

## ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

### OBJETIVOS Y LOGROS

Al Grupo Éxito le mueve la esperanza, el optimismo y el deseo de ser parte de los sueños de millones de colombianos. La visión de un país de solidaridad, responsabilidad, transparencia y relaciones duraderas donde nos cuidamos unos a otros y cuidamos el planeta. Grupo Éxito contribuye al crecimiento y bienestar de Colombia. Por ello, la Organización declara su propósito superior: "Nutrir a Colombia con oportunidades". De esta manera, Grupo Éxito adopta la Sostenibilidad como su estrategia, permitiendo sus esfuerzos para mejorar armoniosamente sus estándares de gobernanza corporativa, económica, social y ambiental con una gestión eficiente de los recursos, proporcionando los requisitos actuales sin comprometer las necesidades futuras. Además, la Sostenibilidad está inmersa en las acciones centrales del negocio, porque la Compañía está convencida de que el desarrollo sostenible es el único desarrollo con creación de valor compartido y a largo plazo para todos los grupos de interés, eligiéndolo como un camino de mejora continua, celebrando los logros y aceptando los desafíos del futuro. Por ello, Grupo Éxito está abierto a reflexionar sobre las últimas y permanentes necesidades futuras, asumiendo compromisos para lograr mejoras que beneficien a todos los grupos de interés.

Nuestra estrategia ESG se centra en 6 pilares: protección del medio ambiente, comercio sostenible, nutrición infantil, igualdad de género, inclusión y diversidad, gobierno corporativo y fomento de estilos de vida más saludables.

### Análisis de materialidad

El análisis de materialidad presentado en 2022 es un proceso que nos permitió identificar los temas más relevantes e interesantes para la compañía relacionados con asuntos sociales, ambientales, económicos y de gobierno corporativo. [GRI 3-1] La medición y cuantificación de los temas materiales se realiza cada dos años, respondiendo así al cambio constante del entorno, las dinámicas del mercado, las expectativas de los grupos de interés, los estándares globales, las mega tendencias y las organizaciones evaluadoras de sostenibilidad, frente a asuntos que puedan influenciar la relación entre estos y la compañía.

Este año, en la compañía realizamos por primera vez el ejercicio bajo la metodología "Doble Materialidad", lo que nos permitió tener un mejor contexto sobre lo que los grupos de interés

consideran relevante. Este proceso nos permitió trazar horizontes de tiempo, para validar los asuntos que serán de gran importancia en el corto, mediano y largo plazo.

Los programas que ejecutamos en la compañía están alineados con la materialidad y los asuntos priorizados por los diferentes grupos de interés [GRI 2-29]. El proceso de medición lo realizamos desde la Dirección de Sostenibilidad. Para establecer la priorización de los temas estratégicos, tuvimos en cuenta estos cinco pasos:

1. **Identificación de temas:** Revisamos insumos externos, por medio de benchmarking: Mega tendencias, Objetivos de Desarrollo Sostenible, estándares e índices de sostenibilidad, entre otros. También, insumos internos como: Estrategia de Sostenibilidad de la compañía, políticas, riesgos corporativos, materialidad de la casa matriz, entre otros.
2. **Definición de los grupos de interés:** Desarrollamos un mapeo para elegir a los actores claves a consultar como representantes de los grupos de interés priorizados, de los cuales tuvimos en cuenta a los siguientes: Junta Directiva, Alta Dirección, colaboradores(as), clientes(as), proveedores(as), líderes de opinión y medios de comunicación, academias especializadas en sostenibilidad y líderes comunitarios.
3. **Diálogo con grupos de interés [GRI 102-21]:** Realizamos entrevistas y encuestas a más de mil personas, de los diferentes grupos de interés, para la identificación de sus temas más relevantes, a nivel de impacto financiero y en materia de Ambiental Social y Gobierno ASG. De esta forma, aplicamos la metodología de doble materialidad.

Interesado	Responsable de la relación	Mecanismos relacionales	Frecuencia	Temas de interés
<b>Accionistas e inversores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vicepresidencia de Finanzas</li> <li>• Vicepresidencia de Asuntos Corporativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Junta General de Accionistas</li> <li>• Informe integrado trimestral de resultados</li> <li>• Presentación trimestral de resultados</li> <li>• Publicación de información relevante</li> <li>• Convocatorias con analistas e inversores locales e internacionales</li> <li>• Reuniones con fondos de inversión y analistas</li> <li>• Web corporativa</li> <li>• Líneas telefónicas</li> <li>• Participación en conferencias virtuales sobre buenas prácticas en Mercado de Capitales y Gobierno Corporativo</li> </ul>	Permanente, anual y trimestral	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambio climático</li> <li>• Apoyo a la economía local y al crecimiento inclusivo</li> <li>• Atracción, retención y desarrollo, entorno geopolítico de la región</li> <li>• y derechos humanos</li> </ul>

<b>Proveedores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vicepresidencia Comercial y de Abastecimiento</li> <li>• Vicepresidencia de Servicios</li> <li>• Vicepresidencia de Asuntos Corporativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portal de proveedores</li> <li>• Tours a proveedores</li> <li>• Boletines trimestrales y circulares de revistas</li> <li>• Encuesta de Calidad de Servicio (QSA)</li> <li>• Concurso de proveedores para Éxito</li> <li>• Auditorías sociales</li> <li>• Reuniones de capacitación</li> <li>• Sitio web corporativo</li> </ul>	Mensualmente y según sea necesario	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar la economía local y el crecimiento inclusivo, la gestión de la cadena de suministro, el cambio climático, la atracción, retención y desarrollo de talento.</li> </ul>
<b>Medios de comunicación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vicepresidencia de Asuntos Corporativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contenidos informativos</li> <li>• Ruedas de prensa</li> <li>• Invitaciones a ferias, lanzamientos y eventos especiales</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Línea telefónica</li> <li>• Correos electrónicos</li> </ul>	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión del agua, cambio climático, economía circular - embalaje, derechos humanos</li> </ul>

<p><b>Colaboradores</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vicepresidencia de Recursos Humanos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación trimestral de resultados</li> <li>• Intranet, boletines, vallas publicitarias, correo electrónico, revistas y cuñas de radio.</li> <li>• Comisiones mixtas de salud ocupacional</li> <li>• Comisiones de convivencia</li> <li>• Encuesta de clima laboral</li> <li>• Encuesta de liderazgo</li> <li>• Procesos de negociación colectiva</li> <li>• Entrevista de jubilación</li> <li>• Línea ética</li> <li>• Encuestas sobre la capacidad adaptativa de la empresa</li> </ul>	<p>Permanente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambio climático, derechos humanos, estrategia de Fundación Éxito, gestión del agua, donación de alimentos.</li> </ul>
-----------------------------	---	--	-------------------	---

<b>Sociedad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vicepresidencia de Mercadeo</li> <li>• Vicepresidencia de Asuntos Corporativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes sociales</li> <li>• Sitios web de marcas y empresas</li> <li>• Participación en foros y congresos</li> <li>• Eventos y ferias masivas a través de canales digitales.</li> <li>• Línea ética</li> </ul>	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar la economía local y el crecimiento inclusivo, la diversidad y la inclusión e inclusión, la protección de la biodiversidad, el cuidado y la retención del talento</li> </ul>
<b>Clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vicepresidencia de Mercadeo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones Voz del cliente</li> <li>• Canales para hacer preguntas y presentar quejas y reclamaciones</li> <li>• Sistema renovado de medición de la satisfacción del cliente (NPS)</li> <li>• Líneas telefónicas y correos electrónicos de servicio al cliente de marca</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Sitios web de marca y empresa</li> </ul>	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Donación de alimentos, cambio climático, apoyo a la economía local y crecimiento inclusivo</li> </ul>

<b>Estado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vicepresidencia de Asuntos Corporativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicación de información pertinente</li> <li>• Informes de resultados</li> <li>• Informe integrado</li> <li>• Participación en reuniones encuentros gremiales</li> </ul>	Anual, según necesidad	
---------------	---	---	------------------------	--

Tabla 1. Cuestiones más relevantes de las partes interesadas

4. **Cruce y priorización:** Ponderamos la información recolectada en las etapas anteriores e hicimos una matriz de priorización, en la cual evaluamos, en el eje X, los temas relacionados con los impactos en sostenibilidad y, en el eje Y, los impactos a nivel financiero.
5. **Validación:** Con el fin de enfocar el sistema de gestión en temas estratégicos, presentamos la Matriz de Materialidad a la Alta Dirección y al Comité de Sostenibilidad de la Junta Directiva [GRI 2-14].

## Matriz de materialidad



Figura 1. Matriz de materialidad

### Temas estratégicos [GRI 3-2] [GRI 304-2]

Los temas que se presentan a continuación resaltan los enfoques que consideramos estratégicos y relevantes para seguir nutriendo oportunidades para Colombia.

- 1. Cambio climático:** Gestión de la huella de carbono y promoción de la movilidad sostenible en los diferentes frentes: logístico, colaboradores (as) y clientes (as).
- 2. Economía local y negocios inclusivos:** Promoción de compra local y directa (sin intermediación), favoreciendo a las comunidades productivas y poblaciones en territorios vulnerables o que han sido afectados por el conflicto en Colombia.
- 3. Economía circular y empaques:** Promoción de los diferentes principios de la economía circular, como la reducción, el rediseño, la reutilización, el reúso y el reciclaje, habilitando



programas de posconsumo, una correcta gestión de los residuos en las dependencias y el trabajo en el desarrollo del ecodiseño de los envases y empaques.

**4. Gestión del desperdicio de alimentos:** Desarrollo de programas para evitar el desperdicio de alimentos y promover su donación a bancos e instituciones autorizadas para su gestión.

**5. Protección de la biodiversidad:** Proteger la biodiversidad a través de la gestión estratégica que promueva cadenas de abastecimiento libres de deforestación y que trabajen en pro de la conservación.




























**6. Habilitar la estrategia de la Fundación Éxito:** Promover la inversión social y en pro de la generación de recurso para programas de nutrición infantil, asociados a la misión de la Fundación Éxito.

**7. Diversidad e inclusión:** Promover el respeto por los derechos humanos, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad en las instalaciones y los programas de empleabilidad incluyente, diversa y equitativa.



**8. Gestión de la cadena de abastecimiento:** Identificación de los aspectos sociales y ambientales de nuestra cadena de suministro y el desarrollo de proveedores que permitan el mutuo crecimiento y la generación de valor compartido.

Para la Compañía es de gran importancia resaltar los temas materiales de acuerdo con cada grupo de interés, ya que permite un mejor análisis para la toma de decisiones.


Grupo de interés	Temas materiales
Junta Directiva	<ul style="list-style-type: none"> <li> Cambio Climático</li> <li> Economía local y negocios inclusivos</li> <li> Diversidad e inclusión</li> <li> Economía circular – Empaques</li> <li> Gestionar el desperdicio de alimentos</li> </ul>
Directivos	<ul style="list-style-type: none"> <li> Economía local y negocios inclusivos</li> <li> Economía circular – Empaques</li> <li> Ciberseguridad y seguridad de los datos</li> <li> Cambio Climático</li> <li> Habilitar la estrategia de la Fundación Éxito</li> </ul>

Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> <li> Cambio Climático</li> <li> Gestionar el desperdicio de alimentos</li> <li> Economía circular - Empaques</li> <li> Protección de la biodiversidad</li> <li> Economía local y negocios inclusivos</li> </ul>
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li> Gestionar el desperdicio de alimentos</li> <li> Economía local y negocios inclusivos</li> <li> Cambio Climático</li> <li> Protección de la biodiversidad</li> <li> Gestión de la cadena de suministro</li> </ul>
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li> Economía circular - Empaques</li> <li> Economía local y negocios inclusivos</li> <li> Cambio Climático</li> <li> Atraer, retener y desarrollar el talento</li> <li> Gestionar el desperdicio de alimentos</li> </ul>
Academia	<ul style="list-style-type: none"> <li> Economía circular - Empaques</li> <li> Economía local y negocios inclusivos</li> <li> Gestionar el desperdicio de alimentos</li> <li> Protección de la biodiversidad</li> <li> Cambio Climático</li> </ul>
Medios de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li> Gestionar el desperdicio de alimentos</li> <li> Protección de la biodiversidad</li> <li> Cambio Climático</li> <li> Economía circular - Empaques</li> <li> Habilitar la estrategia de la Fundación Éxito</li> </ul>
Comunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li> Economía local y negocios inclusivos</li> <li> Gestionar el desperdicio de alimentos</li> <li> Desarrollar el trabajo con comunidades locales</li> <li> Habilitar la estrategia de la Fundación Éxito</li> <li> Diversidad e inclusión</li> </ul>

A continuación, presentamos cada uno de los pilares de la estrategia de sostenibilidad del Grupo Éxito con sus retos y logros para 2022, destacando los más importantes.

Pilar	Objetivo	Desafíos 2022	Logros 2022
Cero Desnutrición 	Trabajar para la erradicación de la desnutrición crónica infantil en Colombia para 2030.	Mantener la cobertura de niños atendidos en los programas de nutrición.	Cumplimiento en la cobertura de de 60.046 niños (as) beneficiados en 32 departamentos y 193 municipios del país.
		Implementar el modelo de relacionamiento con la comunidad beneficiaria	Construcción de nuestro modelo de comunicación y de relacionamiento con la comunidad beneficiaria y vecina de la Fundación Éxito
		Mantener fuentes de ingreso como Gólicas, reciclaje y campañas con proveedores(as) y fortalecer el recaudo digital.	Cumplimiento del presupuesto de Gólicas, reciclaje y de ingresos totales.
		Celebrar los 40 años de la Fundación Éxito	3 regalos entregados para el país, en La Guajira, Vaupés y Antioquia.
Comercio sostenible 	Generar relaciones de valor y confianza con aliados y proveedores promoviendo prácticas sostenibles y programas de apoyo que contribuyan a su crecimiento, compras locales y directas, y apoyo a sectores productivos y	Consolidar el modelo integral de trabajo con microempresarios desde su recepción hasta su comercialización, apoyándolos en su desarrollo y fortalecimiento, por medio de aliados estratégicos, de nuestro voluntariado corporativo y de nuestro modelo de desarrollo sostenible de proveedores.	Acercamiento a 93 nuevos(as) proveedores(as) locales.  Lanzamiento de la marca Paissana, para impulsar proyectos productivos provenientes de zonas afectadas por el conflicto armado en Colombia.  5 programas de desarrollo de proveedores(as) realizados.
		Mantener el 90% de las compras locales de marca propia y mantener la inversión directa.	Realizamos el 88.78% de nuestras compras localmente y el 86,31% directamente, favoreciendo a 943 proveedores nacionales.

Pilar	Objetivo	Desafíos 2022	Logros 2022
	poblaciones vulnerables.	Garantizar la georreferenciación para el 100% de proveedores nivel 1 de materias primas prioritarias de marca propia y blanca para el 2024.	229 proveedores de materias primas prioritarias de marca propia y blanca fueron georreferenciados.
			Realizamos la alianza Segundas Oportunidades + Johana Bahamón, para entregarle esperanza a la población pospenada del país.
Mi planeta 	Maximizar el impacto positivo en el medio ambiente y trabajar para reducir, mitigar y compensar los impactos negativos de la operación sobre el mismo, así como contribuir a la generación de conciencia ambiental entre los diferentes grupos de interés.	Nos planteamos nuevos retos en nuestra MEGA Ambiental Corporativa : nos comprometemos a reducir un 55% de nuestras emisiones de CO 2 (Alcance 1 y 2) para el 2025.	Con los resultados del 2022 logramos una reducción del 41,3% de nuestras emisiones vs 2015
		Generar una política de protección de bosques y biodiversidad.	Creamos la Política de Biodiversidad, ratificando nuestro compromiso con el medioambiente.
		Continuar fortaleciendo el modelo de ganadería sostenible	Publicamos en compañía del Icontec la Norma de Empresa Grupo Éxito, relacionada con el Modelo de Ganadería Sostenible.
		Para 2030, se utilizará el 30% de los materiales de envasado comercializados.	Fortalecimos el modelo SoyRE, cerca de mil ton recolectadas y 42 puntos de recolección en todo el país.
		Actualizar e implementar la guía de ecodiseño para envases y empaques.	
		Implementar el proyecto con UK Pact y WWF: metodología para identificar potenciales de conservación en fincas.	Firmamos el acuerdo de ganadería sostenible con UK PACT y WWF.
Monitorear satelitalmente al 100% de los proveedores de ganado en pie.	81.505 hectáreas fueron monitoreadas, de las cuales el 25% corresponden a cobertura boscosa.		

Pilar	Objetivo	Desafíos 2022	Logros 2022
		<p>Garantizar que el 100% de productos marca propia que contengan aceite de palma en su formulación tengan alguna certificación en RSPO, RainForest Alliance o ISCC.</p> <p>Ampliar el alcance de la medición de nuestra huella indirecta de carbono (alcance 3).</p>	<p>Se utilizaron 8.458 toneladas de aceite de palma con certificación RSPO para la formulación de productos de marca propia.</p> <p>Nuestra marca Viva se convirtió en pionera en el país en recibir la certificación Carbono Neutro, por parte de Icontec.</p> <p>Recertificamos los almacenes Carulla FreshMarket como Carbono Neutro.</p>
<p>Vida Sana</p> 	<p>Movilizar a clientes, empleados y proveedores hacia estilos de vida más saludables y equilibrados, a través de un portafolio de productos y servicios que les permitan generar estilos de vida saludables.</p>	<p>Posicionar Vida Sana en la comunicación de las marcas y exhibiciones en los puntos de venta.</p>	<p>Lanzamos las landings de Vida Sana, para la paginas de carulla.com y exito.com.</p>
		<p>Implementar el cambio de imagen y postura de Taeq en el marco de la Feria Vida Sana.</p>	<p>6,1 millones de clientes(as) compraron al menos una vez productos del portafolio Vida Sana, 6% más que en 2021.</p> <p>Fuimos parte del CGF Retail SUMMIT.</p>
			<p>Trabajamos en la reformulación de los productos marca propia.</p>
<p>El éxito del Grupo Éxito está en su gente</p>	<p>Ser atractivo, diverso e inclusivo, promoviendo la diversidad, la</p>	<p>Obtener el Sello de Oro Equipares.</p>	<p>Obtuvimos el Sello Oro Equipares.</p>
		<p>Avanzar en la construcción del Plan Vida Digna que beneficie a nuestros colaboradores.</p>	<p>Implementamos el plan Vida Digna para nuestros(as) colaboradores(as).</p>

Pilar	Objetivo	Desafíos 2022	Logros 2022
	inclusión y el diálogo social.		Invertimos más de COP 855 millones en nuestros(as) colaboradores(as).
			Formamos a más de 51.676 colaboradores(as). 96% de nuestros(as) colaboradores(as) manifestaron su compromiso con la compañía.
Somos Íntegros 	Generar confianza con los grupos de interés en el marco del desempeño integrado, bajo altos estándares de gobierno corporativo, ética, transparencia y respeto a los derechos humanos.	Implementar el modelo de análisis de comunidades en la totalidad de las dependencias de la compañía.	Implementamos el modelo de comunidades en las dependencias priorizadas, con programas como Pigmentos Urbanos, Embochincharte con Éxito, Terrazas Verdes, entre otros.
		Generar confianza con los grupos de interés. Auditar la cadena de abastecimiento marca propia en temas ambientales sociales y de calidad e inocuidad	Auditamos el 100% de los proveedores directos marca propia. 251 auditorías en el año
		Consolidar el modelo de reputación corporativa.	Seguimos estando entre los diez retailers de alimentos más sostenibles, según el CSA y el Sustainability Yearbook.
		Ejecutar acciones nacionales en el marco del relacionamiento con comunidades.	Evaluación externa del desempeño de la Junta Directiva y de sus comités.
			Split: reforma estatutaria a efectos de reducir el valor nominal de la acción de Éxito.  Filing ante la CVM: inicio de trámites para la inscripción en el mercado de valores de Brasil

Tabla 2. Temas estratégicos.