



Un nuevo año trabajando
para que nuestro país siga creciendo.

Informe de Sostenibilidad 2012





Dow Jones Sustainability Indexes In Collaboration With SAM



Más información
en la página 102



Más información
en la página 17

Edición periodística y gráfica: TALLER DE EDICIÓN



Grupo Éxito

Sede administrativa

Carrera 48 No. 32 B Sur - 139
Envigado
A.A. 3479 Colombia

Teléfono: 57 4 339 6565

sostenibilidad@grupo-exito.com
www.grupoexito.com.co
Facebook/GrupoExitoColombia
twitter@grupo_exito

Portada: Sancho BBDO.

Fotografías: Andrés Mayr, LaPic,
Publicaciones Semana para Revista Aldetalle.

Coordinación general: departamentos de
Sostenibilidad y Comunicaciones Externas
Grupo Éxito.



	4	Carta del máximo responsable
	7	Perfil corporativo
	21	Así vivimos y fortalecemos la Sostenibilidad
	24	Comunicación responsable con nuestros públicos de interés
	29	Dimensión social
	30	Actor local solidario
	41	Empleador responsable
	61	Aliado de confianza
	71	Comerciante responsable con nuestros clientes
	84	Dimensión ambiental
	99	Dimensión económica
	102	Índice de contenido GRI 3.1
	115	Índice principios Pacto Global



Gonzalo Restrepo López, Presidente director general.

Carta del máximo responsable

Me siento orgulloso de lo que esta compañía ha logrado con el paso de los años, pues se ha posicionado como una de las más sólidas de Colombia en términos económicos y, a su vez, ha sabido generar siempre un balance adecuado con el cual crea valor para la sociedad. No en vano, y al entender la realidad de nuestro país, contamos con uno de los programas más fuertes en cuanto a la atención a la primera infancia, liderado por la Fundación Éxito, entidad que en este año cumplirá 30 años de labores y que en 2012 favoreció a más de 35.000 niños.

Hemos madurado y consolidado la sostenibilidad dentro de nuestra empresa, y esto incluye que en el Grupo Éxito queremos entender las carac-

terísticas y necesidades de nuestros públicos de interés. A ellos les hemos dado un lugar importante en nuestra estrategia. Así, los accionistas, clientes, proveedores, empleados, y la comunidad están en el centro de nuestro actuar porque reconocemos los riesgos que tenemos o podemos generar y a la vez encontramos oportunidades que nos permiten trabajar con ellos en asuntos de las esferas social, ambiental y económica.

En el Grupo Éxito no solo nos hemos esforzado por sobresalir en el negocio e innovar, sino además por promover conductas éticas y por “hacer las cosas bien”, lo cual nos ha caracterizado en el transcurso de los años. He querido destacar este punto, pues para la Compañía



En el Grupo Éxito no solo nos hemos esforzado por sobresalir en el negocio e innovar, sino además por promover conductas éticas y por **“hacer las cosas bien”**, lo cual nos ha caracterizado en el transcurso de los años.

el 2012 fue el año de la transparencia. Hemos hecho esfuerzos incansables para destacar este principio, a través de una política clara, y de campañas continuas, que redundan en acciones concretas en contra de la corrupción y del actuar inadecuado. El gran objetivo es que en el día a día nuestros colaboradores y nuestras relaciones comerciales, sean ejemplares.

En este marco, quiero reafirmar nuestro compromiso con los diez principios del Pacto Global, incluyendo también el trabajo por la protección del medio ambiente y el respeto de los derechos humanos y estándares laborales. Precisamente, por la gestión que hacemos por el bienestar de nuestros empleados, fuimos reconocidos por el Instituto Great Place to Work como la segunda mejor empresa para trabajar en Colombia, en la categoría de más de 500 empleados. Esto, además de un grato reconocimiento, es un reto que nos llama a hacer del Grupo Éxito, más que la empresa privada que genera el mayor número de puestos de trabajo del país, una opción de alto valor para quienes ofrecen su conocimiento, habilidades y experiencia al servicio de una organización.

Aprovecho para destacar nuestros positivos resultados obtenidos en 2012, con más de COP10 billones en ingresos operacionales y más de COP475.000 millones en utilidad neta, en medio de una situación mundial retadora. Cada vez nos expandimos más rápido en apertura de tiendas, llegando a municipios donde antes no teníamos presencia, y hacerlo significa un com-

promiso con las distintas regiones de Colombia en la medida en que generamos nuevos empleos, nuestra llegada activa el comercio e incluso, significa una regulación del mercado local; adicionalmente, abrir una tienda, representa tener nuevos vecinos y ser transparentes en nuestra relación con la comunidad. Los retos y la responsabilidad continuarán creciendo a medida que también lo hace la Organización, y me llena de satisfacción saber que cada vez más los empleados de la Compañía entienden que con su trabajo bien hecho le apuntan a generar un valor compartido para el Grupo y para la sociedad.

Hoy, con cuatro objetivos claros establecidos, que se materializan en nuestros principales retos hacia el futuro en temas de sostenibilidad, encontramos potenciales oportunidades para seguir trabajando por Colombia. Nos concentraremos pues en:

1. Avanzar en la atención integral a la primera infancia, con énfasis en nutrición, a través de la Fundación Éxito.

2. Promover entre los clientes el uso de bolsas reutilizables y, para los productos, la utilización de empaques sostenibles, sobre todo en nuestras marcas propias.
3. Mantener una oferta de productos saludables y nutritivos.
4. Mitigar los impactos de nuestra operación sobre el medio ambiente.

A través de nuestras acciones en sostenibilidad, que se encuentran compiladas en este informe, ratificamos nuestro compromiso permanente con Colombia, con nuestro presente, con el futuro y, claro está, con nuestros públicos de interés, por los que trabajamos diariamente y por los que crecemos y compartimos nuestro éxito.

Gonzalo Restrepo López,
Presidente director general



Gonzalo Restrepo López: 22 años de logros

El 19 de marzo de 2013 nuestro actual presidente Gonzalo Restrepo López, deja su cargo, por iniciativa propia, como lo había anunciado a la junta directiva un mes antes. En sus más de 22 años al frente de esta organización, estos fueron sus principales logros:

Evolución de la compañía

	1990	2012	
• Número de almacenes	5	479	Entre 1990 y 2012 multiplicó sus almacenes por 96
• Ciudades	2	83	
• Empleados directos	4.603	36.950	
• Ventas en miles de millones (en COP)	119	10.285	Incremento en ventas en 86 veces (incluyendo a Uruguay)
• Evolución del precio de cierre de la acción (en COP) (Desde 1997 cuando empezó a ser listada)	4.284	35.500	
• Utilidad por acción (en COP)	193	1.062	15.1% (Tasa anual de crecimiento compuesto)
• Registros	60.000	256.040.926	

Gonzalo Restrepo López dedicará más tiempo a su familia y a contribuir desde lo personal, al desarrollo y a la equidad del país, así como a las relaciones internacionales. Continuará como presidente de las juntas directivas de las fundaciones Éxito en Colombia y Casino en Francia, así como un Asesor Experto del Grupo Éxito.

Conforme al proceso de transición previsto y organizado en estrecha colaboración con Gonzalo Restrepo López, la junta directiva nombró desde el 20 de marzo como nuevo Presidente director general a Carlos Mario Giraldo Moreno, quien durante cinco años se desempeñó como Presidente operativo del *retail* en nuestra compañía.



Este es el Grupo Éxito

Somos una corporación de negocios, líderes del comercio al detal en Colombia con 427 almacenes en el país*. Desarrollamos una estrategia multimarca, multiformato, multiindustria y multinegocio, que emplea a 36.950 personas, a través de nuestras marcas Éxito, Carulla y Surtimax, y de los diferentes negocios e industrias que manejamos.

Contamos con unos servicios y líneas de negocio que complementan nuestra oferta: crédito de consumo (Tarjeta Éxito), Viajes Éxito, Seguros Éxito, industrias textil y de alimentos, e-commerce, distribución de combustible (estaciones de servicio) y un negocio inmobiliario en el cual se desarrollan centros comerciales. Adicionalmente, ofrecemos la posibilidad de pagar servicios públicos y privados.

Nuestra operación es reconocida por el buen servicio, la calidad y la satisfacción de nuestros consumidores, con el objetivo de que tengan siempre un motivo para regresar.

- El Grupo Casino, de Francia, es nuestro socio mayoritario.
- Nuestra operación se concentra en Colombia; adicionalmente tenemos presencia en Uruguay donde poseemos la mayoría accionaria de Disco, Devoto y Géant, las principales cadenas del mercado local.
- Estructura integrada por Almacenes Éxito S.A. como matriz y sus filiales, Distribuidora de Textiles y Confecciones S.A. –Didetexco S.A.– y Almacenes Éxito Inversiones S.A.S., las cuales tienen su domicilio en Colombia, y por sus filiales extranjeras Carulla Vivero Holding Inc. y Spice Investments Mercosur (“Spice”).

*A 31 de diciembre de 2012.



Ofrecemos almacenes modernos y cálidos para que nuestros clientes regresen.

El Grupo Éxito cerró el 2012 con unos ingresos operacionales de **COP10.229.673 millones**, una utilidad neta de **COP475.305 millones**, activos de **COP10.322.002 millones** y un valor económico generado de **COP10.461.345 millones**.





Valor económico

Valor económico generado y distribuido

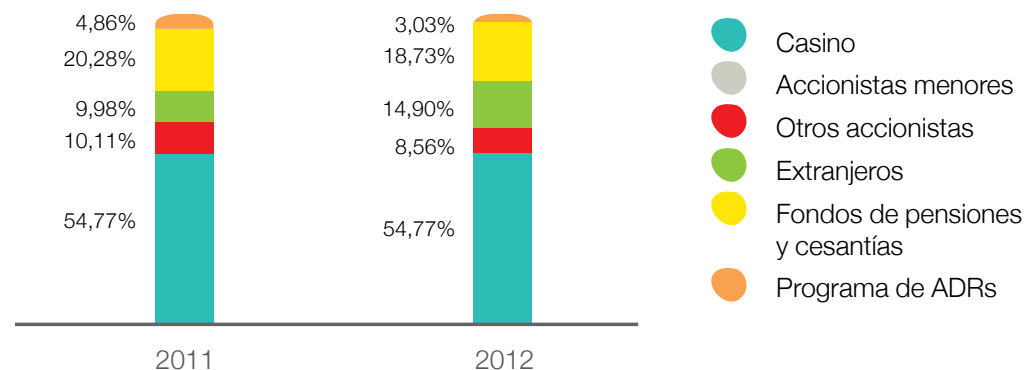
Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos

COP millones	2010	2011	2012
Valor económico generado (ingresos)	COP7.646.608	COP9.022.688	COP10.461.345
Costos operativos (pagos a proveedores de fondos)	COP6.351.316	COP7.432.689	COP8.492.327
Salarios y préstamos sociales para los empleados	COP548.367	COP669.037	COP878.621
Pagos por financiación de fondos	COP190.775	COP277.678	COP285.988
Pagos al Estado (impuestos)	COP321.474	COP391.761	COP503.597
Inversiones en la comunidad (incluyendo donaciones)	COP3.988	COP4.287	COP3.850
Total valor económico distribuido (VED)	COP7.415.920	COP8.775.452	COP10.164.383
Valor económico retenido (VER)	COP230.688	COP247.236	COP296.962

Capitalización total desglosada

	2010	2011	2012
Obligaciones financieras a corto y largo plazo	COP612.325	COP297.680	COP227.372
Capitalización de mercado	COP7.786.674	COP11.396.006	COP15.889.953
Total	COP8.398.999	COP11.693.686	COP16.117.325

Composición accionaria



Nuestras marcas del *retail*

Éxito

Ofrece a sus clientes todo en un mismo lugar en **puntos de venta cercanos, actuales y cómodos**, en los que brinda un servicio superior y precios competitivos.



Hipermercado



Supermercado

www.exito.com y domicilios

Vecino



Express



Tecno

Carulla

Donde comprar se convierte en **una experiencia única**. Sorprende con su calidad, frescura y servicio.



Supermercado

www.carulla.com y domicilios

Express

Surtimax

El formato de proximidad que ofrece ahorro y economía a sus clientes. **"Donde comprar vale menos".**



Marcas

Comercio al detal



Centros comerciales



Marcas propias

Alimentos



Textiles



Entretenimiento



Cuidado personal



Siempre cerca

Estamos en los hogares de los colombianos que viven en los diferentes puntos cardinales del país; de aquellos que habitan en las ciudades principales, y también en las intermedias y pequeños municipios.

427
en Colombia



224

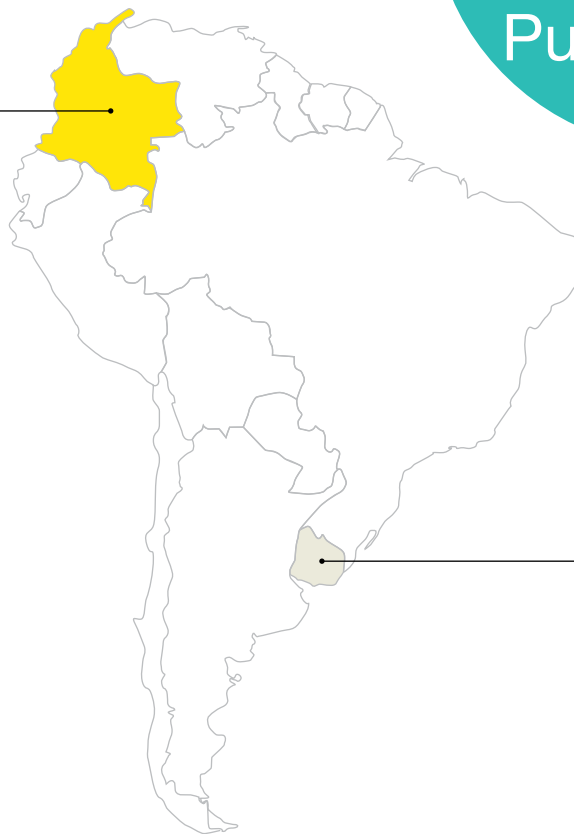


79



119

Otros 5



479
Puntos de venta

52
en Uruguay

Tenemos presencia
en **83 municipios**
de Colombia
en **23 departamentos.**

**Llegamos por
primera vez a 16
municipios más**

Con Surtimax

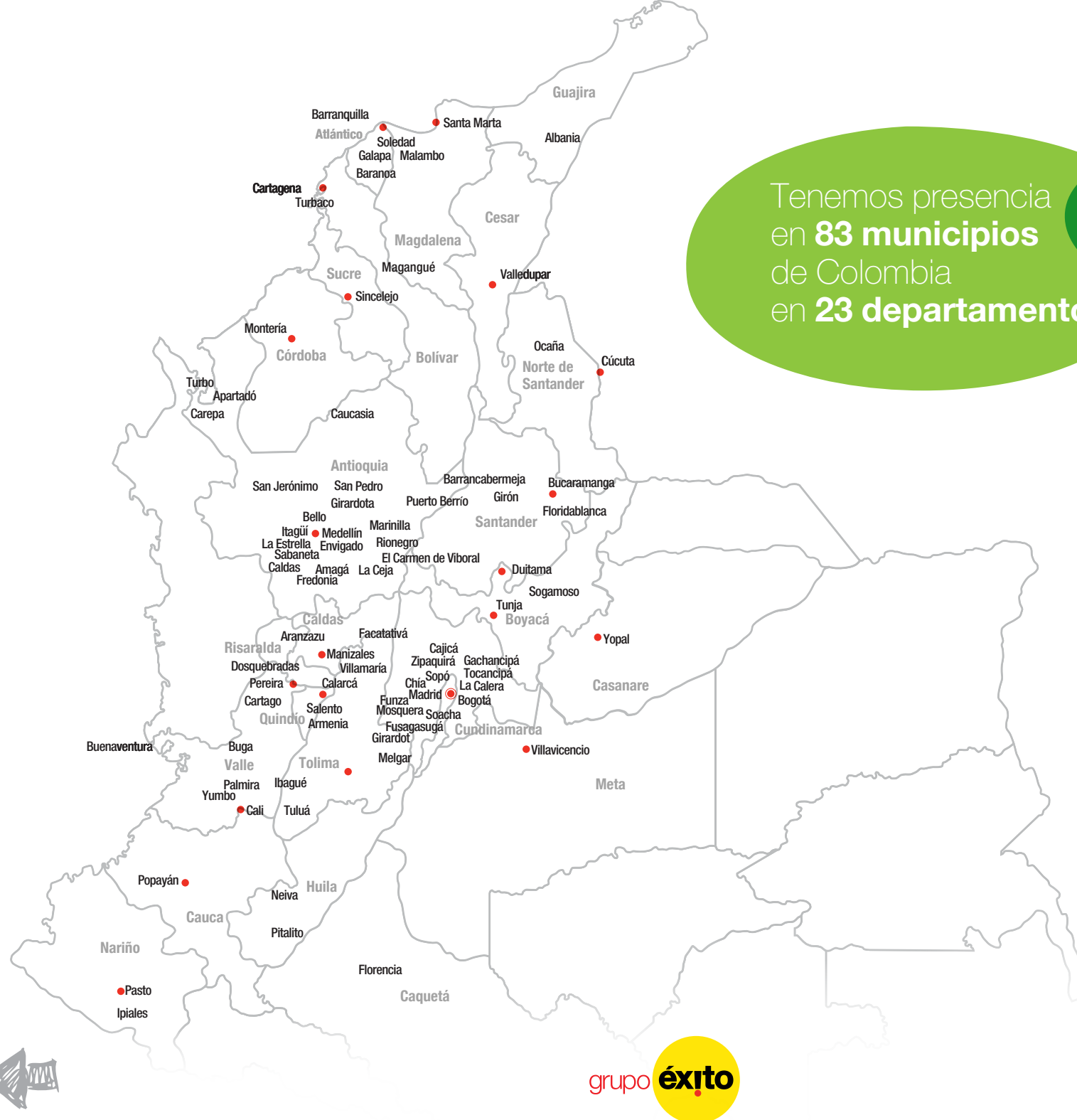
- Amagá
- Aranzazu
- Baranoa
- Fredonia
- Girardota
- La Calera
- La Estrella
- San Pedro
- Turbaco
- Villamaría

Con Éxito

- Carepa
- Florencia
- San Jerónimo
- Turbo

Con Estación de Servicio

- Salento
- Galapa



Filosofía corporativa



Misión

Trabajamos
para que el
cliente
regrese.

Mega

En el 2015 el Grupo Éxito
tendrá **resultados**

superiores en:

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

Valores

- Servicio.
- Trabajo en equipo.
- Simplicidad.
- Innovación.

Principios

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



Esta es nuestra historia

La historia del Grupo Éxito que hoy vemos es el resultado del trabajo de cinco hombres visionarios, con un espíritu emprendedor, que le imprimieron a sus compañías esfuerzo y pasión.



José Carulla Vidal



Luis Eduardo Yepes



Alberto Azout



Gustavo Toro Quintero



Geoffroy Guichard,
fundador de
Casino-Francia 1898

Adquisición de 100% de las acciones de **Spice Investments Mercosur**, compañía propietaria de las cadenas Disco y Devoto, líderes en Uruguay.

Adhesión al Pacto Global.

Inició el formato **Éxito Tecno**.

Culmina el proceso de **unificación** de los almacenes Cafam, Pomona y Ley, a las tres marcas Éxito, Carulla y Surtimax.

Se inaugura el primer centro comercial de la marca **Viva en Medellín**.

Nace la marca **Carulla en Bogotá** por iniciativa de José Carulla Vidal.

Comienza el **Ley en Barranquilla** fundado por Luis Eduardo Yepes.

Don Gustavo Toro Quintero da inicio al **Éxito en Medellín**.

Cadenalco inicia historia como sociedad propietaria del **Ley**.

Alberto Azout funda la cadena **Vivero en Barranquilla**.

Creación de la **Fundación Éxito**.

Éxito lista su acción en las **bolsas de valores** de Medellín, Bogotá y Occidente.

grupo **éxito**

grupo **éxito**

2010 Almacenes Éxito adquiere Carulla Vivero en 2007 y en 2010 se fusionan.

Nace el formato **Éxito Express**.

La República Bolivariana de Venezuela compra acciones de Cativen al Grupo Casino y al Grupo Éxito. Así, la marca sale de ese país.

2009 Se firma la alianza comercial entre **Éxito y Cafam**.

2008 Inicia el negocio complementario **Seguros Éxito**.

Nace el formato **Bodega Surtimax**.

Éxito inicia la operación directa de sus **Estaciones de servicio**.

2007 **Casino** obtiene la mayoría accionaria de Almacenes Éxito.

Almacenes Éxito realiza emisión internacional de acciones a través de **GDS**.

Nace **Viajes Éxito**.

2005 Comienza el negocio inmobiliario.

Nace la **Tarjeta Éxito**.

2001 Fusión de **Almacenes Éxito y Cadenalco** (dueño del Ley y Pomona, entre otras marcas).

1999 Casino adquiere **25%** de las acciones de Almacenes Éxito.

Almacenes Éxito obtiene la mayoría accionaria de **Cadenalco**.

1998 Comienza a operar la tienda virtual **www.exito.com**.

1995 Éxito adquiere **10,5%** de las acciones de **Cativen en Venezuela**.

Así fue el 2012

El mayor número de aperturas de la historia

- Se realizaron 86 aperturas en el año.
- Llegamos por primera vez a 16 municipios de Colombia.
- Alcanzamos 427 puntos de venta.
- Con un total de 15 reconversiones culminó el proceso de unificación de los almacenes Cafam, Pomona y Ley, a las tres marcas Éxito, Carulla y Surtimax.



Viva Laureles, primer centro comercial de esta marca

Con unos 6.500 m² y alrededor de 70 locales, abrimos este conglomerado en la ciudad de Medellín. Viva Envigado, Sincelejo y Villavicencio avanzan en su construcción.

Política de transparencia

Se creó con el fin de que el trabajo de los empleados de la Compañía esté enmarcado dentro de las más altas conductas éticas.

La novena versión del Premio Fundación Éxito reconoció el trabajo integral por la primera infancia de cuatro fundaciones ubicadas en Bogotá, Medellín, Cali y Bucaramanga.

Tiempo para ti
Realizamos el lanzamiento del programa de bienestar "Tiempo para ti" con el fin de brindarles a nuestros empleados más espacio para compartir en compañía de sus seres queridos, a través de días libres.

Alianza con el artista colombiano Juanes que finalizó con una exitosa gira de nueve conciertos, en ocho ciudades del país, a los que asistieron más de 40.000 personas.

Carulla estrena logo

La nueva imagen evoca la frescura, calidad y servicio que distinguen a la marca. Además, resalta la sonrisa asociada al servicio de Carulla.



El 4° Concurso Proveedores de Éxito premió a 11 aliados del Grupo Éxito.



Reconocimientos

- El Grupo Éxito es un **gran lugar para trabajar en Colombia**, así lo ratifica el resultado de la encuesta de Great Place to Work en 2012, en la cual obtuvo el segundo puesto en la categoría de empresas de más de 500 empleados.
- La Compañía fue reconocida nuevamente por la firma RADDAR como **la empresa más admirada de Colombia**, según una encuesta realizada por la firma a 5.290 consumidores colombianos.
- Según los resultados de la evaluación reputacional realizada por Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), el Grupo Éxito ocupó el séptimo lugar como **empresa con mejor reputación** y el sexto lugar como **empresa más responsable**.
- Según el monitor de reputación mediática Baremo Rank Colombia, el Grupo Éxito está entre las cinco **empresas del país con mejor reconocimiento entre los medios** y en el tema de responsabilidad social.
- Nuestra marca propia cosmética Cautivia ganó una **mención de oro** por la innovación, practicidad y diseño del empaque, en la categoría Cosméticos del **XI Concurso de diseño Pack Andina 2012**.
- El equipo de www.exito.com recibió, por segundo año consecutivo, el **eCommerce Award Colombia 2012**, en la categoría Líderes del comercio electrónico en *retail* en Colombia.
- Continuamos figurando en los primeros lugares de las ocho categorías de la **encuesta Élite Empresarial 2012**, realizada por Datexco y publicada por el diario *Portafolio*.



Equipo de exito.com

- Segundo lugar como la “empresa de mejor servicio” y con “mejor estrategia de mercadeo”.
- Tercer lugar como la compañía “más admirada de Colombia” y la empresa con “mayor aporte social”.
- Quinto lugar como la empresa “mejor gerenciada”, con “el mejor gerente de Colombia” y con Éxito como la “marca más poderosa”.
- Nuestras marcas Éxito y Carulla ocuparon el segundo y tercer lugar, respectivamente, en la categoría de “productos con la más alta calidad”.

- Carulla ganó dos premios, uno de plata y otro de bronce, en el Festival Internacional de Creatividad Cannes Lions (Cannes Lions International Festival of Creativity), que convoca a creativos y publicistas y en el que se inscriben más de 30.000 piezas.
- Según la valoración del Grupo Éxito en 2012, iniciando el 2013 la Compañía fue incluida en el **Índice de Sostenibilidad Dow Jones, para mercados emergentes**. Esto significa que entre las empresas más grandes de los países calificados en esta categoría, contamos con las mejores prácticas en desarrollo sostenible.



Esta fue la campaña ganadora en Cannes.



Galardón que certifica que somos la segunda mejor empresa para trabajar en Colombia.

Órganos de gobierno corporativo

Junta directiva

El 16 de marzo de 2012 la Asamblea de accionistas eligió la junta directiva que presentamos a continuación, la cual está compuesta por nueve integrantes (tres miembros independientes y tres restantes) que cumplen requisitos de trayectoria profesional, formación académica, conocimiento del sector comercial y experiencia nacional e internacional. Estarán desempeñando su función hasta el 2014.

Adicionalmente se definieron sus honorarios y su cronograma de reuniones.

El señor Guillermo Valencia Jaramillo fue designado nuevamente como presidente de la junta directiva, cargo que ocupa desde el 2004.

Miembros independientes*

Felipe Ayerbe Muñoz

Doctor en derecho de la Universidad de Los Andes, con estudios en Harvard y en la Universidad Nacional de Colombia. Miembro de la junta directiva del Banco de Occidente y de la Fundación Carulla.

Guillermo Valencia Jaramillo

Ex-presidente de Industrias El Cid, y Presidente del consejo para Inexmoda, el Instituto para la Importación y la Moda. Miembro de las juntas directivas de Bancoldex y Analdex.

Luisa Fernanda Lafaurie Rivera

Ex-ministra de Minas y Energía de Colombia, asesora en Colombia del empresario Germán Efromovich, quien es presidente y dueño de Synergy e integrante de varias juntas directivas de reconocidas empresas del país.

Miembros restantes

Arnaud Strasser

Actual director de Desarrollo Corporativo y Holdings del Grupo Casino. Títulos de la Escuela Superior de Estudios Comerciales de París y de la Escuela Nacional de Administración en Francia.

Yves Desjacques

Director de Recursos Humanos del Grupo Casino. Tiene una especialización en derecho público y un título en derecho laboral, relaciones sociales y recursos humanos.

Luis Carlos Uribe Jaramillo

Ex-presidente de Productos Familia Sancela S.A., una compañía colombiana con inversión sueca. Después de estudiar ingeniería química, obtuvo una maestría en administración de empresas. Es líder empresarial con amplia experiencia en dirección de



Arnaud Strasser



Patrick Careil



Yves Desjacques



Nicanor Restrepo



Luis Carlos Uribe



Felipe Ayerbe



Philippe Alarcon



Guillermo Valecia



Luisa Fernanda Lafaurie

compañías. Perteneció a las juntas directivas de Brinsa S.A., Leonisa S.A., Une Epm Comunicaciones, C.I. Flores El Capiro S.A.

Philippe Alarcon

Vicepresidente de Operaciones de los Negocios Internacionales del Grupo Casino y Gerente General de Bienes Raíces de Casino. Tiene títulos en finanzas y contabilidad del Institut Universitaire de Technologie Saint-Etienne, Administración, Organización y Derecho Legal.

Patrick Careil

Cuenta con un diploma de estudios superiores en derecho, una maestría en ciencias

económicas y está graduado del Institut d'Études Politiques en París. Desde diciembre de 2007 es asesor y consejero del Presidente del Grupo Casino.

Nicanor Restrepo Santamaría

Ingeniero administrador de la Escuela de Minas de la Universidad Nacional, Máster en sociología y PhD en sociología política de la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales EHESS de París. Perteneció a las Juntas directivas de Grupo Éxito, Carvajal S.A., Concreto S.A., Solla S.A. y Sofasa S.A. en Colombia.

*Un miembro independiente no puede ser:

- Una persona empleada o directiva de la empresa o sus filiales.
- Accionistas que dirijan, orienten o controlen la mayoría de los derechos de votos.
- Algún asesor o consultor.
- Empleado o directivo de entidad que reciba donativos de la empresa.

- Administrador de una entidad en cuya junta directiva participe un representante legal del emisor.
- Persona que reciba del emisor alguna remuneración diferente a los honorarios como miembro de la junta directiva, del comité de auditoría o de cualquier otro comité.

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



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

Sus principales funciones son:

- Delinear políticas generales para la elección y la evaluación individual y colectiva de cada uno de los presidentes, vicepresidentes y administradores de la Compañía, incluyendo la remuneración variable, cuando esté asociada al desempeño.
- Reglamentar la posibilidad de la entrega de acciones de la Compañía a los empleados a título de remuneración, reconocimiento o incentivo.
- Señalar los lineamientos que seguirá la Auditoría Interna para ejercer el control de la actividad de los directivos.
- Velar por la vigencia y efectivo cumplimiento del Código de buen gobierno.
- Determinar las políticas y acciones de sostenibilidad.
- Coordinar los procesos de autoevaluación del desempeño de los miembros de junta directiva.
- Monitorear las negociaciones realizadas por miembros de la junta directiva, con acciones emitidas por la Compañía o por otras filiales de Almacenes Éxito S.A.

Miembros

Nicanor Restrepo Santamaría
Patrick Careil
Arnaud Strasser
Philippe Alarcon
Yves Desjacques
Felipe Ayerbe Muñoz



Miembros de la junta directiva acompañados de algunos directivos de la Compañía.

Comité de auditoría

Tiene como propósito vigilar los procesos de información y reporte financiero, el sistema de control interno, los procesos de auditoría, el cumplimiento de las leyes y regulaciones y de los códigos internos de conducta.

Miembros

Guillermo Valencia Jaramillo
Luisa Fernanda Lafaurie Jaramillo
Felipe Ayerbe Muñoz
Arnaud Strasser
Luis Carlos Uribe Jaramillo

Comité de expansión

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

Miembros

Philippe Alarcon
Nicanor Restrepo Santamaría
Arnaud Strasser

Patrick Careil

Luis Carlos Uribe Jaramillo
Tatiana Aristizábal Londoño
(miembro externo)

Comité de conflicto de intereses de los directores y administradores

En el evento en que el conflicto de intereses se presente respecto de uno de los integrantes de la junta directiva, deberá comunicar dicha situación a los demás miembros. En tal evento, el Comité de compensación, evaluación y seguimiento del Código de buen gobierno, revisará el potencial conflicto; si este es de uno de los miembros de este comité deberá declararse impedido. Los miembros de junta directiva no relacionados con el conflicto deberán decidir sobre las autorizaciones o medidas pertinentes.

En el evento de presentarse conflictos de intereses que vinculen al Presidente, Presidente operativo y vicepresidentes, así

como al Gerente jurídico y al Auditor interno, el Comité estará conformado por tres miembros de la junta directiva que este organismo designará, siguiendo recomendaciones del Comité de compensación, evaluación y seguimiento del Código de buen gobierno.

Cuando involucra empleados, administradores y directivos de la Compañía que no estén expresamente relacionados en los eventos anteriores (Niveles 3 en adelante), el comité estará conformado por el Vicepresidente de recursos humanos, el Secretario general y el Auditor interno.





Gonzalo Restrepo López
Presidente director general



Adelante, de izquierda a derecha, Juan Felipe Montoya, Martín Nova, Gladys Elena Estrada y Jesús Quintero.

Atrás, en el mismo sentido, Carlos Mario Díez, José Gabriel Loaiza, Juan Felipe Yarce y Carlos Henao.



Equipo de directores

Tienen la responsabilidad de definir la estrategia corporativa y volverla realidad. En este grupo participan el presidente director general, el presidente operativo del *retail*, los vicepresidentes, el secretario general y los gerentes de la cadena de abastecimiento y mercadeo, además de la directora de auditoría interna.

Christophe Hidalgo*

Vicepresidente financiero y administrativo

Carlos Mario Díez Gómez

Vicepresidente de ventas y operaciones

José Gabriel Loaiza Herrera

Vicepresidente comercial y de abastecimiento

Juan Felipe Yarce Villa

Vicepresidente de inmobiliaria y desarrollo

Juan Felipe Montoya Calle

Vicepresidente de recursos humanos

Martín Nova Estrada

Gerente de mercadeo

Jesús Alberto Quintero Marín

Gerente de la cadena de abastecimiento

Gladys Elena Estrada Yepes

Directora de auditoría

Carlos Fernando Henao Moreno

Secretario general y Gerente jurídico

*Christophe Hidalgo se retiró de la Compañía a finales de octubre de 2012 y fue designada para su remplazo temporal y hasta el cierre de 2012, Libia Amparo Pérez Puerta.



Carlos Mario Giraldo Moreno
Presidente operativo del *retail*

Comité de conflicto de intereses para casos de empleados

Encargado de dar cumplimiento, definir y dirimir todo lo relacionado con la normatividad contemplada en el Manual de conflicto de intereses y uso de información privilegiada.

Miembros

Juan Felipe Montoya Calle

Carlos Fernando Henao Moreno

Gladys Elena Estrada Yepes

Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad

Los procesos de desarrollo sostenible de la Organización son gestionados por el Departamento de Sostenibilidad, que hace parte de la Vicepresidencia de Recursos Humanos. Este coordina los asuntos ambientales, de población vulnerable y, adicionalmente, acompaña y asesora todas las áreas del Grupo en la construcción de estrategias que le apunten a consolidar su responsabilidad social. Así mismo, el departamento soporta y acompaña los asuntos de ética, transparencia y buen gobierno.

Actualmente nos encontramos en la fase final de validación de la Política de sostenibilidad de la Organización, la cual pretende dar un marco de referencia y acción a los procesos que se gestionan desde el departamento.

Ratificamos nuestra materialidad

Durante la segunda Convención de sostenibilidad, realizada por el equipo directivo de la Organización, este ratificó su materialidad y proyectos por los cuales trabajar en el marco de su estrategia de desarrollo sostenible.

Actualmente nos esforzamos por generar valor económico, social y ambiental en cinco pilares que describiremos a continuación, junto con sus asuntos materiales, sobre los cuales rendiremos cuentas en cada capítulo.



Dentro de estos pilares, el grupo de dirección identificó cuatro objetivos estratégicos por los cuales trabajar continuamente, que están alineados con la realidad del país, la situación del medio ambiente y el foco de nuestro negocio:

1. Atención integral a la primera infancia, con énfasis en nutrición.
2. Medición, mitigación y compensación de la huella de carbono.
3. Promover empaques sostenibles y bolsas reutilizables.
4. Mantener una oferta de productos saludables y nutritivos.



Los 10 principios del Pacto Global

Derechos humanos

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

Estándares laborales

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

Anticorrupción

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

Medio ambiente

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

Comité de sostenibilidad

La sostenibilidad es transversal a todos los procesos de la Organización, por eso, continuamos fortaleciendo el Comité de sostenibilidad, compuesto por un grupo de 36 personas, comprometidas con las iniciativas del área frente a sus proyectos del día a día. Ellos son los encargados de promover las mejores prácticas en sus equipos de trabajo y hacer trascender las iniciativas de responsabilidad corporativa.

¿Cómo construimos la Memoria 2012?

Desde 2009 presentamos anualmente los avances en desarrollo sostenible de la Compañía en una memoria, que recopila los hechos más importantes, en concordancia con los asuntos que definimos como materiales.

Al igual que en años anteriores, en 2012 seguimos y reportamos los criterios establecidos por *Global Reporting Initiative (GRI)*. Adicionalmente, al ser signatarios del Pacto Global de las Naciones Unidas, informamos aquellos asuntos de interés para la institución.

La evaluación de la materialidad del Grupo Éxito, adelantada en 2011, bajo directrices de la ISO 26000, la norma AA1000 y el GRI, fue reafirmada en 2012 por el equi-

po directivo de la Organización, en la segunda Convención de sostenibilidad.

Continuamente, los departamentos de Sostenibilidad y Comunicaciones evalúan tendencias mundiales y las mejores prácticas en reportes de desarrollo sostenible, para ser tenidas en cuenta en la elaboración de la Memoria del Grupo Éxito. Son también consultados estándares relevantes como: DJSI (Dow Jones Sustainability Indexes), los Objetivos de Desarrollo del Milenio, BSCI (Business Social Compliance Initiative), FSC (Forest Stewardship Council), entre otros.

Alcance

Esta Memoria de Sostenibilidad fue consolidada con la información de Almacenes Éxito S.A. y su operación en Colombia, que incluye almacenes, sedes administrativas, centros de distribución, industria de alimentos y la filial textil Didetexco, entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2012.

La Compañía es socia mayoritaria de Spice Investments Mercosur, Uruguay, propietaria de los almacenes Disco y Devoto. Los datos de esta serán incluidos en la información financiera de este texto y en el reporte del número de puntos de venta de Almacenes Éxito S.A.



El año de la transparencia

El Grupo Éxito entendió la importancia de trabajar por la transparencia y contra la corrupción. Por eso, este 2012 incrementó sus esfuerzos para consolidar y fortalecer un programa que llegara a todos los empleados. Nuestro compromiso está en todas las relaciones, con los colaboradores, los proveedores, los clientes, la comunidad y el gobierno, entre otros.

Es así como durante este año, el Comité de ética de la Organización hizo un arduo y continuo trabajo para poner en marcha una serie de mecanismos, protocolos, herramientas y acciones que garantizarán el compromiso de los empleados con la transparencia.

Nuestras acciones se rigen por normas y códigos como el de Buen gobierno, el Manual de conflicto de intereses y uso de información privilegiada, el Reglamento de la junta directiva, el Acuerdo de buenas prácticas y la Política de transparencia. Contamos también con un Código de ética y conducta que define un marco de actuación coherente con los principios y valores corporativos de la Compañía.

Adicionalmente, en 2012 Didetexco realizó la oficialización de la publicación e inducción del Código de ética a 209 empleados de los 227 que tiene al cierre del año.

Política de transparencia

Con esta buscamos que el trabajo diario de los colaboradores de la Compañía esté enmarcado dentro de las más altas conductas éticas y sea la mayor evidencia del respeto por la dignidad humana y la sostenibilidad empresarial.

Línea de transparencia

Pusimos en funcionamiento la **línea nacional 018000 52 25 26** en la que se pueden denunciar conductas inapropiadas que se presenten en la Organización y en sus dependencias en todo el país. Además, tenemos el **correo electrónico etica@grupo-exito.com** en el cual las personas que tengan inquietudes, quejas o comentarios sobre el cumplimiento de las políticas, sospechas de violaciones de las mismas o conductas inapropiadas, puedan escribir su denuncia.

Se recibieron 48 llamadas telefónicas y 26 correos electrónicos en los medios para denunciar conductas inapropiadas.



Política de recepción de regalos

Da las directrices para actuar con transparencia frente a la entrega de obsequios de los proveedores. Establece que los empleados deben evitar la recepción de regalos, y si lo hacen no puede tener un costo superior a tres salarios mínimos diarios vigentes, es decir, COP56.670 para el año 2012. Aquellos que superaban esta cifra debían ser donados a la Fundación Éxito para seguir el procedimiento establecido.

En la Navidad de 2012 se recibieron, en las taquillas de la Compañía, en promedio 56% menos regalos de los proveedores vs el año anterior. En todas las regionales hubo una disminución considerable, lo que demuestra que gracias a una campaña de comunicación interna y externa a los aliados comerciales, se dio a conocer la política y esto fue un gran apoyo que influyó considerablemente en el resultado.



Comunicación responsable con nuestros públicos de interés

Ponemos a disposición de nuestros grupos de interés canales, estrategias y medios de comunicación para mantener una relación bilateral y, así, entender mejor sus necesidades y preferencias a partir de información transparente y veraz.

Accionistas e inversionistas

- Realizamos dos **reuniones de la asamblea de accionistas**. La ordinaria, el 16 de marzo de 2012 y la extraordinaria el 13 de diciembre.
- Comunicamos nuestros resultados financieros trimestrales a través de cuatro **teleconferencias con inversionistas** de todo el mundo. Estas jornadas se acompañaron con sus respectivos informes financieros publicados en www.grupoexitocom.co. Así mismo, se realizaron 5 reuniones con firmas comisionistas (por primera vez se realizó una en Medellín), y se enviaron comunicados de prensa a los medios de comunicación nacionales.
- Se realizaron **14 conferencias internacionales** en México, Brasil, Inglaterra, Escocia, Estados Unidos y Chile.

Empleados

- 11 ediciones de la **revista Aldetalle** con promedio de 22.000 ejemplares cada una; 52 ediciones del **boletín semanal Conectados** y 50 emisiones del **noticiero radial corporativo 10 Minutos**.
- Publicamos quincenalmente la **agenda de grupos primarios** (metodología para entregar guías de contenido que los jefes deben compartir con sus personas a cargo). En 2012 un 89,5% de los almacenes utilizaron este medio. Así mismo incrementamos el número de Reporteros Estrella, empleados que alimentan voluntariamente los medios internos de sus dependencias con información local.
- 150 almacenes Éxito y Carulla contaron con el **buzón de sentimientos**, y por primera vez se instaló en 11 centros de distribución. Participaron 32.192 empleados y se recibieron un total de 42.405 notas en las que expresan lo que sienten por la Organización.
- Adicionalmente, para los empleados de Didetexco se hicieron dos medios internos periódicos con notas de interés propios de la industria textil: **Didetexco al día** y **Con mucho ingenio**.

Estado

- Nos comunicamos con el Estado a través de Fenalco. Igualmente, tenemos una interacción permanente con la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) y otras entidades.
- Cuatro informes a la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Enviamos la encuesta de las mejores prácticas del Código de buen gobierno: Encuesta Código País a la Superintendencia Financiera.
- Contamos con una persona de la Compañía dedicada a mantener diálogos permanentes con las instituciones gubernamentales.

Clientes

- En más de 2.000 encuentros, **escuchamos a más de 35.000 clientes** y les ofrecimos una respuesta oportuna a sus inquietudes o sugerencias. Adicionalmente, nuestros proveedores se reunieron con los clientes en **2.035 charlas** para que conocieran los beneficios de las marcas que comercializamos en nuestros almacenes.
- Comunicación permanente con los clientes a través de las páginas de Éxito y Carulla en las redes sociales Facebook y Twitter.



- Este año se lanzó la **estrategia de fidelización “Eres tú quien decide”**, que busca hacer partícipes a los clientes de las decisiones de mercadeo de la Compañía (se amplía información en capítulo “Comerciante responsable con nuestros clientes”).
- Se enviaron más de 556 millones de **mails masivos** con información comercial y ofertas a nuestros consumidores.

Comunidad

- Se realizaron dos presentaciones a grupos de interés de los nuevos Éxito en Florencia y Carepa, tres trabajos con vecinos para los proyectos de Viva Villavicencio, Viva Sincelejo y Laureles, y uno con los vecinos de Carulla Pontevedra en Bogotá. El Jefe de Distrito que tiene asignada la ciudad de Florencia, fue invitado a hablar a la Asamblea Departamental para resolver inquietudes sobre el nuevo punto de venta.
- Se hizo permanente actualización de información en el sitio web www.grupoexito.com.co, redes sociales y se le dio respuesta oportuna a los comentarios de clientes y comunidad en Facebook (GrupoExitoColombia) y Twitter (@grupo_exito), que cerraron el 2012 con **58.124 seguidores y 5.986, respectivamente**.
- Se enviaron **160 boletines de prensa** en 2012 y atendimos 334 inquietudes de periodistas, logrando la publicación de información de la Compañía en medios, lo que es de gran utilidad para clientes y comunidad. **5.388 noticias positivas fueron publicadas** en los medios nacionales, que si hubieran sido pagadas se valorizarían en más de COP17.000 millones.

A través del correo **servicio.cliente@grupo-exito.com** respondimos **26.171 inquietudes**. Facebook y Twitter también son herramientas de interacción.

- Se enviaron diez **boletines de seguimiento de las obras** de Viva Laureles, tres de Viva Sincelejo y dos de Viva Villavicencio. Estos se entregaban a vecinos y fuerzas vivas de la zona para mantenerlos informados acerca de los avances de la construcción de los centros comerciales.

Proveedores

- 682 proveedores asistieron a las reuniones realizadas en Barranquilla, Bogotá, Cali, y Medellín, que buscan tener un acercamiento con los aliados comerciales.
- Se realizó en junio en Medellín una reunión con más de 200 representantes de empresas proveedoras de productos de marcas propias. Allí se les expuso la estrategia, ejemplos de buenas prácticas y las metas del negocio.

- Publicamos cuatro ediciones del boletín Nosacerca con tiraje de 5.000 ejemplares cada uno.
- Se enviaron 22 circulares con información de utilidad para proveedores.
- Se realizó la premiación de la cuarta versión del Concurso Proveedores de Éxito, que recibió más de 200 asistentes, representantes de empresas nominadas a ganar el premio, de todo el país.
- Permanente actualización del enlace de proveedores del sitio web. Se desarrolló una sección especial para promover el concurso de proveedores. Igualmente se enviaron *newsletter* con este tema a los proveedores de la Compañía.



Mesas de diálogo con grupos de interés

Con miras a afianzar su modelo de sostenibilidad, el Grupo Éxito realizó por primera vez cuatro mesas de diálogo con grupos de interés para analizar el trabajo que la Compañía ha venido realizando y de esta manera poder reconocer fortalezas, identificar debilidades y pasos a seguir para tomar decisiones acerca de cómo gestionar una cadena de valor sostenible.

79 clientes y 61 proveedores asistieron a las sesiones de diálogos, que en esta oportunidad trataron temas para proveedores de la Compañía, así como la oferta de productos saludables y nutritivos y conceptos de cuidado del entorno y de la sociedad.

Percepciones y resultados de los clientes

Se realizaron cuatro sesiones de grupo en Barranquilla, Bogotá, Medellín y Tuluá con clientas de las tres marcas: Éxito, Carulla y Surtimax.

- En la mayoría de los grupos no se dieron asociaciones espontáneas e inmediatas hacia el concepto “desarrollo sostenible”.
- En todos los grupos y ciudades se concluye que una empresa debe ser responsable con el medio ambiente, el gobierno, con sus empleados, clientes, proveedores y con la sociedad.
- Las consumidoras confían en que las marcas que compran son responsables en la forma como adquieren materias primas, producen y comercializan los diferentes productos que el Grupo Éxito pone a su disposición.
- Si bien el desconocimiento de realidades sociales como el maltrato infantil, la desprotección de las poblaciones más vulnerables y la violación de los derechos humanos es generalizado, también es claro que en todos los grupos evaluados hay interés por conocer más acerca de estos temas.

¿Qué esperan de nosotros?

- Talleres de prácticas ambientales.
- Exhibir los productos ecológicos con sellos, bien señalizados y diferenciados de los demás.
- Motivar la manera de hacer el reciclaje.
- Campañas de prevención por medio de los empaques de los productos.

Percepciones y resultados de los proveedores

Se realizó una mesa redonda con expertos en productos nutritivos y saludables, y tres diálogos con proveedores de marcas comerciales, marcas propias y de compras integradas.

Sobre productos nutritivos y saludables

- La consolidación de productos nutritivos y saludables va más allá de los valores de grasas, sales, azúcar y vitaminas que se consuman. Es una cuestión de cómo la Empresa puede tomar acciones para modificar la conducta del consumidor.
- Los esfuerzos desde la Empresa deben tener un enfoque de accesibilidad a los productos y de educación al consumidor.

De proveedores de servicios y suministros

Los proveedores de compras integradas, cuyos clientes han exigido la implementación de criterios sociales y ambientales en sus relaciones, tienen una mayor madurez en la gestión de la sostenibilidad. Identificamos que es posible el fortalecimiento de estos requisitos.



Así se vivieron las mesas de diálogo con 61 proveedores.

De proveedores de marcas propias

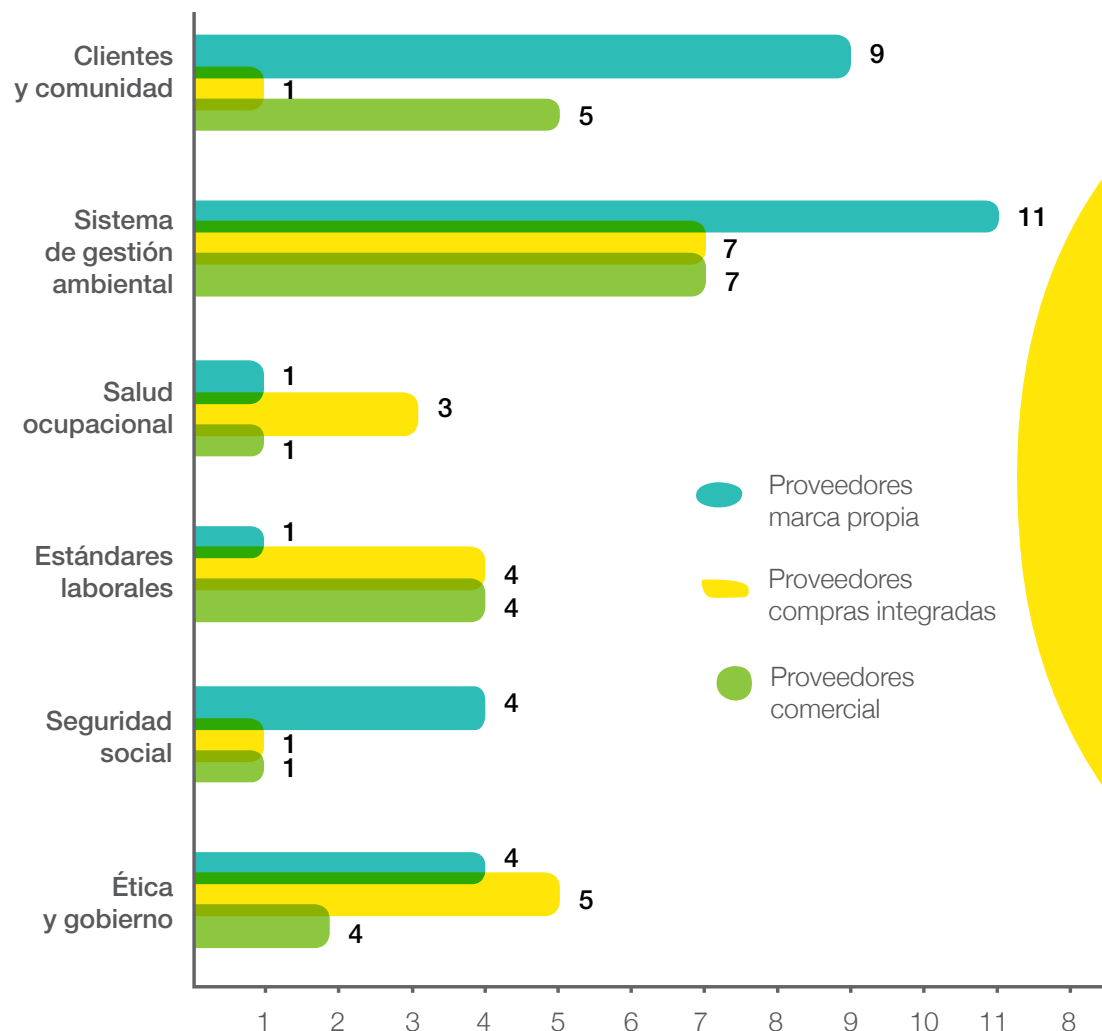
- Algunos proveedores han avanzado por iniciativa propia, en la gestión de sus impactos sociales ambientales.
- El trabajo conjunto entre los proveedores de marca propia y el Grupo Éxito ha sido vital para que espacios de retroalimentación como los diálogos sean constructivos y que el flujo de información sea de calidad y constante.

De proveedores de marcas comerciales

- Evidenciamos que los proveedores comerciales asignan un valor de competitividad a su gestión ambiental.
- Identificamos una oportunidad de colaboración en los siguientes temas: códigos de ética, empaques, residuos, implementación de derechos humanos en la cadena.
- Promovemos el consumo responsable de nuestros productos, por eso generamos espacios de involucramiento.
- Buscamos constantemente la buena salud de nuestros clientes.
- Establecemos relaciones de confianza y de largo plazo con nuestros aliados comerciales.



En las sesiones de diálogo realizamos unas encuestas que nos permitieron conocer cuáles son los asuntos más relevantes de sostenibilidad para la relación de la Compañía con sus proveedores.



Estos procesos de involucramiento no son iniciativas aisladas de la gestión de la sostenibilidad de la Compañía. Son espacios puntuales para el **fortalecimiento del ejercicio sostenible**, que reafirma la materialidad y seguirán siendo sistematizados y monitoreados con regularidad con la intención de dar respuesta eficaz a las expectativas de nuestros grupos de interés.





Declaración de aseguramiento de calidad Informe de Desarrollo Sostenible

La Dirección de Auditoría Interna del Grupo Éxito realizó aseguramiento limitado a las Memorias de Desarrollo Sostenible del Grupo Éxito, correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2012.

La preparación del informe de sostenibilidad 2012 del Grupo Éxito se contó con el apoyo de los equipos de Gobierno y de la Dirección del Grupo Éxito, de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative. La Dirección es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se basa la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Los procedimientos de aseguramiento limitado comprendieron: (a) la planificación de los trabajos considerando la relevancia, coherencia, el volumen de información cuantitativa y los sistemas operacionales y de controles internos que sirvieron de base para la elaboración del Reporte de Sostenibilidad de la Compañía; (b) el entendimiento de la metodología de cálculos y procedimientos de consolidación de los indicadores por medio de entrevistas con los gestores responsables de la elaboración de las informaciones; (c) confrontación, sobre bases muestrales, de las informaciones cuantitativas con los indicadores divulgados en el reporte de sostenibilidad; y (d) comparación de los indicadores de naturaleza financiera con los estados contables y/o registros contables.

Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión del Informe de Sostenibilidad 2012 del Grupo Éxito y con el alcance anteriormente descrito, no hemos observado situación alguna que haya llamado la atención, o algo que nos haga creer que el control interno no es efectivo respecto a todos los aspectos importantes incorporados en el presente informe de sostenibilidad. Concluimos que la información incluida en el informe referente a los indicadores es materialmente completa y exhaustiva; se presenta de manera entendible y clara y en nuestra opinión se considera confiable y está libre de sesgo y errores significativos.

Recomendaciones

En otro documento, hemos presentado a la Dirección del Grupo Éxito nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora en relación con el Plan de Sostenibilidad y los objetivos contemplados en el mismo. En éstas proponemos continuar con el proceso de diálogos con la administración y grupos de interés, para fortalecer la cultura de responsabilidad social y sostenibilidad.

Elena Estrada Y.
Jefa de Auditoría Interna Grupo Éxito

Medellín, marzo 8 de 2013



Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

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

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3.1 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3.1 de GRI. Para conocer más sobre la metodología: www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf

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

Amsterdam, 21 Marzo 2013

Nelmara Arbex
Subdirectora Ejecutiva
Global Reporting Initiative



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

Descargo de responsabilidad: En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 12 Marzo 2013 GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.

Dimensión social





Por una atención integral a la primera infancia

Durante 30 años la Fundación Éxito ha tenido como propósito lograr la inclusión social de aquellas personas que se encuentran en una situación de vulnerabilidad. Por esta razón, ha enfocado sus esfuerzos en obtener una atención integral para la primera infancia, y para mujeres gestantes y lactantes.

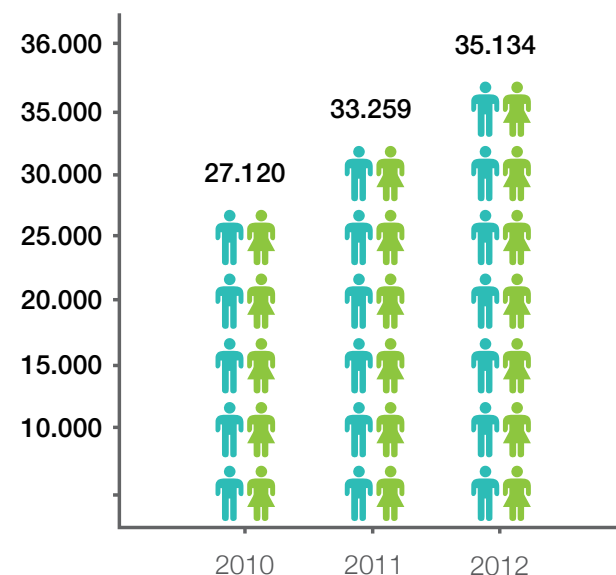
- La inversión social de la Fundación Éxito en 2012 permitió llegar a **35.134 niños con atención integral**, enfocados en su nutrición y con programas de lectura, música y salud que estimulan en ellos el desarrollo pleno de su potencial.
- Como una de las fundaciones empresariales más reconocidas en Colombia, la Fundación Éxito tiene como propósito promover aquellas políticas públicas que vayan encaminadas a la atención de niños y madres gestantes y al mismo tiempo participar de ellas, conscientes de que hacia el futuro será la mejor inversión que puede realizar el país.
- Con la implementación de nuestros programas buscamos movilizar recursos del Estado y lograr una corresponsabilidad que comprometa a los actores de la sociedad. Así, es obligatorio que las instituciones que apoyamos cuenten también con la ayuda del Estado ya que esto complementa y legitima la labor realizada.
- El **Premio por la Primera Infancia Fundación Éxito** creció y se articuló con la estrategia del gobierno nacional De Cero a Siempre para reconocer el trabajo en cuatro categorías en el 2013: atención integral a la primera infancia, lenguajes artísticos, atención en salud y medio de comunicación o periodista.
- Durante el año **se donaron 3.191 toneladas de comida a bancos de alimentos**, que representan COP2.553 millones. Estas entidades comparten esos recursos con poblaciones especialmente vulnerables (niños, mujeres y personas de la tercera edad).
- En 2012 consolidamos una alianza con el ICBF, la Universidad de los Andes y el Instituto de Estudios Fiscales de Londres, con el interés de fortalecer las estrategias de medición y evaluación de la intervención de la Fundación Éxito, y orientar la inversión social privada en programas de atención a la primera infancia en Colombia.



El juego estimula el desarrollo adecuado de los niños en sus primeros años. En la foto, pequeños del Jardín Infantil Mamá Chila de Medellín.



Número total de niños beneficiados



Proyectos de nutrición con énfasis en alimentación saludable y programas de estilos de vida saludable.

31.474
niños atendidos



Proyectos de **promoción de lectura** para niños en primera infancia.

2.667
niños atendidos

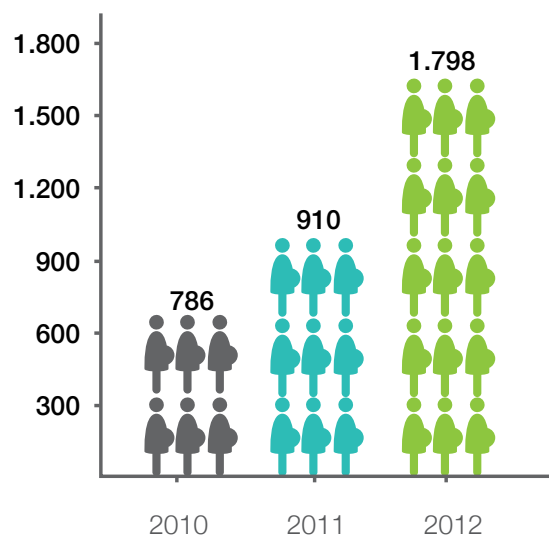


Programa de iniciación musical con la Corporación Fomento de la Música.

763
niños atendidos



Número de madres gestantes atendidas



Programa de **mejoramiento de las prácticas didácticas** para la primera infancia en alianza con la Universidad Nacional.

170
niños atendidos



Programas de la Fundación Éxito

Alimentación balanceada

Para prevenir la obesidad y las deficiencias de vitaminas y minerales.

Historias que alimentan

A través de música y fantasía fomentamos los vínculos afectivos y el desarrollo de las habilidades comunicativas.

Iniciación musical temprana

Tiene un alto impacto en el desarrollo de la escucha, el trabajo en equipo y el respeto por el otro.

Estrategias pedagógicas renovadas

Apoyo a las maestras que lideran estos programas en sus comunidades.



Nos aliamos para sumar esfuerzos

Con alianzas y cooperación local, nacional e internacional fortalecemos nuestra gestión para generar un mayor impacto, así como nos lo propusimos en el 2011.

Las siguientes fueron las instituciones con las que hizo alianza la Fundación Éxito y los proyectos que se desarrollaron:

- **Fundación Mundial:** mejoramos las condiciones físicas de 19 instituciones que hacen parte de los programas de nutrición para la primera infancia que lidera la Fundación Éxito.
- **Alcaldía del municipio de Los Patios:** financiamos el Convenio por la nutrición de las adolescentes gestantes de Los Patios, con una inversión de COP90 millones para atender 50 madres gestantes de esta localidad del Norte de Santander.
- **Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional –ACDI–,** por intermedio del Fondo Canadiense para la Niñez, beneficiamos a 1.386 niños y niñas en cinco hogares infantiles en Popayán.

Una delegación compuesta por altos funcionarios del gobierno nacional, alcaldías municipales y fundaciones empresariales del país, entre ellos representantes de la Fundación Éxito, viajaron a Brasil para conocer las **políticas sociales brasileiras, principalmente aquellas relacionadas con la seguridad alimentaria y nutricional** de los niños menores de cinco años.





Representantes de las entidades ganadoras acompañados por el director de la Fundación Éxito (izquierda) y Robert Myers (derecha), invitado internacional.

Premio Fundación Éxito

El premio Fundación Éxito es un reconocimiento a la labor de aquellas instituciones, personas y proyectos que trabajan en los temas de la primera infancia y contribuyen a mejorar las condiciones nutricionales de los niños de nuestro país.

Este año, en la 9ª versión del Premio Fundación Éxito, reconocimos el trabajo que realizan las siguientes fundaciones:

- **Fundación Ecología Humana de Cali:** trabaja por la atención de las familias gestantes.

- **Fundación Educadora Carla Cristina de Medellín:** su foco de trabajo es la nutrición y educación para la primera infancia.

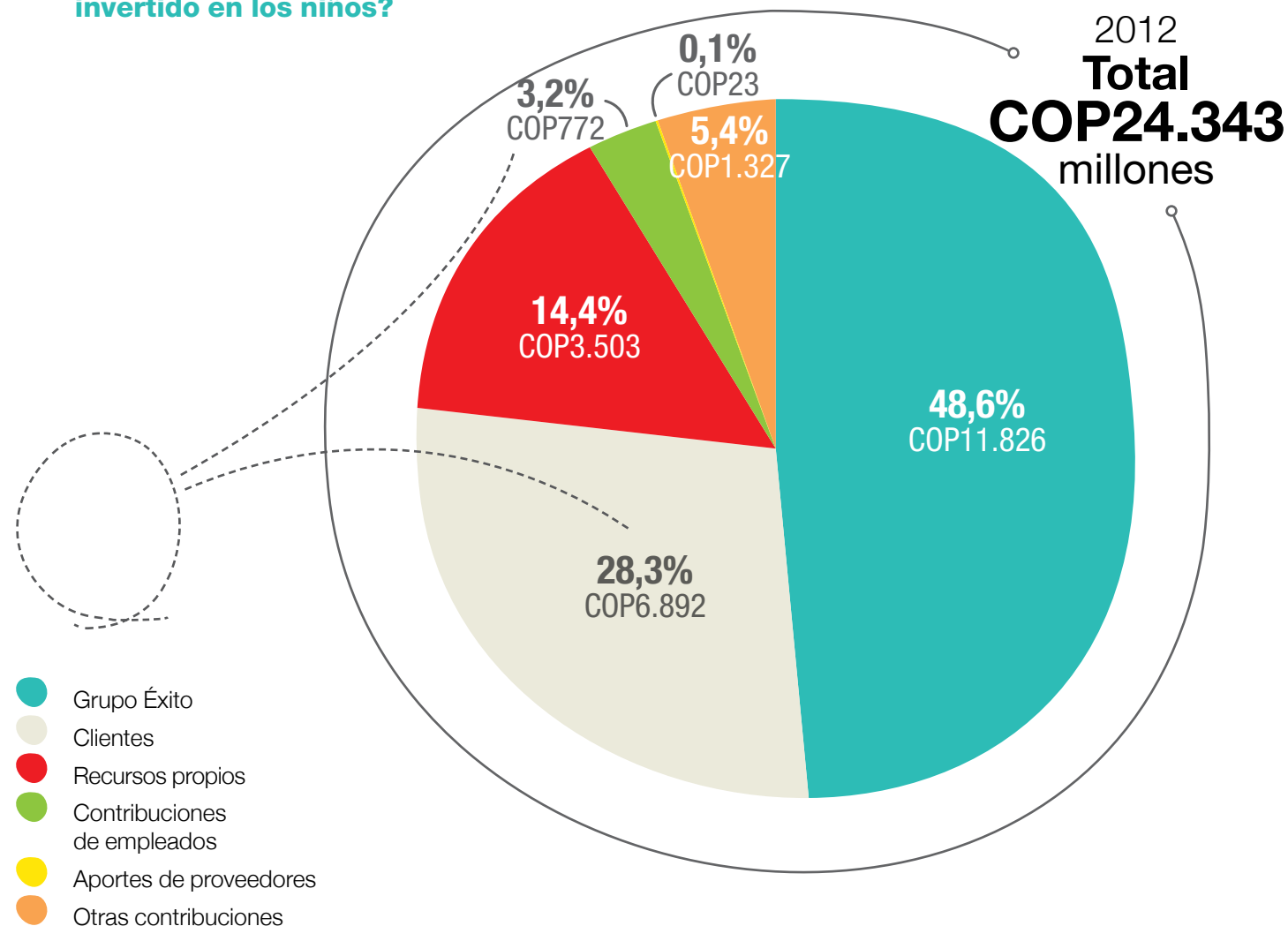
- **Fundación Alborada de Bogotá:** se enfoca en la prevención de la violencia.

- **Fundación Romelio de Bucaramanga:** desarrolla principalmente programas de nutrición y arte para los niños.



Recursos de la Fundación Éxito

¿De dónde viene el dinero
invertido en los niños?



La Fundación Éxito
invirtió más de
COP17.000 millones
durante el 2012.

27,6% creció el aporte de los clientes, quienes solidariamente donan Goticas o vueltos; igualmente el **de los empleados aumentó un 23,7%** con respecto al año 2011. Estos recursos, sumados a los que invierte la Fundación Éxito, permitieron ampliar nuestra cobertura, llegar a 65 municipios de 23 departamentos y realizar alianzas con 295 instituciones.

*Incluye recursos económicos, reciclaje, alimentos, entre otros.



Realizamos aportes en 23 departamentos de Colombia.

Inversión total por departamentos

COP millones

Departamento	2012
Antioquia	6.047
Atlántico	811
Bolívar	291
Boyacá	137
Caldas	147
Casanare	129
Cauca	276
Caquetá	32
Cesar	342
Chocó	180
Córdoba	137
Cundinamarca	4.520
Huila	474
Magdalena	296
Meta	274
Nariño	199
Norte de Santander	393
Quindío	180
Risaralda	457
Santander	696
Sucre	53
Tolima	172
Valle	917
Total	17.160

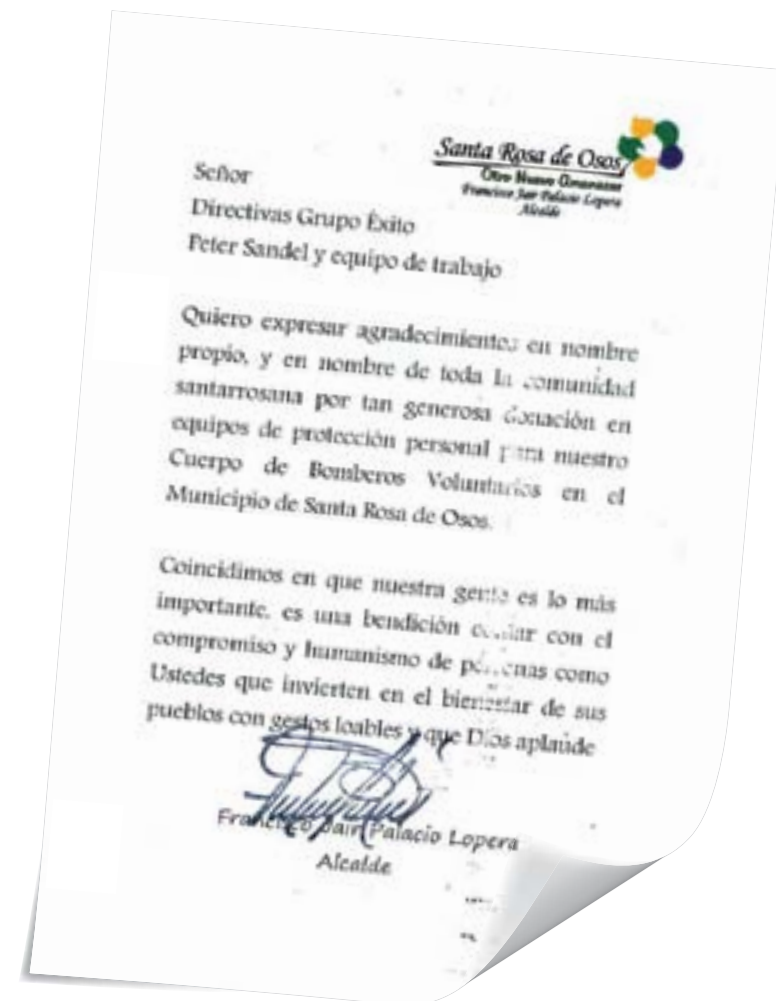


Contribuimos con el desarrollo de nuestra comunidad

- El Grupo Éxito y la Alcaldía Mayor de Bogotá se unieron para lanzar la **campaña Abraza la vida**, una iniciativa que brindó facilidades a la población para acceder a los servicios de vacunación gratuita. Esta posibilidad se ofreció en 20 almacenes Éxito, 10 Carulla y 10 Surtimax ubicados en varios sectores de la ciudad; 22.500 ciudadanos fueron beneficiados.
- Patrocinamos **41 atletas del equipo para-olímpico** en la Olimpiada 2012.
- Por segundo año consecutivo el Grupo Éxito apoyó el **Día internacional para la sensibilización contra las minas antipersonal**. Por esta razón y con el objetivo de manifestar nuestro rechazo hacia ese acto de violencia, los maniqués de la sección textil de nuestros almacenes Éxito tuvieron remangada la bota del pantalón.
- Escuchamos las inquietudes de Red PaPaz, entidad que vela por la protección de los contenidos que reciben los niños, sobre los desfiles de moda que promueven los cuadernos de modelos en la temporada escolar.
- Contamos con un departamento de Relaciones Institucionales que se encarga de mantener un diálogo abierto y cercano con los gobiernos nacional y locales y sus entidades.



Esta fue la campaña de vacunación que realizamos en Bogotá.



Así como este, varios cuerpos de bomberos del país con limitaciones de recursos económicos recibieron trajes de protección, gracias al apoyo logístico de la Compañía.



Ciudadano corporativo que cumple con sus responsabilidades



Cumplimiento de obligaciones tributarias

COP millones

Tipo de impuesto	2011	2012
Industria y comercio	66.671	75.086*
Predial	21.413	21.886*
Renta	46.538	83.549
Al patrimonio	48.482	54.965
Vehículos	18	48
Valor agregado	212.529	268.063
Total	395.651	503.597

*Incluye Uruguay.

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

COP millones

Municipio	2011	2012
Apartadó	384	369
Armenia	232	249
Barrancabermeja	348	433
Barranquilla	6.008	5.969
Bello	2.001	2.504
Bogotá	36.568	38.298
Bucaramanga	2.330	2.385
Buenaventura	343	169
Buga	111	128
Cali	2.975	3.265
Cartagena	2.509	2.649
Cartago	82	107
Caucasia	339	406
Chía	343	394
Cúcuta	1.295	1.966
Envigado	7.699	9.199
Facatativá	224	238
Floridablanca	204	237
Fusagasugá	179	242
Girardot	105	193
Ibagué	523	565
Ipiales	134	140
Itagüí	747	547

En Uruguay pagamos lo equivalente a COP1.123 millones.

Municipio	2011	2012
Manizales	715	764
Medellín	10.206	10.707
Magangué	NA	214
Montería	715	698
Neiva	1.129	1.563
Pasto	640	683
Pereira	1.202	1.145
Pitalito	NA	128
Popayán	551	602
Rionegro	446	457
Sabaneta	204	259
Santa Marta	1.105	1.279
Sincelejo	1.187	1.256
Soacha	115	179
Sogamoso	215	238
Soledad	317	404
Tunja	306	453
Valledupar	897	960
Villavicencio	1.241	1.393
Zipaquirá	291	314
Yopal	230	257
Otros	689	1.242
Total	88.084	95.849



Nos adelantamos a los posibles riesgos

- La Compañía ha realizado esfuerzos en la identificación, análisis y evaluación de sus principales riesgos, dentro de los cuales se consideran los puros (típicamente asegurables), los estratégicos, los financieros y los operacionales. Es así como contamos con un Departamento de riesgos y seguros encargado de orientar la gestión en este tema de manera adecuada. Existe además, una serie de pólizas corporativas que buscan amparar el patrimonio de la Compañía frente a la materialización de eventos catastróficos, de responsabilidad civil, de transporte de mercancías, entre otros.
- Tenemos un Programa de autocontrol que busca generar coherencia entre el ser y el hacer de los empleados de la Organización. Los dueños de los procesos evalúan el estado del sistema de control para mitigar los riesgos. Este año, 908 personas (entre nuevas o con un rol diferente en la Organización) fueron formadas en este tema.
- Con el Sistema de prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo verificamos que cualquier persona, empleados, proveedores y acreedores no tengan antecedentes en este delito.
- Continuamos con el fortalecimiento de la administración del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo a través del desarrollo y puesta en marcha, desde octubre, de un programa de formación virtual; la habilitación de usuarios para la consulta de terceros previo a su vinculación en fuentes nacionales e internacionales, así como el cruce periódico de las bases de datos de la Compañía con dichas fuentes; y la identificación de señales de alerta, que concluyeron con el reporte de 107 operaciones sospechosas a la Unidad de información y análisis financiero –UIAF–.
- Comenzó un piloto en la Vicepresidencia de Inmobiliaria y Desarrollo sobre la gestión del riesgo en lavado de activos y financiación del terrorismo (LA/FT).
- Con el propósito de fortalecer las políticas de prevención y control del lavado de activos y la financiación del terrorismo (LA/FT), vamos a capacitar a la mayor cantidad de empleados de la Compañía a través del programa virtual, y a continuar con la implementación del modelo de gestión de este riesgo en las áreas más vulnerables, con la definición de controles efectivos.

575 unidades de negocio vs 500 en 2011, fueron analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.

Capacitamos 368 personas en el Sistema de prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo; así se cumplió el objetivo del 2011.

Reconocemos los errores

- Para la prevención de nuestros errores, durante el año realizamos distintas capacitaciones a 9.056 empleados en competencias técnicas exigidas por la ley.
- En el 2012, nuestra Gerencia jurídica intervino en 76 procesos significativos relativos a multas y sanciones derivadas del incumplimiento de leyes y regulaciones. Entre estos procesos se encuentran ocho acciones populares relativas a asuntos de publicidad exterior visual, cuyo valor monetario correspondió a COP25 millones. Se atendieron cuatro procesos relacionados con el incumplimiento de normas de carácter sanitario, que implicaron el pago de multas cercanas a los COP25 millones. En materia de protección al consumidor se pagaron multas cercanas a los COP600 millones, en 53 procesos administrativos adelantados por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). Así mismo, se tramitaron alrededor de siete procesos de incumplimiento de normas relativas a otras actividades realizadas por la Compañía, que implicaron el pago de multas cercanas a las COP800 millones.
- En el ámbito ambiental se atendió una orden de cese de una planta de energía durante 60 días en el establecimiento de comercio Carulla Arrecife por la contaminación auditiva, y así mismo se pagaron otras sanciones monetarias cercanas a los COP50 millones.



Metas para el 2013

Actor local solidario

A través de la Fundación Éxito

- Atenderemos a **1.800 madres** gestantes y a **35.134 niños**.
- Realizaremos una inversión de más de **COP18.000 millones** en los diferentes municipios del país.
- Seguiremos siendo **líderes en temas de primera infancia** en Colombia, y lograremos intervenir para la gestión de políticas y **planes de acción** del gobierno nacional.





Nuestro objetivo
no es solo ser
el más grande
empleador del país,
sino ser **el mejor
lugar** para trabajar.

GREAT
PLACE
TO
WORK®

Las Mejores
Empresas
para Trabajar **2012**
Colombia



Nuevos empleados de Carulla Pontevedra, en Bogotá, celebraron el hecho de comenzar a trabajar en el Grupo Éxito y de abrir un nuevo almacén.



Así somos en el Grupo Éxito

Nuestro equipo de colaboradores Empleos directos



Incluyen empleados de Almacenes Éxito S.A., de la Industria de Alimentos y Didetexco en Colombia, a 31 de diciembre de 2012.





Los empleados de la Compañía son la clave de nuestro éxito.

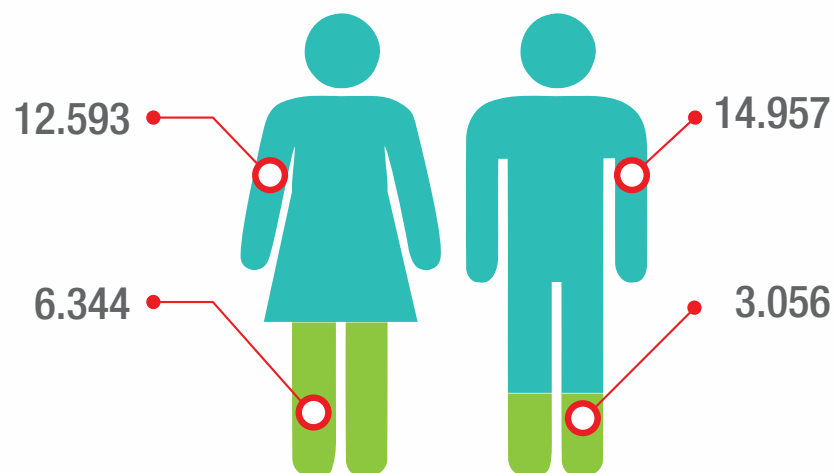
Un total de **36.950 empleados directos** trabajan en el Grupo Éxito. Las contrataciones directas han aumentado frente a 2011 para mejorar los beneficios de nuestros trabajadores.



3,68%

Empleados por edad y género

Menores de 30	30 - 40	40 - 50	Mayores de 50	Total	
8.917	5.767	3.385	868	18.937	
9.267	5.383	2.511	852	18.013	

Contrato por jornadas



-  Contrato completo (8 horas)
-  Contrato parcial (jornadas menores a 8 horas)

Las jornadas parciales son una solución para las personas que requieren tiempo para estudiar o dedicar a su familia. A la vez, funcionan para la Compañía porque permiten coordinar mejor los horarios cuando hay mayor afluencia de clientes.

Tipo de contratación



Término indefinido

10.537

11.682

14.912



Término indefinido

11.398

12.674

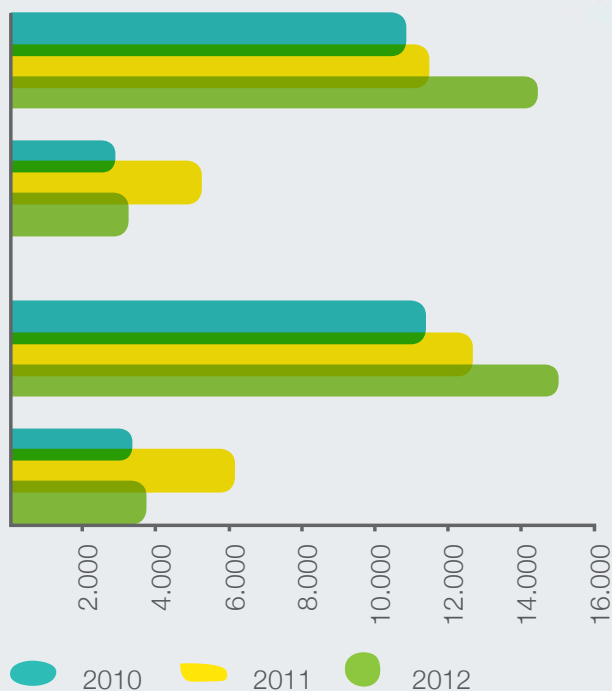
15.221

Término fijo

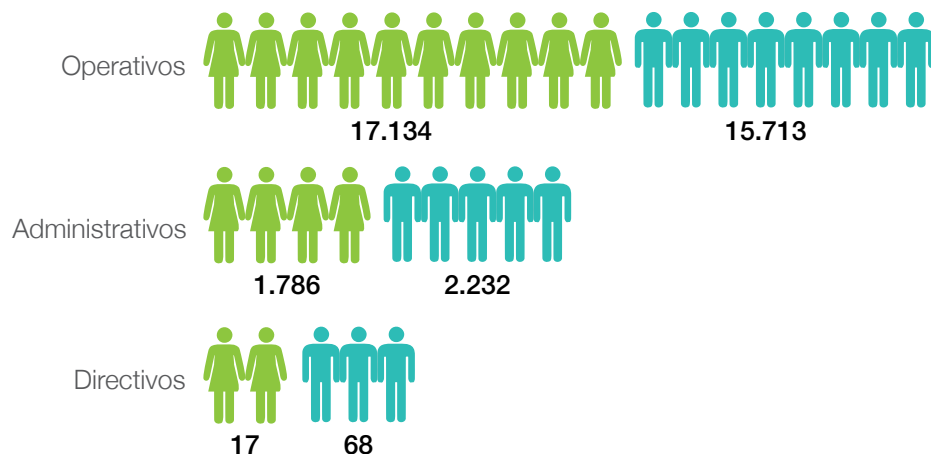
3.259

6.033

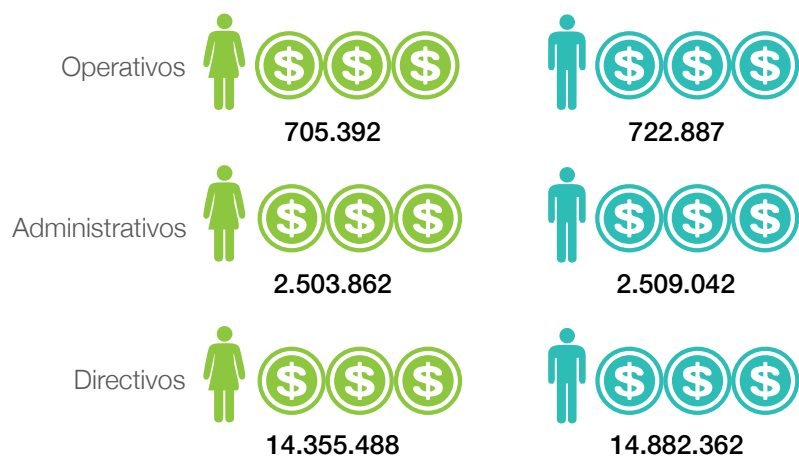
3.716



Colaboradores por tipo de empleo



Relación salarial entre hombres y mujeres en COP



Somos una empresa joven: 49,2% de nuestros empleados son menores de 30 años



El 95,2% de nuestros directivos son colombianos.



Selección, formación y promoción de nuestra gente

Nuestro éxito está en las personas. Por eso, brindamos condiciones de trabajo de calidad a nuestros empleados para que desempeñen felices sus funciones y tengan siempre un motivo para quedarse en la Compañía.

Contribuimos al desarrollo del país al generar empleo

La apertura de un almacén de cualquiera de nuestras marcas significa progreso y generación de empleo para la zona donde iniciamos operaciones. Buscamos aliados como el Sena, universidades, cajas de compensación y cámaras de comercio en los nuevos municipios a los que llegamos, con el fin de conseguir el mejor equipo para atender a los clientes. Nuestra Política de selección, que está en proceso de aprobación, aborda temáticas de inclusión y no discriminación, pues lo que realmente nos interesa es el desempeño profesional y las habilidades de los candidatos.

- 1.089 personas que pertenecían al operador externo de seguridad, se vincularon como empleados directos del Grupo Éxito.
- Pasamos de tener 7.640 empleados de operadores en 2011 a 5.932 en 2012. Por su lado, las personas que prestan su servicio en nuestros almacenes en atención de concesionarios, impulsores y promotores, fueron 22.112 en 2012, con un registro en 2011 de 22.760.

5.664 nuevos empleados con contrato a término indefinido comenzaron a trabajar en la Compañía en el 2012.



Ahora que estoy contratado tengo la seguridad para continuar. Por eso le voy a meter más ganas al trabajo, porque como la Compañía da la posibilidad de ascender, el estudio es el mayor aliciente”.

Jhan Luv Rendón, Éxito Poblado, Medellín.

Composición empleados por regiones

Centro (Boyacá, Caquetá, Casanare, Cundinamarca, Huila, Meta y Tolima).	15.470
Antioquia	9.621
Costa (Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, Guajira, Magdalena y Sucre).	5.592
Suroccidente (Caldas, Cauca, Nariño, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca).	4.409
Santander y Norte de Santander	1.858
TOTAL	36.950



Brindamos oportunidades de crecimiento

La Compañía trabaja por la equidad en procesos de selección entre hombres y mujeres.

Promociones internas para empleados con contrato a término indefinido en 2012

Género	Total
Hombres	2.137
Mujeres	1.734
Total	3.871

- Con el Programa gestión carrera fomentamos el crecimiento profesional y la retención de personas claves para la Organización.
 - Se estructuró y activó el programa de desarrollo **Creciendo con Éxito**.
 - Doce jóvenes de la Compañía, con condiciones especiales de formación y desempeño, comenzaron a trabajar en el Grupo Casino, en Francia, durante dos años. Por primera vez empleados de los almacenes hicieron parte de esta iniciativa.
- Las oportunidades para los **estudiantes en práctica y aprendices** aumentaron 28,14% vs 2011. Este año recibimos 2.345 estudiantes. Alrededor de 30% de los practicantes universitarios se vincularon a la Compañía.



“El Grupo Éxito permite hacer carrera. Yo ingresé a la Compañía en el 2004 como practicante y hoy soy la Directora de Marcas Propias”.

Luz María Ferrer.



Rotación de los empleados con contrato a término indefinido

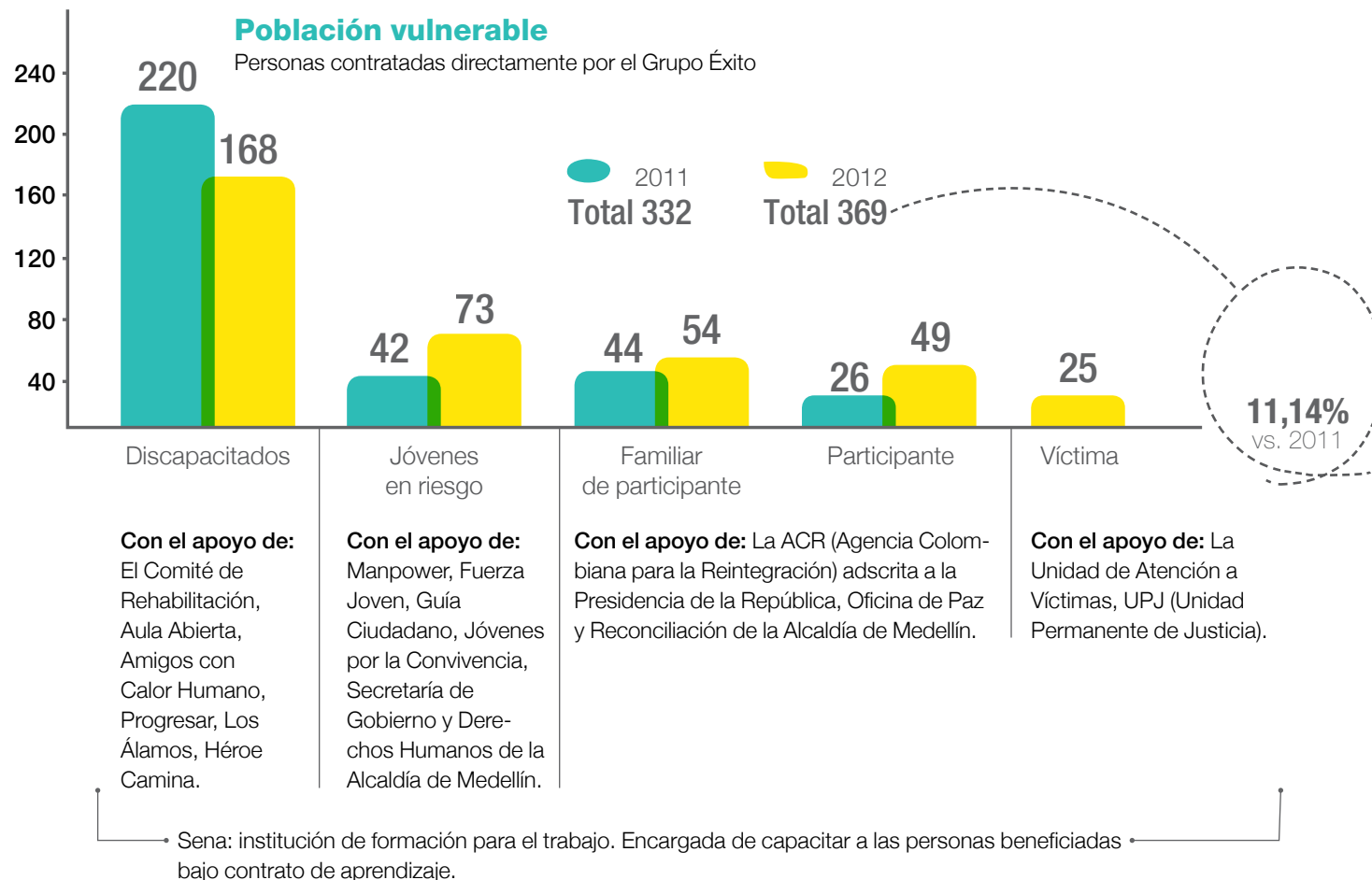
2010	2011	2012
0.75%	0.68%	0.75%

Jóvenes que viajaron a Francia en 2012. De izquierda a derecha Esteban Sierra, Vanessa Corrales, Víctor Díaz, Juan Carlos Arroyave, Laura Tamayo, David Gómez, Verónica Aguirre, Santiago Ochoa, Diana Gómez, Juan Esteban Pérez y Andrea Vazart.



Apoyamos a las poblaciones vulnerables

Reconociendo la realidad de Colombia, y en línea con la meta propuesta en 2011, promovemos la inclusión a través de la generación de empleo para la población vulnerable de nuestro país. Instituciones expertas en el tema son nuestras aliadas en esta iniciativa y nos apoyan para hacerle un adecuado seguimiento en un proceso en el cual patrocinamos los estudios de las personas beneficiadas y posteriormente les damos la oportunidad de hacer su práctica en nuestros almacenes. Según su desempeño algunas continúan trabajando en nuestra compañía.



Jóvenes en riesgo: por razones de abandono u orfandad están protegidos por el Bienestar Familiar, pero al cumplir la mayoría

de edad deben abandonar esta institución quedando expuestos a riesgos derivados de la problemática social.

Participante: persona que hizo parte de grupos armados ilegales y que tomó la decisión de reincorporarse a la vida civil.

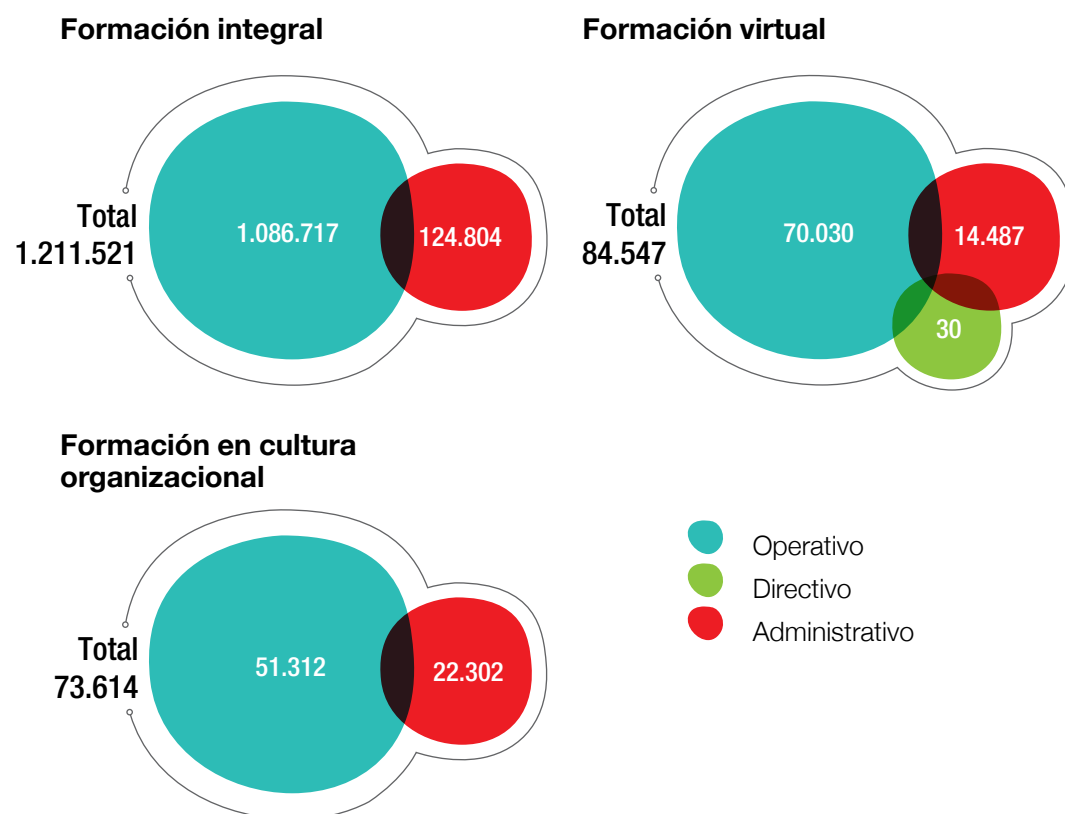
Víctima: afectado por el conflicto armado.

Patrocinamos 18 jóvenes con discapacidad cognitiva leve, para que recibieran un proceso de formación en el Sena y tuvieran la oportunidad de trabajar en el Grupo Éxito durante el 2013.

Por el desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores

Formación de nuestros empleados

Cobertura de los programas (en horas)



- **Formación integral:** en conocimientos técnicos y en el desarrollo de habilidades que deben tener los empleados para desempeñar su cargo.
- **Cultura organizacional:** en esta formación se trata de desarrollar al ser, con temas como desarrollo de competencias de liderazgo, cultura corporativa, gestión del desempeño, gestión del cambio, entre otras.

1,4 millones de horas
en formación fueron dictadas
para todos nuestros empleados.

Total horas de formación

Tipo de empleado	2010	2011	2012
Operativo	1.026.302	1.039.815	1.208.059
Administrativo	51.125	192.403	161.593
Directivo	5.265	5.241	30
Total	1.082.692	1.237.459	1.369.682



Programa de Formación	Número de empleados
Formación técnica especializada para cajeros	2.498
Formación técnica especializada en frutas, verduras y carnes	908
Procesos de inducción presencial	11.985
Procesos de entrenamiento para nuevos colaboradores o ascensos	9.418
Formación en excelencia comercial para líderes y vendedores del negocio de no alimentos de Éxito y de alimentos de Carulla	5.868
Tecnología en gestión empresarial	70
Especialización tecnológica en gestión de proyectos	35
Escuela de riesgos para brigadistas e interesados en el tema	2.646
Formación en competencias técnicas exigidas por la ley	10.040
Formación en conocimientos técnicos de los productos y portafolios de los proveedores para vendedores	2.993
Formación básica en gestión de las relaciones de trabajo	2.570
Certificación de excelencia comercial para vendedores	881
Compensación variable (a través de clase virtual)	1.678
Gestión del desempeño (a través de clase virtual)	1.622
Entrenamiento de gerentes y líderes de almacenes en la implementación de la estructura de liderazgo basada en procesos	1.721
Programas Líderes al día y Sello de liderazgo	1.800

Como nos lo propusimos en 2012, aseguramos la implementación de la Escuela de cajas y la de frescos para proporcionar herramientas técnicas a los expertos en estos procesos o productos en los puntos de venta. Para implementar la Escuela textil se definieron las necesidades y estructura del programa, que comenzará a ejecutarse en 2013.



Con la Escuela de frescos nuestros empleados tienen más elementos para ofrecer un mejor servicio.



Beneficios para nuestros empleados

En bienestar

Descripción	Número de beneficios otorgados
Celebraciones	294.481
Familia	67.003
Recreación	54.599
Educación	17.336
Deportes	16.688
Salud	6.407
Cultura	5.907
Emprendimiento	2.666
Vivienda	298

Inversión de más de **COP66.500 millones** en beneficios para nuestra gente*.

*Aplican para los empleados directos en cualquier jornada laboral y para algunos indirectos.

734 empleados se beneficiaron con la nueva póliza Medical Group que lanzaron el Grupo Éxito, el Fondo Presente y Allianz Colseguros, para ofrecer a sus empleados un portafolio de servicios de **salud de alta calidad** y con facilidades de acceso que complementen el cubrimiento de la EPS. La Compañía **subsidia hasta un 50%** dependiendo del nivel salarial.





La Compañía apoya a sus empleados con becas para estudios de pregrados y postgrados a través del programa Los mejores de la clase.

- **Formamos a 183 personas** a través de la Escuela de economía personal y familiar, programa en el que se da a los empleados pautas para el manejo adecuado de sus finanzas personales, alrededor del concepto de consumo responsable, con el fin de mejorar sus condiciones socioeconómicas.
- **Apoyamos económicamente a 56 familias de empleados** de la Compañía de 13 ciudades del país, para superar las dificultades ocasionadas por la ola invernal.
- Con los descuentos de “Nuestra Tarjeta” (10% para empleados directos y 5% para indirectos, y 50% en productos de marca propia textil, que se ofreció entre agosto y diciembre), los **empleados ahorraron COP14.984 millones** en sus compras en los almacenes.
- **Disminución de brechas:** en asociación con la caja de compensación Comfenalco Antioquia y el Fondo de Empleados Presente, comenzamos el programa piloto **Somos**, con el cual la Compañía busca medir las condiciones de vida de los empleados que se encuentran por debajo de la línea de pobreza y construir planes de intervención integral que impacten positivamente su calidad de vida y la de sus familias. Realizamos 2.868 encuestas y a 100 familias de la regional Antioquia ya se les está haciendo un acompañamiento para disminuir las brechas en su situación de pobreza.

Con el nuevo programa **Tiempo para ti** brindamos a los empleados más espacio para compartir en familia y lograr un balance entre su vida laboral y personal. El programa incluye horarios flexibles y días libres. **4.365 empleados** aprovecharon este beneficio.



Gracias al programa Tiempo para ti, los empleados pueden disfrutar de un día libre en el mes de su cumpleaños y otros para compartir con su familia. En la foto, Carlos Triana de la Vicepresidencia de Inmobiliaria, con su esposa y sus ocho hijos.



En compensación

Queremos que nuestros colaboradores siempre tengan elementos para valorar sus condiciones de trabajo. Por eso, evaluamos continuamente la estructura y cargos, para establecer una compensación equitativa y competitiva.

- Acorde con nuestros objetivos, definimos una metodología de valoración de cargos que nos permita identificar el aporte de cada uno a los resultados de la Compañía. Este ejercicio nos arrojó información suficiente para redefinir la Política de compensación, que se encuentra en revisión.
- En almacenes tenemos un esquema de incentivos por productividad que premia el desempeño superior de los equipos, buscando el mejoramiento y resultados de las dependencias.

En desempeño

- Parte de la compensación variable está asociada a la gestión del desempeño, herramienta que permite a jefes y colaboradores monitorear y evaluar los resultados, según los objetivos individuales definidos a principio de año. Con esto se les da un incentivo del 20% de la compensación variable.
- Implementamos el ciclo completo de desempeño con los empleados del nivel directivo hasta algunos del operativo de la estructura organizacional. Logramos un incremento en la población evaluada. Pasamos de un cumplimiento del 81% a un 95% (datos comparativos entre las etapas de seguimiento al desempeño 2011 vs 2012).



Los empleados de los almacenes participan en el esquema de incentivos por productividad.



Fondo Presente

Todos los empleados con contrato a término indefinido y fijo superior a tres meses pueden disfrutar de los beneficios y servicios de ahorro, crédito, recreación, previsión y solidaridad que ofrece el **Fondo Presente**.

- El Fondo de Empleados cuenta con **36.573 asociados** y durante 2012 entregó beneficios a más de 146.000 personas.

- Otorgó más de **COP107.000 millones en créditos**.
- El monto de ahorros voluntarios sobrepasó los **COP52.000 millones**.
- Invirtió **COP3.876** en programas sociales, de salud, educación, recreación y vivienda para sus asociados.
- Cerca de **19.000 personas** disfrutaron de sus seis **centros vacacionales**.



Imagen del más nuevo centro vacacional de Presente, Shairama en Santa Marta.

La Compañía complementa su portafolio de beneficios a través del **Fondo de Empleados Presente**, una entidad que ofrece ahorros, créditos, programas sociales, recreación y seguros a sus asociados, y el **Fondo Mutuo de Inversión Futuro** que busca incentivar el ahorro de sus afiliados.

Fondo Mutuo de Inversión Futuro

- Futuro cerró el año con más de **25.900 afiliados**, 5.000 más que en el 2011, y con más de **COP39.300 millones en activos**. El 86,33% de los empleados con contrato a término indefinido están afiliados al Fondo.
- Los ahorros de los afiliados ascendieron a **COP18.928 millones**.
- Generó un rendimiento de 15.30% en el año.

El Grupo Éxito incrementó el tope del aporte máximo legal de Futuro, es decir, la contribución económica que hace a los aportes de los ahorradores hasta por **COP35.000 mensuales**.



Respeto por los derechos y la diversidad

La Organización garantiza y promueve el respeto por los derechos humanos y laborales

- **El derecho a la vida:** apreciamos la vida de nuestros trabajadores y velamos por ella a través de prácticas de salud integral.

- **El derecho a la no discriminación:** en el Código de ética de la Organización se incluyen la equidad y el trato digno para todas las personas, independientemente de su raza, género, creencias, pertenencia a minorías, preferencias sexuales, condiciones de salud, entre otras. El programa de empleo a población vulnerable es una muestra de esta realidad.

Así, en aras de evitar cualquier tipo de discriminación, en el Reglamento interno de trabajo está incluido este tema y se creó un capítulo sobre acoso laboral. Para esto también se conformó el **Comité de convivencia laboral** en la Empresa, el cual tiene como responsabilidad analizar y dar trámite a las quejas sobre presuntas conductas de acoso laboral que se puedan presentar en cualquiera de nuestras dependencias.

Cabe anotar que estos temas se incluyen en la Política de selección y la de sostenibilidad que actualmente se encuentran en revisión.

Para el 2013 se tiene planeado actualizar el reglamento interno de trabajo y en él queremos incluir los diez principios del Pacto Global con los que estamos comprometidos como empresa.

- Como signatarios del Pacto Global entendemos que es fundamental promover el respeto por los derechos humanos y laborales. De esta manera, el **derecho a la libre asociación, la prevención del maltrato infantil, el trabajo forzoso**, están siendo cada vez más considerados dentro de las políticas generales de la Compañía.

- **El derecho a la libre asociación y a la negociación:** contamos con un sindicato que inició en Cadenalco en 1945 y hasta 2011 tuvo por nombre Sintracadenalco. Hoy, Sintraéxito congrega a 694 empleados en 13 ciudades. Con ellos tenemos una relación conciliadora, respetuosa y de permanente diálogo, y gracias a esto fue posible la firma de una convención colectiva vigente hasta 2015, en la cual se plasman los acuerdos a los que llegan las partes y que generan importantes beneficios.

En este sentido hemos establecido en un Manual de compensación y beneficios una serie de prestaciones extralegales que guardan relación y coincidencia con los acuerdos convencionales.

- 5,8% del personal de la Compañía vs 4,2% en 2011, son empleados representados por organizaciones independientes, sindicatos o acuerdos de negociación colectiva.

- 2.570 empleados hicieron parte del programa en formación básica en gestión de las relaciones de trabajo que desarrolló la Compañía para conocer y comprender las generalidades de las relaciones colectivas e identificar el panorama actual del sindicalismo.



Somos una organización inclusiva y respetamos los derechos humanos y laborales.

Todas las personas que ingresan a la Compañía reciben, en su proceso de inducción, capacitación sobre derechos humanos. **Se dictaron 2.576 horas en este tema.**



La seguridad es primero

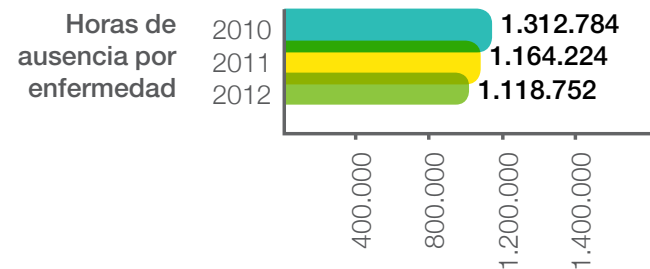
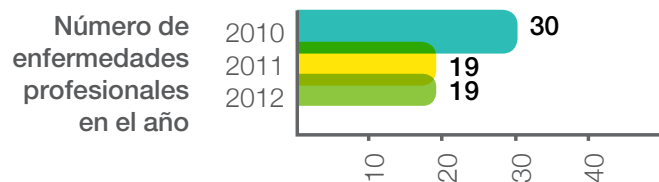
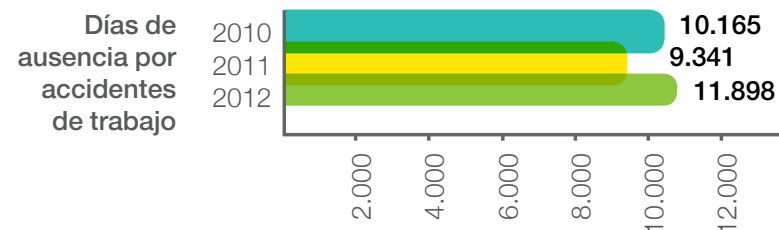
A través de una cultura de autocuidado, la formación en prevención y atención de accidentes, y el mantenimiento adecuado de las instalaciones, protegemos a nuestros colaboradores y clientes.

Estas son algunas de las acciones y estrategias que hemos desarrollado para prevenir y disminuir accidentes y proteger a los empleados:

- Continuamente el área de salud integral realiza inspecciones para garantizar que los empleados cuentan con espacios de trabajo seguros y saludables.
- Pusimos en práctica un programa de disciplina progresiva que busca que nuestros colaboradores no violen las reglas de seguridad, ya que al hacerlo ponen en riesgo su integridad.
- Con el programa de formación **Vigías de la protección** sensibilizamos a los empleados de la Organización con el fin de fomentar un ambiente laboral seguro, que beneficie la operación productiva en los almacenes.
- Nuestro personal del Departamento de Seguridad recibió el curso de actualización de norma exigido por la Superintendencia de Vigilancia y hoy cuenta con la **certificación otorgada por la ley**.
- Contamos con **cinco comités paritarios de salud ocupacional (Copasos)** en las regionales Antioquia, Centro, Occidente, Costa y Oriente, que realizan reuniones mensuales.



Salud integral



No se presentó **ninguna fatalidad** entre los empleados de la Compañía.

Para el manejo del estrés relacionado con el trabajo, la Compañía cuenta con varios programas de bienestar, desarrollados a través del Fondo de Empleados

y el área de bienestar. Algunos de estos son actividades recreativas, culturales y académicas. Además, facilita el acceso a pólizas de salud a un precio bajo.



Respaldo ante el cambio

Somos conscientes del dinamismo de nuestro sector y de nuestros cambios organizacionales, así que nos preparamos de manera permanente para enfrentarlos. Por eso, apoyamos y acompañamos a nuestros colaboradores para que se involucren activamente y lo hagan de manera adecuada.

Gestión del cambio

Realizamos **procesos de acompañamiento a 3.892 colaboradores** a través de programas de sensibilización, formación, comunicación, entre otros, para que el cambio y la adaptación a nuevas iniciativas se realicen de manera correcta.



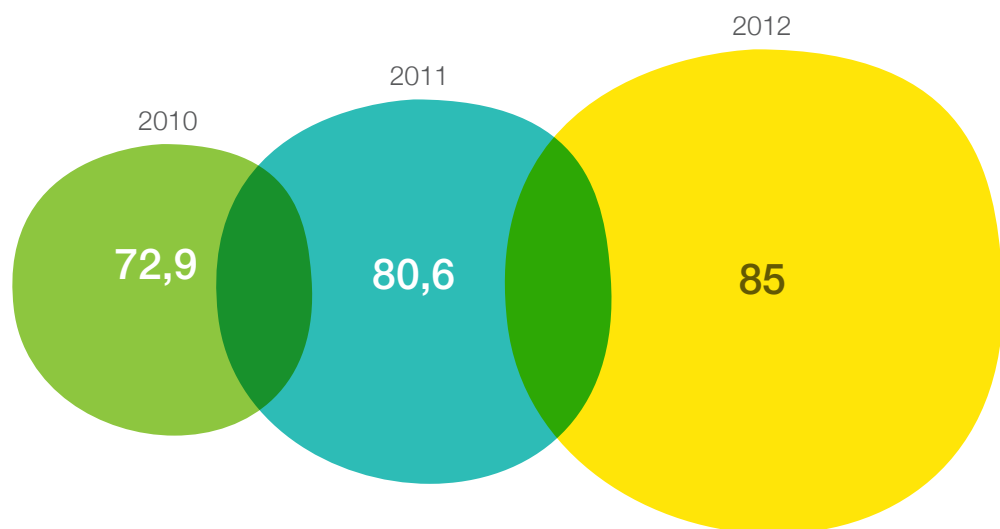
Nuestros empleados están preparados para enfrentar los cambios organizacionales.





Celebración de la entrega del premio Great Place to Work como segundo mejor lugar para trabajar entre empresas de más de 500 empleados.

Evolución del índice de ambiente laboral



El Grupo Éxito obtuvo el segundo lugar como la mejor empresa para trabajar en Colombia, entre organizaciones con más de 500 empleados, según la medición que realizó el Instituto **Great Place to Work**, en la que nuestro Índice de Ambiente Laboral (IAL) fue 85, con una valoración sobresaliente. El puntaje del 2011 fue 80,6 lo que significa que aumentamos cerca de 5 puntos.



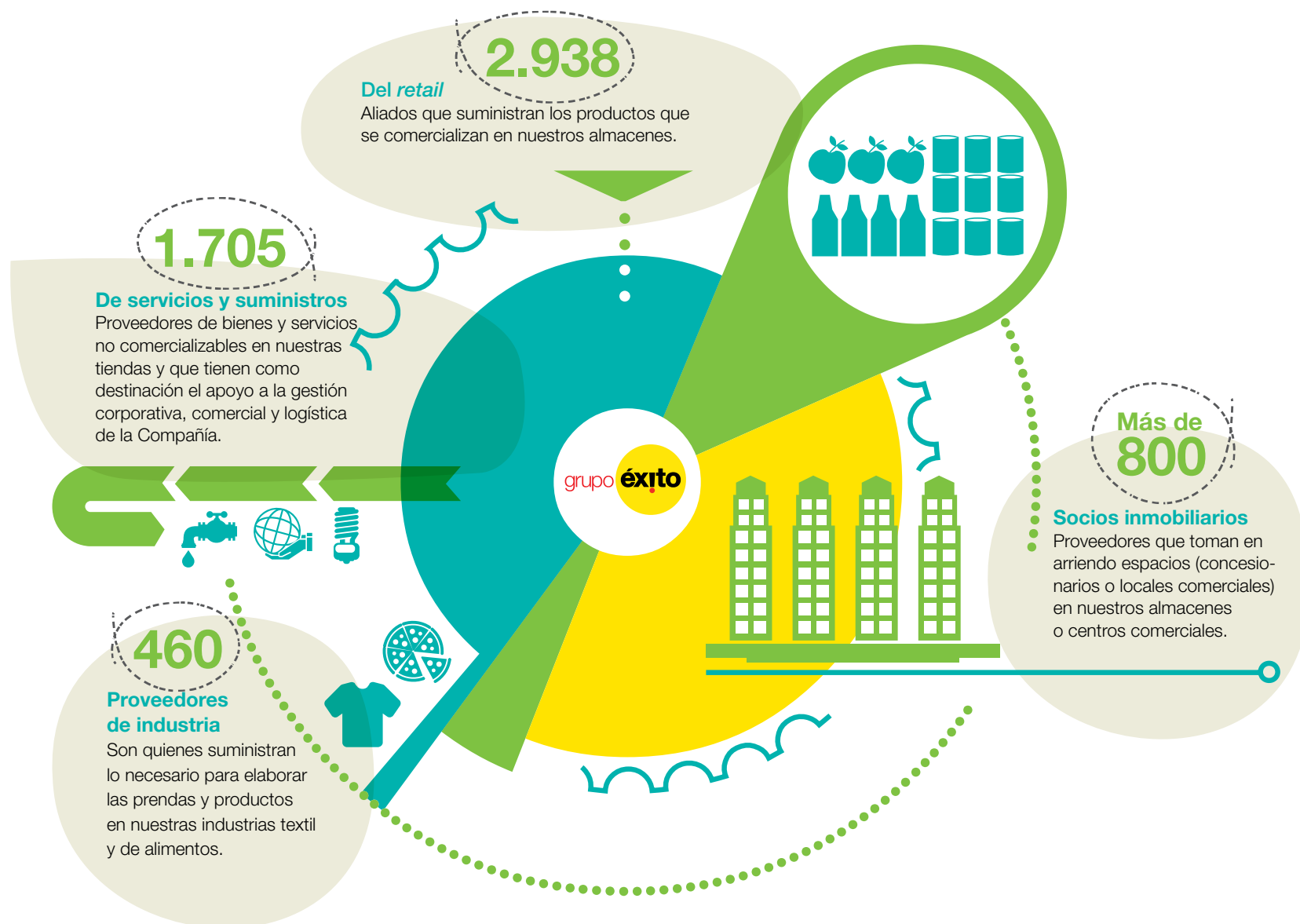
Metas para el 2013

Empleador responsable

- Diseñaremos e implementaremos un programa de mejoramiento nutricional para **3.000 hijos** de los empleados.
- **3.500 empleados** serán cubiertos con la Escuela de economía personal y familiar.
- Se pondrá en práctica la nueva Política de compensación del Grupo Éxito.
- Lanzaremos una campaña interna que fortalezca el conocimiento del concepto de **sostenibilidad** entre los empleados de la Compañía.

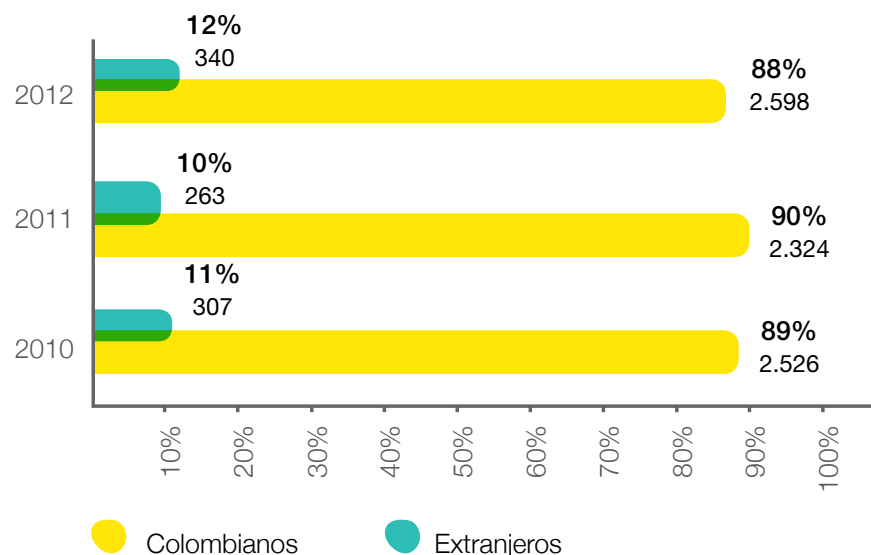


Los proveedores, nuestros aliados

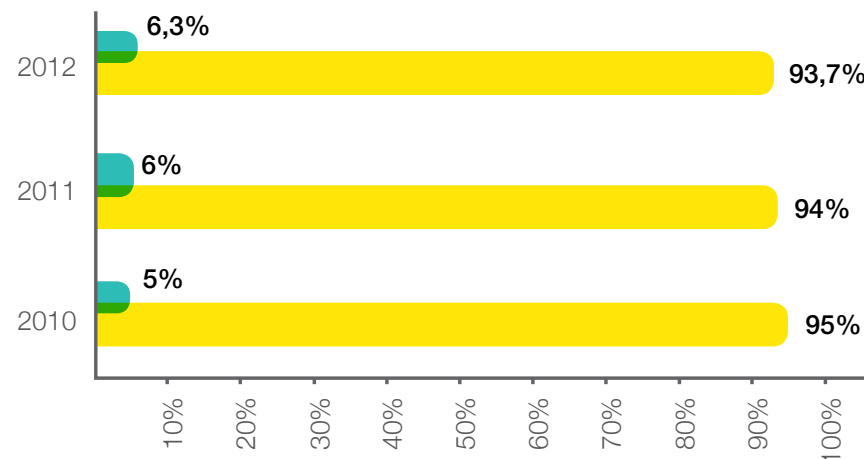


- En el Grupo Éxito comercializamos los productos de **2.938 proveedores**, de los cuales 2.598 son nacionales y 340 internacionales.
- 499 de las empresas son proveedoras de nuestras marcas propias.
- La industria de alimentos trabaja con **355 socios comerciales**.
- La industria textil trabaja con **105 talleres de confección ubicados en Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga, Ibagué, Manizales** y algunos municipios de **Antioquia**, y en los que se generan más de 7.400 empleos indirectos.
- **1.705 son las empresas que prestan sus servicios o venden sus productos para la operación de la Compañía**, a través de la negociación del área de compras integradas.

Proveedores comerciales del Grupo Éxito



Porcentaje de compras realizadas



Número total de proveedores según su tamaño

Pymes	2.664
No pymes	274

El número de pymes que son proveedoras de la Compañía es mucho mayor que el número de empresas grandes (90,7% pymes frente a 9,3% no pymes en 2012). En cuanto al valor de compra para pymes* se ha mantenido una relación de 80% no pymes y 20% pymes, en los últimos tres años.

*La clasificación de las pymes y no pymes se hace de acuerdo a criterios internos de la Organización.

4,18 fue el resultado de la encuesta de satisfacción que mide la opinión de nuestros proveedores comerciales, en comparación con 4,09 en 2011. Esta encuesta la realizamos cada año, utilizando el Quality Service Audit, QSA, elaborado por Invamer Gallup. La calificación es sobre 5,0.

Esta medición responde a la pregunta **¿qué tan satisfecho está con el servicio que le brinda el Grupo Éxito en su relación comercial?** Esta incluía variables como gente, logística, actividades comerciales, entre otros. En el concepto "gente" obtuvimos una buena calificación, lo que significa que los proveedores reconocen que en nuestra organización se hacen negocios con personas íntegras, éticas, conocedoras y profesionales.



Fomentamos el desarrollo integral de nuestros proveedores

Apoyamos a nuestros productores locales

Adquirimos el ganado a través de negociaciones que se establecen con ganaderos y dueños de fincas ubicadas en la Costa Caribe, Villavicencio (Meta) y La Dorada (Caldas).

Ganado brahman con pastoreo natural comprado por el Grupo Éxito

2010	2011	2012
77.000	90.000	103.127

- Este año realizamos un trabajo para que nuestros proveedores de ganado incursionaran en el tema del silvopastoreo, con el fin de reducir la emisión de gases metano, mediante la plantación de árboles en las zonas de pastoreo para que los absorban.
- Compramos frutas y verduras a 15 cooperativas nacionales, que a su vez agrupan a pequeños productores regionales.
- Incrementamos la compra de pescado de cultivo regional en un 2,8% con respecto al 2011.
- Las compras de productos agrícolas se realizan en 68,8% a productores y 31,2% a comercializadores. El valor de las compras a productores se incrementó en 15% vs 2011, y se disminuyó 3% para las comercializadoras.
- En 2012 le compramos más de COP10.000 millones a la Promotora de Comercio Social, entidad que agrupa pequeños comerciantes y artesanos.
- Realizamos ruedas comerciales en Neiva y Bucaramanga, buscando ampliar el número de proveedores de los dos departamentos para garantizar siempre los más frescos productos a los clientes y para crear alianzas con los productores de la región, apoyando así el desarrollo de pymes y de los agricultores del país.



Con altos estándares de producción, los proveedores encuentran en nuestros almacenes espacios para la comercialización de sus productos.



Cercanos a quienes producen las marcas propias

- Seguimos aumentando el número de productos alimenticios de marcas propias. En 2012 llegamos a 2.691 vs 2.418 en 2011.
- Lanzamos Cautivia, nuestra primera marca propia de cosméticos y productos para el cuidado personal de la mujer, y seis empresas son protagonistas de la producción de este portafolio.
- Más de 200 representantes de empresas nacionales participaron en la Convención de proveedores de marcas propias que realizó la Compañía. En esta, nuestros aliados conocieron las estrategias del negocio de marcas propias y las nuevas oportunidades que ofrece el mercado.
- Como parte del apoyo a sus aliados comerciales, y tal como nos lo propusimos en 2011, **12 proveedores de marcas propias del Grupo Éxito viajaron a Francia, con el respaldo de la Compañía y del Grupo Casino**, para conocer las buenas prácticas que aplica nuestra casa matriz en la producción, exhibición y desarrollo de esta categoría de productos. La Compañía expresa con programas como este su responsabilidad con la innovación y el fortalecimiento de su cadena de abastecimiento.



Un grupo de proveedores de marca propia viajó a la sede del Grupo Casino en Francia.

Queremos que Cautivia se convierta en una de las marcas más fuertes en el mediano plazo, compitiendo incluso con las líderes actuales. Estamos seguros de que las consumidoras encontrarán una buena solución a sus necesidades pues ofrecemos un producto diferente en cuanto a nuestros ingredientes y componentes”.

**Juan David Salazar, Mercadeo
Samy Cosmetics.**

Esta fue una experiencia altamente impactante porque nos permitió conocer sobre las tendencias en el consumo de alimentos y sobre el compromiso que se debe asumir como empresa con el medio ambiente”.

**Eustorgio Fontecha, Gerente General de Productos
Alimenticios Vitarrico, uno de los 12 proveedores
de marca propia que viajó a Francia.**



Mejorando procesos en beneficio de todos

- Desarrollamos charlas y seminarios de sensibilización en el tema de **Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)** para 36 proveedores de frutas y verduras en Bogotá, 25 en Cali y 30 en Medellín, con el fin de mejorar la seguridad de sus productos.
- Hacemos reuniones periódicas con los 32 proveedores de alimentos y nueve de no alimentos de la Compañía que hacen parte del programa de colaboración, con el fin de trabajar conjuntamente en el desarrollo y optimización de todos los indicadores de la cadena de abastecimiento y compartir mejores prácticas.
- Buscamos que los **productos ecológicos** que se comercializan en las secciones de frutas y verduras tengan siempre el aval de los entes certificadores colombianos.
- Pasamos de ocho **proveedores certificados en BPA** en 2011 a 20, y 15 están en proceso. Esperamos llegar a 40 certificados en 2013. Para nuestros proveedores la certificación, además de organizar sus procesos internos, les ayuda a abrirse a más mercados gracias a la inocuidad de sus productos.



Llevamos cuatro años certificados y para nuestra empresa ha sido la mejor decisión. Ahora controlamos todas las etapas de la producción, con el fin de que se puedan mitigar los riesgos. La certificación ha sido tan beneficiosa para nosotros como para el cliente final”.

Julieth Díaz, Departamento de Calidad de Hortifrescos.

- Realizamos actividades promocionales y comerciales, como los conciertos del artista colombiano Juanes, de la mano de los proveedores. 200 marcas se aliaron a esta iniciativa.
- Con el apoyo de nuestros proveedores realizamos también ferias y eventos en los que compartimos conocimiento y liderazgo en el país.

Número de proveedores participantes en las ferias:

- Expovinos: 51
- Carulla es Café: 13
- Salón del Queso: 37
- Cumbre de la Pasta: 12

Formación

- Permanentemente nuestros proveedores comerciales, incluyendo también los de la Industria de alimentos y Didetexco, reciben de nuestra parte capacitación en distintos temas que los fortalecen y ayudan a ser más competitivos.
- Cumpliendo el propósito de formar a nuestros proveedores de marcas propias, durante el 2012 realizamos capacitaciones en Barranquilla, Bogotá, Cali y Medellín, a 487 socios, en pro de su crecimiento y mejoramiento en temas comerciales, de logística y calidad.

Taller de rotulado nutricional

Como altamente provechoso fue calificado por los asistentes el curso Aplicación de reglamentación nacional para rotulado general y nutricional de alimentos envasados. En él, cerca de 60 proveedores de marca propia aprendieron la forma en que se debe presentar la información en los envases, de acuerdo con la normatividad vigente en Colombia y con la necesidad de los consumidores.

Política de calidad

- Para apoyar a nuestros proveedores en el cumplimiento de la Política de calidad e inocuidad, continuamente los invitamos a charlas, les retroalimentamos la información del comportamiento de sus productos frente a los líderes de la categoría y los asesoramos en su desarrollo. El 94.2% de los proveedores de marca propia recibieron auditoría de calidad.
- 42 talleres de confección y procesamiento intermedios que hacen parte de nuestra cadena productiva, participaron de la fase de formación y optimización interna del “Programa de desarrollo empresarial sectorial”, Prodes, liderado por Acopi, la Cámara de Comercio de Medellín con su Cluster Textil, Confección, Diseño y Moda, y que apoyó y promovió nuestra filial Didetexco. Así cumplimos nuestro objetivo de seguir haciendo un acompañamiento en este proceso.



Reconocemos la labor de nuestros aliados para motivarlos

Desde hace cuatro años venimos realizando el **Concurso Proveedores de Éxito**, el cual se ha convertido en la ocasión especial para enaltecer la excepcional labor de las empresas que aportan a que nuestros clientes tengan razones para regresar.

Este concurso nos ha permitido también estrechar relaciones con nuestros socios comerciales para seguir trabajando de la mano en proyectos innovadores y competitivos, y también para motivar mejoras en pro de la cadena de valor.

Las categorías premiadas este año y sus respectivos ganadores fueron:

- **Proveedor de Éxito:** Nestlé
- **Pyme con Éxito:** Jaibel
- **Desarrollo sostenible:** Colombiana Kimberly Colpapel
- **Productos Gran Consumo:** Coca-Cola
- **Productos Frescos:** Huevos Santa Reyes
- **Negocio textil:** Formas Íntimas
- **Negocio hogar:** Cristar
- **Entretenimiento:** Industrias Haceb
- **Marca Propia:** Industria Pasteurizadora y Lechera El Pomar
- **Aliado inmobiliario:** Bancolombia
- **Proveedor Compras Integradas:** Demetálicos



Estos son los ganadores del cuarto Concurso Proveedores de Éxito acompañados por directivos de la Compañía.

Obtener este premio es un gran honor, y recibirlo en tres ocasiones reconoce la continuación de un proceso exitoso. Este es el caso de la empresa bogotana **Huevos Santa Reyes**, que por tres años consecutivos ha sido reconocida en la categoría de Frescos.



Prácticas sostenibles

- Convocamos a proveedores que contrata el área de compras integradas, de marcas propias y comerciales para conocer sus opiniones en concordancia con nuestra estrategia de sostenibilidad en varias mesas de diálogo.
- Contamos con un acuerdo para el Programa de compra de ganado, en el que se establece que los proveedores de carnes rojas (ganaderos) deben comprometerse con un tema social, incluyendo no contratar menores de edad, ni ser promotores de trabajo forzoso; además, con el bienestar de los animales, garantizar una alimentación sin hormonas, y que sus fincas deben seguir procesos de Buenas Prácticas Agrícolas.
- En la compra de pescadería se respetan las vedas y en esos períodos no se comercializa el producto. Así mismo, cumplimos con las indicaciones sobre las tallas de cada especie. Esta es una de las formas como protegemos la biodiversidad.
- Identificamos que puede existir un posible riesgo de derechos humanos y laborales en algunos de nuestros proveedores procedentes de países emergentes. Un porcentaje de estos cumple con los criterios éticos exigidos por el Grupo Casino, los demás estarán sujetos a evaluación y seguimiento durante el 2013.
- Si bien no tenemos una política que fomente la elaboración de empaques y envases en materiales compostables, buscamos siempre con los proveedores usar materias primas amigables con el medio ambiente buscando reducir así el impacto ambiental.

- El área de compras integradas de la Compañía avanza para incluir en los procesos de negociación variables ambientales como objeto de calificación. Adicionalmente no cumplimos la meta que proponía Didetexco de hacer en 2012 la FERIA de los Insumos Limpios; sin embargo, la utilización de materiales más amigables con el ambiente continúa siendo un foco para desarrollar en 2013.

“Para nosotros es muy enriquecedor contar con este tipo de espacios, porque nos dan buenas ideas para la gestión de nuestra empresa. De esta forma, crecemos a través de la interacción con empresas de otras industrias, que nos pueden aportar en tema de sostenibilidad”.

Juliana Aponte, de Hermeco S.A., uno de los proveedores que asistió a las mesas de diálogo.



Escuchamos las prácticas y expectativas de nuestros proveedores en temas sostenibles.



La transparencia guía nuestras relaciones comerciales

- Todos nuestros proveedores deben participar de un proceso de preselección antes de ingresar a la Compañía. Además de evaluaciones, deben suscribir **compromisos de mejoramiento continuo** y atender controles periódicos de seguimiento.
- Trabajamos bajo criterios éticos, por eso tenemos una **Política de transparencia** que enmarca nuestras relaciones con los socios comerciales.
- Nuestras acciones se realizan bajo los lineamientos y compromisos establecidos en el Acuerdo de buenas prácticas suscrito en 2003, por intermedio de Fenalco.
- Tenemos un **Manual de proveedores** en el que establecemos acuerdos en la relación con nuestros aliados y determinamos las políticas para matricularlos, y administrar sus datos, su estado y el ingreso de nuevos productos. Este manual es público y se encuentra en nuestro sitio web www.grupoexito.com.co en el enlace de proveedores. Actualmente se encuentra en revisión y actualización.
- Contamos también con unas **políticas que determinan formas de pago**, respuesta oportuna, servicios posventa, calidad y precio.
- El 99.82% de las compras realizadas en el 2012 a nuestros proveedores de servicios y suministros, cumplieron con las políticas de compras de la Organización.



Empleada de la empresa bogotana Jaibel, la mejor Pyme del concurso Proveedores de Éxito 2012.





Metas para el 2013

Aliado de confianza

- Promover la incursión del silvopastoreo en los proveedores de ganado en pie, con el fin de reducir la emisión de gases.
- Lograr la certificación en **Buenas Prácticas Agrícolas** (BPA) de **40 proveedores**.
- Continuar apoyando el desarrollo de pequeños empresarios y artesanos nacionales.
- Desarrollar un programa de colaboración para los proveedores del negocio textil.





Para que siempre regresen

El servicio es un valor siempre presente en el ADN de nuestra organización. Por eso, trabajamos continuamente para fortalecerlo a través de formación y cultura. Además de ofrecer ahorro a los colombianos, les damos la oportunidad de acceder a productos y servicios que facilitan su vida para consolidarnos como el mejor lugar para comprar en Colombia.

- Cumpliendo con el objetivo de ampliar nuestra presencia, abrimos 86 nuevas tiendas llegando a 16 municipios donde no teníamos dependencias. Así, más colombianos pueden acceder a nuestros servicios y productos.
- **COP405.402 millones** ahorraron los colombianos en 2012 gracias a las promociones que realizaron nuestras marcas Éxito, Carulla y Surtimax.
- El **servicio Giros Éxito** amplió su número de usuarios y transacciones, logrando mayor posicionamiento. En el año 2012 se realizaron 1.265.628 transacciones.
- Se formalizó el nuevo canal, Ventas Institucionales, que atiende a clientes del sector HORECA (hoteles, restaurantes, *catering*) con un portafolio específico para sus necesidades. Entre Ventas Empresariales e Institucionales se facturaron COP320.277 millones.
- Aumentamos nuestro portafolio de marcas propias para dar más opciones a los colombianos. En total 374 nuevos productos fueron codificados en 2012, llegando a 3.596 vs 3.222 en el 2011.
- Damos a los clientes la posibilidad de pagar sus compras a través de medios como las tarjetas de las compañías prestadoras de servicios públicos (EPM - CODENSA - CREDI1 - BRILLA). En el 2012 se aumentaron en 27% las ventas de este canal.
- **Viajes Éxito** cumplió cinco años, tiempo en el que más de un millón de personas han disfrutado de sus servicios y en el que ha ampliado su presencia a 25 municipios del país con 64 oficinas y su sitio web www.viajesexito.com.
- Durante el año abrimos **cinco estaciones de servicio de combustible**, con lo cual alcanzamos un total de 20 en todo el país.
- La Compañía cerró el año con **1.693.000 tarjetas Éxito** colocadas. Este servicio permite a muchos colombianos acceder a la bancarización.
- En promedio **1.412 domicilios** fueron atendidos por día a través de la línea de Domicilios Éxito vs 1.223 en 2011.



Los clientes deciden

Desarrollamos la estrategia de fidelización "Eres tú quien decide" que busca hacer partícipes a los clientes de las decisiones de mercadeo de la Compañía, como el diseño de productos, premios para campañas, portadas de revistas, entre otras. Así ponemos a nuestros clientes en el centro de la innovación porque queremos que el futuro de las ideas venga de ellos.



Mayor facilidad con www.exito.com

- www.exito.com lanzó tres nuevos medios para que nuestros clientes hagan sus compras virtuales: la versión móvil del sitio web, la aplicación [exito.com](http://www.exito.com) para iPad, y las “góndolas virtuales” (implementadas desde 2011). Esto representó un crecimiento de más del 100% de visitas, siendo un ejemplo de innovación en Colombia.
- Tal y como nos lo propusimos en 2011, nuestro portal de ventas en internet cuenta con indicadores y metodologías en disponibilidad, que le permiten ser más eficiente en tiempos de entrega.



Así pueden comprar nuestros clientes en lugares como estaciones del Metro.

Durante el 2012 www.exito.com recibió más de **26 millones de visitas**, un incremento de 183,76% vs el 2011*, y vendió más de **COP45.000 millones**, lo cual lo perfila como **líder en compras online** en Colombia.

*2011: más de nueve millones de visitas.



Alianzas exitosas

Las alianzas comerciales con marcas y personajes reconocidos en sus campos, nos permitieron entregarles a nuestros clientes experiencias memorables.

Ofrecimos en exclusiva el CD de **Juanes MTV Unplugged** que logró 12 discos platino, al vender más de 100.000 copias. Redimiendo puntos de nuestros programas de fidelización, nuestros clientes pudieron asistir a los ocho conciertos del cantante colombiano en varias ciudades del país.

Vendimos en los almacenes Éxito y Carulla el más reciente **disco de la cantante Madonna**. Igualmente fuimos uno de los patrocinadores de los dos conciertos realizados en Colombia por esta artista, brindándoles a nuestros clientes la posibilidad de conseguir boletas a través del programa de fidelización Puntos Éxito.

El juego en línea más popular del mundo, **Angry Birds**, también estuvo presente en nuestros almacenes a través de productos con la imagen de sus personajes principales.



Nuestra marca exclusiva de ropa femenina Arkitect, desarrolló por primera vez una colección para mujeres en embarazo, **Arkitect Maternity**, y una propuesta de **vestidos de baño**. La brasilera Alessandra Ambrosio fue la modelo elegida para promocionar estas colecciones.





+ 500 puntos

Precio normal \$9.900 c/u

COLECCIÓN

GRANDES ÉXITOS

Grandes autores, pequeños precios.
La literatura colombiana nunca
estuvo tan cerca de ti.

Gracias a la alianza con el Ministerio de Cultura y el Grupo Editorial Planeta, se pusieron a disposición de nuestros clientes diez importantes títulos de destacados autores nacionales. Estos libros estuvieron a la venta por dinero o con dinero y puntos en 120 almacenes Éxito y Carulla de 33 municipios de país, a precios asequibles. Esta iniciativa, que contribuye con la cultura del país, comenzó en el 2012 y continuará en el 2013.



Grupo Éxito firmó una **alianza comercial con Exxon Mobil** para la compra de combustible en sus estaciones, con un descuento mayorista muy competitivo. La idea de esta alianza es aunar esfuerzos para lograr desarrollos y sinergias que permitan ofrecer servicios adicionales a nuestros clientes.



Realizamos una **alianza con la marca Coca-Cola** para comercializar en exclusiva más de 100 artículos con la imagen de esta bebida en 42 almacenes Éxito del país, desde finales de 2011 y con una segunda temporada en el 2012.

Nos interesa **generar innovación** y un servicio superior para sorprender a los colombianos.



Lanzamos Cautivia, la primera marca propia de cosméticos y productos para el cuidado personal de la mujer.



Provocativo y gourmet, el Salón del Queso 2012 atrajo a más de 30.000 clientes interesados en la cultura del queso.



Más de 23.500 tazas de café se sirvieron en la segunda versión de la feria Carulla es Café.



Con más espacios, número de stands, oferta y conferencias, los aficionados al vino pudieron disfrutar de una nueva versión de Expovinos.

Ferias comerciales

Acercamos a nuestros clientes a productos como el queso, el vino, la pasta y el café, de gran demanda en la actualidad, a través de las ferias y actividades que dan a los consumidores oportunidades de acceso y ahorro. Expovinos, Salón del Queso, Carulla es Café y La Cumbre de la Pasta fueron las principales, con cerca de 66.000 visitantes.

Almacenes para todos

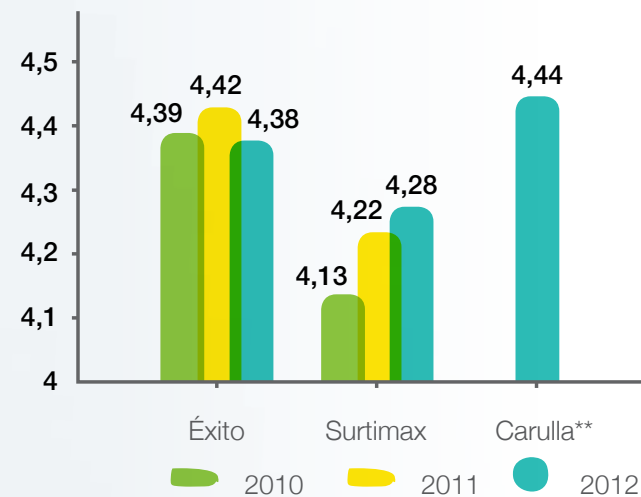
La ONG Colombia Accesible certificó que nuestras nuevas tiendas Éxito Turbo, Éxito Florencia y Éxito Simón Bolívar **cuentan con altos estándares de accesibilidad**, para dar facilidades a los clientes que se encuentran en situación de discapacidad.





Calificación de servicio

Así nos evaluaron los clientes de cada marca, según los resultados del QSA (Quality Service Audit) al responder a la pregunta, ¿qué tan satisfecho se encuentra usted con el servicio que le dieron en nuestro almacén?*



Nuestros clientes de Éxito y Carulla manifiestan que hay oportunidades de mejora en servicio en las cajas registradoras y en los precios y ofertas de nuestros productos. Por su parte, los clientes de Surtimax calificaron mejor el servicio prestado por esta marca vs 2011. Por primera vez, y como una iniciativa piloto, se realizaron más de 400.000 encuestas electrónicas.

Desde el 2011 la Compañía ha venido implementando el **programa de servicio Gente con Éxito, que busca evaluar a los empleados de los almacenes**, a través de unas tarjetas que califican su desempeño. El alcance de este año fue de 152 almacenes calificados, en comparación de los 120 del año 2011.

*Escala de calificación de 1 a 5.

**El QSA de Carulla para 2011 no está disponible porque se utilizaba una metodología diferente.



Por un estilo de vida saludable y activo

Nuestros almacenes cuentan con un amplio portafolio de productos saludables que permiten una balanceada alimentación y un estilo de vida sano.

Taeq propone a los clientes estilos de vida saludable

- La marca propia Taeq ofrece a los colombianos un amplio portafolio de productos con propiedades nutricionales y orgánicas. Incluye productos bajos en grasa y sodio, reducidos en lactosa y con fibra.
- Como nos lo propusimos en el 2011, continuamos desarrollando el portafolio de la marca, el cual creció 21,6%, alcanzando 152 referencias de productos.
- A través de las redes sociales de Taeq, enviamos mensajes de nutrición balanceada y estilo de vida sana. Hoy alcanzan los **6.036 seguidores en Facebook** y **795 en Twitter**.
- Se realizó la primera carrera atlética **Corre por ti Taeq 2012**, a la que asistieron 2.506 personas. Este evento fue organizado por la Liga de Atletismo de Antioquia, patrocinado por Taeq, y apoyado por WKD, marcas exclusivas del Grupo Éxito.



Comercializamos
73 productos orgánicos
de nuestras
marcas propias.

- Las ventas totales de nuestros productos orgánicos de marcas propias en el 2012 crecieron un 21% con respecto al 2011.
- A través del **Programa Universidad del Hogar**, de la marca Surtimax y en asocio con algunos de nuestros proveedores, dictamos varias conferencias sobre temas como la buena alimentación y cómo cocinar para cuatro personas con menos de COP10.000.

Nuestra marca Taeq ofrece un amplio portafolio de productos saludables y orgánicos.




Consumo responsable

Exploradores Éxito

Más de **100.000 niños** entre seis y nueve años visitaron nuestras tiendas gracias al programa **Exploradores Éxito**. Realizaron recorridos por los negocios, conocieron su funcionamiento y actividades, y se formaron en valores, habilidades y capacidades. Adicionalmente, en línea con nuestros objetivos estratégicos de Sostenibilidad, se les ense-

ñó qué deben tener en cuenta para disfrutar de una adecuada alimentación y cómo pueden ayudar a cuidar el medio ambiente.

Total

 100.905

2011: 72.811

39%



Más de 100.000 niños de diferentes zonas del país hicieron parte del programa Exploradores Éxito, en el que aprendieron a sembrar plantas, diferenciar los alimentos saludables y a reciclar.

Universidad del Hogar de Surtimax



Gracias a la Universidad del Hogar de Surtimax más de 15.000 clientas se graduaron como "Gerentes del hogar".

Un estudio sobre el comportamiento de los clientes que realizó la Compañía, arrojó resultados sobre las necesidades e intereses de las amas de casa colombianas. A raíz de esto surgió la Universidad del Hogar Surtimax, un programa enfocado a los estratos 1, 2 y 3, que consiste en una serie de conferencias con temas actuales, y prácticas para gerenciar la familia y para que las asistentes puedan realizar mejor sus actividades diarias.

Así, **15.660 mujeres** se graduaron como "Gerentes del hogar", lo cual demuestra que la estrategia superó todas las expectativas y logró ganarse el corazón de las clientas de Surtimax.

- Llegamos a 100 almacenes Surtimax con esta actividad, de la mano de 14 proveedores que participaron en este evento.
- Las clases se dictaron en Bogotá, Medellín, Barranquilla y Cartagena y, además, en otras poblaciones como Marinilla, El Carmen de Viboral, La Ceja y Puerto Berrío, en Antioquia; Madrid, Gachancipá y Bosa, en Cundinamarca, y Bazaruto, en Bolívar, entre otras.



Vinculamos a nuestros públicos con la sostenibilidad



Colombiana Kimberly Colpapel fue la empresa ganadora en el Concurso de Proveedores de Éxito en la categoría de Desarrollo Sostenible, que reconoce los productos y prácticas amigables con el ambiente.

- El concurso **Proveedores de Éxito** premia la categoría Desarrollo Sostenible, la cual incentiva a desarrollar productos y prácticas amigables con el ambiente. En el 2012 Colombiana Kimberly Colpapel fue la ganadora gracias a su compromiso con el desarrollo de las comunidades colombianas. Esta empresa beneficia a más de 10.000 niños que viven cerca de cada una de sus plantas en Cundinamarca, Cauca y Antioquia. Además tiene programas de reciclaje.
- La Compañía realizó la Semana de Consumo Responsable, en la que clientes, visitantes y empleados compartieron información sobre la importancia del cuidado del planeta. En las tiendas se destacaron productos sostenibles.
- Continuamos con la redención de puntos para la **compensación de la huella de carbono**. Nuestros clientes pueden conocer y calcular su huella de carbono en el sitio web www.miplaneta.exito.com y compensarla redimiendo 5.000 Puntos Éxito para promover la siembra de un árbol. Este año se sembraron en Antioquia y el Tolima **4.067 árboles**.

Los clientes nos ayudan a cuidar el planeta. Este año **207.661 bolsas reutilizables** fueron redimidas con Puntos Éxito.



Este es uno de los nuevos diseños de las bolsas reutilizables que se pueden encontrar en los almacenes de la Compañía.





Velamos por la seguridad de nuestros clientes

En las tiendas

- Implementación de un **modelo integral de gestión de riesgo y reducción de emergencias y desastres** encaminado a disminuir la vulnerabilidad de los clientes, empleados e infraestructura en la Organización.
- **Formación continua para 3.341 brigadistas** en prevención y atención de accidentes.
- Nuestros brigadistas están capacitados en los cursos reglamentarios exigidos por la ley.

Privacidad de la información

- Somos responsables y garantizamos la confidencialidad de la información de los más de 4,5 millones de clientes que forman parte de nuestras bases de datos en los programas de fidelización Puntos Éxito y Súper Clientes Carulla. Hasta la fecha no se han presentado incidentes relativos al respeto de la privacidad o fuga de datos personales.

En nuestros sitios de comercio electrónico

- En pagos: se desarrolló con el proveedor Pagos Online el modelo MAF (Modelo antifraude) para disminuir en gran medida transacciones fraudulentas realizadas con tarjetas de crédito y débito. Este modelo aplica desde julio de 2012.
- Protegemos la seguridad de los usuarios del sitio www.exito.com a través de aplicaciones como el WAF (Web Application Firewall).



Calidad e inocuidad de productos

- Lanzamos una nueva política que busca **garantizar que la calidad e inocuidad de nuestros productos y servicios** superen las expectativas de los clientes y, además, no supongan ningún peligro para su salud.
- Nuestros empleados recibieron **formación en manipulación de alimentos**, conocimiento en frescos, carnes y frutas y verduras, lo que les permite tratar de manera adecuada los productos que se comercializan en los almacenes.
- **388 de nuestros almacenes** tuvieron auditorías de calidad, autoevaluación y/o evaluaciones por terceros. De estos, el 66% presentaron alto desempeño.
- Ejecutamos un programa de evaluación y seguimiento a nuestros proveedores de marca propia. Se realizaron auditorías para el 87% de los proveedores de alimentos y el 67% de los no alimentos.
- De los proveedores evaluados el 19% quedaron en alto cumplimiento y 50% en mediano cumplimiento.
- **Realizamos 193 análisis en vegetales y frutas de consumo directo.** Se mantiene la meta de cero presencia de salmonela (bacteria que contamina los alimentos).

- Validamos la calidad de los productos, los ambientes y la manipulación de alimentos en nuestras tiendas, a través de **6.573 análisis microbiológicos y fisicoquímicos**. El 88% de estos con resultados aceptables.

- Se comenzó a desarrollar un sistema de trazabilidad que nos permitirá conocer de dónde viene el producto, hacia dónde se despacha y quién es el cliente final, y así ser oportunos y ágiles en el momento en que se tenga que recoger por algún problema de calidad e inocuidad.



A través de una campaña de comunicación interna, logramos que nuestros empleados conocieran la Política de calidad e inocuidad.





Metas para el 2013

Comerciante responsable con nuestros clientes

- Ampliar a 130 almacenes la cobertura del programa Universidad del Hogar de Surtimax, para beneficiar a **15.000 colombianas**, de la mano del Sena.
- Continuar motivando entre nuestros clientes el uso de la **bolsa reutilizable**, para reducir la utilización de empaques plásticos.
- Realizar un diagnóstico nutricional y de salud de todos los productos que componen el portafolio de marcas propias, para establecer metas y prioridades que nos llevan a definir **planes de acción**.
- Acrecentar el portafolio de marcas propias que responden a necesidades puntuales de tipo nutricional.



Dimensión ambiental

DEVUÉLVELE ALGO
A LA NATURALEZA





Nos interesa el medio ambiente

Somos conscientes de que la operación de nuestra Compañía genera impactos en el medio ambiente. Por eso, continuamente revisamos nuestras dependencias y sus procesos, para poner en acción buenas prácticas y mejorar aquellos aspectos en los que buscamos ser más amigables con el entorno. La eficiencia energética es uno de los temas que trabajamos continuamente. Así mismo, buscamos que nuestros colaboradores estén sensibilizados, por eso, con campañas internas y comunicación, pretendemos que también participen en el cuidado del medio ambiente.

En 2012 se trabajaron temas como:

- Correcta disposición de residuos, a través de afiches, comunicación y jornadas de orden y aseo.
- Consumo responsable, en una actividad específica que se llevó a cabo durante una semana en junio.
- Siembra de árboles. En Cali, por ejemplo, los empleados participaron de la jornada “Siembra un árbol, siembra vida”, organizada por la Corporación Autónoma del Valle del Cauca.

Para 2013 haremos un especial énfasis en campañas de reducción y seguimiento de impresiones para lograr una disminución de 15%, pues en 2012 no alcanzamos esa meta propuesta de reducción para la Compañía y de 60% para Didetexco. Esto lo haremos a través del cambio a impresoras más eficientes, control a las dependencias y motivación a los colaboradores, entre otras.

Gastos e inversiones ambientales

Concepto	Inversión 2012 en COP millones
Tratamiento y disposición de residuos	644
Servicios externos en gestión ambiental	234
Control de vertimientos	93
Dotación de insumos ambientales	62
Tratamiento de emisiones atmosféricas	22
Estudios de ruido y vibración	10
Concepto técnico y permisos con autoridades ambientales (incluye podas)	2,2
Bolsas	1,5
Total	1.069

Por quinto año, **nuestra Industria de Alimentos, ubicada en Bogotá, obtuvo el título “Élite”**, otorgado por el Programa de Excelencia Ambiental de la Secretaría de Ambiente de la ciudad, por su liderazgo en temas de cuidado del entorno.



Gestionamos nuestros residuos

Por medio del área de gestión ambiental y de la Fundación Éxito trabajamos por el objetivo de reducir los residuos generados por la Compañía, dirigiendo nuestros esfuerzos a potenciar su aprovechamiento bajo parámetros responsables y velando por el cuidado del medio ambiente.

Entre 2010 y 2012 **se aprovecharon más de 74.000 toneladas de residuos.** Se recolectaron orgánicos para compostaje y entre el reciclaje convencional y otras formas se logró aumentar en 7% la valorización* de residuos.

Cantidad total de residuos producidos por tipo y tratamiento en toneladas

Tipo de residuo		2010	2011	2012	Disposición
No peligrosos	Reciclables	18.149,00	20.880,00	21.310,01	Reincorporación al ciclo productivo
	Orgánicos	2.894,80	5.138,16	6.151,19	Compostaje, donación y comercialización
	Ordinarios	14.211,18	23.495,00	20.849,95	Relleno sanitario
	Otros	58,55	92,56	11,88	Incineración
	Total residuos no peligrosos	35.313,53	49.605,72	48.323,03	
Peligrosos	Peligrosos con potencial de aprovechamiento	22,08	55,50	19,18	Recuperación dentro y fuera del país
	Peligrosos no incinerables	10,64	20,14	26,27	Estabilización u otro tratamiento (celda de seguridad, esterilización, entre otros)
	Peligrosos incinerables	8,17	11,36	143,23	Incineración
	Total residuos peligrosos	40,89	87,00	188,68	
Total residuos		35.354,42	49.692,72	48.511,72	
Residuos valorizados		21.065,88	26.073,66	27.480,39	Aprovechamiento
Residuos no valorizados		14.288,54	23.619,06	21.031,33	Tratamiento y disposición final

*Se valoriza un residuo cuando se reincorpora a un ciclo productivo.



57% de nuestros residuos fueron aprovechados

- En general, en 2012 los residuos disminuyeron 2,37%. A pesar de que no alcanzamos la meta de reducción de residuos en 8% que nos habíamos propuesto en 2011, tanto para la Compañía como para su filial Didetexco, es de rescatar que aumentó su valorización y aprovechamiento. Para el 2013 ajustaremos la meta propuesta en 2011, con el fin de alcanzar un 5% en aprovechamiento de residuos.
- El 12,68% del total de los residuos generados por la Compañía son orgánicos, de los cuales 2.610 toneladas se enviaron a compostaje (42,43%) y 2.860 toneladas (46,5%) se donaron a zoológicos y zoológicos.
- Recuperamos 1.793.520 unidades de ganchos para reutilizar vs 1.525.492 unidades en 2011.



Residuos separados con fines de recuperación

(en toneladas)

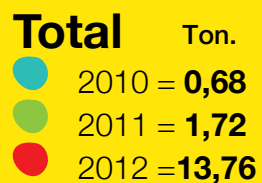
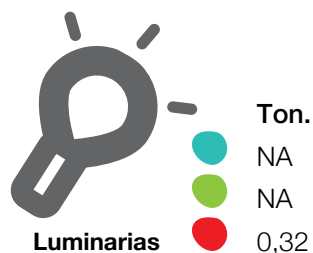
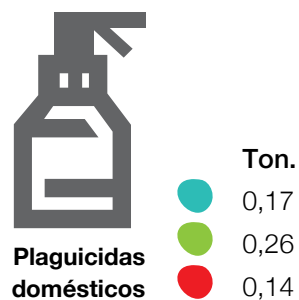
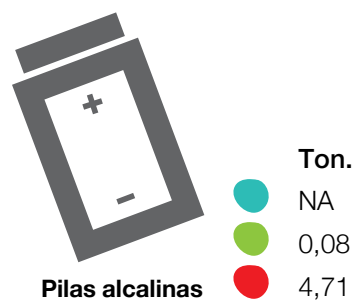
	2010	2011	2012
Cartón	15.633	17.449	18.339
Plástico	1.244	1.570	1.644
Otros	1.272	1.497	1.327
Total	18.149	20.516	21.310



Contamos con nuestros clientes

Cumpliendo con la normatividad nacional en el marco de estrategias de posconsumo, en almacenes seleccionados, los clientes pueden depositar los residuos que enumeramos a continuación. Aunque aún no contamos con una política interna sobre este tema, tenemos como lineamiento apoyar estos programas y continuar instalando contenedores.

Cantidad total de residuos entregados por clientes

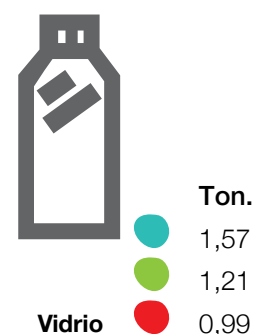
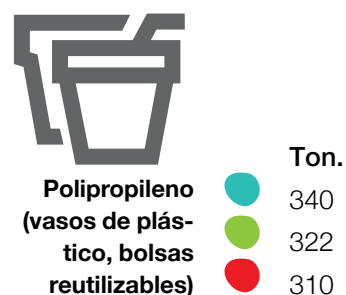
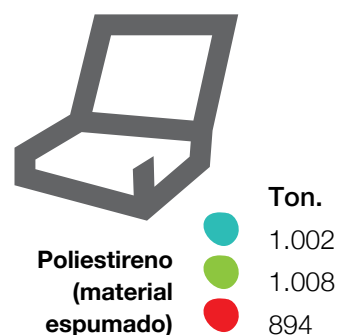
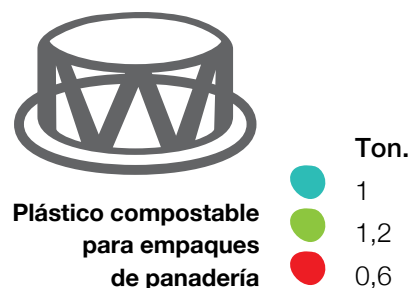


En total contamos con 148 contenedores para depositar este tipo de residuos en nuestros almacenes. En 2012 instalamos 13 nuevos puntos de recolección para pilas en Medellín, Envigado, Rionegro, Itagüí, Cali, Pereira y Bucaramanga; 20 para medicamentos vencidos en droguerías de Bello, Medellín, Sabaneta, Envigado y Rionegro; y siete para la recolección de envases usados de plaguicidas domésticos en nuestros principales almacenes de Barranquilla, Cartagena y Pereira.

Uso racional de nuestros recursos e insumos

Dentro de nuestras instalaciones y operaciones buscamos racionalizar y hacer un uso más consciente de los recursos y generar estrategias que apoyen esta gestión. Por eso, en 2013, desde el Centro de Compras del Grupo Éxito nos esforzaremos para lograr la meta planteada en 2011 y no alcanzada este año, de incorporar dentro de los procesos de negociación el tema ambiental como variable objeto de calificación para privilegiar la compra de productos o servicios.

● 2010 ● 2011 ● 2012



Reparamos con madera reciclada **36.167 estibas** en todos los centros de distribución frente a 11.227 en 2011.



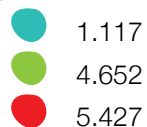
Nuestros dos **mayores proveedores** de papel para impresión de publicaciones comerciales* **cuentan con molinos certificados.** En 2013 continuaremos trabajando en el seguimiento de los socios comerciales, para evidenciar su interés por los procesos de sostenibilidad.

● 2010 ● 2011 ● 2012



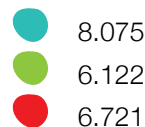
**Papel utilizado
con fines
comerciales**

Ton.



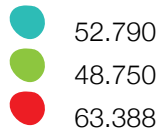
**Piezas de cartón
y papel para
ambientación**

Ton.



**Papel con fines
administrativos
(Resmas
de 500 hojas)***

Ton.



Este papel es producido con el bagazo de la caña de azúcar.



**Papel para
otros usos
(aseo, empaques
de panadería)**

Ton.



Nuestra Compañía y proveedores **utilizan canastillas de material reciclado** para la entrega de los productos en los centros de distribución. Este año se utilizaron 70.894 propias y de nuestros proveedores.



*Printer Colombiana S.A. y El Tiempo.



Empaques amigables con el ambiente

Buscamos reducir el impacto ambiental con empaques que sean más amigables con el entorno, ya sea a través de la reducción del uso de bolsas plásticas y la promoción de la reutilizable o, al desarrollar empaques y envases elaborados en materiales seguros y saludables para individuos y comunidades, específicamente en los productos de marca propia.

Bolsas

Cantidad de bolsas plásticas distribuidas en los almacenes gratuitamente

Año	Unidades
2010	358 millones
2011	441 millones
2012	469 millones

Este crecimiento se debe a nuestro plan de expansión. El objetivo de reducción establecido en 2011 estuvo cerca de lograrse y para alcanzarlos la Compañía sigue promoviendo con divulgación en punto de venta, publicaciones y mensajes en redes sociales el uso, por parte de nuestros clientes, de las bolsas reutilizables. Más de 100 empleados de Bogotá fueron capacitados para gestionar correctamente el uso de las bolsas plásticas que se entregan a los clientes de nuestras tiendas. Así mismo, para fomentar el uso de empaques reutilizables.



Más de 200.000 bolsas reutilizables fueron redimidas con Puntos Éxito.



Empaques de nuestros productos de marcas propias

En 2012 logramos avances en el proceso de racionalización y uso de materiales para nuestras marcas propias, además de la exploración del mercado sobre el tema. Durante este año, como nos lo planteamos en los objetivos de 2011, comenzó a construirse una Política de empaques, que se concluirá en 2013.

Cincuenta y una referencias de productos de las marcas Éxito, Carulla y Cautiva tuvieron un proceso de racionalización de empaque. Así por ejemplo, para la marca Cautiva se disminuyó el consumo de cartón de 5,4 g a 1,7 g por cada producto empacado, esto representa una reducción de 68%. Adicionalmente, eliminamos los empaques termoformados de plástico que cubren el producto sobre el blíster.

Revisamos continuamente con nuestros proveedores de marcas propias y con el mercado, alternativas para usar empaques en materiales más seguros y saludables.

Este 2012 logramos utilizar los servicios de un proveedor que ofrece empaques de PET 100% reciclado.

Así fue la racionalización de empaques en algunas de nuestras referencias

Menos materia prima, elaborados en cartulina *polyboard*, 100% reciclables, sin plastificados, tintas a base de agua.

Lasaña microondas



Antes



Después

Pizza



Antes



Después

Medir, mitigar y compensar la huella de carbono

Como nos lo propusimos en 2011, al cerrar el 2012 recopilamos la información necesaria para medir la huella de carbono de la Compañía. Este resultado nos dará línea para hacer una compensación parcial en 2013 y continuar implementando acciones que mitiguen las consecuencias ambientales producidas por la operación de la Organización.

Toneladas de carbono producidas en nuestra operación

	Alcance 1	Alcance 2	Alcance 3
Energía	9.776	77.883	14.319
Gases refrigerantes	179.208	0	0
Compras de material para operación de la compañía y consumo de agua	0	0	32.262
Transporte y logística	0	0	24.167
Viajes y desplazamiento	17	0	1.590
Residuos	0	0	12.473
Edificios e inventario de productos de informática	0	0	42.060
Total	189.001	77.883	126.871

¿Qué son los “alcances” o “scopes”?*

Alcance 1: se refiere a las emisiones directas de la empresa de gases efecto invernadero, a través de fuentes propias.

Alcance 2: emisiones provenientes de la generación de electricidad adquirida que es consumida en operaciones o equipos propios o controlados.

Alcance 3: se incluyen, por ejemplo, viajes de empleados, transporte de productos, transporte de residuos generados.



Nuestra operación tiene un impacto. Por eso, y con el objetivo de generar planes de acción para mitigarlo y compensarlo, medimos la huella de carbono de la Compañía en 2012.

*Fuente: Protocolo de gases efecto invernadero.



Compensamos desde 2010

Desde 2010 hemos sembrado 247.819 árboles para mitigar nuestra huella de carbono. Los clientes se han vinculado activamente con esta iniciativa. En 2012, gracias a ellos y al programa de redención de Puntos a cambio de árboles, se plantaron 4.067.

Desde entonces hemos reforestado 70 cuencas protegidas del país en Antioquia y Tolima.

Los 170.000 árboles sembrados por el Grupo Éxito en este tiempo, capturan unas 47.600 toneladas de carbono.

Estrategias de mitigación

Desde la Gerencia Logística se realizaron estas acciones para reducir emisiones de transporte:

- Tuvimos una ocupación vehicular general en metros cúbicos de 72,81%. Se presentaron mejoras en este indicador vs. 2011. Sin embargo, por ajustes en la metodología el dato no cumple el objetivo planteado en 2011 (75%).
- Atendimos 34 almacenes del formato Éxito Express en el horario nocturno, incrementando el número de tiendas en este proceso, como lo habíamos planteado en 2011. Así, pasamos de atender tres tiendas por viaje a cinco tiendas en cada recorrido. Los viajes en la noche permiten que los recorridos sean más eficientes y rápidos, pues se evita el tráfico del día y que estos vehículos generen más CO₂ por estar más tiempo en las calles.
- Implementamos estrategias como el incremento de entregas por viaje en el Centro de Distribución Avenida 68 en Bogotá, y un piloto de cambio en la metodología de distribución de carnes importadas, que busca entregar el producto en el centro de distribución más cercano para evitar el viaje del contenedor al interior del país y su regreso vacío al puerto.
- Dando continuidad a los objetivos que nos propusimos el año pasado, la Gerencia Logística de la Compañía comenzó a utilizar este año herramientas tecnológicas que en el futuro le permitirán optimizar y hacer más eficientes los recorridos.



Centro de Distribución Las Vegas en Envigado.

- Utilizamos los camiones al 94,6% en cuanto a posición de estibas, mejorando frente a 2011 (93,7%).
- La Compañía entiende que debe hacer un trabajo importante de concientización con los operadores de transporte para que estos se certifiquen o implementen estrategias que generen un menor impacto ambiental. La meta no se logró en 2012, pero continúa siendo un objetivo para alcanzar en los próximos tres años.



Emisiones asociadas a la energía

Establecimos una alianza estratégica con el proveedor Green Yellow, filial del Grupo Casino, para implementar soluciones de eficiencia energética en puntos de venta de la Organización. En 2012 se efectuó un piloto en el Éxito Salitre, Éxito Norte de Bogotá y Éxito Buenavista en Barranquilla. En el marco de esta estrategia se realizaron acciones como: control de protección de desperdicio de frío en neveras; mejoras y control de los equipos de refrigeración y aire acondicionado, y cambios a fuentes de iluminación más eficientes. En Éxito Salitre, por ejemplo, el piloto logró ahorros entre mayo y diciembre de 2012 de 11,1% comparado contra el año anterior. Adicionalmente, seguimos evaluando de qué manera podemos implementar un proyecto de energía renovable.

Energía y combustibles

Consumo energético total por fuentes

(en MWh)

	2010	2011	2012
Electricidad	392.382	414.860	442.518
Gas natural	47.282	34.405	46.526
Diésel	2.616	2.598	2.321
Total	442.28	451.863	491.365

El consumo de energía aumentó este año debido a actualizaciones comerciales (remodelaciones) en las cuales se instalan acenos luminosos y además, por el plan de expansión de la Compañía.

Consumo de refrigerantes por tipo

(en toneladas)

	2010	2011	2012
CFC (R12)*	0,24	0,14	0
HCFC(22 y 123)	30,91	61,83	0
HFC (404A y 134A)	3,13	8,17	0
R404	NA	NA	9,22
407C	NA	NA	0,14
Freón R22	NA	NA	76,73
R507	NA	NA	0,44
R134 A	NA	NA	2,44



Implementamos en nuestros almacenes soluciones para el ahorro de energía.

Dando continuidad al objetivo que nos propusimos, en 2012 no se hicieron compras del refrigerante R12. Es de anotar que la meta de no comprar equipos que contengan freón 22 no se logró, pero este 2013 seguiremos esforzándonos para alcanzar el objetivo para nuestros nuevos almacenes.



Agua y vertimientos

Comprometidos con la racionalización de nuestros recursos hídricos, contamos con sistemas de monitoreo y gestión de consumo de agua. Buscamos permanentemente reducir nuestros vertimientos, aguas residuales y derrames. En 2012 solo tomamos agua del acueducto.



En nuestras industrias velamos por el óptimo aprovechamiento del agua.

- Total de metros cúbicos utilizados en nuestra operación: 2.016.634*
- Continuamente adelantamos actividades que nos permiten mejorar nuestro manejo de vertimientos. Es así como contamos con un plan para su manejo; adicionalmente, hacemos en forma permanente estudios, adecuaciones necesarias, revisión y mantenimiento de trampas de grasa. En 2012 realizamos 95 caracterizaciones de agua residual que costaron COP76 millones.
- Velando por la responsabilidad de nuestros concesionarios, hicimos auditoría ambiental a todos los negocios de lava-autos y a las estaciones de servicio para vehículos que operan en locales ubicados en nuestras tiendas, en total 53. El tema más relevante tratado en la revisión fue el del correcto manejo de vertimientos.
- Realizamos cambios en algunas de nuestras instalaciones, con el objetivo de mejorar nuestros vertimientos a los alcantarillados. En 2013 seguiremos trabajando en la adecuación de nuestras tiendas y capacitación a los empleados.

Número total de fugas y derrames accidentales significativos

Descripción	2010	2011	2012
Fuga de tubería de gas natural	0	27	18
Fuga de tubería de gas refrigerante	4	2	27
Fugas de gas propano	10	6	1
Derrame o fugas de sustancias químicas	1	6	1
Derrame de combustible	3	3	4
Total	18	44	51

*Este dato no se compara con el de años anteriores, pues fue calculado de manera diferente. Servirá de base para continuar haciendo comparaciones de consumo en los años siguientes.





Metas para el 2013

Reducción del impacto ambiental
de nuestras operaciones

- De la mano del proveedor **Green Yellow**, esperamos implementar en 2013 una estrategia de eficiencia energética, impactando al menos 25 almacenes, y logrando, en promedio, **27% de ahorro en energía**. Se intervendrán tres puntos de consumo: iluminación, frío y aire acondicionado.
- Aumentar el número de contenedores para los programas de posconsumo, principalmente en Carulla.
- Definir una política para empaques más amigables con el medio ambiente, que nos lleve a implementar mejoras en nuestros **productos frescos Taeq**.



Dimensión económica

Balances generales consolidados

A 31 DE DICIEMBRE DE 2012 Y 2011
(Números expresados en millones de pesos colombianos)

	Notas	2012	2011
Activo			
ACTIVO CORRIENTE			
Disponibles		1,591,110	1,487,540
Inversiones negociables	4	916,067	786,142
Deudores, neto	5	359,780	327,700
Inventarios, neto	6	1,100,138	994,501
Derechos, neto	7	45,037	51,401
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	11	4,018,132	3,647,284
ACTIVO NO CORRIENTE			
Deudores, neto	6	43,775	124,968
Inversiones permanentes, neto	8	2,248,909	2,105,218
Otros activos no corrientes, neto	9	350	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	10	2,293,034	2,230,186
TOTAL ACTIVO	11	6,311,166	5,877,470
PASIVO Y PATRÓN			
PASIVO CORRIENTE			
Proveedores, neto	12	1,100,138	994,501
Deudas financieras, neto		1,100,138	994,501
TOTAL PASIVO CORRIENTE		2,200,276	1,989,002
PASIVO NO CORRIENTE			
Deudas financieras, neto		1,100,138	994,501
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		1,100,138	994,501
TOTAL PASIVO Y PATRÓN		3,300,414	2,983,503



Informe financiero

Estados financieros consolidados

A diciembre 31 de 2012

Estado de resultados

	Acumulado a diciembre 31, 2012		Acumulado a diciembre 31, 2011		% Var
	Millones de COP	% Ingresos operacionales	Millones de COP	% Ingresos operacionales	
Ingresos operacionales	10.229.673	100,0	8.844.710	100,0	15,7
Costo de ventas	-7.559.872	-73,9	-6.610.665	-74,7	14,4
Utilidad bruta	2.669.801	26,1	2.234.045	25,3	19,5
Gastos operacionales administración y ventas	-2.175.634	-21,3	-1.810.723	-20,5	20,2
Utilidad operacional	494.167	4,8	423.322	4,8	16,7
Ingresos financieros	226.390	2,2	164.537	1,9	37,6
Gastos financieros	-139.972	-1,4	-157.771	-1,8	-11,3
Otros gastos e ingresos no operacionales	-19.613	-0,2	-6.620	-0,1	N/A
Interés minoritario	-2.118	0,0	-566	0,0	274,2
Utilidad antes de impuestos	558.854	5,5	422.902	4,8	32,1
Provisión para impuesto de renta	-83.549	-0,8	-33.447	-0,4	N/A
Utilidad neta	475.305	4,6	389.455	4,4	22,0
Ebitda	858.725	8,4	742.984	8,4	15,6

Balance general

(En millones de COP)

	Diciembre 2012	Diciembre 2011	% Var
Activo	10.322.002	9.808.395	5,2
Activo corriente	4.018.132	3.647.284	10,2
Disponibles	1.591.110	1.487.540	7,0
Inversiones negociables	916.067	786.142	16,5
Inventarios	1.106.138	994.501	11,2
Otros	404.817	379.101	6,8
Activo no corriente	6.303.870	6.161.111	2,3
Pasivo	2.716.545	2.561.154	6,1
Pasivo corriente	2.428.208	2.137.163	13,6
Obligaciones financieras corrientes	77.372	73.030	5,9
Proveedores	1.654.026	1.443.809	14,6
Otros	696.810	620.324	12,3
Pasivo no corriente	288.337	423.991	-32,0
Obligaciones financieras no corrientes	150.000	224.650	-33,2
Otros	138.337	199.341	-30,6
Interés minoritario	13.678	9.517	43,7
Patrimonio	7.591.779	7.237.724	4,9

Capex

	Millones de COP
Para expansión en Colombia:	
71% aperturas, conversiones y remodelaciones y 29% IT, logística y otros.	429.510
Uruguay	42.542
Total Capex Grupo Éxito	472.052



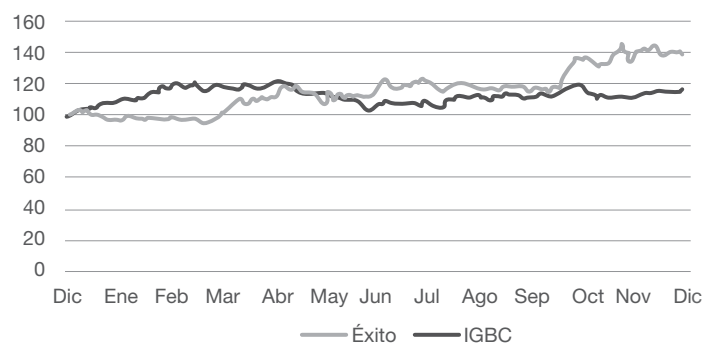
Información accionaria

(Bolsa de Valores de Colombia: Éxito)

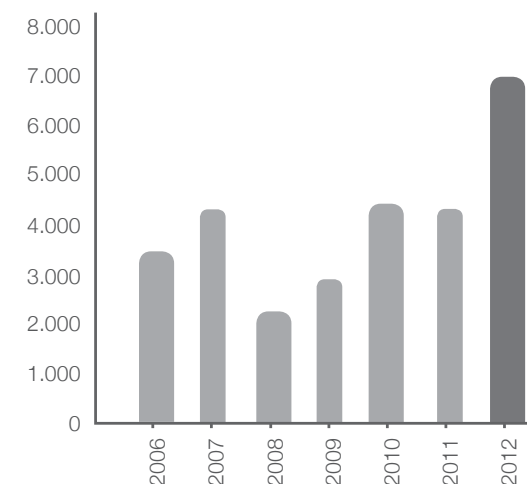
Comportamiento del precio de la acción en Bolsa de Valores de Colombia, BVC

Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Precio máximo (*)	8.110	16.060	19.020	17.100	19.900	25.000	28.500	37.300
Precio mínimo (*)	4.400	7.510	13.420	7.360	9.000	16.020	21.000	24.000
Precio de cierre (*)	7.610	15.920	17.100	10.160	19.500	23.360	25.460	35.500
Precio promedio (*)	6.504	11.000	15.507	11.394	13.830	19.779	24.297	28.603
Volumen promedio (COP millones)	786	3.332	4.192	1.997	2.535	4.147	4.199	6.814
Capitalización de mercado (COP millones)	1.590.495	3.327.290	4.850.025	2.881.652	6.496.893	7.786.674	11.396.006	15.889.953

Evolución precio Éxito vs. IGBC



Histórico volumen promedio diario



Información sobre la acción

Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Dividendo ordinario (COP) (*)	25,0	25,0	25,0	60,0	60,0	60,0	75,0	108,8
Acciones ordinarias (COP millones)	209,0	209,0	283,6	283,6	333,2	333,3	447,6	447,6

*El pago de dividendo de 2008 a 2012 se realizó de forma trimestral, de 2003 a 2007 se realizó el pago en forma mensual.



Índice de contenido GRI 3.1

Perfil

1. Estrategia y análisis

1.1. Declaración de relevancia de la sostenibilidad.	Carta del máximo responsable. Pág. 4
1.2. Principales impactos, riesgos y oportunidades.	Carta del máximo responsable. Pág. 4

2. Perfil de la organización

2.1. Nombre de la organización.	Portada.
2.2. Principales marcas, productos y servicios.	Perfil corporativo. Págs. 9
2.3. Estructura operativa.	Perfil corporativo. Págs. 7-27
2.4. Localización de la sede principal de la organización.	Pág. 2
2.5. Dónde opera.	Perfil corporativo. Siempre cerca. Págs 11-12
2.6. Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Perfil corporativo. Este es el Grupo Éxito. Pág. 7
2.7. Mercados servidos.	Perfil corporativo. Siempre cerca. Págs. 11-12
2.8. Dimensión de la compañía incluyendo número de empleados, operaciones, ventas netas, capitalización total, cantidad de productos y servicios.	Perfil corporativo. Este es el Grupo Éxito. Pág. 7
2.9. Cambios significativos.	Perfil corporativo. Así fue el 2012. Pág. 15
2.10. Premios y distinciones recibidos durante el período.	Perfil corporativo. Reconocimientos. Pág. 16

3. Parámetros de la memoria

PERFIL DE LA MEMORIA

3.1. Período cubierto.	Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad. Págs. 21 - 22
3.2. Fecha del informe anterior más reciente.	Se reporta en esta tabla. Primer trimestre 2012
3.3. Ciclo de presentación del informe.	Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad. Alcance. Pág. 22. Anual
3.4. Área de contacto para los temas relativos al informe o su contenido.	Pág. 2. Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad. Págs. 21 - 22



ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA	
3.5. Proceso de definición del contenido del informe incluyendo materialidad y asuntos para reportar, identificación de <i>stakeholders</i> . Incluir una explicación de cómo la organización utilizó las guías GRI.	Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad. Págs. 21 - 22
3.6. Cobertura del informe.	Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad. Alcance. Pág. 22
3.7. Limitaciones del alcance o cobertura.	Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad. Alcance. Pág. 22
3.8. Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente la comparabilidad entre períodos.	Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad. Págs. 21 - 22
3.9. Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos.	Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad. Págs. 21 - 22
3.10. Revisión del cálculo de la información de memorias anteriores.	Los datos de residuos, ubicados en el pilar "Reducción del impacto ambiental de nuestras operaciones" (Pág. 87) se reagruparon de manera diferente a 2011, pero responde a los mismos criterios.
3.11. Cambios significativos en métodos de valoración de informes anteriores.	Para este año se realizó el cálculo de consumo de agua bajo una nueva metodología lo que no hace el dato comparable con el 2011. En el capítulo Reducción del impacto ambiental de nuestras operaciones. Agua y vertimientos (Pág. 97).
ÍNDICE DEL CONTENIDO GRI	
3.12. Tabla de contenidos GRI.	La presente tabla
VERIFICACIÓN	
3.13. Política y verificación del informe.	Se reporta en esta tabla. El informe es verificado en su totalidad por la Dirección de Auditoría Interna (Pág. 28). Adicionalmente toda la información financiera y el informe financiero del Grupo es auditado por la revisoría fiscal externa la cuál está a cargo de la firma Ernst & Young.
4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés.	
GOBIERNO	
4.1. Descripción de la estructura de gobierno y comités. Número de miembros independientes y cargos responsables de asuntos sociales, económicos y ambientales. Porcentaje de miembros de máximo órgano de gobierno discriminado por género, edad o minorías representativas.	Perfil Corporativo. Organos de Gobierno Corporativo. Págs. 17 - 20
4.2. Presidente de la junta y su cargo ejecutivo como presidente de la organización.	Perfil Corporativo. Organos de Gobierno Corporativo. Pág. 17
4.3. Estructura del máximo órgano de gobierno (junta directiva). Definición de "miembro independiente" o miembro "no-ejecutivo".	Perfil Corporativo. Organos de Gobierno Corporativo. Págs. 17 - 18
4.4. Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27



4.5. Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	Se reporta en esta tabla. La Asamblea General de Accionistas señala anualmente la remuneración correspondiente a los miembros de la junta directiva, para el período comprendido entre la respectiva reunión ordinaria y la siguiente, en consideración con las responsabilidades y funciones de sus miembros y los honorarios habituales del mercado para este tipo de cargos, la cual no tiene una vinculación con el desempeño de la Organización. La retribución de los altos directivos y ejecutivos puede ser variable de acuerdo al desempeño de la Compañía.
4.6. Procedimientos para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.	Perfil Corporativo. Organos de Gobierno Corporativo. Págs. 17 - 18
4.7. Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos. Incluye consideraciones de género.	Se reporta en esta tabla. Para el mejor desarrollo de sus funciones, los miembros de junta directiva deberán cumplir con requisitos de trayectoria profesional, formación académica y de experiencia a nivel nacional e internacional, así como contar con suficiente conocimiento del sector comercial. Al ser nombrados los directores por primera vez, los mismos tendrán acceso a información suficiente para efectos de conocer la sociedad, su equipo directivo, el sector retail en el que desarrolla sus negocios, así como las responsabilidades, obligaciones y atribuciones inherentes al cargo. Órganos de gobierno corporativo Págs. 17 - 20
4.8. Declaración de misión, visión, valores, código de conducta y principios relevantes.	Perfil Corporativo. Filosofía corporativa. Pág. 13
4.9. Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	Se reporta en esta tabla. Dentro de las funciones de la junta directiva, se encuentra la de establecer las políticas de la Compañía en los diferentes órdenes de su actividad, especialmente en materia comercial, económica, financiera y laboral; adoptar planes y presupuestos para el desarrollo de los negocios sociales, y dictar normas y reglamentos para la organización y el funcionamiento de todas las dependencias de la sociedad. Para cumplir esta función, la junta cuenta con comités de trabajo, cuyo objetivo es la formulación de recomendaciones en estas materias; es así que dichos comités realizan informes periódicos que presentan a la junta, para que esta a su vez tome las decisiones pertinentes. Adicionalmente, la junta directiva podrá contratar, a solicitud de cualquiera de sus miembros, un asesor externo para contribuir con elementos de juicio necesarios para la adopción de determinadas decisiones, que por su naturaleza lo ameriten.
4.10. Mecanismos de autoevaluación de la Junta directiva.	Se reporta en esta tabla. Desde 2011 se ha evaluado la posibilidad de implementar dichos mecanismos pero actualmente no existen. A la fecha la propuesta se encuentra en revisión de la misma junta directiva.
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS	
4.11. Adopción del principio de precaución.	Se reporta en esta tabla. Nuestra empresa acoge iniciativas ambientales que alineadas al principio de prevención aseguran nuestra sostenibilidad ambiental y la del planeta. En el capítulo "Reducción del impacto ambiental de nuestras operaciones", detallamos nuestro compromiso con el cambio climático y la protección del medio ambiente.
4.12. Programas sociales, económicos y ambientales desarrollados externamente.	Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad. Págs. 21-22
4.13. Principales asociaciones a las que pertenece la organización o entes nacionales o internacionales a los que la organización apoya.	Se reporta en esta tabla. Almacenes Éxito se encuentra afiliado a: Acrip, Ascor (Asociación Colombiana de Relaciones de Trabajo), Analdex (Asociación Nacional de Comercio Exterior), Cámara Colombo-Francesa de Colombia e Industria, Cámara de Comercio Colombo Americana, Corporación Lonja de Propiedad Raíz de Medellín y Antioquia, Corporación Empresarial del Oriente Antioqueño, Corporación Empresarial Pro Aburrá Norte, Defencarga, Fenalco y sus seccionales, GS1 Colombia, Incocrédito, Icontec (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación), el Instituto de Auditores Internos de Colombia y Registro Nacional de Valores y Emisiones de la Superintendencia Financiera.



PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

4.14. Relación de los grupos de interés que se han incluido y mención de los mismos.

Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27

4.15. Metodología de selección de grupos de interés.

Se reporta en esta tabla. Los grupos de interés mencionados en el informe son aquellos que se consideran prioritarios para el Grupo Éxito. Se caracterizan por ser aquellos con los que el Grupo tiene mayores responsabilidades ya sean formales (asumidas en relación contractual) o informales. Asimismo son los grupos que ejercen mayor influencia en el negocio y en la consecución de objetivos. Finalmente los grupos de interés identificados y abordados en este informe se caracterizan también por ser los más próximos a nosotros en términos físicos (proximidad física a las operaciones) o en términos de dependencia de la organización para el funcionamiento diario.

4.16. Criterios para la selección de grupos de interés.

Se reporta en esta tabla. Los grupos de interés mencionados en el informe son aquellos que se consideran prioritarios para el Grupo Éxito. Se caracterizan por ser aquellos con los que el Grupo tiene mayores responsabilidades ya sean formales (asumidas en relación contractual) o informales. Asimismo son los grupos que ejercen mayor influencia en el negocio y en la consecución de objetivos. Finalmente los grupos de interés identificados y abordados en este informe se caracterizan también por ser los más próximos a nosotros en términos físicos (proximidad física a las operaciones) o en términos de dependencia de la organización para el funcionamiento diario. En estas páginas se reportan los medios y frecuencia con la que nos comunicamos con nuestros grupos de interés según el tipo. Permanentemente, durante todo el año, realizamos acercamientos y comunicación con los cada grupo de interés, a través de diferentes medios y periodicidades.

4.17. Preocupaciones recogidas de los grupos de interés.

Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27
Este año la compañía hizo por primera vez un ejercicio de diálogos con sus grupos de interés, con el objetivo de conocer sus opiniones sobre temas materiales de la organización y emprender acciones como resultado de este ejercicio.

5. Enfoques de gestión (EG)

EG EC Enfoque de gestión económico (EC)

Aspectos Desempeño económico.

Perfil corporativo. Este es el Grupo Éxito. Pág. 7.
Valor económico. Pág.8
Dimensión económica Págs. 99 - 101

Presencia en el mercado.

Perfil corporativo. Siempre cerca. Págs. 11-12

Impactos económicos indirectos.

Así somos en el Grupo Éxito. Págs. 43 - 59.
Fomentamos el desarrollo integral de nuestros proveedores. Pág. 64
Cercanos a quienes producen las marcas propias. Pág. 65.
Mejorando procesos en beneficio de todos. Pág. 66
Contribuimos al desarrollo del país al generar empleo.
El Grupo ha identificado sus impactos en la sociedad y el ambiente a través de los años; en particular se ha identificado la capacidad de generar empleo directo e indirecto, de dinamizar sectores económicos a través de la contratación y compra de bienes y servicios, y de ampliar la oferta de bienes de consumo en regiones donde anteriormente existía una oferta más reducida. Todo esto está relacionado con el desarrollo económico de zonas alejadas de los principales centros urbanos del país.
Aunque en algunos casos puede considerarse local lo que suceda al interior de Colombia, el Grupo busca impactar de manera directa e indirecta zonas con límites mucho mas reducidos y se refiere a local cuando los bienes y servicios o la mano de obra proviene de la región donde está la operación.
En particular identificamos la capacidad de contratación directa e indirecta, la capacidad de contar con cadenas de abastecimiento inclusivas y responsables, la inversión en infraestructura local cercana a los almacenes, el pago de obligaciones legales que generan ingresos significativos para cada región y los aportes de inversión social que se hacen directamente y a través de la fundación.



EG EN Enfoque de gestión ambiental (EN)		
Aspectos	Materiales.	Reducción del impacto ambiental de nuestras operaciones, este pilar incluye los siguientes temas. Pág. 85
	Energía.	Reducción del impacto ambiental de nuestras operaciones, este pilar incluye los siguientes temas. Pág. 85 Nos interesa el medio ambiente Pág. 86
	Agua.	Reducción del impacto ambiental de nuestras operaciones, este pilar incluye los siguientes temas. Pág. 85
	Biodiversidad.	Se reporta en esta tabla. No es material debido a que los impactos directos sobre la biodiversidad se han considerado insignificantes dada la naturaleza urbana del negocio. En la actualidad las operaciones se encuentran lejos de áreas biodiversas importantes.
	Emisiones, afluentes y residuos.	Reducción del impacto ambiental de nuestras operaciones, este pilar incluye los siguientes temas. Pág. 85
	Productos y servicios.	Reducción del impacto ambiental de nuestras operaciones, este pilar incluye los siguientes temas. Pág. 85 Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Pág. 94
	Cumplimiento.	Reconocemos los errores. Pág. 39
	Transporte.	Reducción del impacto ambiental de nuestras operaciones, este pilar incluye los siguientes temas. Pág. 85
	General.	Reducción del impacto ambiental de nuestras operaciones, este pilar incluye los siguientes temas. Pág. 85
EG LA Enfoque de gestión laboral (LA)		
Aspectos	Empleo.	Empleador Responsable. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 41 Así somos en el Grupo Éxito. Pág. 43
	Relaciones laborales.	Empleador Responsable. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 41 Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55
	Salud y seguridad ocupacional.	Empleador Responsable. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 41 Por el desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores. Pág. 49
	Entrenamiento y educación.	Empleador Responsable. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 41. Por el desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores. Pág. 49
	Diversidad e igualdad de oportunidades.	Empleador Responsable. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 41 Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55
	Remuneración equitativa para hombres y mujeres.	Empleador Responsable. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 41 Así somos en el Grupo Éxito. Pág. 45
EG DH		
Aspectos	Prácticas de inversión y abastecimiento.	Empleador responsable. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 41 Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55 Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad.
	No discriminación.	Empleador responsable. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 41 Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55 Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad. Pág. 21



	Libertad de asociación y negociación.	Empleador responsable. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 41 Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55
	Trabajo infantil.	Empleador responsable. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 41 Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55
	Trabajo forzoso.	Empleador responsable. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 41 Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55
	Prácticas de seguridad.	Empleador responsable. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 41 La seguridad es primero. Pág. 56
	Derechos de los indígenas.	No se reporta en el informe, dado que el Grupo Éxito no tiene impactos significativos en las comunidades indígenas por operación directa. No se han identificado tampoco impactos indirectos.
	Evaluación de riesgo organizacional.	Nos adelantamos a los posibles riesgos. Pág. 39
	Remediar impacto negativo.	Ciudadano corporativo que cumple con sus responsabilidades. Pág. 38
EG SO Enfoque de gestión sociedad (SO)		
Aspectos	Comunidad.	Actuar por el desarrollo local y ser solidarios. Este pilar incluye los siguientes temas. Pág. 30 Por una atención integral a la primera infancia. Pág. 31
	Corrupción.	El año de la transparencia. Págs. 23 - 24
	Política pública.	Actuar por el desarrollo local y ser solidarios. Este pilar incluye los siguientes temas. Pág. 30 Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27
	Comportamiento de competencia desleal.	No hubo acciones para el período reportado.
	Cumplimiento.	Actuar por el desarrollo local y ser solidarios. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 30 Ciudadano corporativo que cumple con sus responsabilidades. Pág. 38
EG PR		
Aspectos	Salud y seguridad del consumidor.	Comerciante responsable con nuestros clientes. Este pilar incluye los siguientes temas. Pág. 71 Velamos por la seguridad de nuestros clientes. Pág. 81 Por un estilo de vida saludable y activo. Pág. 78
	Etiquetado de productos y servicios.	Cumplimos al 100% los siguientes requerimientos legales: rotulado general, Resolución 5109 de 2005 (Ministerio de la Protección Social); Registro Sanitario, Artículo 41 del Decreto 3075 (Ministerio de la Protección Social); Resolución 16379 de 2003 de la Superintendencia de Industria y Comercio, bajo el amparo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Rotulado o etiquetado nutricional: Resolución 333 de 2011 (productos empacados que declaren propiedad nutricional).
	Mercadeo y comunicaciones.	Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27
	Privacidad del consumidor.	Comerciante responsable con nuestros clientes. En este pilar incluye los siguientes temas. Pág. 71 Velamos por la seguridad de nuestros clientes. Pág. 81
	Cumplimiento.	Actor local solidario. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 30 Ciudadano corporativo que cumple sus responsabilidades. Pág. 38



6. Lista de indicadores

Económicos

Desempeño económico

EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos de operación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Valor económico. Pág. 8
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Nos interesa el medio ambiente. Pág. 86 Nos adelantamos a los posibles riesgos. Pág. 39
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Por el desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores. Págs. 49 - 54 Cumpliendo con la normatividad en Colombia, todos los empleados directos de la Compañía están vinculados al sistema de pensiones del país.
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Nos aliamos para sumar esfuerzos. Pág. 33

Presencia en el mercado

EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local discriminado por género, en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Así somos en el Grupo Éxito. Relación salarial entre hombres y mujeres en COP. Pág. 45 El salario inicial estándar de la organización, promediando el de hombres y mujeres, se encuentra 20,77% por encima del salario mínimo legal vigente (COP566.700 en 2012)
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Aliado de confianza. Págs. 61 - 69
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Empleador responsable. Pág. 45

Impactos económicos indirectos

EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie.	Actor local solidario. Págs. 30 - 39 El Grupo ha identificado sus impactos en la sociedad y el ambiente a través de los años; en particular se ha identificado la capacidad de generar empleo directo e indirecto, de dinamizar sectores económicos a través de la contratación y compra de bienes y servicios, y de ampliar la oferta de bienes de consumo en regiones donde anteriormente existía una oferta más reducida. Todo esto está relacionado con el desarrollo económico de zonas alejadas de los principales centros urbanos del país. Aunque en algunos casos puede considerarse local lo que suceda al interior de Colombia, el Grupo busca impactar de manera directa e indirecta zonas con límites mucho mas reducidos y se refiere a local cuando los bienes y servicios o la mano de obra proviene de la región donde está la operación. En particular identificamos la capacidad de contratación directa e indirecta, la capacidad de contar con cadenas de abastecimiento inclusivas y responsables, la inversión en infraestructura local cercana a los Almacenes, el pago de obligaciones legales que generan ingresos significativos para cada región y los aportes de inversión social que se hacen directamente y a través de la fundación.
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	

Medio ambiente

Materiales

EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Uso racional de nuestros recursos e insumos. Págs. 90 - 91 Gestionamos nuestros residuos. Págs. 87 - 88
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	Al separar en la fuente nuestros residuos y darles correcta disposición a través de gestores, Almacenes Éxito obtiene beneficios, ahorros (en tasa de aseo por ejemplo) e incluso ingresos. Por ejemplo en 2012 obtuvimos más de COP \$ 50 millones gracias a la comercialización de aceite usado, baterías, y desgorde, entre otros.



Energía	
EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Págs. 94 - 96 Información dada en Joules. Gas Natural $1,675 \times 10^{11}$ - Diesel $8,356 \times 10^9$ La energía utilizada por la Organización es no renovable.
EN4 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Consumo energético total por fuente. Págs. 94 - 96 La principal fuente de energía indirecta utilizada proviene del consumo de electricidad; esta no es generada directamente por la organización y es adquirida de terceros. Electricidad $1,593 \times 10^{12}$ Toda la energía utilizada por la Organización es no renovable.
EN5 Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Págs. 94 - 96
EN6 Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	Se reporta en esta tabla. No es material: Por la naturaleza del negocio del Grupo Éxito en donde la mayoría de productos provienen de terceros. Los ahorros energéticos generados por estos deben ser reportados por los fabricantes. En cuanto a los productos marca propia, la mayoría de los productos son de las categorías alimentos, frescos y textil, productos que no requieren de energía.
EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Págs. 94 - 96
Agua	
EN8 Captación total de agua por fuentes.	Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Agua y vertimientos. Pág. 97 El agua consumida en las operaciones proviene del servicio de acueducto municipal o distrital.
EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Agua y vertimientos. Pág. 97
EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Agua y vertimientos. Pág. 97
Biodiversidad	
EN11 Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de un alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	Se reporta en esta tabla. No se reporta este indicador ni se pretende reportar en el futuro dado que las operaciones del Grupo Éxito están ubicadas en zonas urbanas donde no se han identificado espacios naturales o protegidos.
EN12 Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios.	Se reporta en esta tabla. No se reporta este indicador ni se pretende reportar en el futuro dado que las operaciones del Grupo Éxito están ubicadas en zonas urbanas donde no se han identificado espacios naturales o protegidos, razón por la cual no existen impactos sobre la biodiversidad en espacios protegidos o no protegidos.
EN13 Hábitats protegidos o restaurados.	Se reporta en esta tabla. No se reporta este indicador ni se pretende reportar en el futuro dado que las operaciones del Grupo Éxito no suponen una responsabilidad sobre restauración de hábitats o protección de los mismos, dado que la empresa no opera o afecta ninguno de los anteriores.
EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Se reporta en esta tabla. No se reporta este indicador ni se pretende reportar en el futuro dado que las operaciones de nuestra empresa no suponen impactos sobre la biodiversidad dada la naturaleza y características del negocio. Nuestra responsabilidad ambiental se refleja en las demás temáticas reportadas, y se han planificado acciones para gestionar dichos impactos.
EN15 Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la lista roja de la UICN y en listados nacionales, y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	Se reporta en esta tabla. No se reporta este indicador ni se pretende reportar en el futuro dado que la operación de nuestra empresa no afecta a especies en peligro de extinción dada su ubicación alejada de zonas donde habitan estas especies.



Emisiones, efluentes y desechos		
EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.		Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Págs. 94 - 96
EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.		Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Págs. 94 - 96
EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.		Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Págs. 94 - 96
EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.		Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Págs. 94 - 96
EN20 NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.		Se reportan en la presente tabla: NOx: 1.65 ton. Sox: 17.18 ton.
EN21 Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.		Agua y vertimientos. Pág. 97
EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.		Gestionamos nuestros residuos. Págs. 87 - 89
EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.		Número total de fugas y derrames accidentales significativos. Pág. 97
EN24 Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados, que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.		Gestionamos nuestros residuos. Págs. 87 - 89
EN25 Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitat relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.		Se reporta en esta tabla. No se reporta este indicador ni se pretende reportar en el futuro dado que nuestro día a día no implica la afectación de recursos hídricos o hábitats relacionados como consecuencia de nuestra operación.
Productos y servicios		
EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.		Gestionamos nuestros residuos. Págs. 87 - 89 Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Págs. 94 - 96 Empaques de nuestros productos de marcas propias. Pág. 93
EN27 Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.		Gestionamos nuestros residuos. Págs. 87 - 89 Este indicador se analiza teniendo en cuenta que la responsabilidad de recuperación de los empaques recae en el fabricante de los productos. En consecuencia, solo consideramos relevante los productos marca propia. La información reportada corresponde a empaques secundarios que han sido reciclados y reutilizados, respondidos en la columna de "referencia"
Cumplimiento		
EN28 Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.		Reconocemos los errores. Pág. 39
Transporte		
EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.		Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Págs. 94 - 97
General		
EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.		Gastos e inversiones ambientales. Pág. 86 Gracias a los estudios de ruido que hicimos en varios almacenes, logramos evitar multas, generando ahorros para la compañía, al impedir este gasto.



Prácticas laborales y ética del trabajo

Empleo

LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, contrato, género y región.

Así somos en el Grupo Éxito. Págs. 43 - 59.

Brindamos oportunidades de crecimiento. Pág. 47
 Tabla Rotación de los empleados con contrato a término indefinido. Pág. 43
 Promociones internas para empleados con contrato a término indefinido en el 2012. Pág. 47
 Selección, formación y promoción de nuestra gente, en el destacado. Pág. 46
 Tabla Composición de empleados por regiones. Pág. 46
 En total en 2012 fueron contratadas 5.664 personas nuevas con contrato a término indefinido. De estas, el 43.9% fueron mujeres y el 56.02 hombres.

LA2 Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.

	Mujeres	Hombres
Centro		
Entre 30 y 50	14%	18%
Mayor a 50	0.28%	0.21%
Menor a 30	85%	82%
Sur Occidente		
Entre 30 y 50	22%	26%
Mayor a 50	1%	1%
Menor a 30	77%	74%
Costa		
Entre 30 y 50	31%	33%
Mayor a 50	0.17%	0.12%
Menor a 30	69%	67%
Antioquia		
Entre 30 y 50	22%	23%
Mayor a 50	0.81%	0.56%
Menor a 30	77%	76%
Santanderes y Boyacá		
Entre 30 y 50	15%	20%
Mayor a 50	0.54%	0.34%
Menor a 30	85%	80%

Así mismo, 338 se retiraron. El 51.47% son hombres. De estos el 29.88% son de la región de Antioquia, 9.19% de la Costa, 32.18% de la región Centro, 17.8% del Suroccidente del país y 10.91% de los Santanderes y Boyacá. En cuanto a las mujeres, que representan el 48.52%, 39.02% son de la región de Antioquia, 4.26% de la Costa, 29.87% de la región Centro, 17.67% del Suroccidente y 9.15% de Santanderes y Boyacá.



LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	Por el desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores. Págs. 49 - 54
Relaciones laborales		
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Respeto por los derechos humanos y la diversidad. Pág. 55
LA5	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	Respaldo ante el cambio. Pág. 58 En la actualidad no existe un periodo mínimo de preaviso para cambios organizacionales. Es práctica común y sucede en todos los casos, que se informa al sindicato antes de que los cambios sucedan; en caso de generarse impactos negativos en los colaboradores las acciones realizadas son concertadas conjuntamente.
Salud y seguridad ocupacional		
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	La seguridad es primero. Págs. 56 - 57 El 100% de los trabajadores está representado en el COPASO.
LA7	Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y género.	La seguridad es primero. Págs. 56 - 57
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	La seguridad es primero. Págs. 56 - 57
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Se reporta en esta tabla. Los asuntos de salud y seguridad cubiertos por la convención colectiva son: auxilios monetarios al momento de parto, en caso de nacimiento de un hijo(a), auxilio monetario cuando se han formulado anteojos por la EPS o por entidades aprobadas y reconocidas, compensación monetaria en caso de incapacidad por enfermedad general mientras no sea reconocida por la EPS y hasta por 6 meses, compensación monetaria del 100% del salario en los primeros tres días de incapacidad, provenientes de enfermedad común si no lo paga la EPS, Servicios farmacéuticos y de primeros auxilios correspondientes a la instalación y dotación de botiquines en almacenes y bodegas de acuerdo con la recomendación y/o asesoría de la ARP
Entrenamiento y educación		
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado y género.	Por el desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores. Págs. 49 - 54
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua, que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que los apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Por el desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores. Págs. 49 - 54
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Por el desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores. Págs. 49 - 54



Diversidad e igualdad de oportunidades	
LA13 Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Órganos de gobierno corporativo. Pág. 17 - 20
LA14 Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional discriminado por locaciones geográficas de operación significativa de la empresa.	Así somos en el Grupo Éxito. Pág. 45
LA15 Índice de retención y de retorno de personal femenino después de licencia de maternidad. GRI 3.1.	1836 personas tuvieron licencia de maternidad/paternidad. Índice de retorno 100%
Derechos humanos	
Prácticas de inversión y abastecimiento	
HR1 Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos, que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55 Prácticas sostenibles. Pág. 68 En los acuerdos de inversión que involucran adquisiciones, el proceso de due diligence incluye evaluación de asuntos laborales como el trabajo infantil y la seguridad social.
HR2 Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas, que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	Prácticas sostenibles. Pág. 68
HR3 Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55
No discriminación	
HR4 Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55 El monitoreo se hace a través del Comité de Convivencia. No se reportaron incidentes de discriminación durante el periodo de reporte. Los mecanismos de monitoreo se describen en el Capítulo Empleador responsable. Durante el periodo no se reportaron incidentes de discriminación.
Libertad de asociación y negociación colectiva	
HR5 Actividades de la compañía o de proveedores en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55 Contamos con la política de calidad y la de gestión, selección y monitoreo de proveedores, donde se incluyen temáticas de Derechos Humanos, estándares sociales y ambientales. La correcta gestión del desempeño de nuestros proveedores, asegura una relación sostenible a largo plazo. El Grupo ya ha definido un proceso para el monitoreo de este asunto el cual se aplica a los proveedores de importados ITRS. Adicionalmente la auditoría de productos marca propia se evalúan asuntos de responsabilidad social y gestión ambiental. Hasta el momento no se ha identificado la existencia del riesgo por lo que tampoco ha sido necesario tomar medidas al respecto.
Trabajo infantil	
HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55 Prácticas sostenibles. Pág. 68



Trabajo forzoso		
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55 Prácticas sostenibles. Pág. 68
Prácticas de seguridad		
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o los procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	Por el desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores. Págs. 49 - 54
Derechos de los indígenas		
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Reportado en esta tabla. No se reportan incidentes relacionados con violaciones de Derechos Indígenas.
HR10	Porcentaje o número total de operaciones que han sido objeto de revisión y/o impacto en materia de derechos humanos (Core de GRI 3.1).	Se reportan en esta tabla. El Grupo Éxito cumple a cabalidad con la legislación; adicionalmente los lineamientos organizacionales descritos en las políticas, códigos, protocolos y manuales, son lineamientos que van más allá de la legislación. Por tales motivos no se ha considerado necesario, hasta el momento, realizar una evaluación de impactos en derechos humanos. En 2012 se construyó la nueva política de sostenibilidad, que incluye temas de DDHH y está en proceso de validación por parte de la junta directiva.
HR11	Número total de quejas relacionadas con temáticas de derechos humanos abordadas y resueltas por medio de mecanismos formales (Core de GRI 3.1).	En 2012 no se presentaron quejas relacionadas con derechos humanos.
Sociedad		
Comunidad		
SO1	Porcentaje de operaciones de la empresa que ha involucrado a la comunidad local, ha realizado análisis de impactos y programas de desarrollo.	Ciudadano corporativo que cumple con sus responsabilidades. Pág. 38 Cuando el Grupo abre una operación en una zona nueva, se realizan diálogos con la comunidad, diálogos con las autoridades y se buscan instituciones que la Fundación pueda ayudar. En los proyectos de escala mayor como el de Viva Laureles, se hace un involucramiento y diálogo con la comunidad con el propósito de recibir sus comentarios y mantenerlos informados sobre el avance del proyecto.
Corrupción		
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	El Año de la transparencia. Págs. 23 - 24 Se evalúa el 100% de las operaciones del Grupo.
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y los procedimientos anticorrupción de la organización.	El Año de la transparencia. Págs. 23 - 24
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Nos adelantamos a los posibles riesgos.
Políticas públicas		
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de <i>lobbying</i> .	Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27
SO6	Valor total de los aportes financieros y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Se reporta en esta tabla. En 2012 no se realizaron donaciones a partidos políticos



Comportamiento de competencia desleal		
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Se reporta en esta tabla. No se presentan acciones de este tipo durante el periodo de reporte
Cumplimiento		
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Reconocemos los errores. Pág. 39
SO9	Operaciones con potencial significativo de impacto negativo o impacto negativo reconocido en comunidades locales (Core GRI 3.1).	Reconocemos los errores. Pág. 39
SO10	Medidas implementadas en las operaciones de prevención y mitigación de impactos negativos potenciales o reconocidos en las comunidades locales (Core GRI 3.1).	Reconocemos los errores. Pág. 39
Responsabilidad sobre producto		
Seguridad y salud del consumidor		
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en los que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a estos procedimientos de evaluación.	Velamos por la seguridad de nuestros clientes. Pág. 81
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Reconocemos los errores. Pág. 39
Etiquetado de productos y servicios		
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a estos requerimientos informativos.	Comerciante responsable con nuestros clientes. Este pilar incluye los siguientes temas. Pág. 72 El Grupo Éxito y sus proveedores cumplen con la legislación nacional de etiquetado.
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Reconocemos los errores. Pág. 39
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	Calificación de servicio. Pág. 77
Comunicaciones de marketing		
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing , incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	Se reporta en esta tabla. Las actividades de marketing se realizan en el marco de la legislación del país. En la actualidad el Grupo no se ha adherido a iniciativas voluntarias que abarquen este asunto.
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing , incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Reconocemos los errores. Pág. 39
Privacidad del cliente		
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Velamos por la seguridad de nuestros clientes. Pág. 81 No se presentaron reclamaciones.
PR9	Costo de aquellas multas significativas, fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Reconocemos los errores. Pág. 39



Índice principios Pacto Global y COP advanced

Principio Pacto Global	Referencia/comentario
Principio 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.	Empleador responsable. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 41 Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55
Principio 2. Las empresas deben asegurarse de que no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.	Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55 En nuestra relación con proveedores, compartimos con ellos temáticas de Derechos Humanos, estándares sociales y ambientales. La correcta gestión del desempeño de nuestros proveedores asegura una relación sostenible a largo plazo. El Grupo ya ha definido un proceso para el monitoreo de este asunto el cual se aplica a los proveedores de importados ITRS.
Principio 3. Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	Respeto por los derechos humanos y la diversidad. Pág. 55
Principio 4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55 Prácticas sostenibles. Pág. 68
Principio 5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55 Prácticas sostenibles. Pág. 68
Principio 6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.	Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55 El monitoreo se hace a través del Comité de convivencia. No se reportaron incidentes de discriminación durante el periodo. Los mecanismos de monitoreo se describen en el capítulo empleador responsable.
Principio 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	Dimensión ambiental. Págs. 84 - 97
Principio 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	Dimensión ambiental. Págs. 84 - 97
Principio 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Págs. 94 - 97 Gastos e inversiones ambientales. Pág. 86
Principio 10. Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.	El año de la transparencia. Págs. 23 - 24 Nos adelantamos a los posibles riesgos.



Requisitos COP ADVANCED (Comunicación de progreso avanzado)

Referencia/comentario

ESTRATEGIA, GOBERNANZA Y COMPROMISO

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

Mejores prácticas cumplidas

Impacto de las tendencias de sostenibilidad más amplio, desde la perspectivas a largo plazo y el rendimiento financiero de la organización.	Carta del máximo responsable. Pág.4 Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad. Págs. 21 - 22
Los principales riesgos y oportunidades de sostenibilidad en el corto y mediano plazo (3-5 años).	Carta del máximo responsable. Pág.4 Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad. Págs. 21 - 22
Impacto social y ambiental de las actividades de la organización · Estrategia global para manejar los impactos de sostenibilidad, riesgos y oportunidades en el corto y mediano plazo (3-5 años).	Carta del máximo responsable. Pág.4 Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad. Págs. 21 - 22
Indicadores clave de desempeño para medir el progreso.	Estamos alineados con indicadores de desempeño GRI y propios de nuestra Organización.
Los principales éxitos y fracasos durante el período.	A lo largo de la Memoria de Sostenibilidad, presentamos los avances positivos, las metas que cumplimos, y las que no. Adicionalmente, mencionamos oportunidades de mejora.

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

Mejores prácticas cumplidas

Participación y rendición de cuentas de la gestión de los Directivos en la estrategia de sostenibilidad corporativa y su implementación alineada con principios del Pacto Mundial.	Carta del máximo responsable. Pág. 4 Gonzalo Restrepo López: 22 años de logros. Pág. 6
Estructura de gobierno corporativo (Junta Directiva o equivalente) y su papel en la supervisión de la ejecución de sostenibilidad corporativa en línea con los principios del Pacto Mundial.	Perfil Corporativo. Órganos de Gobierno Corporativo. Págs. 17 - 20
Estructuras de evaluación e incentivo ejecutivo, que promueven la estrategia de sostenibilidad en línea con los principios del Pacto Mundial.	Perfil Corporativo. Órganos de Gobierno Corporativo. Págs. 17 - 20



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

Mejores prácticas cumplidas

Lista de grupos de interés comprometidos por la empresa.	Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27
Proceso para la identificación e involucramiento de los grupos de interés.	Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27
Resultados del involucramiento de los grupos de interés.	Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27
Proceso de incorporación de aportes de los grupos de interés en la estrategia corporativa y la toma de decisiones empresariales.	Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27

OBJETIVOS Y TEMAS DE LA ONU

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

Mejores prácticas cumplidas

Adopción o modificación de la estrategia de negocio y procedimientos operativos para maximizar la contribución a los objetivos y temas de las Naciones Unidas.	
Desarrollo de productos, servicios y modelos de negocios que contribuyan a los objetivos y temas de las Naciones Unidas.	
Inversiones sociales y contribuciones filantrópicas que coinciden con las competencias básicas de la organización, el contexto de operación y estrategia de sostenibilidad.	Actor local solidario. Págs. 30 - 37
Apoyo público sobre la importancia de uno o más objetivos de la ONU y las cuestiones.	Actor local solidario. Págs. 30 - 37
Proyectos de colaboración y acciones colectivas en apoyo de los objetivos y temas de las Naciones Unidas.	Actor local solidario. Págs. 30 - 37



IMPLEMENTACIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS

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

Mejores prácticas cumplidas

Referencia a los convenios internacionales pertinentes y otros instrumentos internacionales (por ejemplo, la Declaración Universal de los Derechos Humanos).	Nuestra Memoria de Sostenibilidad destaca la protección de los Derechos Humanos de manera transversal, tanto en decisiones de inversión y políticas y programas para nuestros colaboradores.
Reflexión sobre la importancia de los Derechos Humanos para la empresa.	Carta del máximo responsable. Pág. 4 Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55 Prácticas sostenibles. Pág. 68
Política empresarial sobre los Derechos Humanos, por escrito(por ejemplo, en el código de conducta.	Nuestro Código de ética y conducta está alineado con los derechos humanos, identificando temas fundamentales como la no discriminación dentro de nuestras operaciones.
Declaratoria pública sobre las expectativas de cumplimiento de los Derechos Humanos de los colaboradores, socios comerciales o actores implicados directamente en las operaciones, productos o servicios.	Este año, hemos compartido con nuestros públicos de interés nuestro compromiso con la adhesión al Pacto Global. Esto incluye, que en distintas comunicaciones, como la Memoria de Sostenibilidad, los medios internos, y el sitio web, hemos manifestado la importancia y nuestras expectativas de cumplimiento con los principios del Pacto Global.
Declaratoria pública disponible y comunicada para todo el personal externo e interno, socios comerciales y otros actores relevantes.	Este año, hemos compartido con nuestros públicos de interés nuestro compromiso con la adhesión al Pacto Global. Esto incluye, que en distintas comunicaciones, como la Memoria de Sostenibilidad, los medios internos, y el sitio web, hemos manifestado la importancia y nuestras expectativas de cumplimiento con los principios del Pacto Global.

CRITERIO 6: La COP describe los sistemas de gestión eficaces para integrar los principios de Derechos Humanos.

Mejores prácticas cumplidas

Mecanismos de debida diligencia actualmente implementados que incluyen una evaluación de riesgos de impacto actual o potencial en materia de Derechos Humanos.	
Sensibilización y capacitación interna sobre Derechos Humanos para la gestión y los empleados.	Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55
Mecanismos de reclamo, canales de comunicación y otros procedimientos (por ejemplo, mecanismo de denunciantes) para informar inquietudes o solicitar asesoramiento.	Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27 Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55 El año de la transparencia. Págs. 23 - 24 Este año lanzamos dos mecanismos, que permiten hacer denuncias en estos temas. Para empleados el Comité de convivencia y para proveedores y colaboradores, la Línea de transparencia.



Asignación de responsabilidades y rendición de cuentas para dar respuesta a los impactos de Derechos Humanos.

Contamos con un Comité de ética responsable por la evaluación de todos los casos que sean considerados como violaciones a nuestro Código de ética y conducta

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

Procesos para proveer o cooperar en la remediación de impactos negativos en materia de Derechos humanos que han sido causa de la empresa, o en los que la empresa ha colaborado.

CRITERIO 7: La COP describen mecanismos eficaces de seguimiento y evaluación de integración de los Derechos Humanos.

Mejores prácticas cumplidas

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

Aliado de confianza. Págs. 61 - 69

Monitoreo que incluye retro-alimentación externa e interna, incluyendo los grupos de interés afectados.

Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27

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

Procesos para gestionar incidentes.

Respeto por los derechos humanos y la diversidad. Pág. 55

CRITERIO 8: El COP describe resultados clave de la integración de los Derechos Humanos.

Mejores prácticas cumplidas

Resultados de procesos de debida diligencia.

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

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

Prácticas sostenibles. Pág. 68



Divulgación de los principales incidentes que involucren a la empresa.

Resultado de procesos de remediación de impactos negativos en Derechos Humanos.

IMPLEMENTACIÓN DE LOS PRINCIPIOS LABORALES

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

Mejores prácticas cumplidas

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

Respeto por los derechos humanos y la diversidad. Pág. 55
Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad. Págs. 21 - 22

Reflexión sobre la importancia de los Principios Laborales para la empresa.

Perfil corporativo. Págs. 7 - 27
Carta del máximo responsable. Pág. 4
Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad. Págs. 21 - 22

Política empresarial sobre los Principios Laborales, por escrito (por ejemplo, en el código de conducta).

Contamos con un Código de ética y conducta que es el marco para nuestros principios laborales.

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

Prácticas sostenibles. Pág. 68

Compromisos y metas concretas para los años especificados.

Prácticas sostenibles. Pág. 68

CRITERIO 10: La COP describe los sistemas de gestión eficaces para integrar los Principios Laborales.

Mejores prácticas cumplidas

Evaluación de riesgo e impacto en el área Laboral.

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

Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27
Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55



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

Empleador responsable. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 41
Por el desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores. Pág. 49
Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55

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

Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27
Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55

CRITERIO 11: La COP describe mecanismos eficaces de seguimiento y evaluación de integración de los Principios Laborales.

Mejores prácticas cumplidas

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

Empleador responsable. En este pilar se incluyen los siguientes temas. Pág. 41
En desempeño. Pág. 53

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

Prácticas sostenibles. Pág. 68

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

Vicepresidencia de Recursos Humanos a cargo del señor Juan Felipe Montoya Calle.

Procesos para gestionar incidentes.

CRITERIO 12: La COP describe los resultados clave de la integración de los Principios Laborales.

Mejores prácticas cumplidas

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

Respeto por los derechos y la diversidad. Pág. 55

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

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



Resultados de la debida diligencia y esfuerzos de seguimiento para eliminar la discriminación.	Nuestro informe destaca el hecho que como parte de nuestra debida diligencia a través de las políticas y los programas para eliminar la discriminación, este año no hemos recibido ninguna queja o reclamado alineada con la violación de este principio.
Divulgación de los principales incidentes que involucren a la empresa.	

IMPLEMENTACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN AMBIENTAL

CRITERIO 13: La COP describe compromisos firmes, estrategias o políticas en el área de administración ambiental.

Mejores prácticas cumplidas

Referencia a los convenios internacionales pertinentes y otros instrumentos internacionales (por ejemplo, la Declaración de Río sobre el ambiente y el desarrollo).	
Reflexión sobre la importancia del manejo ambiental para la empresa.	Perfil corporativo. Págs. 7 - 27 Carta del máximo responsable. Pág. 4 Así vivimos y fortalecemos la sostenibilidad. Págs. 21 - 22 Nos interesa el medio ambiente. Pág. 86
Política empresarial sobre la administración ambiental, por escrito.	Reducción del impacto ambiental de nuestras operaciones. Este pilar incluye los siguientes temas. Pág. 85 La Política ambiental se encuentra publicada en el sitio web www.grupoexitocom.co
Inclusión de estándares ambientales mínimos en contratos con proveedores u otros socios comerciales.	
Compromisos y metas concretas para los años especificados.	Hemos reportado nuestros resultados y hemos establecido retos y metas para la gestión sostenible de nuestro impacto en el ambiente en el futuro. Metas para el 2013. Pág. 98

CRITERIO 14: La COP describe los sistemas de gestión eficaces para integrar los Principios Ambientales.

Mejores prácticas cumplidas

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



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

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

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

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

El departamento de Gestión ambiental, adscrito a la Vicepresidencia de Recursos Humanos, centraliza la información ambiental y realiza acompañamiento técnico a todas las dependencias de la Compañía. La rendición de cuentas de los asuntos ambientales se hace también desde esta área.

El departamento de Gestión ambiental realiza permanentemente capacitaciones en distintos temas. Por el desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores. Pág. 50

Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27

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

Mejores prácticas cumplidas

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

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

Procesos para gestionar incidentes.

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

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

En el área ambiental contamos con planes de acción para gestionar incidentes.

Calidad e inocuidad de productos. Pág. 82

CRITERIO 16: La COP describe los resultados clave de la integración de los Principios Ambientales.

Mejores prácticas cumplidas

Indicadores de uso de materiales y energía.

Uso racional de nuestros recursos e insumos. Págs. 90 - 91
Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Págs. 94 - 97



Indicadores de emisiones, efluentes y desechos.

Medir, mitigar y compensar la huella de carbono. Págs. 94 - 97

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

Dimensión ambiental. Págs. 84 - 97

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

Divulgación de los principales incidentes que involucren a la empresa.

Reconocemos los errores. Pág. 39

IMPLEMENTACIÓN DE MEDIDAS ANTICORRUPCIÓN

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

Mejores prácticas cumplidas

Declaratoria formal y pública sobre cero tolerancia ante la corrupción.

El año de la transparencia. Págs. 23 - 24

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

El año de la transparencia. Págs. 23 - 24

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

Evaluación de riesgo de áreas potenciales de corrupción.

El año de la transparencia. Págs. 23 - 24
Nos adelantamos a los posibles riesgos. Pág. 39

Políticas detalladas para áreas de alto riesgo de corrupción.

El año de la transparencia. Págs. 23 - 24
Nos adelantamos a los posibles riesgos. Pág. 39

Política anticorrupción relacionada con los socios comerciales.

El año de la transparencia. Págs. 23 - 24



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

Mejores prácticas cumplidas

Apoyo del liderazgo organizacional a la anticorrupción.	El año de la transparencia. Págs. 23 - 24 Carta del máximo responsable. Pág. 4
Procedimientos de Recursos Humanos en apoyo al compromiso o política de anticorrupción, incluyendo comunicaciones y entrenamientos para los colaboradores.	El año de la transparencia. Págs. 23 - 24 Carta del máximo responsable. Pág.4 Por el desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores. Pág. 50
Relaciones de poder internas para asegurar la consistencia del compromiso anticorrupción.	El año de la transparencia. Págs. 23 - 24 Perfil corporativo. Organos de gobierno corporativo. Págs. 17 - 18
Acciones tomadas para promover la implementación de compromisos anticorrupción en los socios comerciales.	El año de la transparencia. Págs. 23 - 24
Gestión del compromiso y rendición de cuentas para la implementación del compromiso o política anticorrupción.	El año de la transparencia. Págs. 23 - 24
Comunicaciones o canales y mecanismos de seguimientos para reportar preocupaciones o buscar orientación.	El año de la transparencia. Págs. 23 - 24 Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27
Contabilidad interna y procesos de auditoría relacionados con la anticorrupción.	El año de la transparencia. Págs. 23 - 24

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

Mejores prácticas cumplidas

Revisión, por parte de la dirección, del monitoreo y de las mejoras de los resultados.	El año de la transparencia. Págs. 23 - 24
Proceso para hacer frente a incidentes.	



Casos públicos-legales concernientes a corrupción.

Uso de verificación externa para los programas anticorrupción.

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

Mejores prácticas cumplidas

Resultados de evaluaciones de potenciales áreas de corrupción, cuando sea apropiado.	El año de la transparencia. Págs. 23 - 24 Nos adelantamos a los posibles riesgos. Pág. 39
Resultados de mecanismos de reporte de preocupaciones y solicitudes de orientación.	El año de la transparencia. Págs. 23 - 24
Indicadores de procedimientos de recursos humanos que apoyen la política o compromiso anticorrupción.	El año de la transparencia. Págs. 23 - 24
Divulgación de los principales incidentes que involucren a la empresa.	

IMPLEMENTACIÓN EN LA CADENA DE VALOR

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

Mejores prácticas cumplidas

Análisis del riesgo de sostenibilidad, oportunidad e impacto en la cadena de valor, en el proceso de abastecimiento y en la comercialización.	Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27 Prácticas sostenibles. Pág. 68
Política para la cadena de valor, incluyendo políticas para proveedores y contratistas.	Prácticas sostenibles. Pág. 68



Comunicación de las políticas y expectativas de los proveedores y otros socios comerciales.

Comunicación responsable con nuestros públicos de interés. Págs. 24 - 27

Mecanismos de monitoreo y verificación para el cumplimiento en la cadena de valor.

Calidad e inocuidad de productos. Pág. 82

Entrenamientos y otro tipo de construcción de capacidades con proveedores y otros socios comerciales.

Prácticas sostenibles. Pág. 68
Cercanos a quienes producen las marcas propias. Pág. 65

TRANSPARENCIA Y VERIFICACIÓN

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

Mejores prácticas cumplidas

Estructura legal, incluyendo la estructura de cualquier grupo y la propiedad.

Perfil corporativo. Este es el Grupo Éxito. Pág. 7
Perfil Corporativo. Organos de Gobierno Corporativo. Págs. 17 - 20

Países en los que opera, ya sea con operaciones significativas u operaciones específicamente relevantes para la sostenibilidad.

Perfil corporativo. Siempre cerca. Págs. 11-12

Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes / beneficiarios).

Perfil corporativo. Este es el Grupo Éxito. Pág. 7
Perfil corporativo. Siempre cerca. Págs. 11-12

Principales marcas, productos y/o servicios.

Perfil corporativo. Págs. 9 - 10

Valor económico directo e indirecto generado por varios grupos de interés (empleados, propietarios, gobierno, prestamistas, etc.).

Perfil corporativo. Pág. 8



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

Mejores prácticas cumplidas

La COP utiliza los lineamientos de informe de sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI).

Hemos alineado nuestro reporte a todos los indicadores **core** del GRI.

La COP califica para el nivel B o superior de los niveles de aplicación del GRI.

La COP incluye la comparación de indicadores clave de desempeño para los 2-3 años anteriores.

Hemos identificado las tendencias de los indicadores materiales.

La Junta Directiva, cuando sea adecuado, aprueba la COP y otras formas formales de reporte de sostenibilidad corporativa.

La información relevante de sostenibilidad de la COP es incluida dentro de los reportes y documentación financiera anual.

Sí

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

Mejores prácticas cumplidas

La precisión de la información en la COP es verificada respecto a un estándar de aseguramiento (ejemplo, AA1000 Assurance Standard, ISAE 3000).

La precisión de la información en la COP es verificada por un auditor independiente.

El contenido de la COP es verificada independientemente respecto a los contenidos del GRI (**GRI checked**).

Nuestro reporte ha sido enviado al GRI para verificación.

Revisión por pares (ejemplo, Red Local del Pacto Mundial).



