos orgánicos. La Feria Vida Sana es el espacio para que los emprendedores se den a conocer, así se pueden generar más empleos en el país”.

**Sebastián Hernández**, CEO de Superfúds.





## Encuentra tu balance en las aplicaciones móviles de Éxito y Carulla

**Encuentra tu balance** es la funcionalidad de las aplicaciones móviles de Éxito y Carulla para recomendarles a los clientes un consumo balanceado de alimentos en función de una vida más sana, en línea con las recomendaciones de las guías alimentarias basadas en alimentos (GABA) del Ministerio de Salud de Colombia y el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. Además, brinda consejos nutricionales y entrega contenido de valor como recetas y descuentos.

**244.000 personas** han visitado la funcionalidad

**100.000 personas** han recibido guía en su compra



En Carulla FreshMarket presentamos una experiencia fresca, consciente y diversa con FoodMarket y GreenMarket.

## Entregamos a clientes(as) información sobre hábitos de vida sana a través del Consumer Good Forum

**Somos parte del proyecto Se siente bien** del Consumer Goods Forum, organización que reúne a los CEO de retailers, productores y empresas prestadoras de servicios para “crear mejores vidas a través de mejores negocios”, e informarles a los consumidores sobre estilos de vida saludables y balanceados y fortalecer hábitos de cuidado personal y del hogar.

Actividades en **168 puntos de venta** de las compañías participantes.

**900.000 consumidores** han participado de las actividades realizadas.

“La alimentación es variada cuando incluye todos los grupos de alimentos y es balanceada cuando estos grupos de alimentos se incluyen en las proporciones necesarias para un adecuado aporte de nutrientes. Es así como a través de la funcionalidad encuentra tu balance se integran ambos criterios”.

**Kelly Urrutia,** nutricionista de Grupo Éxito.



## Generamos espacios de conversación sobre la importancia de la alimentación

Egan Bernal vivió una experiencia con 200 madres, niños y niñas beneficiarios de la Fundación Éxito y la Fundación Nutridar que participaron de la charla Alimentación, alma y mente de la marca Taeq.

## Promoción de una vida sana en nuestros colaboradores(as) [GRI 403-4]

Generación de estrategias de conciliación de la vida personal y laboral por las situaciones derivadas del COVID-19.

### 6.736 colaboradores(as)

participaron en actividades que contribuyeron al equilibrio del ser en todas sus dimensiones: salud, nutrición, ámbito emocional y sicosocial y finanzas.

“Gracias a la alimentación balanceada que he tenido en mi vida no he sufrido problemas con mi talla y estatura. Estoy seguro de que en mi tierra hay millones de campeones, pero algunos no tuvieron la fortuna de crecer con una nutrición adecuada”.

**Egan Bernal,**  
ciclista de ruta.

Incentivamos una vida más sana en nuestros colaboradores y colaboradoras a través del podcast **Vida sana**, en cuyos 30 episodios se compartió contenido sobre alimentación, autogestión de las emociones y bienestar.

## Fomentamos la actividad física y el deporte

Patrocinamos eventos deportivos y equipos profesionales como un camino para incentivar la actividad física



**9 deportistas**

patrocinados en Barranquilla, Cartago, Cartagena, Cali, Chigorodó, Huila y Medellín

### Ruta Colombia

Fuimos parte de la Ruta Colombia, evento para los amantes del ciclismo recreativo más grande de Colombia.



**2.000 asistentes**

### L'Étape Colombia

**2.000 corredores individuales**

#### Logros de 2021

- Logramos más de 244.000 usuarios en la funcionalidad encuentra tu balance de Éxito y Carulla.
- Vivimos una feria híbrida con excelentes resultados y la buena sinergia con los diferentes equipos de trabajo nos permitió grandes logros en ventas y conexión con clientes.
- Tuvimos un portafolio con más de **7.297 productos saludables** para ofrecer a nuestros clientes.

#### Retos de 2022

- Posicionar Vida Sana en la comunicación de las marcas y exhibiciones en los puntos de venta.
- Lograr que Taeq sea una marca sin sellos de alerta conforme a la Resolución 810 de 2021, a través de las reformulaciones de producto-mejoras en formulaciones y beneficios y depuración de portafolio.
- Implementar el cambio de imagen y postura de Taeq en el marco de la Feria Vida Sana.



# Nos mueve

que nuestros colaboradores y colaboradoras tengan una mejor calidad de vida

## El éxito de Grupo Éxito está en su gente



### Para lograrlo trabajamos en estos frentes

- Desarrollar a nuestra gente en el ser, saber y hacer.
- Ser atractivos, diversos e incluyentes.
- Promover la equidad de género.
- Fomentar el diálogo social.



## Gracias a nuestra gente damos los máximos posibles

Nuestros logros son fruto del compromiso de un equipo de 35.490 colaboradoras y colaboradores que le ponen el corazón a todo lo que hacen, que convierten los máximos posibles en su hábito de vida.



## Nos unen la diferencia, la diversidad y la inclusión

“Grupo Éxito es una compañía en la que todas y todos podemos expresarnos libremente, es un lugar feliz para trabajar porque nadie está excluido y, desde mi rol, apporto a la generación de consciencia de que cada persona es diferente. De hecho, he recibido apoyo psicológico, físico y emocional en todo mi proceso de ser una mujer transexual”.

**Nathalia Reyes Castro,**  
auxiliar de puesto de pago en el Éxito de Unicentro, Cali.

# 35.490 colaboradores(as) presentes en 23 departamentos de Colombia

[GRI 102-8] [GRI 103-1] [GRI 103-2]

# 28.931 colaboradores(as) con contratos a término indefinido

**50,14%** mujeres

**49,86%** hombres

**9.368** colaboradores(as) en Antioquia

**55,39%** mujeres

**44,61%** hombres

**5.845** colaboradores(as) en Caldas, Cauca, Nariño, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca

**47,61%** mujeres

**52,39%** hombres

**4.923** colaboradores(as) en Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena y Sucre

**42,21%** mujeres

**57,79%** hombres

**1.369** colaboradores(as) en Santander y Norte de Santander

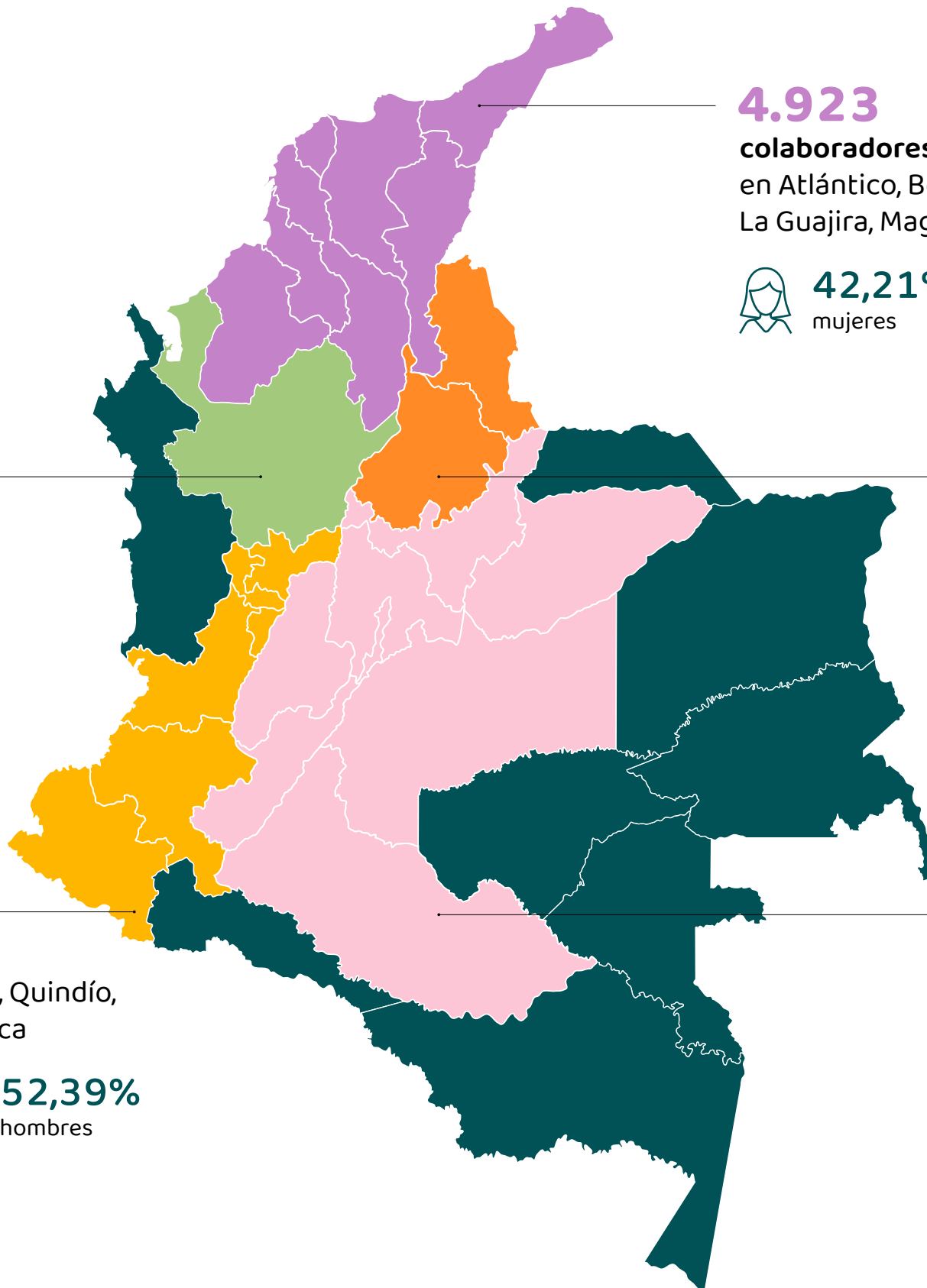
**51,86%** mujeres

**48,14%** hombres

**13.985** colaboradores(as) en Bogotá, Boyacá, Caquetá, Casanare, Cundinamarca, Huila, Meta y Tolima

**52,42%** mujeres

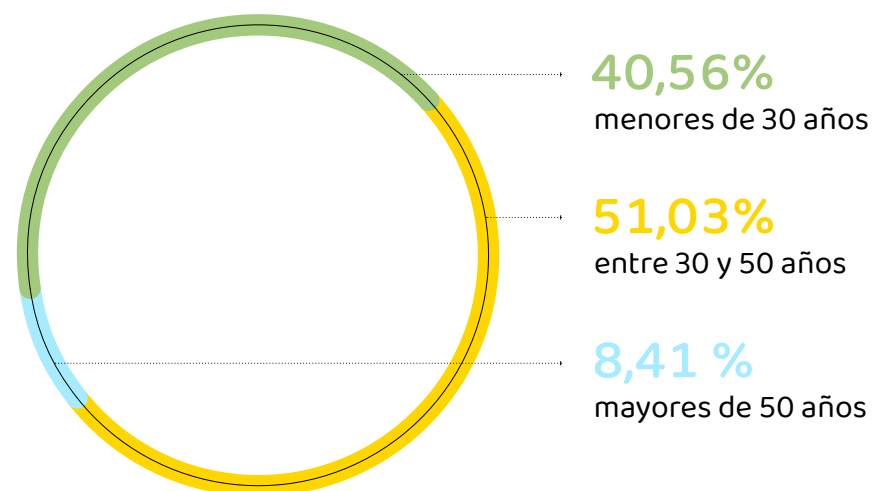
**47,58%** hombres







**Distribución de colaboradores(as) por edades [GRI 405-1]**



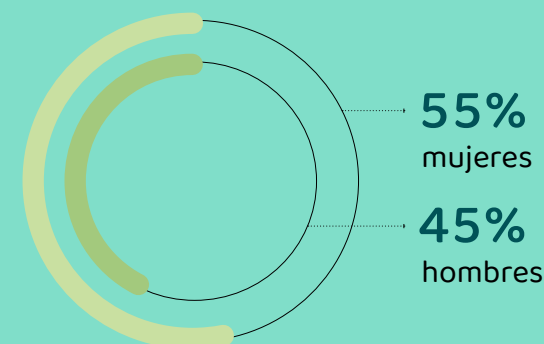
País	Porcentaje del total de colaboradores	Porcentaje que está en niveles 1, 2, 3 y 4
Colombia	99,20%	99,15%
Ecuador	0,01%	0,14%
Estados Unidos	0,04%	0,13%
Francia	0,05%	0,13%
Otros	0,7%	0,45%

**0,99%**  
Colaboradores(as) de poblaciones diversas

**0,44%**  
Colaboradores(as) en condición de discapacidad

**15.903 nuevas contrataciones [GRI 401-1]**

Cerca de **\$468.542 COP invertidos** por colaborador en procesos de selección, contratación y ascensos.

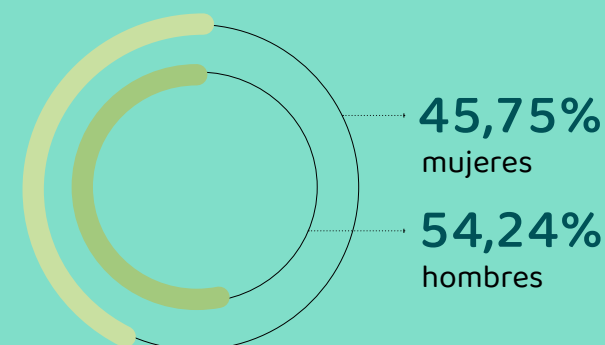


**Contrataciones**

**0,01%** en cargos directivo  
**0,08%** en cargos de jefatura  
**5,68%** en cargos de supervisión  
**94,23%** en cargos operativos

**1.930 colaboradores(as) ascendidos(as) [GRI 405-1]**

**10,82%** de las vacantes abiertas al público fueron ocupadas por colaboradores de la compañía



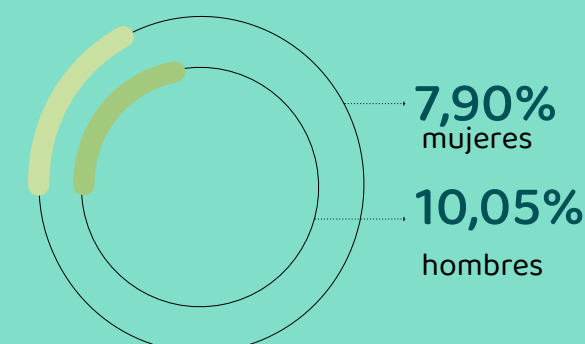
**Ascensos**

**0%** en cargos directivo  
**6,01%** en cargos de jefatura  
**55,65%** en cargos de supervisión  
**38,34%** en cargos operativos

**19,53% rotación de personal**

*\*indefinido + termino fijo mayor o igual a 3 meses*

**8,98%** término indefinido  
**6,76%** rotación voluntaria término indefinido



**Rotación término indefinido**

**10,29%** en cargos directivo  
**4,37%** en cargos de jefatura  
**6,94%** en cargos de supervisión  
**9,93%** en cargos operativos

# Nuestra gente es nuestro mayor motivo para sonreír



## Educación

Invertimos **\$10.507,64 millones de pesos** para contribuir al crecimiento personal y académico de nuestra gente y sus hijos.

**16.108** beneficios otorgados  
**9,73%** menos de inversión que en 2020



## Mi pensión

Acompañamos a **2.179** colaboradores(as) al momento de realizar los trámites de la pensión.

**234** millones invertidos en asesorías  
 Misma inversión que en 2020



## Vivienda

Entregamos **\$3.444,30 millones de pesos** en créditos para compra, construcción o mejoramiento de vivienda.

**911** beneficios otorgados  
**27,95%** más de inversión que en 2020



## Tiempo de trabajo flexible

Posibilitamos a nuestros colaboradores el disfrute de **21.291** horas libres destinadas a actividades personales o familiares.

**335.854** beneficios otorgados  
**142,97%** más de beneficios que en 2020  
**\$12.040,52** millones de pesos invertidos



## Salud

Invertimos **\$2.156,66 millones de pesos** en programas de promoción de la salud y prevención de la enfermedad.

**57.644** colaboradores(as) y familias beneficiadas  
**803%** más que inversión que en 2020



## Escuela de economía personal y familiar

Formamos a **2.471** colaboradores en planeación financiera para administración del hogar y la vida.

**5,32%** más que en 2020

“Lo que más valoro de la compañía es su calidad humana. Siempre en el equipo nos ayudamos y eso se convierte en una cadena de colaboración que aporta a los procesos de transformación”.

**Mariluz Henao Restrepo**, embajadora de servicio de Super Inter Villa Olímpica, Pereira.





**Cultura y emprendimiento**

Destinamos **\$1.053,68 millones de pesos** en programas de emprendimiento, uso de tiempo libre y expresión creativa.

**31.930**

beneficios otorgados

8,71% menos que en 2020



**Cambia tu ciclo**

**635**

colaboradores(as)

accedieron a motos, bicicletas o patinetas eléctricas como una alternativa de transporte.



**Celebraciones**

**\$31.720,05**

millones de pesos

invertidos en programas de celebración de días especiales para nuestros colaboradores y sus familias, con una cobertura total de **100.151** beneficios otorgados.



**Trabajo en casa**

**100%**

de los colaboradores(as)

en cargos administrativos trabajaron desde casa por motivo de la pandemia a causa del COVID-19.

Por medidas tomadas desde Gobierno Nacional, implementamos el trabajo híbrido (dos días presenciales y tres días desde casa).



Reconocimos a **5.074** colaboradores por sus años de servicio a la organización.



**Vínculos de amor**

**Beneficios para el cuidado de los niños de nuestros colaboradores**

Acompañamos a nuestros colaboradores(as) en su etapa de ser mamá o papá con el modelo de acompañamiento basado en el sistema Tool-Be.



Auxilio de nacimiento o pérdida de un hijo(a) en su edad gestacional.



**30 minutos adicionales** de lactancia en algunas de las dependencias del país (con relación a lo establecido por la Ley de la adecuación de las Salas de Lactancia).



**567 auxilios otorgados** y **\$160,43 millones de pesos** invertidos.

**17.364** colaboradores(as)

accedieron a beneficios como auxilio de nacimiento, auxilios por pérdida de hijos en edad gestacional, beneficios del programa Vínculos de amor, nutrición para crecer, auxilios de escolaridad y universitarios, auxilios para hijos con discapacidad y programas para la primera infancia.

**\$10.979.26**

millones de pesos invertidos

[GRI 401-3] Beneficio de maternidad y paternidad



**Mi renta**

Acompañamos a **988** colaboradores y sus familias en el proceso de elaboración de su declaración de renta, de manera gratuita, adecuada, fácil y segura, por medio de la gestión y el acompañamiento de nuestro aliado estratégico Tributi.

14,38% más de beneficiarios que en 2020



**Mejorate pronto [GRI 403-3]**

Acompañamos a nuestros colaboradores contagiados de COVID-19 a través de la entrega de un kit que contenía libros, pasatiempos, alimentos de preferencia, frutas, aromáticas, entre otros obsequios.

**\$5.523.000**

en inversión



Este fue mi primer empleo y 40 años después puedo decir que he tenido la oportunidad de formarme en servicio al cliente, manejo de personal y expresión oral, lo que favorece mi quehacer día a día".

**Gustavo Adolfo Zuluaga,** líder en ventas de carnes en el Éxito de Colombia, Medellín.

## Contribuimos al desarrollo del ser y del hacer de nuestros colaboradores y colaboradoras

[GRI 404-3]

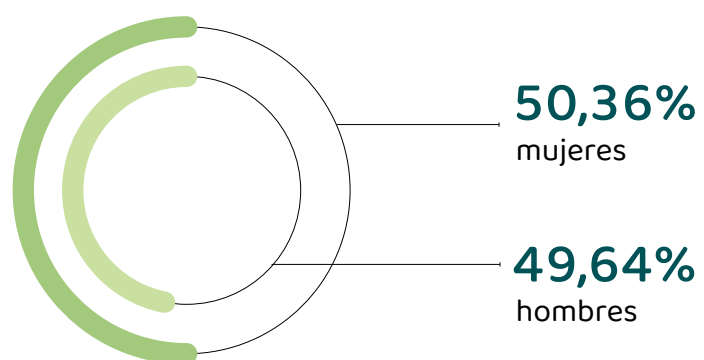
Acompañamos los procesos de formación sobre cultura corporativa, conocimiento de la organización y desempeño laboral a través de los cursos ofrecidos por la Unidad de Aprendizaje Organizacional.

**1.547.127** horas de formación virtual, presencial y en modalidad híbrida

298.098 virtual

1.238.200 presencial

10.829 modalidad híbrida



**46.579** colaboradores(as) participaron en procesos de formación

**1.076** horas de formación en cargos directivo

**51.020** horas de formación en cargos de jefatura

**374.256** horas de formación en cargos de supervisión

**1.120.776** horas de formación en cargos operativos

**\$68.649** Inversión promedio en formación por colaborador

**43,59** horas de formación promedio por colaborador [GRI 404-1]



**28.917** colaboradores(as) formados en el desarrollo y fortalecimiento de sus competencias en cultura corporativa. [GRI 404-2]



**212** colaboradores(as) participaron en cursos sobre los negocios y marcas de la compañía para fortalecer el desempeño de su rol.



**17.450** colaboradores(as) recibieron capacitación en competencias básicas y complementarias para la adaptación a su cargo.



# Somos orgullosamente diversos e incluyentes

[GRI 103-1] [GRI 103-2]

Reconocemos que la diversidad en el recurso humano es un factor de alto impacto en el desempeño sobresaliente de la compañía y específicamente en la innovación, la creatividad, la productividad y la efectividad.

Nuestra declaración cultural se basa en el respeto y aceptación de la diferencia en distintos aspectos: edad, género, capacidades, etnias y creencias; con ello buscamos que dentro de la organización exista una sensibilidad y una esencia de ser incluyentes.



Promovemos equipos de trabajo **diversos y entornos accesibles.**



**Reconocemos, valoramos y respetamos** a todas las personas sin distinción de género, raza, origen, nivel social, orientación sexual, discapacidad, política y religión.



Promovemos la empatía y valoramos el intercambio de ideas de forma constructiva con igualdad de oportunidades para todas las personas.



**“Nos adherimos a la Cámara de Comercio LGTBI, ratificamos nuestro compromiso por lograr espacios donde las y los colaboradores se sientan cada vez más cómodos y seguros”.**  
**Juan Felipe Montoya**, vicepresidente de Recursos Humanos.



## Promovemos la inclusión laboral

Desde el año 2006, 4.000 personas han estado vinculadas a la compañía a través de la estrategia de diversidad e inclusión, que tiene como objetivo la inclusión laboral de poblaciones diversas.



## Contamos con un talento humano de 352 personas de poblaciones diversas:

**113**  
jóvenes en riesgo

**37**  
víctimas del conflicto armado

**34**  
desmovilizados y familiares

**150**  
personas en situación de discapacidad después de su ingreso

**9**  
militares y familiares

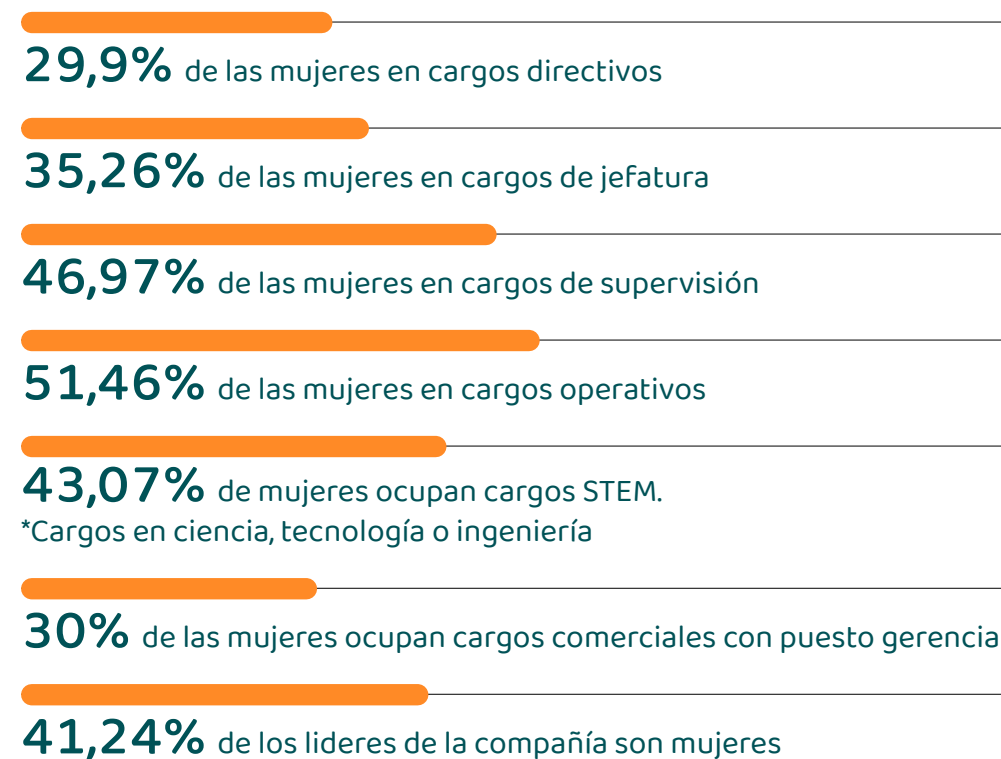
**3**  
pospenados

**5**  
familiares de personas privadas de la libertad

**1**  
persona de diversidad étnica

# Avanzamos en el cierre de las brechas de género

## Participación de mujeres por cargos



# 30 mujeres participaron en Mujeres líderes de la operación

Este es un programa para acompañar a mujeres que se destacan en su rol de liderazgo y en su crecimiento personal y profesional.



Un viaje al corazón de mujeres líderes de nuestra compañía. **Conoce aquí** una de las historias.

## Ratio Salarial [GRI 405-2]

Nivel/Género	Ratio
Media Total	0,98
Media Total+ Incentivo	0,97
1 y 2 F vs. m	0,68
3 y 4 F vs. m	0,96
5, 6 y 7 F vs. m	1,03

## Fomentamos el diálogo social

[GRI 102-41] [GRI 407-1]

Reconocemos el derecho de asociación sindical y el derecho a la no asociación sindical, respetamos los acuerdos colectivos y propiciamos el diálogo social con los diferentes actores.

Contamos con **3 convenciones colectivas** creadas en 2020 y un pacto colectivo de trabajo para la industria de alimentos que rige las condiciones laborales.



Entregamos los **mismos beneficios económicos** establecidos en los convenios y acuerdos colectivos, al 100% de los colaboradores de la compañía, en aras de **mantener la equidad.**

# Protegemos la salud y la integridad de nuestros colaboradores(as)

	Número de colaboradores	Contratistas
Fatalidades	0	0
Enfermedades laborales [GRI 403-10]	60	NA
Accidentes laborales sin pérdida de tiempo [GRI 403-9]	1.166	NA
Accidentes laborales con pérdida de tiempo [GRI 403-9]	325	NA

## Lost Time Injury Frequency Rate

	2018	2019	2020	2021
Colaboradores(as)	12,5%	8,28%	2,89%	3,68%
Contratistas				



**1.936** colaboradores(as) participaron en 4 formaciones relacionadas con salud y seguridad en el trabajo. [GRI 403-5]



**17.076** horas de formación en salud y seguridad en el trabajo.



**Conoce aquí** nuestra política de salud y seguridad en el trabajo [GRI 403-1]





“Trato de promover entre los miembros de mi equipo la transformación, empoderándolos para que se conviertan en líderes de cada uno de sus procesos, saquen adelante sus objetivos y se enfoquen en hacer que las cosas sucedan”.

**Carolina Herrera Mendoza**, coordinadora de mercadeo negocio B2B.

## La suma de todos y todas construye un mejor lugar para trabajar

**300 líderes participaron del programa Liderazgo en evolución**, con el que buscamos fortalecer capacidades adaptativas y desarrollar competencias claves para la transformación.

### Líderes que son ejemplo

Rediseñamos nuestro modelo de liderazgo incorporando elementos de capacidad adaptativa, conversaciones y toma de decisiones.

**96%** de los y las colaboradoras manifestaron un compromiso del 91% y un E-NPS del 69%.

### Cultivamos talento



**4.000** colaboradores(as) fueron valorados(as) por **840 líderes** dentro del proceso de planificación del talento en todo el país.



**10.471** colaboradores(as) se formaron en **64** programas virtuales asistidos.



**101** colaboradores(as) se beneficiaron del programa Ciclo de profesionalización con el que llegamos a todas las marcas y regiones del país.

#### Logros de 2021

- Invertimos **\$82.969,87 millones de pesos** en 797.209 beneficios dirigidos a nuestros colaboradores, colaboradoras y sus familias.
- **96%** de los y las colaboradoras manifestaron su compromiso.
- Logramos implementar el modelo de formación virtual, presencial y mixto.

#### Retos de 2022

- Obtener el sello oro Equipares.
- Obtener el sello Friendly Biz.
- Avanzar en la construcción del Plan Vida Digna que beneficie a nuestros colaboradores

# Nos mueven

las relaciones de confianza con nuestros grupos de interés

## Somos íntegros



### Para lograrlo trabajamos en estos frentes:

- Promover buenas prácticas de gobierno corporativo.
- Promover el respeto por los derechos humanos.
- Facilitar entornos diversos e inclusivos.
- Impulsar estándares de ética y transparencia.
- Velar por la construcción de confianza y promover una comunicación coherente.

Grupo Éxito entre los **10 retailers de alimentos más sostenibles del mundo**, según los resultados 2021 del Índice Global de Sostenibilidad del Dow Jones. [GRI 102-12]

Sustainability Yearbook

Member 2022

S&P Global

## Fuimos reconocidos en el reporte Social Procurement Manual 2021



El trabajo conjunto con **Pomario**, nuestro proveedor de verduras y flores comestibles, en favor del desarrollo rural, ha sido reconocido como un **caso de éxito en el reporte Social Procurement Manual 2021**, elaborado por **Yunus Social Business**, organización que apalanca empresas que aportan socialmente y que invierten sus ingresos en comunidades vulnerables.



“Con un equipo de 30 campesinos(as) que cultivan 10 toneladas al mes de hortalizas y flores comestibles en zonas que anteriormente eran destinadas a cultivos ilícitos, trabajamos por el desarrollo social y por mantenernos unidos solidariamente”.

**Luis Miguel Botero**, fundador de Pomario.





## Nos mantenemos como uno de los *retailers* más sostenibles del mundo

Fuimos reconocidos por nuestros estándares en materia de sostenibilidad según el Índice de Sostenibilidad Dow Jones.



- Nos ubicamos en el **percentil 89 de la industria** e incrementamos el desempeño frente a años anteriores.



- Somos la **novena compañía** con mejor puntaje.



- Tuvimos crecimientos significativos** en temas como salud y nutrición, protección de la privacidad, prácticas sostenibles en agricultura y organismos genéticamente modificados.

Este reconocimiento **nos mantiene como un referente, a nivel regional y mundial, en el sector de las grandes superficies de alimentos, reafirmando nuestro compromiso por tener una operación con altos estándares de sostenibilidad ambiental, social y de gobierno corporativo**



**Aquí** puedes conocer más información.

## Promovemos y consolidamos las mejores prácticas en materia de gobierno corporativo



- Comunicamos oportunamente la información financiera y no financiera relevante de la compañía a través del mecanismo de información relevante en el sitio web corporativo y los medios de comunicación, en cumplimiento con el deber de revelación de información.



- Implementamos las medidas promovidas por el Índice de Sostenibilidad Dow Jones y el Carbon Disclosure Project-CDP, con el propósito de alinear sus acciones con los más altos estándares internacionales en asuntos sociales, ambientales, económicos y de gobierno corporativo, para generar valor compartido a todos los grupos de interés.



- Promovemos el criterio de diversidad en la elección de nuestra Junta Directiva con el propósito de contribuir a la prosperidad, el crecimiento empresarial y la consolidación de un mejor gobierno corporativo.



**Conoce más información** en el informe de gobierno corporativo

Para este año obtuvimos una calificación sobresaliente de **53 puntos** en el **NPS**, 11 puntos más que en el 2020.

Nos mueve aportar al progreso del país y de la sociedad procurando ser líderes en lo económico, causando un impacto positivo en el entorno y dejando en el planeta una huella que brinde posibilidades para el futuro de las próximas generaciones.



## Promovemos y avanzamos hacia una sociedad más diversa e incluyente



**9** almacenes transformados con infraestructura accesible.



Capacitamos y sensibilizamos a **56.022** colaboradores(as) para adaptar los equipos de trabajo y el entorno a espacios más inclusivos con la población con discapacidad.



Contamos con **1.153** compañeros(as) capacitados para la interpretación de lengua de señas.



## Promovemos el respeto por los derechos humanos [GRI 102-12]



Ratificamos nuestro compromiso con los derechos humanos alineados con la iniciativa del **Pacto Global de Naciones Unidas**. Así continuamos con la adopción de los principios y herramientas asociadas, como la autoevaluación del desarrollo, en alianza con el Instituto Danés de Derechos Humanos, la Confederación de Industrias Danesas, el Ministerio de Asuntos Económicos y Comerciales, y el Fondo Danés de Industrialización para Países en Desarrollo (Global Compact Self Assessment Tool).

## De la mano de nuestros proveedores(as) trabajamos por los derechos humanos [GRI 414] [GRI 308]

A través de las auditorías sociales a nuestros proveedores marca propia, velamos por la protección de los derechos humanos en nuestra cadena de abastecimiento y promovemos el cuidado del medio ambiente, basados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Pacto Global de las Naciones Unidas, la Organización Internacional del Trabajo y la [Carta Ética](#) del Proveedor.

**212** proveedores(as) de marca propia evaluados

**6** proveedores(as) de marca propia nuevos evaluados

**520** proveedores(as) firmaron la Carta Ética del Proveedor, la cual define estándares necesarios para nuestra cadena de suministro.



**Conoce nuestra** declaración de derechos humanos.





## Viva Barranquilla y Éxito Metropolitano fueron reconocidos con el Sello de Primera

En el marco del Primer Encuentro de Empresas Incluyentes –organizado por la Alcaldía de Barranquilla–, el Centro Comercial Viva Barranquilla y el Éxito Metropolitano recibieron el reconocimiento **Sello de Primera** por ser dos de las empresas que le apuestan a la inclusión laboral de personas con discapacidad.

La Consejería Presidencial para la Participación de Personas con Discapacidad les otorgó una mención de honor por su apoyo y compromiso en el desarrollo de acciones en favor de la protección de los derechos humanos, como el fomento de la participación de las personas con discapacidad y sus familias en el Atlántico.

La inclusión de personal con discapacidad en labores como seguridad, aseo, jardinería y operación de puestos de pago es una de las acciones reconocidas.



Mejora de espacios para el disfrute y la comodidad de las personas con discapacidad, como muebles, rampas y parqueaderos.



Señalización braille, sistema de lectura y escritura táctil pensado para personas ciegas, en baños y pasillos del centro comercial y de los almacenes.



Trabajo con la ONG Cuso Internacional para generar oportunidades de empleo dirigidas a personas refugiadas, inmigrantes y retornados colombianos.



**Conoce aquí** más de las acciones por las que obtuvimos este reconocimiento.

## Somos colíderes en la implementación de la Iniciativa de Paridad de Género

En el marco de la Iniciativa de Paridad de Género, impulsada por el Ministerio de Trabajo, el Banco Interamericano de Desarrollo y el Foro Económico Mundial, representamos al sector privado en relación con las acciones de equidad de género.

- Trabajamos con **37 organizaciones** líderes en el diseño de estrategias y metodologías de trabajo para el cierre de brechas de género en Colombia.
- Aportamos al **cierre de brechas de género** en el país.
- Acompañamos a la secretaría técnica asignada para **consolidar alianzas de la IPG** en las diferentes regiones del país.



Conoce aquí más del valor agregado a la sociedad. [GRI 102-11]

Recibimos el reconocimiento como **empresa comprometida con la integridad 100**, otorgado por el Instituto Anticorrupción.

## Comunicamos a nuestros grupos de interés las acciones en el marco de transparencia



Dirigimos acciones de comunicación y sensibilización sobre las políticas del programa de ética empresarial a 191 proveedores(as) de bienes, servicios y productos, aliados fundamentales para la construcción de relaciones transparentes, sostenibles y de alto valor.



Desarrollamos el plan de comunicación anual Soy Transparente, enfocado en reconocer en cada líder y cada empleado su contribución a la adherencia de una cultura corporativa ética marcada por una conducta coherente entre el pensar, el decir y el hacer.



Compartimos con el sector empresarial la experiencia y las prácticas de cumplimiento generadoras de valor, a través de espacios como el II Congreso de Compliance, liderado por la Cámara de Comercio de Medellín y OlarteMoure.



## Impulsamos estándares de ética y transparencia

- Hicimos seguimiento a la evaluación de los riesgos de fraude, soborno y corrupción en los procesos que conforman la cadena de valor, bajo los requerimientos de la Ley Francesa Anticorrupción (Ley Sapin II) y las recomendaciones de la Agencia Francesa Anticorrupción (AFA), para afianzar las buenas prácticas de relacionamiento ético con los terceros.
- Autorregulamos la gestión de los intereses ante las autoridades del Estado mediante la formalización y divulgación de lineamientos de actuación, en coherencia con el Programa de Transparencia y el Código de Ética y Conducta.



**4.965** colaboradores capacitados en los almacenes para la prevención del lavado de activos y de la financiación del terrorismo.



**38.867** colaboradores(as) capacitados en el módulo virtual Guardianes Éxito, programa de formación innovador en torno a la adecuada gestión de los riesgos de fraude, soborno, corrupción, LA/FT, tratamiento de datos personales y cumplimiento de su normativa.





# Estamos entre las 15 empresas con mejor reputación en Colombia, según Merco

El Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco) presentó los resultados del estudio de Merco empresas y líderes 2021: **¡quedamos en el top 15 de las empresas con mejor reputación!**

Desde Grupo Éxito, Bavaria, Movistar, ISA, Postobon, Enel, Ecopetrol, Terpel, Grupo Sura, Grupo Nutresa, Grupo Argos y Grupo Bancolombia con el valor que generamos a más de 45 millones de clientes y usuarios, 203.000 empleados, 126.000 proveedores, 374.000 inversionistas, cerca del 20% PIB Colombiano y de manera indirecta, toda la sociedad colombiana, entendemos más que nunca lo interconectados que estamos, lo vulnerables que somos y la importancia de trabajar juntos, por eso nos unimos desde hace más de un año para trabajar de manera conjunta en nuestro compromiso con el Desarrollo Sostenible de Colombia, buscando avanzar hacia una economía más próspera orientada al cumplimiento de la Agenda 2030 y a los compromisos del Acuerdo de París.

**Somos la empresa número 1 en el sector de grandes superficies.**

Reporte financiero	COP (cifras expresadas en millones de pesos)
Ganancias antes de impuestos (EBT)	574.973
Impuestos declarados	100.292
Impuestos pagados en efectivo	71.810



**'Pigmentos Urbanos'** nace del interés por acercarnos más a las comunidades aledañas a nuestros almacenes que se han convertido en el segundo hogar de los colombianos y con esta iniciativa queremos que sean el corazón de los barrios, un espacio de encuentro con esos colombianos y colombianas que trabajan por el bienestar de los territorios en donde tenemos presencia.

### Logros de 2021

- Según el Índice de Sostenibilidad Dow Jones estamos entre los 10 *retailers* de alimentos más sostenibles del mundo.
- Implementamos la debida diligencia de derechos humanos, lo que nos permite promocionarlos con mayor énfasis en la compañía.
- Realización del proceso de debida diligencia en derechos humanos.
- Realizamos nuestra primera medición de impacto para poder conocer el valor monetario que le aportamos a la sociedad.

### Retos de 2022

- Implementar el modelo de análisis de comunidades en la totalidad de las dependencias de la compañía.
- Consolidar el modelo de reputación corporativa.
- Ejecutar acciones nacionales en el marco del relacionamiento con comunidades.



# Estrategia sostenible en Uruguay y Argentina

Los equipos de los demás países en Suramérica donde tenemos presencia, desarrollan iniciativas que favorecen la sostenibilidad. Estos son algunos de los resultados.

## Grupo Disco



- Promoción del consumo de frutas y verduras, a través de una campaña en las tiendas **fresh market**, junto al Movimiento Agroeducación y Salud (MAES) en el marco de la conmemoración del Año Internacional de las Frutas y Verduras y, por el Día Mundial de la Alimentación.
- Reducción del **60% de los residuos**, gracias a la gestión que Disco Punta Carretas, junto a la empresa Abito, desarrollaron para promover el reciclaje y el compostaje, confiriéndoles a los residuos un destino eficiente, responsable y sustentable.

- Apertura del **30% en nuevas vacantes** en el proceso de selección para personas en situación de mayor vulnerabilidad, pertenecientes al programa MIDES del Ministerio de Desarrollo Social.
- Acompañamiento del Concurso Nacional de Cuento y Plástica Pequeños Talentos del Uruguay, en su edición número 21 y que hoy cuenta con el auspicio del Ministerio de Educación y Cultura.
- Participación en la Teletón, desde Punta Carretas, invitando a los clientes a participar.
- Donación de prendas de vestir de Géant y MOTE a organizaciones sociales como la Asociación Civil Avance, que trabaja con niños y niñas de situaciones vulnerables, y la ONG Por la Integración, que apoya a mujeres que sufrieron y sufren violencia doméstica, brindándoles contención psicológica y un hogar.

## Libertad

### Una empresa proactiva por el medio ambiente

- Limitación y valorización de los residuos
- Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero
- Mejora en la eficiencia energética
- Protección de la biodiversidad

### Un empleador comprometido

- Promoción de la diversidad
- Preservación de la salud y bienestar laboral
- Facilitar la inserción y evolución laboral

### Un socio de confianza

- Refuerzo de la ética y gestión del riesgo
- Lucha contra la corrupción
- Sostenimiento de la producción local y el desarrollo de las Pymes

### Un actor local solidario

- Desarrollo de alianzas de solidaridad
- Más acciones solidarias

### Una cadena responsable

- Actuación en pro de la salud del consumidor
- Fomento del consumo responsable



Lanzamiento de **JUNTOS EN ACCIÓN**, el programa de Responsabilidad Social Empresaria de Libertad



**#PactoCircular es un programa** de gestión integral de residuos con base en economía circular para generar un cambio cultural en la gestión de residuos



# Índice GRI

GRI	Indicador	Descripción	Página	SASB	ODS	Link
102	1	Nombre de la organización	<u>9</u>			
102	2	Actividades, marcas, productos y servicios	<u>11</u>	FB-FR-000.A		
102	3	Ubicación de la sede	<u>8</u>			
102	4	Ubicación de las operaciones	<u>6</u>	FB-FR-000.B		
102	5	Propiedad y forma jurídica	Almacenes Éxito SA			
102	6	Mercados servidos	<u>10</u>			
102	7	Tamaño de la organización	<u>21</u>			
102	8	Información sobre empleados y otros trabajadores	<u>77</u>		8.5, 10.3	
102	9	Cadena de suministro	<u>11</u>			
102	10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	<u>20</u>			
102	11	Principio o enfoque de precaución	<u>89</u>			
102	12	Iniciativas externas	<u>12 - 85 - 86</u>			
102	13	Afiliación a asociaciones	<u>17</u>	FB-FR-310a.2		
102	14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	<u>20</u>			
102	15	Principales impactos riesgos y oportunidades	<u>7, 8 - 45</u>			
102	16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	<u>9</u>		16.3	
102	17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	<u>36</u>		16.3	<a href="https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf">https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf</a>
102	18	Estructura de gobernanza	<u>7, 18</u>			<a href="https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf">https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf</a>
102	21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	<u>14</u>		16.7	
102	22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	<u>7, 12, 18</u>		5.5, 16.7	<a href="https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf">https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf</a>
102	24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	<u>9</u>		16.7	<a href="https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf">https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf</a>
102	25	Conflictos de intereses	<u>28, 29</u>		16.6	<a href="https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf">https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf</a>
102	28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	<u>25</u>			<a href="https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf">https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf</a>
102	29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	<u>45</u>		16.7	
102	30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	<u>48</u>			
102	31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	<u>45</u>			
102	32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	<u>23</u>			<a href="https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf">https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf</a>
102	33	Comunicación de preocupaciones críticas	<u>1</u>			<a href="https://www.grupoexito.com.co/es/priorizacion-temas.pdf">https://www.grupoexito.com.co/es/priorizacion-temas.pdf</a>
102	34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	<u>15</u>			

# Índice GRI

GRI	Indicador	Descripción	Página	SASB	ODS	Link
102	35	Políticas de remuneración	<a href="#">10</a>			<a href="https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf">https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf</a>
102	36	Proceso para determinar la remuneración	<a href="#">10</a>			<a href="https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf">https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf</a>
102	37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	<a href="#">10</a>		16.7	<a href="https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf">https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf</a>
102	40	Lista de grupos de interés	<a href="#">13</a>			
102	41	Acuerdos de negociación colectiva	<a href="#">83</a>	FB-FR-310a.2	8.8	Gente
102	42	Identificación y selección de grupos de interés	<a href="#">14</a>			
102	43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	<a href="#">1</a>			<a href="https://www.grupoexito.com.co/es/priorizacion-temas.pdf">https://www.grupoexito.com.co/es/priorizacion-temas.pdf</a>
102	44	Temas y preocupación claves mencionados	<a href="#">1</a>			<a href="https://www.grupoexito.com.co/es/priorizacion-temas.pdf">https://www.grupoexito.com.co/es/priorizacion-temas.pdf</a>
102	45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	<a href="#">4</a>			Tax
102	46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	<a href="#">9</a>			Introducción
102	47	Lista de temas materiales	<a href="#">14</a>			Materialidad
102	48	Reexpresión de la información	No se reexpresó ninguna información			Certificación externa
102	49	Cambios en la elaboración del informe	No se dieron cambios en la elaboración del informe			Introducción
102	50	Periodo objetivo del informe	<a href="#">8</a>			Introducción
102	51	Fecha del último informe	<a href="#">8</a>			Introducción
102	52	Ciclo de elaboración de informes	<a href="#">8</a>			Introducción
102	53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	<a href="#">8</a>			Introducción
102	54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	<a href="#">9</a>			Introducción
102	55	Índice de contenidos GRI	<a href="#">105</a>			Índice GRI
103	1	Comercio sostenible- Explicación del tema material y su Cobertura	<a href="#">14, 46, 56</a>			
103	1	Cambio Climático- Explicación del tema material y su Cobertura	<a href="#">14, 46, 64</a>			
103	1	Empaques y Envases- Explicación del tema material y su Cobertura	<a href="#">14, 46, 68</a>			
103	1	Protección de la Biodiversidad- Explicación del tema material y su Cobertura	<a href="#">14, 46, 70</a>			
103	1	Diversidad e inclusión- Explicación del tema material y su Cobertura	<a href="#">14, 46, 82</a>			
103	1	Atracción, retención del talento - Explicación del tema material y su Cobertura	<a href="#">14, 46, 77</a>			
103	2	Comercio sostenible- Enfoque de gestión y componentes	<a href="#">14, 46, 62</a>			
103	2	Cambio Climático - Enfoque de gestión y componentes	<a href="#">14, 46, 71</a>			
103	2	Empaques y Envases - Enfoque de gestión y componentes	<a href="#">14, 46, 71</a>			



# Índice GRI

GRI	Indicador	Descripción	Página	SASB	ODS	Link
103	2	Protección de la Biodiversidad - Enfoque de gestión y componentes	<a href="#">14, 46, 70</a>			
103	2	Diversidad e inclusión - Enfoque de gestión y componentes	<a href="#">14, 46, 77</a>			
103	2	Atracción, retención del talento - Enfoque de gestión y componentes	<a href="#">14, 46, 82</a>			
205	1	Operaciones evaluadas para los riesgos relacionados con anticorrupción	<a href="#">7</a>	FB-FR-230a.2	16.5	
205	2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	<a href="#">45</a>		16.5	<a href="https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf">https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf</a>
205	3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	<a href="#">36, 37, 39</a>	FB-FR-230a.1	16.5	<a href="https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf">https://www.grupoexito.com.co/es/Informe-gobierno-corporativo-grupo-exito-2021.pdf</a>
301	1	Materiales utilizados por peso o volumen	<a href="#">67</a>		8.4, 12.2	
301	2	Insumos reciclados	<a href="#">67</a>		8.4, 12.2, 12.5	
302	1	Consumo energético dentro de la organización	<a href="#">64</a>	FB-FR-130a.1	7.3, 8.4, 12.2, 13.1	
302	3	Intensidad energética			7.3, 8.4, 12.2, 13.1	
302	4	Reducción del consumo energético	<a href="#">64</a>		7.3, 8.4, 12.2, 13.1	
304	2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios	<a href="#">70</a>		6.6, 14.2, 15.1, 15.5	
304	3	Hábitats protegidos o restaurados	<a href="#">70</a>		6.6, 14.2, 15.1, 15.5	
305	1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	<a href="#">64</a>	FB-FR-110b.1	3.9, 12.4, 13.1, 14.3, 15.2	
305	2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	<a href="#">64</a>		12.4, 13.1, 14.3, 15.2	
305	3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	<a href="#">64</a>			
305	4	Intensidad de las emisiones de GEI				
305	5	Reducción de las emisiones de GEI	<a href="#">64</a>			
306	1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	<a href="#">68</a>			
306	2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	<a href="#">68</a>			
306	3	Residuos generados	<a href="#">68</a>			
306	4	Residuos no destinados a eliminación	<a href="#">68</a>			
306	5	Residuos destinados a eliminación	<a href="#">68</a>	FB-FR-150a.1		
401	1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	<a href="#">78</a>			
401	3	Permiso parental	<a href="#">80</a>			

# Índice GRI

GRI	Indicador	Descripción	Página	SASB	ODS	Link
403	1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	<a href="#">83</a>			
403	3	Servicios de salud en el trabajo	<a href="#">80</a>			
403	4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	<a href="#">75</a>			
403	5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	<a href="#">83</a>			
403	9	Lesiones por accidente laboral	<a href="#">83</a>			
403	10	Dolencias y enfermedades laborales	<a href="#">83</a>	FB-FR-310a.3		
404	1	Media de horas de formación al año por empleado	<a href="#">81</a>			
404	2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	<a href="#">81</a>			
404	3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	<a href="#">81</a>			
405	2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	<a href="#">83</a>	FB-FR-310a.1		
406	1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas		FB-FR-310a.2		
407	1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	<a href="#">83</a>			
		"Combustible de la flota consumido, porcentaje renovable"	<a href="#">69</a>	FB-FR-110a.1		
		Porcentaje de refrigerantes consumidos con un potencial de agotamiento de la capa de ozono nulo	<a href="#">65</a>	FB-FR-110b.2		
		Tasa media de emisiones de refrigerantes	<a href="#">64</a>	FB-FR-110b.3		
		(1) Energía operativa consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	<a href="#">64</a>	FB-FR-130a.1		
		Cantidad de residuos alimentarios generados, porcentaje desviado del flujo de residuos <sup>2</sup>	<a href="#">68</a>	FB-FR-150a.1		
		Ingresos de los productos con un etiquetado o marketing que promueva los atributos de salud y nutrición	<a href="#">72</a>	FB-FR-260a.1		
		Análisis del proceso de identificación y gestión de los productos e ingredientes relacionados con las preocupaciones nutricionales y de salud de los consumidores	<a href="#">72</a>	FB-FR-260a.2		
		Número de vehículos en la flota comercial	<a href="#">69</a>	FB-FR-000.C		



A los Accionistas y la Administración de Almacenes Éxito S.A.

27 de febrero de 2022

Se realizó la auditoría externa a los indicadores ambientales definidos por Almacenes Éxito S.A., esta actividad tuvo como objetivo, verificar la conformidad del resultado de los indicadores, con los criterios definidos, evaluando la relevancia, independencia y medición de los mismos.

La actividad fue realizada por personal competente en formación y experiencia. Ingeniera Ambiental y Sanitaria, Especialista en Riesgos Laborales y S.O., Auditora Líder, con 10 años de experiencia en ejercicios de esta índole.

El alcance del ejercicio de auditoría fue:

Verificación del resultado de los indicadores ambientales establecidos por ALMACENES ÉXITO S.A.

**1. Consumo de agua**

**2. Huella de carbono**

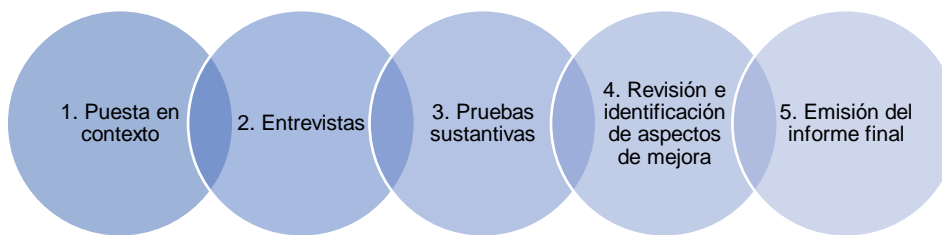
- Alcance 1: Refrigerantes, combustibles (diésel, gasolina, GLP, gas natural, JET) y extintores.
- Alcance 2: Energía convencional y renovable.
- Alcance 3: Disposición de residuos generados en la operación, transporte tercerizado y viajes de negocio (terrestres y aéreos).

**3. Gestión de residuos**

- Recolección de material reciclable pos consumo.
- Donación de alimentos.

Se realiza la auditoría de acuerdo al cronograma establecido, cumpliendo el objetivo planeado, empleando como método el muestreo aleatorio, la entrevista y la verificación de documentos y registros.

La auditoría se llevo a cabo teniendo en cuenta cinco fases, las cuales comprenden: Puesta en contexto, entrevistas, pruebas sustantivas, revisión e identificación de aspectos de mejora y emisión del informe final:



## 1. Puesta en contexto

Hace referencia a la verificación inicial de la información. En pro de conocer la definición de los indicadores ambientales, se solicitó la información de los mismos (objetivo, meta, tipo, dato, negocio, alcance del dato, fórmula, metodología, frecuencia de medición, fuente de la información y área responsable), lo anterior, a través de las fichas técnicas y tablero de mando consolidado. **Anexo 1. Indicadores ambientales 2021.**

En la auditoría se verifican el 100% de los indicadores, no obstante, en aras de evaluar el manejo de la fuente del dato, se seleccionó la muestra inicial, a partir de un muestreo aleatorio simple. **Anexo 2. Muestra seleccionada.**

## 2. Entrevistas

Hace referencia, a la explicación por parte del equipo responsable de cada indicador, acerca de la metodología empleada para generar los datos, manejo de la información, seguimiento y mejora.

Inicia con la reunión de apertura, en la que se dan a conocer a los responsables de la medición de los indicadores, las etapas de la verificación, métodos, alcance y objetivo de la auditoría de indicadores ambientales. Posteriormente, se procede a programar reuniones individuales con cada responsable.

Una vez realizada la programación de las reuniones con los responsables del 100% de los indicadores. Se llevaron a cabo, con una duración aproximada de 40 minutos a una hora.

El objetivo de estas reuniones, fue validar con el equipo responsable de la medición de los indicadores, información relevante para las conclusiones de auditoría, validando los aspectos relacionados en el **Anexo 3. Resultado entrevistas** y evidenciando la fuente del dato insumo de los indicadores.

## 3. Pruebas sustantivas

Hace referencia a los cálculos matemáticos efectuados, en pro de verificar la conformidad del resultado, reportado en el software MERO y/o archivos finales. Para lo anterior, se solicitaron las fuentes de la información de cada indicador, bases de datos y acceso a la herramienta MERO, en la cual se consolida toda la información.

Posteriormente se procedió a realizar la medición aritmética del indicador, para verificar si el resultado reportado, estaba conforme a la formulación y método de medición del



mismo. El resultado del ejercicio de medición y los criterios empleados, pueden ser evidenciados en el **Anexo 4. Resultado pruebas sustantivas.**

#### **4. Revisión e identificación de aspectos de mejora**

A través de la ejecución de la fase 1, 2 y 3, se consolidaron los aspectos de mejora respectivos.

#### **5. Emisión del informe final**

Se consolida el documento con el detalle de lo evidenciado en la auditoría, posteriormente, se socializa a los responsables de la medición de los indicadores.

#### **Conclusiones de auditoría**

A partir del ejercicio realizado, se puede concluir que:

Los indicadores ambientales incluidos en el informe de sostenibilidad del año 2021, coinciden respecto a los reportes generados en el software MERO y bases de datos suministradas por Almacenes Éxito S.A. Igualmente, los aspectos de mejora evidenciados, fueron informados oportunamente a la administración.

A handwritten signature in cursive script that reads "Tatiana Ayala".

**Angélica Tatiana Ayala Romero**  
Ingeniera Ambiental y Sanitaria  
Especialista en Riesgos Laborales y S.O.  
Auditor Líder ISO 9001, 14001, 45001  
Auditor Externo – Diversey

**EL SUSCRITO AUDITOR EXTERNO DE LA**

**FUNDACIÓN ÉXITO  
NIT 890.984.773-6**

**CONSIDERANDO QUE:**

1. Que conforme con los artículos 2 y 10 de la Ley 43 de 1990 la materia – objeto de la función de certificación propia del Auditor la constituye información que pueda ser extraída de los libros contables o del sistema contable del ente auditado, es decir de la **Fundación Éxito**.
2. Que, de conformidad con las previsiones legales y pronunciamientos jurisprudenciales existentes en la materia, la función de certificación es una actividad propia de la ciencia contable, que tiene carácter de prueba cuando versa sobre actos propios de la profesión de Contador Público, es decir cuando se expide con fundamento en las aseveraciones contables de los registros en los libros de contabilidad y en el sistema contable.
3. Que la información sobre el número de niños atendidos por la entidad no es información extraíble directamente de la contabilidad de la **Fundación Éxito**, y deben ser acreditados por la administración de la entidad.
4. Que, para efectos de la expedición de la presente certificación, la Administración de **Fundación Éxito.**, suministró a la Auditoría Externa:
  - Archivo Consolidado de los Proyectos ejecutados durante la vigencia 2021.
  - Conteo de listados de cada uno de los programas.
  - Numero de beneficiarios por proyecto.
  - Numero de entrega por proyecto.
  - Numero de los montos por proyecto.

La anterior información fue confirmada y revisada la **Fundación Éxito**.

5. Para efectos de la expedición de la presente certificación, el trabajo de la Auditoría Externa consistió en una revisión de la información de los proyectos ejecutados de los meses objeto de certificación, conforme a las aseveraciones de existencia, registro, derechos y obligaciones en el libro de extracontable llevado por **Fundación Éxito**.

De acuerdo con las anteriores consideraciones a continuación expedimos la certificación solicitada por la Administración de la **Fundación Éxito**.

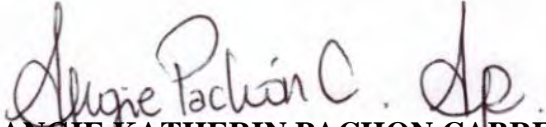


**CERTIFICA:**

1. De acuerdo con la información suministrada por la *Fundación Éxito*, y el resultado de las pruebas selectivas realizadas sobre los documentos y registros del consolidado de los Proyectos ejecutados durante la vigencia 2021, de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría y de Aseguramiento de la Información, certifico que el número de niños beneficiados fue por un total de setenta mil trescientos setenta y seis (70.376), con una inversión económica por valor de \$18.582.289.857.

Dada en Medellín, a los (28) días de febrero de 2022, por solicitud de la administración de la *Fundación Éxito*.

Atentamente,



**CP ANGIE KATHERIN PACHON CABRERA**  
**Auditor Externo**  
**TP 191153 – T**  
**CER-0676-22**  
**Por delegación de Kreston RM S.A.**  
**Consultores, Auditores, Asesores**  
**Kreston Colombia**  
**Miembro de Kreston International Ltda**

A la Administración de Almacenes Éxito S.A.

21 de abril de 2022

Se realizó la auditoría externa a los indicadores sociales definidos por Almacenes Éxito S.A., esta actividad tuvo como objetivo, verificar la conformidad del resultado de los indicadores, con los criterios definidos, evaluando la relevancia, independencia y medición de los mismos.

La actividad fue ejecutada por personal competente en formación y experiencia. Ingeniera Ambiental y Sanitaria, Especialista en Riesgos Laborales y S.O., Auditora Líder, con 10 años de experiencia en ejercicios de esta índole.

El alcance del ejercicio de auditoría fue:

Verificación del resultado de los indicadores sociales establecidos por ALMACENES ÉXITO S.A.

Indicador	Especificaciones
Número de colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por género.</li> <li>• Por género, edad y departamento.</li> <li>• Por categoría laboral, edad y género.</li> <li>• Porcentaje por categoría laboral y género.</li> <li>• Por categoría laboral y país de procedencia.</li> <li>• Por categoría laboral y grupo étnico.</li> <li>• Por categoría laboral y discapacidad.</li> <li>• Por categoría laboral y población vulnerable.</li> <li>• Por categoría laboral y tipo de contrato.</li> <li>• Por tipo de contrato, género y edad.</li> <li>• Porcentaje por tipo de contrato y genero.</li> </ul>
Número de colaboradores formados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por categoría laboral, edad y género (en número y %).</li> <li>• Por categoría laboral y tipo de contrato.</li> <li>• Por categoría laboral y país de procedencia.</li> <li>• Por categoría laboral y etnia.</li> <li>• Por categoría laboral y discapacidad.</li> <li>• Por categoría laboral y población vulnerable.</li> </ul>
Número de colaboradores que han recibido una evaluación de desempeño	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por categoría laboral y género, en número y porcentaje.</li> </ul>
Sindicatos y asociaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información relacionada con los contratos sindicales.</li> <li>• Información relacionada con los pactos y convenciones colectivas.</li> <li>• Información relacionada con los colaboradores formados en relaciones individuales y colectivas.</li> </ul>
Número de colaboradores por tipo de contrato	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboradores con contrato a término indefinido por departamentos, en número y porcentaje.</li> </ul>

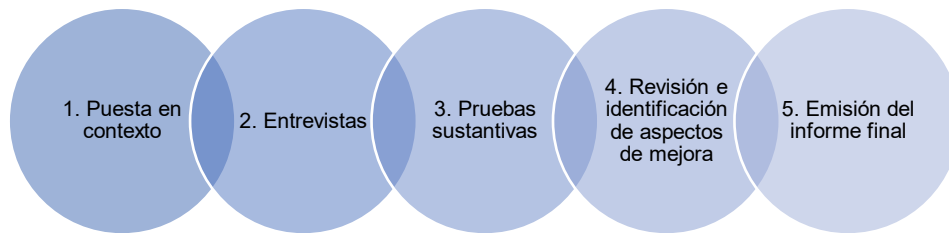


Indicador	Especificaciones
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colaboradores con contrato a término fijo por departamentos, en número y porcentaje.</li> </ul>
Vacantes y costos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Información relacionada con las vacantes abiertas.</li> <li>Costo promedio de un proceso de selección.</li> </ul>
Número de colaboradores directos ascendidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Por género.</li> </ul>
Rotación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número inicial de colaboradores por categoría laboral.</li> <li>Número final de colaboradores por categoría laboral.</li> <li>Porcentaje de rotación de los colaboradores por categoría laboral.</li> <li>Promedio de antigüedad por categoría laboral.</li> </ul>
Salario	<ul style="list-style-type: none"> <li>Información salarial por género y estructura organizacional.</li> <li>Brecha salarial por género y estructura organizacional.</li> </ul>
Número de colaboradores sensibilizados en temas de diversidad e inclusión	<ul style="list-style-type: none"> <li>En número y porcentaje.</li> </ul>
Dolencias y enfermedades laborales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de dolencias y enfermedades laborales registrables de los colaboradores por vínculo y género.</li> <li>Horas de incapacidad por enfermedades laborales de los colaboradores por vínculo y género.</li> <li>Número de enfermedades laborales con pérdidas de un día por vínculo y género.</li> <li>Número de enfermedades laborales con pérdidas de más de un día por vínculo y género.</li> <li>Tasa LTIFR.</li> <li>Describe los principales tipos de dolencias y enfermedades laborales.</li> <li>Información de fallecimientos resultantes de una dolencia o enfermedad laboral.</li> <li>Número de fallecimientos resultantes de una dolencia o enfermedad laboral con pérdidas de un día.</li> <li>Número de fallecimientos resultantes de una dolencia o enfermedad laboral con pérdidas de más de un día.</li> <li>Información relacionada con las actividades en pro de la salud.</li> </ul>
Accidentes de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número y porcentaje de accidentes laborales con consecuencias menores de los colaboradores por vínculo y género.</li> <li>Número y porcentaje de accidentes laborales con grandes consecuencias de los colaboradores por vínculo y género.</li> <li>Número de accidentes con ausentismo de menos de un día por vínculo y género.</li> <li>Número de accidentes con ausentismo de más de un día por vínculo y género.</li> <li>Descripción sobre los accidentes laborales de los colaboradores por vínculo y género.</li> <li>Tasa LTIFR.</li> <li>Fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral por vínculo y género.</li> </ul>

Se realiza la auditoría de acuerdo al cronograma establecido, cumpliendo el objetivo planeado, empleando como método el muestreo aleatorio, la entrevista y la verificación de documentos y registros.

La auditoría se llevó a cabo teniendo en cuenta cinco fases, las cuales comprenden: Puesta en contexto, entrevistas, pruebas sustantivas, revisión e identificación de

aspectos de mejora y emisión del informe final:



### 1. Puesta en contexto

Hace referencia, a la verificación inicial de la información. En pro de conocer la definición de los indicadores sociales, se solicitó la información de los mismos (objetivo, meta, tipo, dato, negocio, alcance del dato, fórmula, metodología, frecuencia de medición, fuente de la información y área responsable), lo anterior, a través de las fichas técnicas y tablero de mando consolidado. **Anexo 1. Indicadores sociales 2021.**

En la auditoría se verifican el 100% de los indicadores, no obstante, en aras de evaluar el manejo de la fuente del dato, se seleccionó la muestra inicial, a partir de un muestreo aleatorio simple. **Anexo 2. Muestra seleccionada.**

### 2. Entrevistas

Hace referencia, a la explicación por parte del equipo responsable de cada indicador, acerca de la metodología empleada para generar los datos, manejo de la información, seguimiento y mejora.

Inicia con la reunión de apertura, en la que se dan a conocer a los responsables de la medición de los indicadores, las etapas de la verificación, métodos, alcance y objetivo de la auditoría de indicadores sociales. Posteriormente, se procede a programar reuniones individuales con cada responsable.

Una vez realizada la programación de las reuniones con los responsables del 100% de los indicadores. Se llevaron a cabo, con una duración aproximada de 40 minutos a una hora.

El objetivo de estas reuniones, fue validar con el equipo responsable de la medición de los indicadores, información relevante para las conclusiones de auditoría, validando los aspectos relacionados en el **Anexo 3. Resultado entrevistas** y evidenciando la fuente del dato, insumo de los indicadores.

### 3. Pruebas sustantivas

Hace referencia a los cálculos matemáticos efectuados, en pro de verificar la conformidad del resultado, reportado en el software MERO y/o archivos finales. Para lo anterior, se solicitaron las fuentes de la información de cada indicador, bases de datos y acceso a la herramienta MERO, en la cual se consolida toda la información.



Posteriormente, se procedió a realizar la medición aritmética del indicador, para comprobar si el resultado reportado, estaba conforme a la formulación y método de medición del mismo. El resultado del ejercicio de medición y los criterios empleados, pueden ser evidenciados en el **Anexo 4. Resultado pruebas sustantivas.**

Por el grado de confidencialidad de la información, estos cálculos fueron ejecutados durante las entrevistas.

#### **4. Revisión e identificación de aspectos de mejora**

A través de la ejecución de la fase 1, 2 y 3, se consolidaron los aspectos de mejora respectivos.

#### **5. Emisión del informe final**

Se consolida el documento con el detalle de lo evidenciado en la auditoría, posteriormente, se socializa a los responsables de la medición de los indicadores.

#### **Conclusiones de auditoría**

A partir del ejercicio realizado, se puede concluir que:

Los indicadores sociales del año 2021, coinciden respecto a los reportes generados en el software MERO y bases de datos suministradas por Almacenes Éxito S.A. Igualmente, los aspectos de mejora evidenciados, fueron informados oportunamente a la administración.

A handwritten signature in black ink that reads "Tatiana Ayala".

**Angélica Tatiana Ayala Romero**

Ingeniera Ambiental y Sanitaria

Especialista en Riesgos Laborales y S.O.

Auditor Líder ISO 9001, 14001, 45001

Auditor Externo – Diversey

Informe  
Integrado  
**2021**

