

Informe de sostenibilidad



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

***Este Informe Integrado está realizado utilizando como referencia la metodología GRI Global Reporting Initiative, para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del 2023.**

Declaraciones a futuro

Este informe contempla declaraciones a futuro referentes a los objetivos y planes de sostenibilidad de la compañía, abordando intenciones, expectativas, metas y convicciones. Dichas declaraciones, identificables por términos como "cree", "espera" y "anticipa", abarcan asuntos no históricos, incluyendo iniciativas medioambientales, sociales y de gobernanza ("ASG") detalladas en este informe.

La compañía advierte que estas afirmaciones a futuro conllevan riesgos e incertidumbres, y que los resultados reales podrían diferir de lo expresado en este informe debido a varios factores, incluida la capacidad de la empresa para cumplir sus objetivos ASG. A pesar de que las declaraciones están actualizadas hasta la fecha de este informe, la empresa no asume la obligación de actualizarlas o revisarlas en caso de nueva información o eventos futuros.

Cabe destacar que las afirmaciones prospectivas orales y escritas posteriores están sujeta a las advertencias previas mencionadas. La información presentada se centra en el desempeño y las iniciativas ASG para el ejercicio fiscal 2022, a menos que se indique lo contrario. La inclusión de información no debe interpretarse como una caracterización de la materialidad o el impacto financiero, y ciertos términos, como "materiales", se utilizan para resaltar dificultades o prioridades, sin confundirse con términos definidos en la legislación sobre valores o informes financieros.).



Análisis de doble materialidad



[GRI 3-1] El análisis de materialidad es un proceso fundamental que nos permite identificar los asuntos sociales, ambientales, económicos y de gobierno corporativo (ASG) más relevantes para nuestra compañía y sus grupos de interés. La medición y cuantificación de estos temas se lleva a cabo cada dos años, adaptándonos 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 calificadoras de sostenibilidad.

Este proceso nos ha permitido establecer horizontes temporales para validar los asuntos de gran importancia a corto, mediano y largo plazo. Todos los programas que implementamos en la empresa están alineados con los resultados emergentes del análisis de materialidad y los asuntos priorizados por los diferentes grupos de interés. [GRI 2-29].

Para el periodo 2022-2024, el análisis de materialidad se llevó a cabo considerando los riesgos corporativos, los riesgos de sostenibilidad y el cambio climático, utilizando la metodología de 'Doble Materialidad'. Esto nos ha proporcionado un contexto más integral sobre lo que los grupos de interés consideran relevante gestionar, tanto desde el impacto de nuestras operaciones, como desde el impacto financiero.

El análisis de doble materialidad se encuentra a cargo de la Dirección de Sostenibilidad [GRI 2-13].

Para establecer la priorización de los temas estratégicos, se tuvieron en cuenta los siguientes pasos:

Materialidad

Paso 1

Identificación de los temas

Examinamos insumos externos mediante benchmarking, considerando megatendencias, **Objetivos de Desarrollo Sostenible**, estándares e índices de sostenibilidad.

Además, evaluamos insumos internos, tales como la estrategia de sostenibilidad de la compañía, políticas, riesgos corporativos de sostenibilidad y, entre otros.

Paso 2

Definición de los grupos de interés

Hemos llevado a cabo un mapeo detallado para seleccionar a los actores clave a consultar, representando así a los grupos de interés prioritarios.

Entre ellos, consideramos a la Junta Directiva, la Alta Dirección, colaboradores, clientes, proveedores, líderes de opinión y medios de comunicación, así como academias especializadas en sostenibilidad y líderes comunitarios. [GRI2-29]

Paso 3

Diálogo con los grupos de interés

Condujimos entrevistas y encuestas a una muestra de más de mil 1000 personas pertenecientes a diversos grupos de interés. Este enfoque nos permitió identificar los temas más relevantes para ellos, tanto en términos de impacto financiero como en cuestiones ambientales, sociales y de gobierno corporativo (**ASG**).

Paso 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 temas de sostenibilidad y, en el eje Y, los impactos a nivel financiero.

Paso 5

Validación

Para orientar el sistema de gestión hacia temas estratégicos, compartimos la Matriz de Materialidad con la Alta Dirección y el Comité de Sostenibilidad de la Junta Directiva. [GRI2-14]



Como consecuencia de este proceso, presentamos los asuntos materiales que se perfilan como relevantes para la compañía durante el periodo 2022-2025. [GRI2-16][GRI3-2]

Materialidad Grupo Éxito

Temas estratégicos

Los temas expuestos a continuación evidencian los focos considerados como estratégicos y relevantes, para seguir nutriendo de oportunidades a Colombia.

1 Cambio climático

Gestionar la huella de carbono y promover la movilidad sostenible en los diferentes frentes: Logístico, colaboradores(as) y clientes (as).

2 Economía local y negocios inclusivos

Promover la compra local y directa (sin intermediación), favoreciendo a las comunidades productoras y a las poblaciones en terrenos vulnerables o que han sido afectados por el conflicto.

3 Economía circular y empaques

Promover los diferentes principios de la economía circular: reducción, rediseño, reúso y 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 Gestionar el desperdicio de alimentos

Desarrollar 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 estrategias que promuevan 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 recursos para programas de nutrición infantil, asociados a la misión de la Fundación Éxito.

7 Diversidad e inclusión

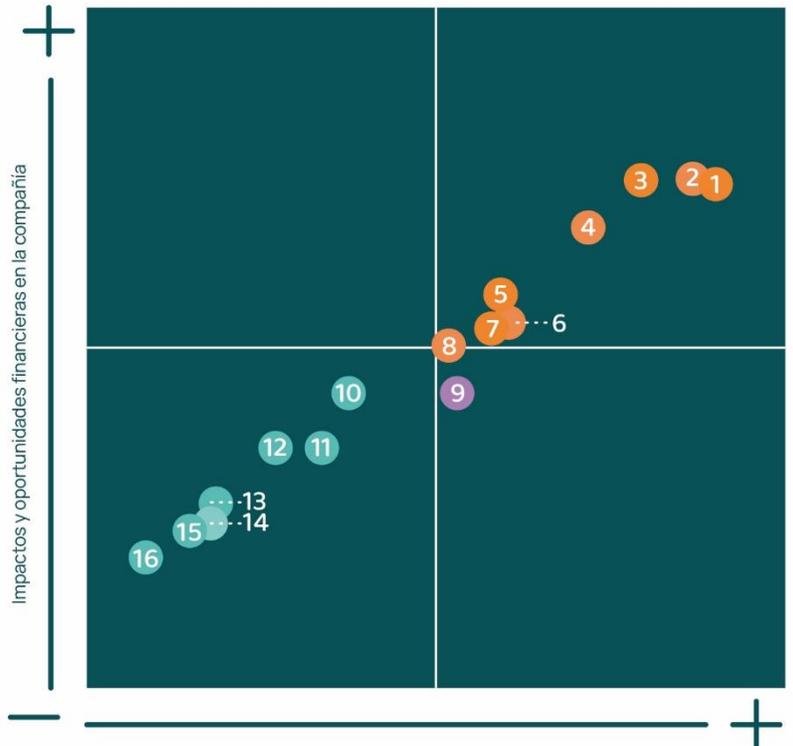
Promover el respeto por los derechos humanos, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad en las instalaciones y los programas de empleabilidad incluyente, diversa y equitativa.

8 Gestión de la cadena de abastecimiento

Identificar tanto los proveedores como los aspectos sociales y ambientales de nuestra cadena de suministro que permitan el mutuo crecimiento y la generación de valor compartido.

Temas relevantes

9 Derechos humanos



Impactos y oportunidades ambientales, sociales, económicas y de gobierno corporativo

Temas emergentes

- 10 Desarrollar el trabajo con comunidades.
- 11 Atraer, retener y desarrollar el talento.
- 12 Democratizar estilos de vida saludables.
- 13 Bienestar animal en la práctica productiva.
- 14 Contribuir a un desempeño económico sostenible/finanzas sostenibles.
- 15 Ciberseguridad y seguridad de los datos.
- 16 Salario digno.

Temas transversales

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

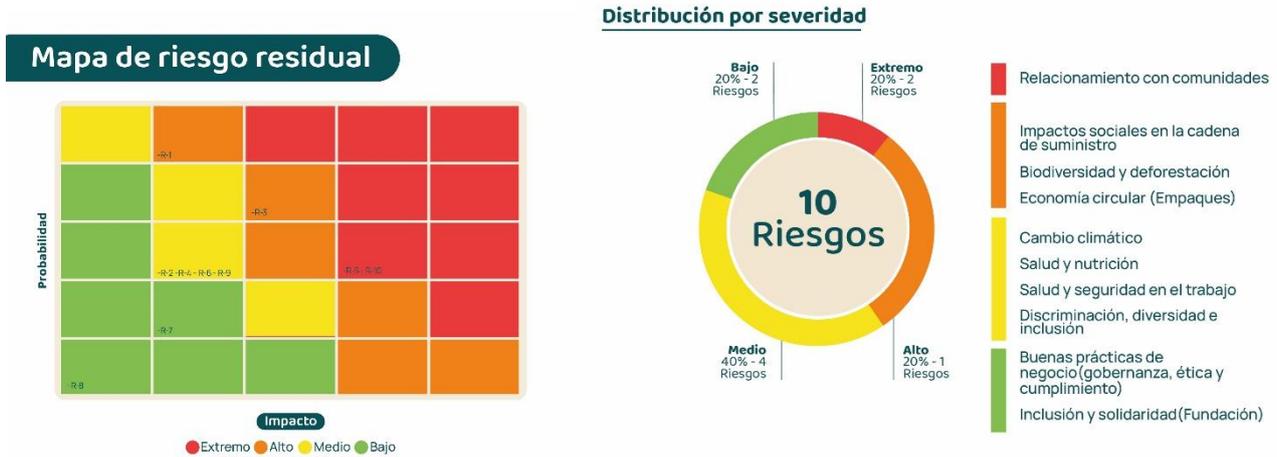
- Lograr buenas prácticas de gobierno corporativo y gestión de riesgo.
- Innovación.
- Educar al consumidor en temas relacionados a la Estrategia de Sostenibilidad.
- Gestionar la ética y el cumplimiento (habeas data).
- Transformación digital.
- Crear políticas públicas y alianzas que promuevan temáticas relacionadas con la Estrategia de Sostenibilidad.
- Gestionar la salud y seguridad en el trabajo.
- Comunicarse y relacionarse con los grupos de interés.

Riesgos de sostenibilidad

[GRI 2-12] [FB-FR-430a.3]

Los riesgos estratégicos clave vinculados a la sostenibilidad de la compañía fueron identificados por el equipo de Gestión Integral de Riesgos y la Dirección de Sostenibilidad. La metodología ISO 31000 fue aplicada en este proceso, contando con la validación posterior por parte del Comité de Junta de Sostenibilidad.

Esta evaluación se lleva a cabo de manera periódica, en tanto los riesgos identificados proporcionan una visión clara de la magnitud de los impactos potenciales en la compañía, permitiendo así establecer medidas de control y estrategias relacionadas con aspectos sociales, ambientales y económicos.



Relacionamiento con comunidades: riesgos asociados a percepciones erradas acerca del relacionamiento con las comunidades, que pueden afectar la confianza con las mismas y la operación de la compañía.

Impactos sociales en la cadena de suministro: riesgos de incumplimiento por parte de los proveedores en las regulaciones y compromisos asumidos por la compañía, con respecto a la protección de los derechos humanos y las libertades fundamentales. Este incumplimiento está asociado con: trabajo infantil, trabajo forzado, discriminación, privación de la libertad de asociación, el no pago del salario mínimo, deficiencias en materia de salud y seguridad en el trabajo, entre otros.

Biodiversidad y deforestación: riesgos de daño a la biodiversidad y/o riesgo de deforestación, ambos ligados a productos comercializados desde la marca propia que contienen aceite de palma comestible o productos cárnicos (res).

Economía circular (empaques): riesgos económicos y ambientales relacionados con la no reducción de empaques (ecodiseño y granel), la reutilización y el reciclaje de envases (especialmente de plástico).

En el 2023, continuamos trabajando en nuestro propósito superior **“Nutrimos de Oportunidades a Colombia”** con el lanzamiento de la ruta de las oportunidades, una apuesta por concientizar a nuestros grupos de interés para trabajar juntos hacia objetivos comunes, promoviendo la diversidad, la equidad y democratizando el comercio de productos y hábitos saludables que cuidan la vida de las personas.

A través de la Ruta de las Oportunidades, reafirmamos nuestro compromiso con la comunidad, impulsando un crecimiento inclusivo y sostenible que deja una huella positiva en Colombia y en la vida de cada colombiano(as).

Es por esto que seguimos orientando nuestra actuación a la luz de nuestro Propósito Superior y nuestra Política de Sostenibilidad, la cual está enmarcada en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, los lineamientos de Pacto Global y obedece a seis retos declarados por la compañía.



Conoce [aquí](#) nuestra política de sostenibilidad.

- 
Cero Desnutrición: trabajar por la erradicación de la desnutrición crónica infantil en Colombia para el año 2030.
- 
Comercio Sostenible: Generar relaciones de valor y confianza con los aliados y proveedores, a través de la promoción de prácticas sostenibles y programas de apoyo que contribuyen a su crecimiento, la compra local y directa y el apoyo a sectores productivos y poblaciones vulnerables.
- 
Mi Planeta: trabajamos para reducir, mitigar y compensar los impactos de nuestra operación en el planeta y para contribuir a la generación de consciencia ambiental en los diferentes grupos de interés.
- 
Vida Sana: movilizamos a colaboradores(as), clientes(as), proveedores(as), hacia estilos de vida más saludables y balanceados, a través de un portafolio de productos y servicios que les permitan tener una vida sana.
- 
El éxito de Grupo Éxito está en su gente: mejoramos la calidad de vida de nuestros(as) colaboradores(as), promoviendo la equidad de género, la diversidad, la inclusión y el diálogo social.
- 
Somos íntegros: construimos relaciones de confianza con nuestros grupos de interés en el marco de una actuación íntegra, bajo estándares de gobierno corporativo, de ética y transparencia, y respetando los derechos humanos y equidad de oportunidades.

Cero Desnutrición



A través de la Fundación Éxito, nutrimos de oportunidades a Colombia. Trabajamos en nuestra Mega social corporativa de tener al 2030, la primera generación con cero desnutrición crónica, en menores de 5 años.

Para ello nos enfocamos en:

- Generar y difundir conocimiento.
- Establecer recursos y alianzas.
- Comunicar y sensibilizar.
- Incidir en políticas públicas.
- Intervenir en la atención a la niñez.

72.567 niños(as)

fueron atendidos(as) en 32 departamentos y 220 municipios recibiendo una mejor nutrición en cuerpo y alma.

20,85 % más que en el 2022.

El 58,4% fueron atendidos

en programas de **nutrición infantil** y el 41,6% en programas complementarios.

[GRI 3-1].

280.000

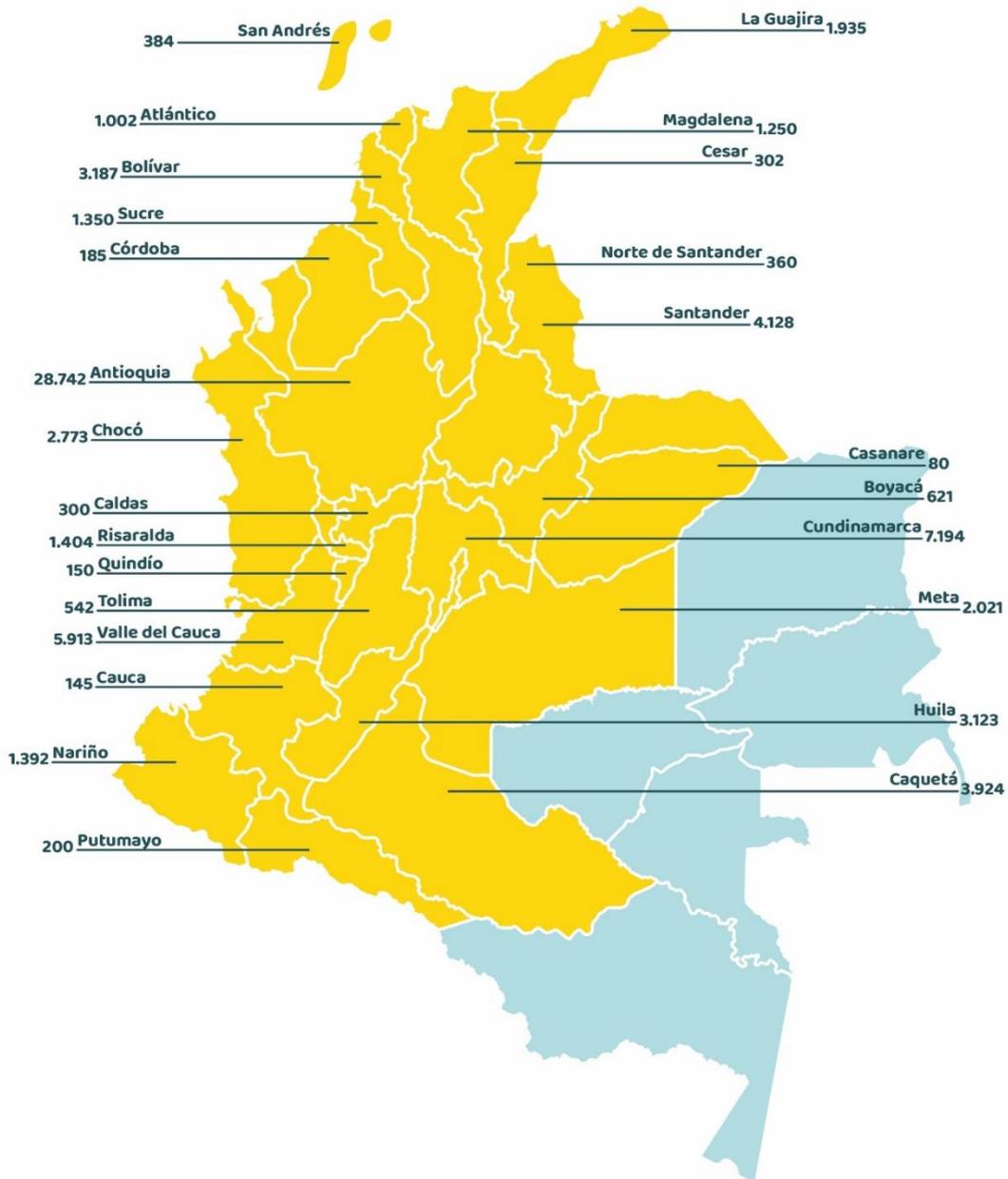
certificados de donación entregados.

Más de 70 mil niños(as) fueron beneficiados(as) en los diferentes departamentos de nuestro país

Los estudios revelan que un menor con desnutrición crónica, podría experimentar, en la edad adulta, una disminución de hasta 14 puntos en su coeficiente intelectual, cinco años menos de educación y un salario un 54% inferior.

40% de los municipios de Colombia reúnen las condiciones que generan desnutrición crónica, por lo que la población menor de cinco años de edad está en riesgo de padecer esta condición. (Lessa Horta, B., Victora 2016).

Mapa de niños(as) beneficiados(as)



Todos los(as) niños(as) tienen derecho a un desarrollo saludable

La desnutrición crónica, un flagelo que afecta el crecimiento físico, cognitivo y socioemocional, no debería ser una carga para ningún niño(a). Erradicar esta problemática implica otorgar a cada ser humano, desde sus primeros días, la oportunidad de explorar su potencial individual y contribuir al progreso tanto personal como nacional.

Por este noble propósito, la Fundación Éxito realiza anualmente un seguimiento y evaluación para comprender el impacto de sus intervenciones. Estos análisis aportan información valiosa sobre nuestras acciones y guían decisiones oportunas que se traducen directamente en el bienestar de las madres gestantes y en el desarrollo saludable de los niños que reciben apoyo.

Los primeros 1.000 días de la vida de un ser humano, esos que transcurren entre el tiempo de la gestación (270 días) y los dos primeros años (730 días), representan el punto de partida para la prevención de la desnutrición crónica.

“ Desde el embarazo mi hija presentaba desnutrición crónica, casi al cumplir un año por su bajo peso presentaba problemas de motricidad lo que le impedía sentarse o moverse. Gracias al apoyo y acompañamiento de la Fundación Éxito ella podrá caminar. ”

Ángela López, madre beneficiaria de la Fundación Éxito en la ciudad de Medellín.



Las Goticas son una de las fuentes de recaudo de la Fundación Éxito que permiten llevar los diferentes programas y proyectos nutricionales y de atención materno infantil por toda Colombia.

La Fundación Éxito lleva paquetes de alimentos a los diferentes departamentos del país para nutrir la vida de la niñez.

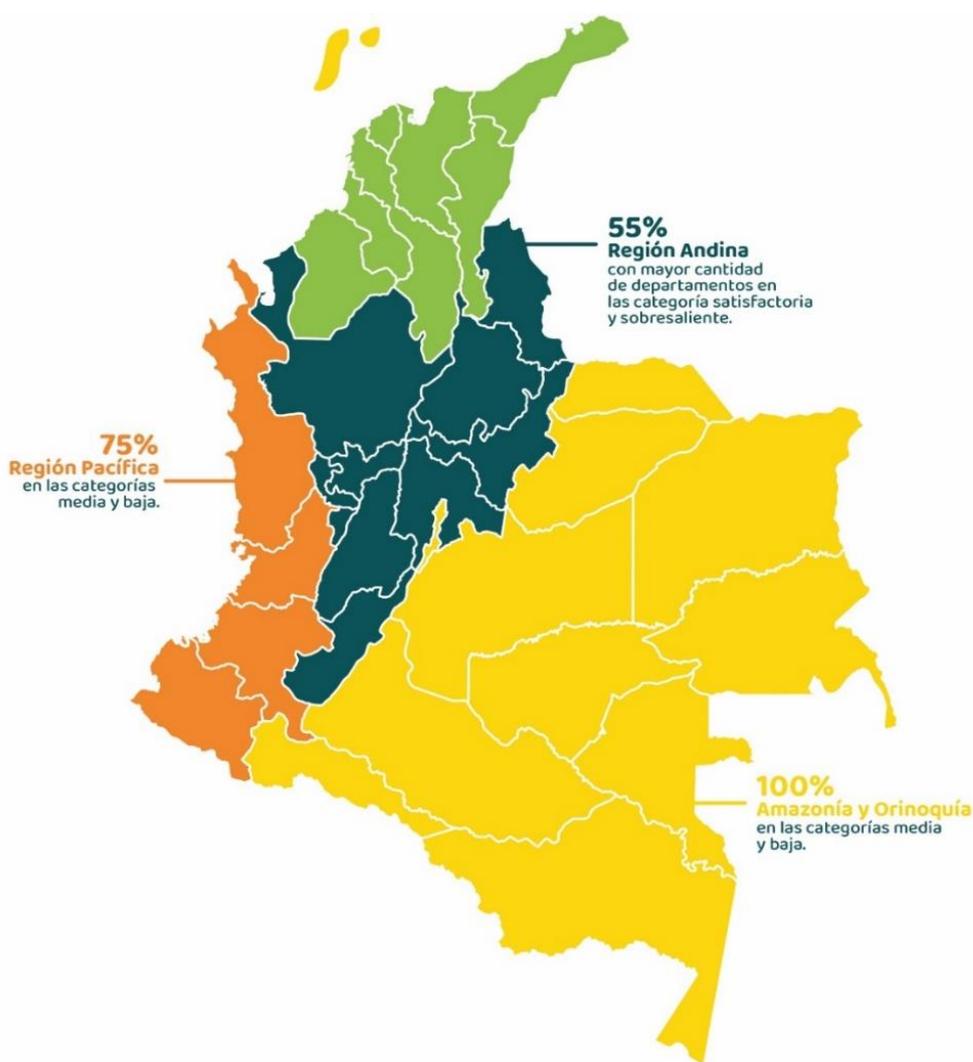


Conoce [aquí](#) la historia detrás de todo este gran propósito.

Uno de cada nueve niños(as) del país no está creciendo sano porque sufre de desnutrición crónica

En los resultados del Índice de Desnutrición Crónica de 2023, elaborado anualmente por la Fundación Éxito en Colombia y basado en información de fuentes oficiales, se analiza el comportamiento de la enfermedad entre los años 2015 y 2021. Este análisis abarca 14 variables determinantes en 1.120 municipios del país.

Cada variable se categorizó según el riesgo que enfrentan los(as) niños(as) en relación con la posibilidad de padecer desnutrición crónica, siendo las categorías: crítica, baja, media, satisfactoria y sobresaliente.



Los resultados indican que **945.875 niños(as) menores de 5 años** se encuentran en grave riesgo de padecer desnutrición crónica (que corresponde al **24,7%** de los(as) niños(as) del país).



Conoce [aquí](#) cómo está tu municipio según el Índice de Desnutrición Crónica 2023

Fundación Éxito promueve el óptimo aprovechamiento de alimentos y el acompañamiento periódico a las familias



En el público habían mamás y papás con niños (as) pequeños (as) que mes a mes han recibido un paquete, en su casa: adentro encuentran alimentos que les han permitido vivir los días con más tranquilidad y saber qué es salud.

Como parte del programa de comunidad, la Fundación Éxito exalta el compromiso de las familias para aprovechar los alimentos y premiar su sazón, a través de "Goticas de Sabor", un concurso gastronómico que incentiva a las madres beneficiarias de la Fundación Éxito para que presenten su mejor preparación de comida nutricional, con base en el paquete complementario de alimentos que les entrega cada mes, la Fundación Éxito.

Este evento se realizó en diferentes almacenes de las marcas del Grupo Éxito, en las ciudades de Barranquilla, Bogotá, Cali, Medellín, Pasto y Pereira. El evento atrajo a **1.490 familias, de las cuales 825 participaron con sus recetas**, y 10 de ellas fueron seleccionadas como finalistas del concurso.

“Es importante comprender las dinámicas sociales que dan origen a las inequidades en salud, entendiendo que estas son la expresión de un conjunto de factores socioeconómicos y culturales, sobre los cuales se deben fundamentar las intervenciones encaminadas a la erradicación de la desnutrición crónica, la prevención de la enfermedad y la promoción de la salud.”

Paula Escobar, directora de la Fundación Éxito.

20 años de Goticas: transformando vidas con sabor solidario

La Fundación Éxito entregó al Chocó un regalo que busca proteger la vida de gestantes y bebés

Las Goticas cumplieron 20 años nutriendo vidas y almas y por esto, la Fundación Éxito reconoció a quienes también trabajan por el bienestar de los(as) niños(as) del país.

Con la celebración de dos décadas de nutrición a la niñez, a través de las Goticas, la Fundación Éxito honró a quienes contribuyen al bienestar de los(as) niños(as) del país. Como parte de la celebración de **#20AñosDeGoticas**, se entregó un regalo a Asorediparchocó. Este gesto marca el compromiso de generar una ruta de oportunidades en los territorios y proteger la vida de la primera infancia más vulnerable del país.



“ Con la oportunidad y el apoyo de la Fundación dejamos de escuchar los latidos cardiacos del bebé con una campana de pinar, hoy gracias a este proceso podemos escuchar los latidos con doppler y tecnificar la labor de nuestros(as) parteras(as). ”

Ledy Manuela Mosquera, directora ejecutiva de la Fundación Semillas de Oportunidades

>>>

De la mano de la Fundación Éxito e institución Outtajiapulee . IPS Indígena del nivel primario de atención, afianzamos nuestra presencia en La Guajira para erradicar la desnutrición crónica.



Conoce [aquí](#) la entrega de elementos que la partería necesita.



Más de \$190.3 millones de inversión.



Más de 2.601 madres e hijo(as) beneficiados.



Más de 2.066 parteros y parteras.



36 kits de cero desnutrición con equipo médico esencial que combina medicina tradicional con la de occidente.

Reconocemos la labor de las personas comprometidas con disminuir la desnutrición crónica

En la **celebración del 20° Premio por la Nutrición Infantil**, se resaltó el esfuerzo y dedicación de diversas entidades, académicos, gobiernos, individuos, periodistas y familias que lideran la lucha contra la desnutrición crónica. En especial, reconocemos y destacamos la labor del medio de comunicación El Tiempo, el cual ha desplegado esfuerzos significativos para sensibilizar sobre la importancia de la nutrición infantil como piedra angular de la sociedad.

Hoy debemos, más que nunca, seguir garantizando que en la agenda pública el tema de la nutrición, el bajo peso y el hambre sean temas claves para garantizar el presente de nuestros niños, porque logrando esto estaremos construyendo un futuro de oportunidades e igualdad para ellos.

Gonzalo Restrepo presidente de la Junta Directiva de Fundación Éxito.



Conoce [aquí](#) las ideas que nacen, se cultivan y se convierten en soluciones que mejoran la nutrición infantil.



La temática central del Premio es la Desnutrición Crónica o Retraso en talla como una condición multicausal que altera el desarrollo físico y cognitivo de los niños y que perdura a lo largo de sus vidas.

Con la Fundación Éxito atendemos nuevas poblaciones

La Fundación Éxito reafirmó su compromiso con la nutrición infantil en el archipiélago de **San Andrés, Santa Catalina y Providencia**, a través de una inversión para el periodo 2023-2024 de \$116 millones de pesos, pero que se espera continuar con este proceso más allá de su culminación. Con la iniciativa Segundas Oportunidades, se llevó a cabo un proyecto de complementación alimentaria en articulación con Fundación Acción Interna, organización sin ánimo de lucro que busca dignificar y mejorar la calidad de vida de la población carcelaria. Esta iniciativa comenzó en el mes de octubre de 2023 y se extiende hasta septiembre de 2024.



100 familias beneficiadas con complementación alimentaria en el archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

Paquetes alimentarios entregados a **183.358 niños(as)** a nivel nacional.



Conoce [aquí](#) el apoyo a madres gestantes o niños de 0 a 2 años.

Nos inspira sembrar oportunidades



La Alcaldía Mayor de Bogotá y la Fundación Éxito entregaron la primera Terraza Verde en la localidad de Ciudad Bolívar en Bogotá.

Persistimos en nuestra **MEGA Social corporativa** de alcanzar la primera generación sin desnutrición crónica en Colombia en el año 2030, a través de la implementación de programas y proyectos que impactan positivamente las comunidades vulnerables.

A través de la Fundación Éxito se logró conectar con los proyectos de ciudad que generan desarrollo y contribuyan en la protección de la vida de niños(as), por medio del programa **Terrazas Verdes**, un proyecto productivo que convirtió las placas de cemento en invernaderos donde crecen vegetales mediante sistemas de producción agrícola hidropónica. Este proyecto, además, genera empleos para algunas madres cabeza de hogar, que pueden trabajar cuidando y gestionando los cultivos.

En 2023, el programa Terrazas Verdes llegó a **Bogotá**, a la localidad de Ciudad Bolívar y a la Comuna 20 Siloé en **Cali**, espacios donde la agricultura urbana y la generación de empleo se convierten en el impulso de emprendimientos locales y en un eslabón para la seguridad alimentaria de las comunidades.



Más de 150 metros cuadrados sembrados.



Más de 10 mujeres cabeza de hogar beneficiadas directamente.



Más de 24 familias beneficiadas indirectamente.



Estamos presentes en 3 ciudades, Bogotá, Cali y Medellín.

Una acción de amor para la movilización social



>>>

La lactancia materna salva más de 800 vidas de niños(as) anualmente en el mundo.

La lactancia materna es el acto de amor que más alimenta. La leche materna es el principal nutriente para el ser humano desde el inicio de la vida. Es natural, ecológica, de fácil acceso y transporte: es irremplazable. Por todo esto, la leche materna es el principal antídoto contra la desnutrición crónica.

Impulsada por la Gran Alianza por la Nutrición y liderada por la Fundación Éxito, se realizó, en Twitter, la séptima versión de la campaña **#Lactatón** con el fin de lograr que un mayor número de menores de 5 años puedan recibir la leche materna. El hashtag logró un alcance de más de 17 millones de personas. Este movimiento no solo generó un impacto digital significativo, sino que también se posicionó como el 23 tema de conversación en la red social, evidenciando la importancia y relevancia de promover la lactancia materna para el bienestar de la niñez colombiana.

Asimismo, y en colaboración con el Ministerio de Salud y Protección Social, la Fundación Éxito realizó el **IV Congreso Internacional de Lactancia Materna** en Bogotá y Barranquilla, donde se convocó a profesionales de la salud y hacedores de políticas públicas para resaltar la importancia de la lactancia materna.

“ La leche materna es la primera vacuna que recibe el bebé: transmite anticuerpos que lo protegen frente a infecciones de la infancia y enfermedades de la edad adulta, además protege y disminuye el riesgo de contraer enfermedades como hipertensión, depresión postparto, cáncer de seno y cáncer de ovario. ”

Juan Carlos Burgos, nutricionista Fundación Éxito



Nutrimos de vida a las personas más vulnerables mediante la donación de alimentos

[GRI 3-1]



>>>

Grupo Éxito a través de la Fundación dona a los bancos de alimentos de Colombia los productos aptos para el consumo humano que no logra comercializar.

La Fundación Éxito hace parte del programa de recuperación de excedentes agrícolas (**Reagro**), cuya gestión en Antioquia evitó la pérdida y el desperdicio de **7.853 toneladas** de excedentes de las cosechas de los productores campesinos.

Grupo Éxito y Fundación Éxito coordinan la gestión de donaciones de alimentos y no alimentos desde diversas dependencias, incluyendo almacenes, CEDIs, industrias, sedes corporativas, filiales y otros negocios. Estas donaciones son registradas eficientemente mediante la aplicación EatCloud, actuando como enlace entre los puntos de donación y los beneficiarios en todo el país, como bancos de alimentos e instituciones. En el año 2023, 559 dependencias de Grupo Éxito realizaron donaciones, totalizando **60.939** registros de donación a través de EatCloud.



758 toneladas de alimentos.



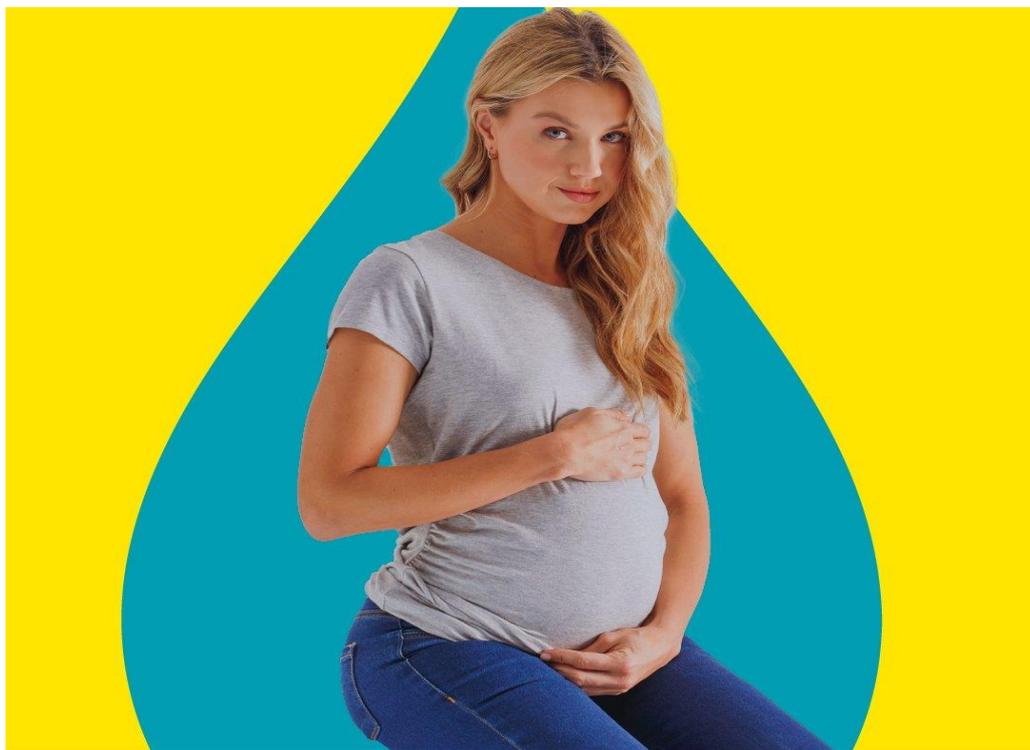
264 toneladas de no alimentos.



Fueron donados a 23 bancos de alimentos y a 160 fundaciones e instituciones aliadas.



Colecciones con propósito infantil



>>>

Por la compra de cada prenda de la colección Maternity, de la marca Bronzini se donaron 5 mil pesos a la nutrición infantil.

Arkitect y Bronzini, marcas propias de textiles del Grupo Éxito se sumaron a la Fundación Éxito, con aportes para la alimentación de 900 niños(as).

Voluntades que suman para la nutrición infantil del país

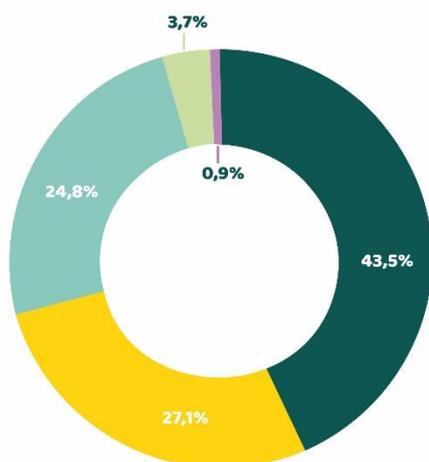
El 100% del dinero

Fue invertido en proyectos para la comunidad

La Fundación Éxito tuvo ingresos totales COP 39.534.615.597 millones, gracias al aporte de diferentes proveedores(as) y aliados(as).



8,33%
más que
en el 2022



- \$17.224.323** aportados por Grupo Éxito, **\$13.933.257.923** por venta de material reciclable. **\$1.702.527.925** donado por colaboradores(as). **\$1.588.537** donados por Grupo Éxito, aprobados por accionistas
- \$10.725.087.292** donados de 3.420.715 clientes(as) (Goticas, vuelos y alcancias).
- \$9.832.619.032,44** recursos propios
- \$9.832.619.032,44** donación de proveedores(as) y aliados(as), 54 proveedores(as) de Grupo Éxito, 70 aliados(as).
- \$266.525.755,42** otras contribuciones.

Tipo de contribución
Cantidad en pesos colombianos

Contribución monetaria

\$12.442.450

Nuestros(as) colaboradores(as)
realizaron

896 horas de voluntariado

lo que equivale a **\$12.000.000**

Donaciones de productos y
servicios

\$11.249.649.44

Gasto en gestión

\$1.160.694.962

La nutrición infantil en la agenda pública nacional



La Fundación Éxito cumple un papel activo en la incidencia en el Gobierno Nacional y el territorial para lograr la inclusión del derecho fundamental a la salud y la nutrición infantil.

La Fundación Éxito realiza un esfuerzo permanente por posicionar la salud y la nutrición infantil en la agenda pública nacional. Su enfoque se centra en la incidencia en políticas públicas de nutrición infantil, seguridad alimentaria y desarrollo de la niñez.

Como miembros de NiñezYa, una red compuesta por más de **200 organizaciones** de la sociedad civil, cuya misión conjunta es abogar por los derechos de la niñez, se proporcionaron recomendaciones para la elaboración de programas de gobierno a candidatos de elección popular en las elecciones territoriales 2023 y se entregaron sugerencias para la protección y promoción de los derechos de niños(as) en los planes de desarrollo territoriales 2024-2027. La Fundación Éxito ha respaldado el fortalecimiento institucional con el Departamento Nacional de Planeación (DNP) a través de dos consultorías. Estas iniciativas han sentado las bases para la creación de la Política Pública del Derecho, un proyecto destinado a la búsqueda de recursos de regalías, por parte de entidades territoriales, para superar la desnutrición.

Logros 2023 [GRI 3-3]

- Atendimos a más de 72.000 niños(as) beneficiados(as) en proyectos de nutrición para el cuerpo y para el alma.
- #Lactatón y más de 17 millones de usuarios(as) alcanzados(as) en la red social X, anteriormente Twitter.
- Implementación modelo de relacionamiento con comunidad: 6 eventos del concurso Goticas de Sabor realizados en 6 municipios, 825 madres beneficiarias concursantes y 14 familias ganadoras.
- Celebración de 20 años de las Goticas con un regalo para el departamento del Chocó.

Retos 2024

- Realizar los esfuerzos y gestiones necesarias para lograr mantener la cobertura en niños beneficiados y los ingresos totales de la Fundación.
- Trabajar para que los planes de desarrollo de los principales municipios y departamentos del país, incluyan metas para disminuir la desnutrición crónica.
- Celebración de los 10 años #Lactatón, con la entrega de un regalo para un departamento del país.

Comercio Sostenible



>>> Ana Rita Vélez, una proveedora que lleva 45 años trabajando de nuestra mano y con la que hemos construido una ruta de oportunidades.

Nutrimos de oportunidades a Colombia mediante la promoción de cadenas de abastecimiento sostenibles y la creación de productos y servicios de la mano con nuestros proveedores(as).

Para alcanzar este objetivo, orientamos nuestras acciones en los siguientes frentes:

- Promoción de cadenas de abastecimiento sostenibles que incentiven prácticas laborales justas y condiciones seguras de trabajo.
- Desarrollo y fortalecimiento del conocimiento de nuestros aliados(as) y proveedores(as) en prácticas sociales y ambientalmente sostenibles.
- Fomento y mantenimiento de la compra local y directa.
- Fomento de pautas de consumo sostenible mediante campañas de educación y sensibilización a nuestros clientes(as).



Conoce [aquí](#) la historia de doña Rita.

Cadenas de abastecimiento sostenible, una ruta para la movilización de oportunidades

[GRI 3-1] [GRI 2-6]



Trabajamos con **alrededor de 6.600 proveedores(as) en 26 departamentos** para desarrollar cadenas de abastecimiento sostenibles.

Nuestra cadena de abastecimiento va más allá de una ubicación; se extiende a lo largo y ancho del país, tocando vidas y comunidades. Cada punto de contacto, desde el abastecimiento hasta nuestros almacenes, es un punto de conexión nacional, un compromiso con el tejido social de Colombia, donde buscamos ser actores económicos y agentes de cambio positivo en la vida de las personas.

Esto es posible gracias al trabajo colaborativo que hacemos día a día con los(as) siguientes proveedores(as):

- ✓ **2.708** proveedores(as) comerciales.
- ✓ **1.078** de proveedores(as) bienes y servicios.
- ✓ **2.552** proveedores(as) inmobiliarios (locatarios).
- ✓ **76** proveedores(as) directos(as) textil.
- ✓ **219** talleres en la industria textil.



Avanzamos en el mapeo y caracterización de las cadenas de abastecimiento de manera conjunta con los(as) proveedores(as) de marca propia y marca blanca

[FB-FR-430a.3] [GRI 308-2] [GRI 414-2]

Estamos comprometidos en garantizar la sostenibilidad a lo largo de la cadena de abastecimiento y reconocemos la importancia del cierre de brechas y la transparencia de los procesos y procedimientos, especialmente en la obtención de materias primas que, por su origen, suponen mayores impactos sociales y/o ambientales. Para esto, nos alineamos con la metodología dispuesta en la Guía Operativa Sobre la Gestión de las Cadenas de Suministro publicada por Accountability Framework Initiative (AFI) (2019).

Somos el primer retail de alimentos en Colombia en evaluar los riesgos asociados a la naturaleza según el marco TNFD - Task Force on Nature-Related Financial Disclosure.



Transformamos las prácticas productivas de manera innovadora; por eso, trabajamos bajo la georreferenciación a través de la plataforma Croper, con el objetivo de mejorar el origen de materias primas, identificar riesgos y caracterizar nuestras cadenas de abastecimiento; así mismo, fortalecer la relación con nuestros(as) proveedores(as) y contar con información actualizada.

critérios evaluados:



Ambientales:

-  **Pérdida de cobertura arbórea (GFW)**
-  **Áreas protegidas (RUNAP)**
-  **Páramos (Min Ambiente)**
-  **Frontera agrícola (UPRA)**
-  **Humedales RAMSAR (iAvH)**

Sociales:

-  **Resguardos Indígenas (ANT)**
-  **Municipios ZOMAC (ART)**
-  **Territorios PDET (ART)**

* Esta metodología incluye un análisis de riesgo específico para el país y para las materias primas evaluadas.

Desarrollamos y fortalecemos el conocimiento de nuestros aliados(as) y proveedores(as) en prácticas sociales y ambientalmente sostenibles

Alcance georreferenciación de proveedores(as):

Total de proveedores(as) directos sujetos a la evaluación: 819

Total de proveedores directos georreferenciados: 605



>>> Estas, entre otras acciones de la estrategia de sostenibilidad, buscan dejar cada vez más huella social y menos huella ambiental.

El programa de desarrollo de proveedores contribuye a crear y mantener una ruta de oportunidades, revisando y mejorando las prácticas de ASG, que promueve los lineamientos contemplados en la **Carta Ética del Proveedor**, donde se definen las normas aplicadas en nuestra cadena de suministro, los derechos humanos y ambientales. Además, reconocemos a los(as) proveedores(as) comprometidos(as) con prácticas sostenibles.

En colaboración con diversas instituciones como la **Universidad EAFIT** a través de EAFIT Social, la **Promotora de Comercio Social, Fondo Colombia en Paz, Diversey Consulting** y nuestro Voluntariado Corporativo, hemos vinculado a 270 empresas en nuestros programas de formación. Estos abarcan temas clave como entornos digitales, diversidad e inclusión con enfoque de género, ética y sostenibilidad, liderazgo creativo e inspirador, así como proyectos de mejoramiento continuo. Consolidamos alianzas que enriquecen a las empresas participantes y contribuyen al progreso sostenible de nuestras comunidades.



De esta manera hemos logrado:

- ✓ **27 programas de desarrollo de proveedores(as)** en 66 horas de formación y **6 colaboradores(as) vinculados(as)**, a través del Voluntariado Corporativo.
- ✓ **171 proveedores(as)** han establecido procesos de documentación y creación de políticas de derechos humanos.
- ✓ **172 proveedores(as)** han incluido actividades de promoción de equidad de género en su organización.
- ✓ **100 Proveedores(as) vinculados(as) a becas Grupo DELCEN** para el fortalecimiento de su sistema de calidad e inocuidad: (marca propia, alimentos, Industria, Frescos, entre otros).

203 proveedores(as) han incluido, dentro de su organización, actividades de promoción de equidad de género.

>>>

Actualmente con 208 aliados comerciales MIPYME a través de Promotora de Comercio Social.



Nos inspira el crecimiento de los(as) productores(as) colombianos(as)

A través del showroom "Conéctate con Colombia", iniciativa conjunta de Grupo Éxito y Promotora de Comercio Social, se crearon nuevas oportunidades para las microempresas del país, donde se visibilizaron más de **300 productos de 90 empresarios(as) MYPIME**, procedentes de 18 regiones del país. Como resultado, se obtuvo la codificación de 8 empresarios como proveedores(as) de Grupo Éxito y otros en proceso de negociación.

Promovemos la transformación de los territorios a través de la compra local

[GRI 204-1]

Comprar local es establecer un vínculo con el campo y potenciar el desarrollo económico de las regiones menos favorecidas. Significa forjar relaciones de confianza con los(as) productores(as) del país y trabajar juntos en sus aspiraciones; es creer en el poder transformador que como empresarios podemos lograr en las comunidades.

✓ **90,41% de las frutas y verduras que compramos provienen de proveedores(as) locales.** 1,84% más que el 2022.

✓ **Realizamos el 85,16% de la compra directa de frutas y verduras a 704 productores(as) locales, sin intermediarios, a través de asociaciones y familias campesinas.** 1,33% menos que el 2022.

✓ **100% de la carne de cerdo procesada en nuestra industria tiene el sello de producto otorgado por la agremiación PorkColombia. Adicionalmente, cerca del 85% de proveedores(as) de carne de cerdo cuentan con el sello Granja, otorgado por la misma agremiación.**

[FB-FR-430a.2].



✓ **Comercializamos localmente el 97,13% de la carne de res, cerdo, ternera y búfalo, entre otros.** 0,88% menos que el 2022.

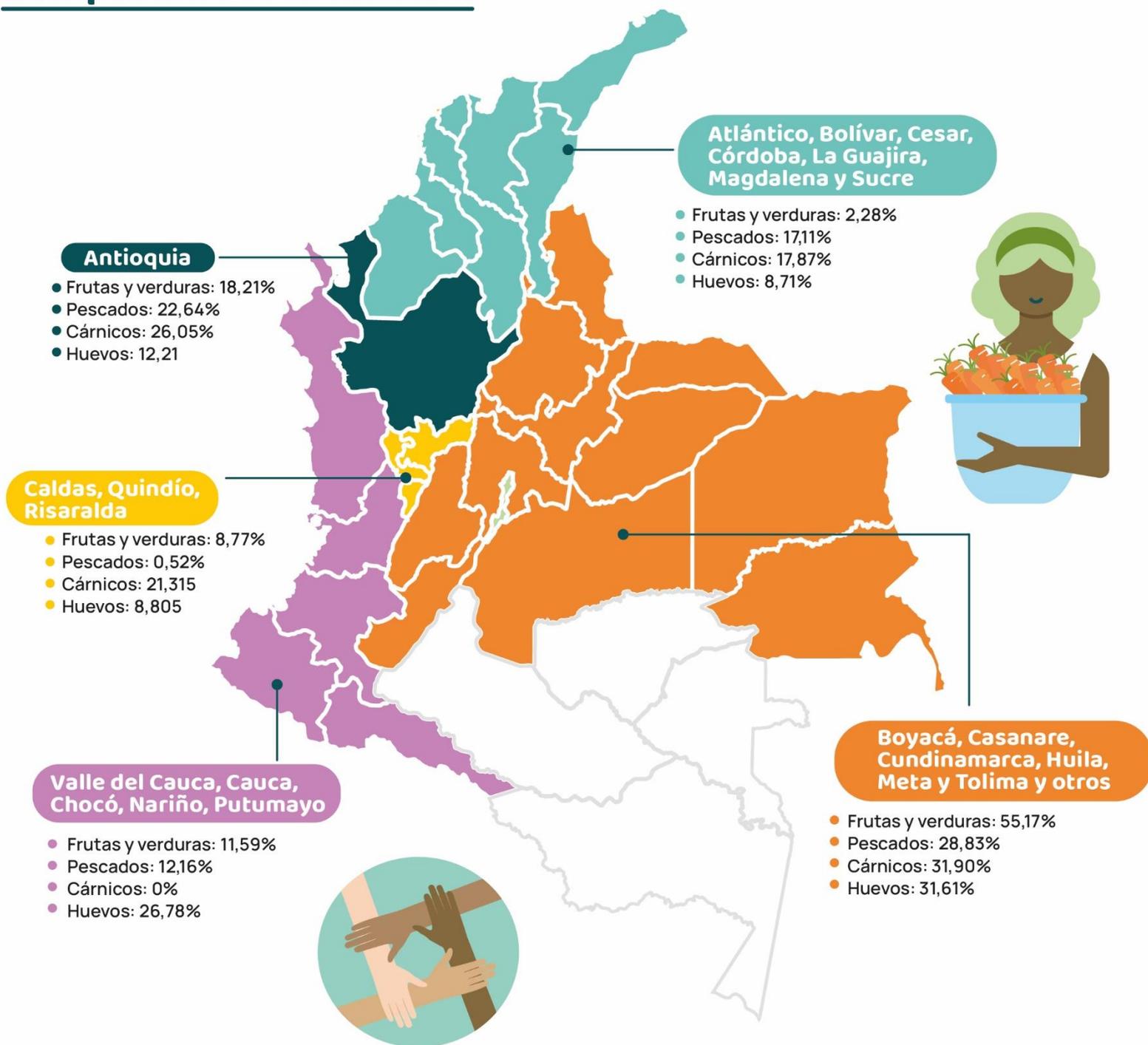
✓ **Adquirimos el 82,64% del pescado y de los mariscos a través de pescadores(as) nacionales.** 5,95% más que el 2022

✓ **100% de los huevos marca propia son libres de jaula** [FB-FR-430a.2].



Generar confianza es contribuir al desarrollo de Colombia

Compramos localmente:



Unidos fortalecemos la compra local y directa

trabajamos de manera conjunta con 26 asociaciones y fundaciones campesinas que benefician a los(as) agricultores(as) de **26 departamentos** del país: Amazonas, Antioquia, Arauca, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cauca, Caquetá, Casanare, Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Huila, La Guajira, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Sucre, Tolima y Valle del Cauca.



>>> Trabajamos para generar valor en sectores productivos y poblaciones vulnerables.



Comproagro: más de **27.000 familias** se han beneficiado en 27 departamentos gracias a la compra directa de **501.882 unidades**. Esto ha resultado en un incremento de aproximadamente un 25% en las ganancias para los(as) productores(as). Esta iniciativa no solo elimina la cadena de intermediación, sino que también contribuye significativamente a mejorar sus ingresos y calidad de vida.



Sangara San Andrés de Tumaco: es una pequeña empresa comprometida con las comunidades campesinas y pescadoras del Pacífico, promoviendo prácticas de pesca artesanal. Comercializamos **229.314 unidades** de camarón y pescado.



Fundación Salva Terra: A través de esta fundación, un total de **9.500 familias** han sido beneficiadas mediante la compra directa de **225.642 unidades** de productos que incluyen cebolla morada, pepino cohombro, mandarina, piña y limón Tahití, provenientes de municipios PDET (Programa de Desarrollo con Enfoque Territorial) cuyo objetivo es impulsar el desarrollo económico, social y ambiental en aquellas zonas del país más afectadas por el conflicto armado interno. A través del acompañamiento a los(as) productores(as), estamos impulsando el desarrollo de los territorios, fomentando la agricultura rural y promoviendo buenas prácticas agrícolas. Además, estamos agregando valor a los productos para el beneficio tanto de los productores de la comunidad en general.

Durante el 2023 se comercializaron 5.902 millones de unidades en colaboración con estas organizaciones.

Un aporte a la reconstrucción del tejido social de nuestro país



PaisSana, es una marca representada por un corazón que simboliza el amor por Colombia y su nombre surge de la unión de las palabras **“país que sana”**, por eso, se convierte en un sello de historias de reconciliación de los territorios en los que campesinos(as), víctimas y firmantes de la paz, trabajan juntos por el renacer del campo. Esta iniciativa de país **impulsa proyectos productivos provenientes de zonas afectadas por el conflicto armado en Colombia**, como parte del Programa de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET).

>>> Este año trabajamos con **20 proveedores(as) certificados(as)** y vinculados(as) a la marca PaisSana, representada por un corazón que simboliza el amor por Colombia.

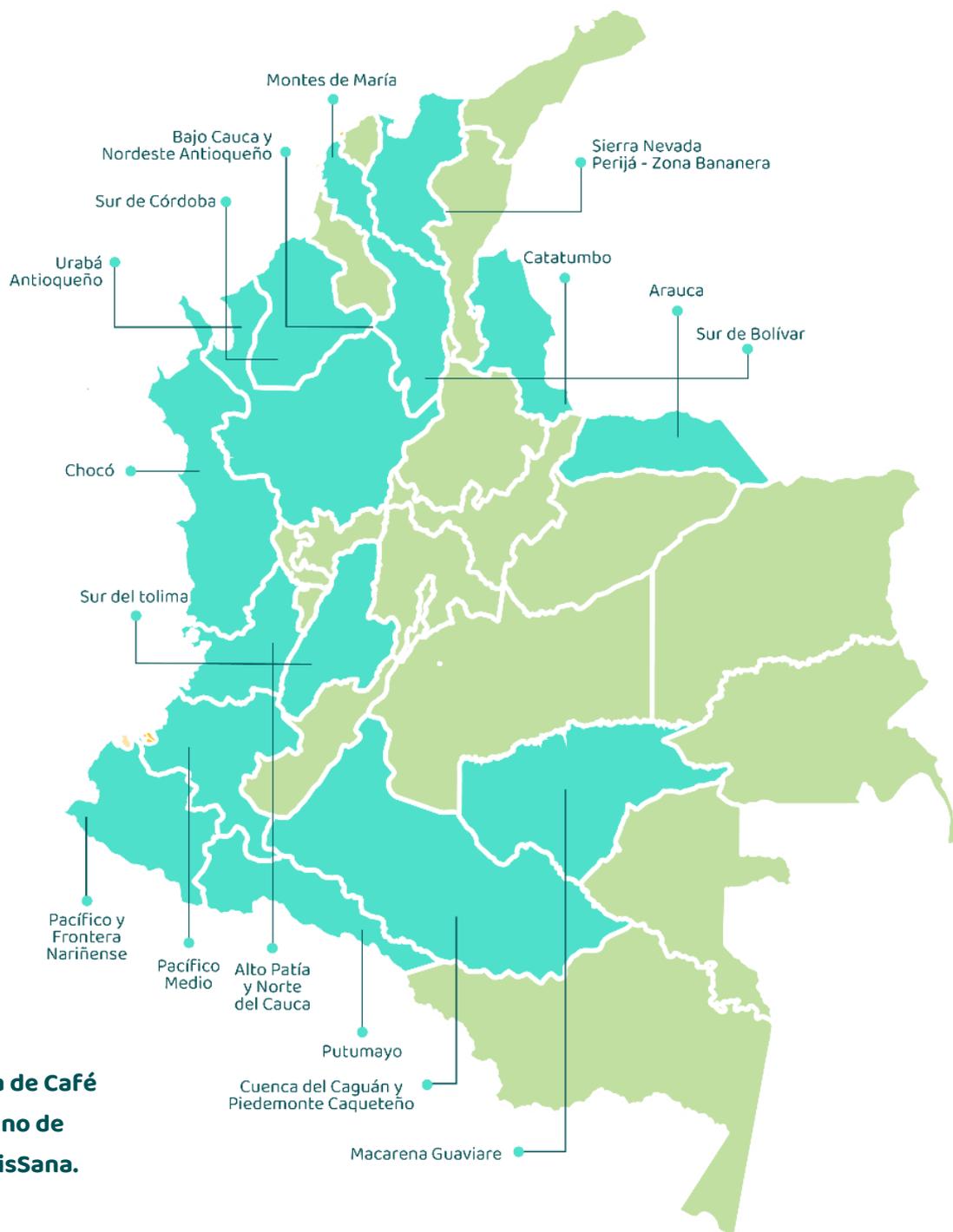


- ✓ PaisSana se encuentra en 54 dependencias.
- ✓ 32 almacenes Éxito y 22 almacenes Carulla.
- ✓ Trabajamos de la mano con 20 proveedores(as) certificados(as) para sumarle a la paz, a través de 144 productos (PGC y Frescos).



Los productos de PaisSana provienen de las siguientes regiones de Colombia

Con la participación de nuestro presidente general, Carlos Mario Giraldo, como testigo en la firma del memorando de entendimiento entre el Fondo Colombia en Paz y FENALCO, durante el evento Góndola 2023, la compañía reafirmó su compromiso con las comunidades y la sostenibilidad como herramienta generadora de oportunidades.



Conoce [aquí](#) la historia de Café Aroma de Occidente, uno de los proveedores de PaisSana.

Trabajamos en propuestas de valor que contribuyan a la compra local y al desarrollo del campo

Creamos valor para fortalecer la inclusión y el desarrollo productivo agrícola de las regiones

Mediante la colaboración con **Google y la Fundación Salva Terra**, nos unimos para apoyar la transformación del agro y fomentar la sostenibilidad del campo colombiano, buscando generar un impacto positivo en las zonas que han sido afectadas por la violencia y promoviendo su inserción en procesos de alta calidad, con el fin de brindarles oportunidades y contribuir a mejorar sus condiciones de vida.



>>>

Por medio de la Fundación Salvaterra, conectamos con pequeños(as) productores(as).

Aportamos a la transformación del agro colombiano por medio de acciones que nos permiten conectar productores(as) que quieren emprender con las grandes superficies, con nuestro acompañamiento contribuimos a que se conviertan en agroempresarios(as), brindándoles las herramientas tecnológicas para fortalecer sus negocios. Alianzas como estas nos permiten llegar a regiones aisladas, generarles valor y brindar nuevas oportunidades y paz a estos territorios.

David Villegas, director de la Fundación Salvaterra.

El Programa de comercio asociativo Aliados, a través de Surtimax y Super Inter, alcanzó su aliado número **2.400**. Esta alianza fortalece la confianza mutua y ha impulsado las ventas de los tenderos, contribuyendo significativamente a la economía y al fortalecimiento del comercio en diversas regiones del país.



Conoce [aquí](#) sobre el Programa Aliados y sus beneficios.



>>> Grupo Éxito a través del comercio asociativo, refuerza su compromiso con los tenderos de Colombia.

#ModaHechaenColombia: 12 colecciones elaboradas por proveedores(as) de nuestro país



Nos enorgullece trabajar por la moda sostenible con procesos como el uso de insumos biodegradables o reciclados, la reducción del consumo de agua y la manufactura con proveedores(as) nacionales, para apostar por un desarrollo que mantenga el equilibrio entre lo social, lo ambiental y lo económico.

Cada prenda cuenta una historia, aporta al tejido social y nos lleva hacia el camino de un futuro más consciente.

>>> Nos enorgullece apoyar la compra local y fomentar oportunidades para nuestros diseñadores colombianos.



92,94% de las prendas marca propia que comercializamos se compra en Colombia.



Generamos 9.733 empleos, de los cuales el 75% son ocupados por mujeres, en 295 talleres.



Cada prenda cuenta una historia, tejida con destreza y dedicación, reflejando la riqueza de nuestra cultura. Igualmente, abrazamos el comercio sostenible, asegurándonos de que cada elección de moda sea un paso hacia un futuro más consciente.

>>> Nuestras marcas, Arkitekt, Bronzini y People, recibieron la recertificación Sello de Moda Oro Sostenible, otorgado por CO₂CERO.



Creemos en las segundas oportunidades



>>> Colección "Conexión", una nueva colaboración con PEOPLE, para generar segundas oportunidades.

“Conexión' es una colección inspirada en las segundas oportunidades y valores como el perdón, el amor y la empatía. Es una colección inspirada en la desestigmatización, donde la evolución y la aceptación son la esencia, y en donde cada producto representa la libertad de ser quienes somos.”

Johana Bahamón, directora Fundación Acción Interna.



Conoce [aquí](#) cómo estamos trabajando para generar Segundas Oportunidades.

PEOPLE

BRONZINI

Fundación
ACCIÓN INTERNA
Un Camino a la Reconciliación y Resocialización

- ✓ Lanzamos la segunda colección Johana Bahamón + People: **Segundas Oportunidades, con 116 referencias** de calzado, marroquinería, ropa de hombre y de mujer.
- ✓ En conjunto con la Fundación Acción Interna, dirigida por Johana Bahamón, que trabaja con más de **120 cárceles** del país.
- ✓ Realizamos la **donación de 250 bonos durante 2023**, en tarjetas redimibles en marcas propias textiles de la compañía, para personas que han recuperado su libertad.

La marca Bronzini, en su compromiso con la sostenibilidad, extendió su apoyo a la preservación de los manglares en Colombia mediante la donación de **3.000 árboles de mangle**. Esta iniciativa refleja nuestro compromiso con la preservación del medio ambiente, fomentando un equilibrio entre la moda y el planeta.

Construimos relaciones de valor y confianza con nuestros(as) proveedores(as)

Décimo quinta edición del Concurso de Proveedores de Éxito 2023

En el 2023 celebramos la décimo quinta versión del Concurso de Proveedores de Éxito, evento donde premiamos 15 categorías y reconocimos a los(as) proveedores(as) de la organización por el trabajo conjunto que realizamos día a día para construir una ruta de oportunidades y generar optimismo y esperanza en el corazón de los colombianos y colombianas.

Una noche llena de emoción, alegría y nostalgia en la que cobró sentido el concepto definido para el evento: "Orgullo de corazón" sentimiento de Grupo Éxito hacia su equipo de aliados(as) estratégicos(as).



Conoce [aquí](#) los mejores momentos del Concurso de Proveedores de Éxito.



Ganadores de cada una de las categorías del Concurso de Proveedores de Éxito 2023.

Además, premiamos la categoría Proveedor de Éxito donde el ganador fue Industrias Haceb, un reconocimiento a su crecimiento continuo, su innovación, su apuesta por la sostenibilidad y por ser la marca número uno en ventas de grandes electros.



Una noche llena de emoción, alegría y nostalgia en la que cobró sentido el concepto definido para el evento: "Orgullo de corazón".

Y para celebrar los 15 años del Concurso de Proveedores, tuvimos un premio muy especial: "Toda una Vida", donde se reconoce a un(a) proveedor(a) cuya trayectoria con la organización sea significativa y gratificante, fue así entonces como premiamos a Ana Rita Vélez, una proveedora que lleva 45 años trabajando de la mano de Grupo Éxito y se ha caracterizado por su carácter, su fortaleza y su perseverancia.



>>>De la mano de nuestros(as) proveedoras(as) hacemos posible nuestro Propósito Superior: Nutrimos de Oportunidades a Colombia.

Ganador de la categoría Desarrollo Sostenible Reconocido por:



- Su compromiso social y ambiental.
- Su apuesta por la economía circular y la energía verde.
- El 57% de su materia prima es reciclada.

“ Esto es logrado por el trabajo entre amigos, ese es uno de los pilares de nuestra cultura. Queremos seguir brindando soluciones para un futuro sostenible. ”

Jenny Beatriz Ángel, Coordinadora Mundo Ambiental de Industrias Estra S.A.

Logros 2023 [GRI 3-3]

- Avanzamos en la georreferenciación de nuestros proveedores, con el objetivo de mejorar el origen de materias primas, identificar riesgos y caracterizar nuestras cadenas de abastecimiento.
- - Somos el primer *retail* de alimentos en Colombia en evaluar los riesgos asociados a la naturaleza, según el marco TNFD - Task Force on Nature-Related Financial Disclosure.
- 90,41% de las frutas y verduras que compramos proviene de proveedores(as) locales.
- Por segundo año, nuestras marcas, Arkitect, Bronzini y People, recibieron la recertificación Sello de Moda Oro Sostenible, otorgado por CO₂CERO.

Retos 2024

- Avanzar en la difusión y mitigación de los riesgos sociales asociados a la cadena de abastecimiento.
- Impulsar la georreferenciación de nuevas materias primas.
- Promover la compra local y directa de frutas y verduras.

Mi Planeta



Nutrimos de oportunidades a Colombia mediante la protección del planeta, de la biodiversidad y de sus recursos naturales. Cumplir con nuestros objetivos para la protección y el cuidado del medio ambiente sólo es posible gracias al trabajo conjunto con nuestros grupos de interés.

Para alcanzar este objetivo, orientamos nuestras acciones en los siguientes frentes:

- Realizar acciones en pro de la gestión del cambio climático.
- Promover la eficiencia y habilitar la economía circular de los empaques.
- Liderar iniciativas para promover movilidad sostenible en nuestras operaciones.
- Gestionar la operación inmobiliaria con estándares de sostenibilidad.
- Contribuir a la protección de la biodiversidad.
- Educar y movilizar los grupos de interés hacia la protección del medio ambiente.

Nuestra MEGA ambiental corporativa

Nos comprometemos a reducir en un 55% nuestras emisiones alcance 1 y 2 para el año 2025 teniendo en cuenta línea base 2015.

Nos mueven las acciones por nuestro planeta, por eso estamos comprometidos con la reducción de nuestra huella de carbono.

Medimos nuestra huella de carbono, y trabajamos para mitigarla y compensarla

[GRI 2-25] [GRI 3-3]

Alcance 1 [GRI 305-1] [FB-FR-110b.1]

170.253,17

tonCO₂eq

por emisiones directas, de gases refrigerantes, combustibles y extintores.



1,82%

más que en el 2022

Alcance 2 [GRI 305-2]

63.846,14

tonCO₂eq

por emisiones provenientes del consumo de energía eléctrica.

*Se usó el Factor de emisión de 0,1728 kgCO₂/kWh, publicado por XM. Este factor tuvo un aumento del 53,76% respecto al año 2022.



48,29%

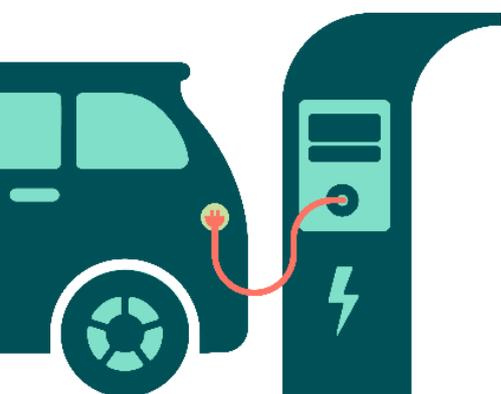
más que en el 2022

Alcance 3 [GRI 305-3]

237.794,86

tonCO₂eq

por otras emisiones.



Categoría Alcance 3	tonCO ₂ eq	% del Alcance 3	Actividades consideradas
Transporte aguas arriba	17.278,60	7,27%	Flota tercera
Disposición de residuos	41.342,16	17,389%	Generados en la operación
Viajes de negocio	308,552	0,13%	Aéreo y terrestres
Uso de productos vendidos	173.464,21	72,95%	Combustibles vendidos en estaciones de servicio
Activos arrendados aguas abajo	5.401,33	2,27%	Electricidad consumida por locatarios
Total	237.794,86	100%	

Consumo energético

[GRI 302-1] [GRI 302-3] [GRI 302-4] [FB-BR-130a.1]

Consumo energético (MWh)	2020	2021	2022	2023	% de variación (2015 vs. 2023)
Energía convencional	95.990,00	61.143,30	57.470,32	85.275,98	- 44,16
Energía renovable	321.923,59	307.121,21	325.665,18	285.204,00	N/A
Energía autogenerada		3.857,45	4.534,76	10.361,15	N/A
Energía certificada verde			3.656,99	3.519,98	N/A
Total	471.913,5	376.845,94	391.327,26	383.361,12	N/A

Emisiones totales en ton CO₂eq

[GRI 305-5]

Alcance	2020	2021	2022	2023	% de reducción (2015 vs. 2023)
Alcance 1	212.511,54	182.650,43	167.214,37	170.253,17	36,19
Alcance 2 *Método basado en el mercado (market-based)	76.287,22	48.678,62	43.056,00	63.846,14	29,97
Subtotal 1 y 2	288.798,76	231.329,05	210.270,37	234.099,31	34,61
Alcance 3 *Teniendo en cuenta cinco categorías del Alcance 3	3.490,69	24.807,11	277.679,69	237.794,86	N/A
Total	292.289,46	256.136,16	487.950,07	471.894,17	N/A

Generamos 10.361 Megavatio de energía con los proyectos solares, lo que equivale al consumo de 5.500 hogares colombianos en un año.

Avanzamos por el cumplimiento de nuestra MEGA Ambiental

[GRI 3-3]

Reconocemos la importancia de gestionar nuestra huella de carbono como parte integral de nuestro compromiso con el cuidado del planeta, por esto estamos trabajando en la implementación de gases refrigerantes naturales, proyectos de eficiencia energética y energía renovable.

¿Cómo
hemos
avanzado?

	Alcance	Emisiones 2015 tonCO ₂ eq	Emisiones 2023 tonCO ₂ eq	Porcentaje de variación
Alcance 1		266.816,59	170.253,17	36,19%
Alcance 2		91.176,42	63.846,14	29,97%
Total		357.993,01	234.099,31	34,61%

Algunas de nuestras acciones



Por nuestro compromiso con la descarbonización y el direccionamiento de la Compañía hacia prácticas productivas más sostenibles y amigables con el medio ambiente, recibimos el reconocimiento de la LCBA (Low Carbon Business Action).

42% de los m² del retail fueron o están siendo reconvertidos a gases refrigerantes naturales como el CO₂ y propano, lo que además mejora la eficiencia energética de los sistemas de frío.

- 

Estamos alineados con el Acuerdo de **París, Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, Kyoto y Montreal**, que establecen medidas para la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.
- 

Durante el 2023, consumimos en total un 1,97% más de refrigerante usado en comparación con el 2022 en nuestros sistemas de Frío. [FB-FR-110b.2], [FB-FR-110b.3]
- 

Redujimos nuestro consumo de R22 un 6,74% en comparación al 2022.

Desde el 2012, hemos implementado más de **251 proyectos** de eficiencia energética, así como **22 proyectos de energía solar y servicios energéticos ecoeficientes**.

Entre las acciones que realizamos para reducir nuestra huella de carbono, en alianza con GreenYellow, avanzamos en la generación de energía mediante paneles solares ubicados en los techos de nuestros parqueaderos y almacenes.



Instalamos el Carpot más grande de Latinoamérica en alianza con GreenYellow, asegurando la generación de energía limpia y renovable.

Viva recibe dos certificaciones, una como marca y otra en cada uno de sus 14 centros comerciales



Viva, marca del negocio inmobiliario, recibe por segundo año consecutivo la certificación Carbono Neutro del ICONTEC.



14 centros comerciales Viva fueron recertificados como Carbono Neutro por ICONTEC, organismo multinacional que trabaja por fomentar la normalización, la certificación, la metrología y la gestión de calidad en Colombia.

“Enmarcados en la estrategia de sostenibilidad de la Compañía, desde Viva hemos venido implementando prácticas para medir, reducir y mitigar el impacto de nuestra operación; hoy contamos con paneles solares que nos permiten abastecer el 35% del consumo de energía de las zonas comunes de nuestros centros comerciales, usamos sistemas de iluminación LED e implementamos en algunos de nuestros activos otras fuentes de generación de energía eléctrica a partir del viento. Nuestros centros comerciales cuentan con diseños arquitectónicos abiertos que permiten la entrada de aire natural.”

Juan Lucas Vega Palacio, Vicepresidente Inmobiliario de Grupo Éxito.



En nuestros centros comerciales Viva contamos con más de **15.800 paneles solares**, que generan una energía más limpia y **permiten abastecer el 35%** del consumo de energía de las zonas comunes.

La generación de energía eólica y solar, la migración a un sistema de iluminación LED y el diseño arquitectónico abierto son algunas de las acciones que permitieron la certificación.

Carulla, primer *retail* de alimentos en Latinoamérica en ser reconocido como Carbono Neutro, renueva su certificación por cuarto año consecutivo

A través de nuestras intervenciones bajo la iniciativa **Eficiencia Design en los 30 almacenes FreshMarket** de la marca Carulla, hemos transformado los espacios para los clientes, implementando mejoras en iluminación, gases refrigerantes naturales en los sistemas de frío y la instalación de puertas en las neveras, logrando así significativos ahorros energéticos en este punto de consumo. Esta transformación se realizó con distintos tonos e intensidades de iluminación LED.



>>> Nuestra marca Carulla FreshMarket renueva su certificación como Carbono Neutro, por parte de Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, (ICONTEC), en sus 30 almacenes.

“Renovamos por cuarta vez nuestra certificación Carbono Neutro otorgada por ICONTEC, queremos caracterizarnos por reducir al máximo nuestros impactos ambientales. Es por esto que ratificamos, a través de esta declaración, nuestro compromiso con el planeta y específicamente con la mitigación, compensación y adaptación al cambio climático.”

Andrés Restrepo, gerente corporativo de la marca Carulla.

Hacemos seguimiento a nuestro consumo de agua

[GRI 303-5]

Año	2020	2021	2022	2023
Consumo de agua (MMm3)*	2.010	2.059	2.106	2.408

* Millones de metros cúbicos

Evaluamos las oportunidades y los riesgos del cambio climático

[GRI 201-2] [GRI 2-25]

Como parte de nuestra estrategia de riesgos y negocio, abordamos la divulgación de los aspectos climáticos no solo como una medida estratégica, sino como un componente esencial de la gestión integral de riesgos y de nuestro negocio.

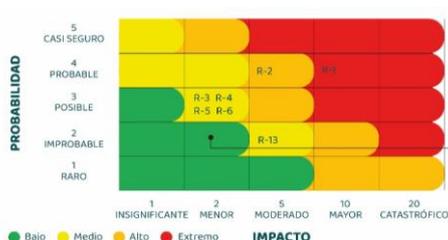


Reconocemos que los riesgos climáticos no solo impactan la sostenibilidad ambiental, sino que también influyen directamente en nuestra resiliencia empresarial. Al incorporar las recomendaciones del Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), en nuestra estrategia, buscamos anticipar, evaluar y gestionar proactivamente los riesgos y oportunidades climáticas. Esta integración nos alinea con las mejores prácticas internacionales, fortaleciendo nuestra posición en un entorno empresarial en constante evolución.

Durante el 2023, colaboramos con **Transforma, centro de pensamiento colombiano que promueve la acción climática y las transiciones ecológicas, y UKPACT**, en el marco de la **Iniciativa de DivulgaAcción** (programa de transformación para acelerar la divulgación de información financiera relacionada con el clima) por parte del Colombian Climate Asset Disclosure Initiative (CCADI) para potenciar nuestras capacidades y prepararnos para la divulgación bajo el marco del **TCFD**. Estos esfuerzos representan una evolución y complemento a los avances logrados en años anteriores.

Gestión de riesgos transición

[FB-FR-430a.3]

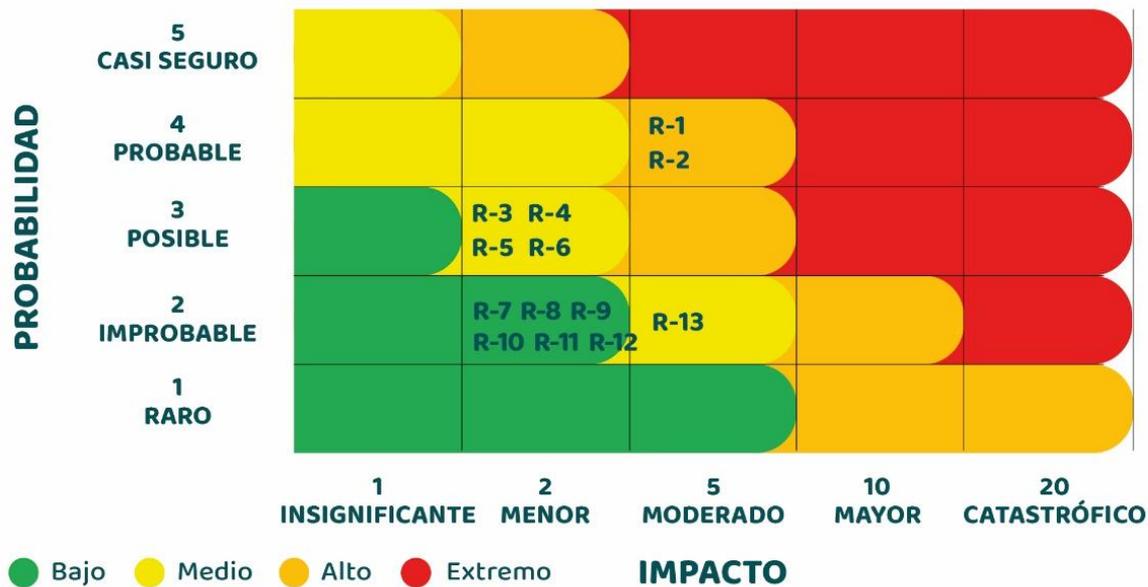


- R-1** Promoción y venta de productos erróneamente catalogados como bajos en carbono o neto cero
- R-2** Venta de productos "estigmatizados" o intensivos en carbono
- R-3** Pérdida del acceso a Fuentes de capital Financiero por desempeño inadecuado en temas de cambio climático
- R-4** Limitaciones en la oferta de productos por escasez de proveedores con la capacidad de adaptarse a nuevos desarrollos tecnológicos y a cumplir con las nuevas normas y regulaciones en materia de transición climática
- R-5** Encarecimiento de productos por exigencias regulatorias
- R-6** Restricción o prohibición del uso de insumos como refrigerantes, combustibles, químicos, entre otros, debido al alto potencial de incidencia frente al calentamiento global, lo que hace necesario el mantenimiento y reconversión de tecnologías
- R-7** Incremento del precio de los combustibles
- R-8** Incremento del impuesto al carbono y/o nuevas medidas de compensación de la huella de carbono
- R-9** Mayor exigencia frente a identificación de impactos ambientales en cadena de abastecimiento

- R-10** Obsolescencia de sistemas de información para el reporte de emisiones de GEI
- R-11** Restricciones para materiales de empaques de plástico, que aumentarán costos de acceso al mismo o de sustitución por materiales de empaque alternativos.
- R-12** Posible responsabilidad jurídica por eventual incumplimiento de metas climáticas
- R-14** Obsolescencia de activos

Gestión de riesgos físicos

[FB-FR-430a.3]



Riesgos

R-1	Necesidad de adaptación a cambios en la matriz energética, ante la ocurrencia de eventos físicos del cambio climático, que pueden derivar en incremento -no intencionado- de emisiones de GEI	R-10	Sobreabastecimiento y mayor presión sobre la gestión de inventarios
R-2	Competencia por recursos que se vuelven cada vez más escasos, que derive en conflictos con comunidades aledañas a las instalaciones donde la Compañía desarrolla su actividad comercial y/o administrativa	R-11	Incremento imprevisto de tarifas de recursos como el agua o la energía
R-3	Incremento de eventos climáticos extremos y/o desastres naturales que afecten el gasto en pólizas de seguros o reduzcan la asegurabilidad de activos	R-12	Eventos climáticos extremos que deterioren la salud o el bienestar de los colaboradores
R-4	Mayor frecuencia e intensidad de eventos climáticos extremos que afecten la capacidad productiva y de entrega de proveedores	R-13	Incremento de las inversiones de capital para la adaptación o reubicación de activos a nuevas condiciones climáticas
R-5	Cierre parcial o definitivo de las operaciones por daños y/o pérdida de activos		
R-6	Retrasos en tiempos de entrega		
R-7	Interrupción en la operación por alteración en la oferta de recursos como energía o agua		
R-8	Desgaste, pérdida o daños en activos e infraestructura		
R-9	Daño o interrupción de la infraestructura vial, que incrementa gastos logísticos o afecta el abastecimiento		

En línea con este primer análisis, hemos identificado tres áreas estratégicas que facilitarán la continua integración del cambio climático en nuestras operaciones comerciales centrándose en:

- ✔ **Fortalecer la gestión de riesgos al considerar el cambio climático como un riesgo tanto financiero como no financiero.**
- ✔ **Brindar apoyo integral a nuestros(as) proveedores(as).**
- ✔ **Capitalizar las oportunidades que surgen en este nuevo escenario.**

1 Integración transversal del cambio climático en los pilares estratégicos de la organización

Liderar la transformación hacia un modelo de negocio que sirva como ejemplo en la creación de resiliencia empresarial ante los desafíos climáticos.

- **Identificar, entender, priorizar e incorporar los efectos del cambio climático dentro del modelo de negocio**



Promover una cadena de suministro y distribución con una baja huella de carbono y una alta capacidad de respuesta ante eventos climáticos extremos

- **Trabajo coordinado con proveedores para promover medidas de adaptación / mitigación del cambio climático**
- **Procesos de producción/ distribución más carbono-eficientes**

Ofrecer productos y servicios innovadores que impulsen la mitigación de los riesgos relacionados con la transición hacia una economía baja en carbono

- **Búsqueda de soluciones atadas a la transición y capitalización de nuevas preferencias de los consumidores**

Impulsamos la movilidad sostenible

[FB-FR-000.C] [FB-FR-110a.1]



>>> Nuestra visión es contribuir al desarrollo de una movilidad más amigable con el entorno, impulsando prácticas responsables y sostenibles en cada etapa de nuestra cadena de suministro.

- Actualizamos **36 vehículos: 15 rígidos** (automotor destinado al transporte de carga con capacidad superior a dos toneladas) modelos 2022, y **16 tracto camiones DAF modelo 2023**.
- Contamos con un **38%** de vehículos eléctricos en nuestra flota propia.
- Realizamos tres pilotos del programa última milla, con vehículos de combustibles alternativos.
- Promovemos el transporte compartido para nuestros(as) colaboradores(as), a través de la aplicación Try My Ride, con la que **hemos logrado evitar 69.000 kg CO₂eq.**



Innovación al servicio de la movilidad sostenible

Durante el 2023, masificamos un piloto de bicicletas eléctricas desarrollado inicialmente en Éxito Country, en la ciudad de Bogotá, para reducir las emisiones de CO₂ en las entregas de última milla.

Actualmente la iniciativa opera en almacenes estratégicos como Éxito Laureles en Medellín, Éxito Occidente y Carulla Pepe Sierra en Bogotá.

Estas bicicletas no solo mejoran la eficiencia en las entregas, sino que también ofrecen beneficios adicionales, como capacidad de carga, movilidad sin restricciones, reducción del impacto ambiental y cobertura de zonas con alto tráfico mediante ciclorutas.



Continuamos trabajando por habilitar la economía circular en la compañía

A través de acciones que nos permitan tener menos y mejores envases, promovemos sistemas para aumentar el reciclaje en el país.

Reducir [FB-FR-430a.4]

Movilizamos la reducción de diferentes materiales, especialmente plásticos, eliminando su necesidad en procesos operativos y promoviendo alternativas más duraderas.

Trabajamos de manera articulada con más de **20 áreas de la Compañía** para eliminar elementos plásticos de un solo uso que estarán prohibidos en Colombia para el 2024 y 2030 (Ley 2232 del 2022), buscando soluciones sostenibles integrales que permitan ofrecer a nuestros clientes la mejor experiencia de compra innovando en el proceso.

Reducimos el **81,5%** de bolsas plásticas entregadas a nuestros(as) clientes(as) en puntos de venta, en relación con la línea base de 2015.



En junio del 2023, el 100% de los almacenes de la marca Carulla, eliminaron la entrega de bolsas plásticas en puestos de pago y en pedidos a domicilio a través de nuestros canales digitales.

Logramos reducir en un 87% la entrega de bolsas plásticas vs el 2022.



Conoce [aquí](#) nuestra Política de Envases y Empaques.

Desde la plataforma del **Consumer Goods Forum (CGF)**, compartimos experiencias y aprendizajes con otros *retailers* y manufactureras globales en torno a la economía circular, y estamos trabajando en la implementación de las Golden Design Rules para avanzar hacia el ecodiseño de nuestros envases y empaques de productos marca propia de acuerdo con las metas establecidas por la compañía.



>>> El **59%** de nuestros productos marca propia, cuenta con instrucciones claras en el empaque sobre la correcta separación de los materiales que lo componen.



Reutilizar [GRI 301 - 1]

Promovemos el uso de productos o elementos diseñados para ser usados múltiples veces con el fin de extender su vida útil, buscando reducir materiales de un solo uso y de esta forma la generación de residuos.



>>> Incentivamos a nuestros clientes(as) a que lleven bolsas reutilizables para hacer sus compras, entregando cerca de **5,1 millones de Puntos Colombia**.

- ✓ Utilizamos **129 toneladas** de plástico reciclado para la fabricación de nuestras bolsas reutilizables.
- ✓ Nuestros(as) clientes(as) adquirieron **5,9 millones de bolsas reutilizables** en nuestros almacenes.
- ✓ Implementamos diferentes pilotos en nuestra operación logística entre CEDIS y almacenes, logrando la reducción de **6,7 kg de plástico** mediante el uso de cubre pallets reutilizables.

Reciclar [GRI 301-2] [GRI 306-4]

Buscamos evitar que los materiales con potencial de aprovechamiento se conviertan en residuos, que sean útiles y se transformen en otros materiales o productos a través del reciclaje.

Hacemos del reciclaje una realidad en nuestra operación

18.941 toneladas de material reciclable recolectadas y comercializadas generaron **COP 13.932.845.904 millones**.

Desde hace más de una década, donamos a la Fundación Éxito la totalidad del material reciclable que resulta de la operación, como el plástico o cartón en el que vienen empacados los productos que luego comercializamos en nuestros almacenes.

Esto es posible, gracias al modelo de logística inversa que transporta el reciclaje hacia los centros de distribución, en los que contamos con instalaciones especializadas para el acondicionamiento de los materiales.

Colaboramos estrechamente con proveedores(as) y aliados(as), a través de la Fundación Éxito, para comercializar estos materiales y asegurar su aprovechamiento.



El 100% de los recursos obtenidos se destina en proyectos dedicados a la nutrición infantil en Colombia.



16.945,57 toneladas de cartón.
4,14% menos que en el 2022.



1.443 toneladas de chatarra.
34,55% menos que en el 2022.



1.068 toneladas de plástico.
89% menos que en el 2022.



1.092 toneladas de otros (papel kraft, periódicos, revistas, vidrio, entre otros).
7,22% menos que en el 2022.



418 toneladas de ganchos plásticos.

Avanzamos en nuestro modelo de posconsumo Soy RE en conjunto con nuestros clientes

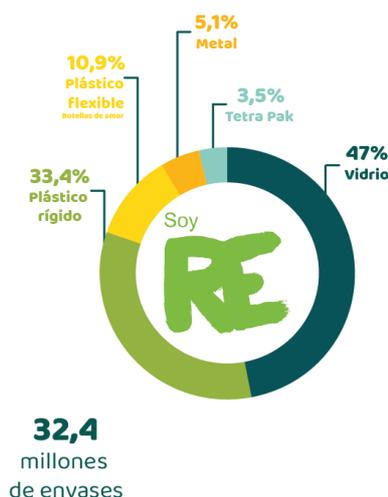


Trabajamos alineados con la Responsabilidad Extendida del Productor (Resolución 1407 de 2018 y 1342 de 2020), promoviendo el aumento de las tasas de reciclaje y sensibilizando a nuestros(as) clientes(as) en torno al valor de los materiales.

Promovemos el reciclaje entre nuestros(as) clientes(as) al incentivar la entrega de envases y empaques reciclables en **45 puntos en nuestros almacenes**, asegurando así que el 100% de los materiales recolectados se destine a procesos de reciclaje.

✓ **Tenemos presencia en las principales ciudades: Barranquilla, Bello, Bogotá, Cali, Chía, Envigado, Medellín y Sabaneta, así como en los almacenes de mayor tráfico de la compañía.**

✓ **Aumentamos en un 36% las toneladas de envases y empaques recicladas vs el 2022.**



Reciclamos **1.342,5** toneladas de envases y empaques, a través del modelo posconsumo Soy RE.





Trabajamos por el fortalecimiento de Soy RE en conjunto con diferentes aliados que también le apuestan al reciclaje: PepsiCo, Sistema Coca-Cola, L'Oréal Colombia, Grupo Bimbo, Colgate, Procter & Gamble, Mondelez, Colcafé, Bavaria.

Colaboramos estrechamente con proveedores y aliados, a través de la Fundación Éxito, para comercializar estos materiales y asegurar su uso.



Conoce [aquí](#) nuestra página de Soy RE.

A través de Soy RE, habilitamos por primera vez en el *retail* en Colombia la retornabilidad con Cola-Cola en uno de nuestros almacenes



Con el apoyo de los(as) clientes(as) logramos que el 96% de envases comercializados retornen al almacén para ser reutilizados, evitando así la fabricación de nuevos envases y el uso de aproximadamente 84 kg de plástico.

Esperamos seguir expandiendo este modelo en los almacenes con presencia de Soy RE durante el 2024.



Conoce [aquí](#) cómo avanzamos para ser un *retail* con menos plástico.

Unimos esfuerzos para generar conciencia en el cuidado de nuestros ecosistemas

En alianza con nuestro Fondo de Empleados PRESENTE, realizamos tres jornadas de limpieza de playas en zonas aledañas a nuestros centros vacacionales de Coveñas y Santa Marta.



Tuvimos nuestro primer voluntariado corporativo en alianza con L'Oreal Colombia, Presente, Fundación Éxito y Grupo Éxito. Con el material recogido durante esta jornada, fue posible hacer una donación de 180 kg a la Fundación Éxito, para ser posteriormente reciclado.



Realizamos limpieza de manglar y de playas con el patrocinio de GARNIER CLUB como proveedor del Grupo Éxito.



Participaron más de 150 voluntarios durante las jornadas.

Recolectamos 904 toneladas de residuos. Logramos aprovechar el 46%.

Certificamos como Basura Cero en categoría oro nuestros centros comerciales Viva Envigado y Viva La Ceja por parte del ICONTEC

[GRI 306-2]



Fuimos reconocidos por la implementación de estrategias de reducción, reutilización, aprovechamiento y valorización de los residuos generados en la operación de los centros comerciales certificados, incorporando acciones que promuevan la economía circular.

Logramos el aprovechamiento del **66% del total de residuos generados en Viva Envigado y del 72% en Viva La Ceja**, asegurando la incorporación de residuos reciclables y orgánicos en nuevos ciclos económicos, reduciendo la cantidad de residuos dispuestos en rellenos sanitarios.

Aseguramos la disposición adecuada de los residuos que generamos

[GRI 306-1] [GRI 306-2] [GRI 306-3] [GRI 306-4] [GRI 306-5]

Aseguramos el aprovechamiento y la disposición adecuada de los residuos generados en nuestra operación, de acuerdo a su clasificación y a su potencial de reincorporación en nuevos ciclos económicos.

Tipo de residuo (t/año)	2020	2021	2022	2023
Reciclamos los materiales resultantes de nuestra operación.	32.031	20.975	21.503	18.941
Aseguramos la correcta disposición de los residuos peligrosos.	27,32	29,54	27,23	29,57
Recuperamos el aceite de cocina usado y gestionamos su aprovechamiento.	2.947,69	3.467,87	3.094,92	5.628,49
Reaprovechamos los residuos orgánicos en la biorremediación* de suelos.	10.440,53	10.328,46	7.125,13	9.828,29
Disponemos en rellenos sanitarios todos los residuos ordinarios.	5.555,30	7.744,55	172.472,76	88.059,72

*Biorremediación de suelos a través del compostaje de residuos orgánicos.

Gestionamos la avería de alimentos

[FB-FR-150a.1]

A través de acciones de prevención y diferentes estrategias en la operación de nuestros almacenes, redujimos la generación de desperdicio de alimentos y aprovechamos los residuos generados.

Nuestras acciones preventivas y estrategias operativas minimizan la generación de desperdicios alimentarios y optimizan el aprovechamiento de residuos.

Año	2020	2021	2022	2023
Alimentos destinados a pérdidas y residuos.	17.307	14.425	21.503	13.312
Alimentos aprovechados con fines alternativos.	1.565	903	27,23	758

Como parte del **Food Waste Coalition del Consumer Goods Forum**, plataforma que agrupa empresas de *retail* y manufactura alrededor del mundo, implementamos acciones para reducir el desperdicio de alimentos en nuestras operaciones directas y cadenas de abastecimiento.



Conoce [aquí](#) más de la Coalición de Acción sobre Desperdicio de Alimentos.

Promovemos cadenas de abastecimiento para la conservación y la protección de la biodiversidad [GRI 304-3]

En Grupo Éxito, promovemos un modelo de ganadería sostenible que busca equilibrar la producción ganadera con la conservación ambiental y el bienestar animal.

Alineados con



Aliados en el monitoreo



Aliados para la conservación

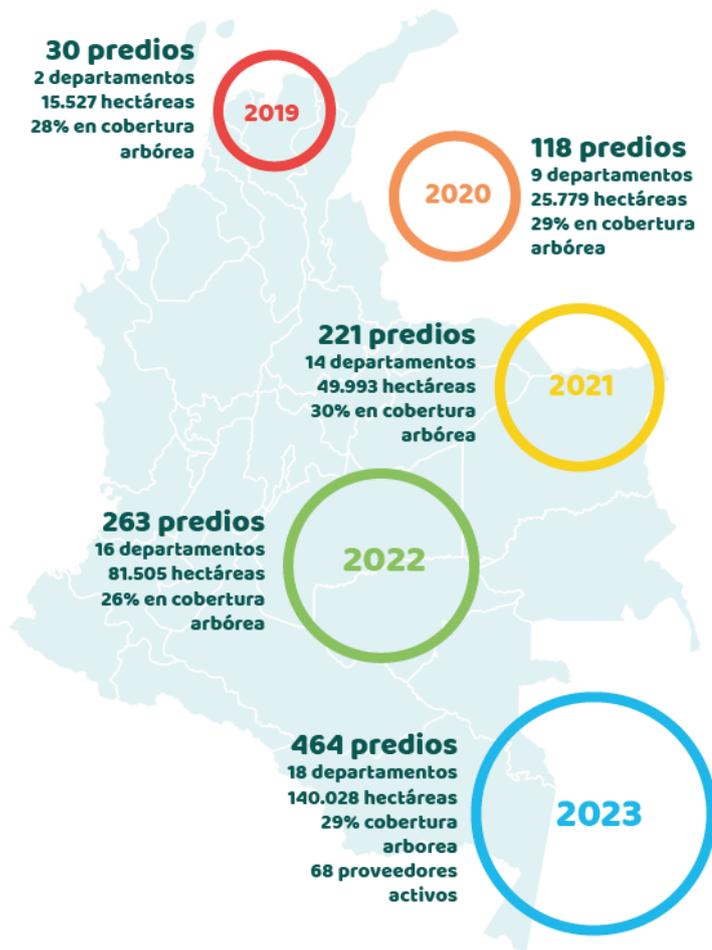


>>>

Desde el año 2019, Grupo Éxito trabajó en el primer piloto de autoanálisis de sus proveedores(as) directos(as) de ganado, convirtiéndose en el primer *retail* del país en contar con una georreferenciación de sus proveedores(as) directos(as) a nivel predial, mediante un tercero independiente, no vinculado al negocio.

Trabajamos con nuestros(as) proveedores(as) directos(as) de ganado en pie en la conservación de los ecosistemas, la calidad cárnica, y el bienestar animal.

El 100% de nuestros(as) proveedores(as) directos(as) de ganado en pie son monitoreados satelitalmente, cada año, bajo conceptos de respeto por la frontera agrícola y conservación de bosques.





>>> Visibilizamos la adopción de criterios máximos de sostenibilidad de nuestros(as) proveedores(as) mediante la marca propia "Pomona Ganadería Sostenible".

10 de nuestros(as) proveedores(as) directos(as) cuentan con certificación GANSO (Ganadería sostenible) promoviendo prácticas de sostenibilidad.



48 predios auditados en campo.



29.483 hectáreas.



En 5 departamentos del país.



Crecimiento en ventas de 21,2% del producto Pomona Ganadería Sostenible en 185 tiendas de las marcas Carulla y Éxito.

Implementamos las recomendaciones del autodiagnóstico de nuestras cadenas de abastecimiento realizado en el marco Accountability Framework Initiative (AFI), coalición de organizaciones dedicadas a la conservación y protección de los bosques, los ecosistemas naturales y los derechos humanos en los procesos de producción.

Ahora, los contratos de compra con nuestros(as) proveedores(as) directos(as) incluyen acuerdos para la conservación de los bosques.

Incluimos los criterios de monitoreo satelital, de cobertura boscosa y frontera agrícola como parte del negocio de la cadena res.





>>>

El Modelo de Ganadería Sostenible reúne los lineamientos planteados en nuestra Declaración de Ganadería Sostenible para la protección de la biodiversidad, desde la compra del ganado hasta la venta del producto en los almacenes.



Somos el primer *retail* en Colombia en implementar y certificar con el ICONTEC nuestra norma de empresa GE-001 Modelo de Ganadería Bovina Sostenible, certificación que reconoce las buenas prácticas de sostenibilidad en nuestra cadena de abastecimiento de carne de res y producto terminado.



Conoce [aquí](#) nuestra página de Ganadería Sostenible.

“Asumir el compromiso con el cuidado de nuestro planeta y su biodiversidad, implica vincular a nuestra compañía a los más altos estándares de cumplimiento de procesos. Hoy celebramos la certificación que realiza ICONTEC a nuestro proceso de ganadería sostenible, resultado del trabajo conjunto entre nuestros equipos y nuestros(as) proveedores(as). Seguiremos trabajando con responsabilidad para ofrecer los mejores productos a nuestros clientes, garantizando el cuidado del medioambiente.”

María Fernanda Posada, directora de Sostenibilidad.

Consumo y ganadería sostenible: una alianza por la biodiversidad de Colombia



Esta alianza busca la conservación de los ecosistemas, la protección de la biodiversidad y el fortalecimiento de buenas prácticas en los predios ganaderos. El proyecto cuenta con el financiamiento del Gobierno de Reino Unido, bajo su programa UK PACT.



De la mano del socio local Horizonte Verde implementamos **3.866 metros lineales en cercas vivas** como estrategia de conectividad.

Hemos implementado programas de gestión de la biodiversidad en **seis fincas de nuestros(as) proveedores(as) directos(as)** de ganado en pie, de las zonas norte y sur del país. En total intervenimos más de **9.000 hectáreas** donde aplicamos acciones de:

- ✓ **Creación de corredores de conectividad entre cuerpos de agua.**
- ✓ **Enriquecimiento de riveras.**
- ✓ **Instalación de señalización contra cacería y áreas de conservación.**
- ✓ **Capacitación al personal en viverismo y mantenimiento de viveros.**
- ✓ **Monitoreo de fauna y flora.**
- ✓ **Incremento de áreas de protección de bosque.**
- ✓ **Instalación de cámaras trampa.**



>>>

En alianza con el socio local Animal Bank, instalamos cámaras trampa como estrategia de conservación para la construcción de inventarios de fauna.

10-30-2023 06:33:50



En el marco de este proyecto se implementó la metodología TNFD, Taskforce on Nature-related Financial Disclosures siendo el primer *retail* en introducir un marco de gestión de riesgos y oportunidades derivados de la naturaleza para el commodity carne de res y **13 agri commodities priorizados de la marca propia de alimentos.** [GRI 304-2]

La primera iteración de este ejercicio ha permitido la sistematización y escalamiento de medidas y controles para la cadena de abastecimiento, al igual que la estandarización de procesos y metas dentro de la Compañía.

100% de los(as) proveedores(as) de aceite de palma de la marca propia cuentan con certificación de palma sostenible (RSPO).



Sembramos más de 721.000 árboles nativos en ecosistemas estratégicos de Colombia de la mano de nuestros(as) clientes(as) y proveedores(as), en compañía de Celsia y Reverdec.

Estos árboles no solo capturarán carbono de la atmósfera, sino que también protegerán cuerpos de agua, recuperarán suelos degradados y brindarán hábitat y alimento para muchas especies de fauna.



Movilizamos nuestros grupos de interés hacia la protección del medio ambiente

- 

Lanzamos el curso en economía circular en la plataforma de Red Humana, disponible para todos nuestros(as) colaboradores(as). En 2022 tuvimos la participación de más de 900 personas.
- 

Realizamos un curso de cambio climático en la plataforma Red Humana, con participación de más de 574 colaboradores(as).
- 

Participamos y fuimos ponentes en la segunda convención internacional de emergencia climática, celebrada en la ciudad de Bogotá, para compartir nuestra experiencia en el camino de la descarbonización.
- 

Participamos en el simposio Ganadería Sostenible: vínculo entre el secuestro de carbono y la Biodiversidad de la Mesa Global de Ganadería Sostenible.
- 

Participamos como ponentes en el evento Circular Plastics Packaging South & Central América, llevado a cabo en Cartagena de Indias.
- 

Fuimos panelistas en el evento Acelerando el camino de la sostenibilidad a través de alianzas poderosas organizado por L'Oreal Colombia y compartimos nuestra experiencia trabajando de forma colaborativa entre diferentes actores.

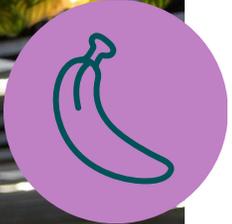
Logros 2023 [GRI 3-3]

- Generamos acciones de mitigación del cambio climático y gestionamos nuestras emisiones.
- Promovemos iniciativas para la resiliencia del negocio incorporando los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático.
- Fortalecimos Soy RE, logrando un incremento de 36% de las toneladas de materiales reciclables recolectados y sumamos nuevos aliados para en conjunto concientizar a los ciudadanos.
- En el 100% de los almacenes Carulla eliminamos las bolsas plásticas en puestos de pago y en entregas a domicilio.
- Habilitamos por primera vez en el *retail* en Colombia la retornabilidad con Coca-Cola.
- De la mano de nuestros(as) aliados(as) comerciales, promovemos el cuidado de la biodiversidad en nuestra cadena de valor.

Retos 2024

- Seguir avanzando en el cumplimiento de nuestra Mega Ambiental Corporativa.
- Robustecer la gobernanza climática de la Compañía bajo el marco TCFD.
- Avanzar en la gestión de nuestras emisiones de alcance 3 mediante la vinculación de proveedores(as) priorizados(as).
- Eliminar los elementos plásticos de un solo uso prohibidos a partir de julio del 2024 según la Ley 2232, sin afectar la experiencia del cliente en los almacenes.
- Fortalecer la estrategia de ecodiseño en la Compañía para que los materiales de empaque sean un factor de decisión en las negociaciones de productos marca propia.
- Movilizar el crecimiento del reciclaje a través de Soy RE y al interior de la operación en los almacenes.

Vida Sana



3 SALUD Y BIENESTAR



12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



2 HAMBRE CERO



6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO



Movilizar a nuestros(as) clientes(as), proveedores(as) y colaboradores(as), hacia estilos de vida más saludables y balanceados, es posible a través de acciones y un portafolio de productos y servicios enfocados en estos frentes:

- Promover hábitos de vida saludable que habiliten el balance mental, emocional, social, físico y nutricional en nuestros grupos de interés.
- Educar clientes(as), colaboradores(as) y proveedores(as) para una vida sana.
- Comercializar productos y servicios que incentiven estilos de vida saludable.

Promovemos la salud integral de nuestros grupos de interés a través de la nutrición infantil, alimentos nutritivos, saludables y accesibles, la educación alimentaria y la implementación de hábitos saludables.

La Coalición de Acción del CGF para una vida más sana

Participamos en el **CGF Sustainable Retail SUMMIT**, cumbre que reúne a minoristas y fabricantes para impulsar el cambio y superar los desafíos actuales en materia de sostenibilidad y salud. En el panel **The CGF Healthier Lives Coalition of Action**, exploramos temas vinculados a nuevas tendencias en la promoción de estilos de vida saludable y profundizamos en las acciones que realizamos para el bienestar integral de nuestros(as) colaboradores(as).



Bärbel Weiligmann, líder global de Workforce Nutrition y Helen WRAY, líder global de Mental Health & Energy, Mars, Inc, acompañaron nuestras reflexiones para promover estrategias en favor del bienestar de los empleados.

En la alianza por la vida sana de nuestros(as) consumidores(as) impactamos en el 2023 a 1.000.000 clientes(as) en 166 tiendas.



Contribuimos al desarrollo de alimentos confiables y vida saludable

[FB-FR-260a.1] [FB-FR-260a.2]

Nos comprometemos con la inocuidad de nuestros productos, fomentamos buenas prácticas a lo largo de toda la cadena de valor y cumplimos con las normativas sanitarias y de rotulado. Además, nos esforzamos por ofrecer a nuestros(as) consumidores(as) alternativas nutritivas y promover estilos de vida saludables mediante una comunicación transparente y etiquetados claros en nuestros envases.

En la búsqueda constante de la satisfacción, bienestar y nutrición de nuestros(as) clientes(as), este año hemos **reestructurado los componentes y etiquetas de 56 productos**. Este esfuerzo continuo se propone cumplir con la resolución 2492, entregando productos innovadores y de calidad acordes con los estándares más saludables para nuestros consumidores(as).



>>>

Protegemos el bienestar de nuestros(as) clientes(as) [FR-FR-250a.1] [FR-FR-250a.2] con productos en condiciones aptas para su consumo. Estas medidas han resultado efectivas, ya que no se han retirado productos marca propia, en nuestros almacenes.



140 productos con sello positivo.



56 productos de proteína vegetal.



79 productos orgánicos.



6,1% de productos contiene ingredientes más nutritivos como fibra, vitaminas, minerales o aditivos funcionales.

En nuestras marcas, contamos con días temáticos saludables en los que incentivamos a nuestros(as) clientes(as) a llevar productos con mejor perfil nutricional.

Trabajamos para expandir iniciativas que fomentan estilos de vida saludable

La palabra "Taeq" proviene de las palabras orientales "TAO", que significa equilibrio, y "EQU", que significa energía vital. Por tanto, "Taeq" simboliza la vida en equilibrio.

Ofrecemos una amplia variedad de **más de 400 productos**, en diversas categorías del mercado, elaborados por nuestro equipo en nutrición y en otras áreas de Grupo Éxito, pensando siempre en la salud, equilibrio y bienestar de nuestros públicos de interés.

Durante el 2023, la marca **Taeq tuvo un crecimiento del 47% en ventas**, alcanzando más de dos millones de compradores.



La marca Taeq proporciona productos con características nutricionales superiores y formulaciones de alta calidad, como una elección única que ofrece dos beneficios nutricionales significativos, la reducción o eliminación de nutrientes de riesgo y el aumento de nutrientes como proteína, vitaminas, minerales y fibra.



Eliminamos ingredientes como: grasas hidrogenadas industrializadas, tartrazina, sacarina, aspartamo, entre otras.



Feria Vida Sana: balance entre nutrición, cuerpo y mente



En la feria se realizaron actividades enfocadas en inspirar y educar a la comunidad sobre la relevancia de adoptar estilos de vida que favorezcan el bienestar.

La feria contó con la presencia de 100 marcas, 42 proveedores(as) y 34 microempresarios(as) con productos y servicios que promueven estilos de vida sanos y sostenibles para las personas y el planeta.



Presentamos la séptima versión de la Feria Vida Sana, un evento presencial, con exhibiciones en más de 100 almacenes en diversas ciudades del país, en el cual reafirmamos nuestro compromiso de promover hábitos de vida saludable y trabajar conjuntamente con proveedores(as) para la innovación y desarrollo de nuevos productos con beneficios nutricionales.

- ✔ **Crecimiento del 36,2% en ventas vs. la sexta edición en el 2022.**
- ✔ **Bronzini, nuestra marca propia de ropa deportiva fue la cuarta en ventas de la feria, con una participación del 75%.**
- ✔ **Taeq, la segunda marca, con una participación del 11%.
Tuvimos más 19.060 visitas a la feria, más de 1.409 clientes(as) en las diferentes actividades de la agenda académica, fortaleciendo el conocimiento sobre la vida sana.**
- ✔ **Entre las actividades de este evento, se destacó la actividad de Wim Hof, método que consiste en la inmersión en hielo que, guiada por un experto, aporta grandes beneficios para la salud, como mejor conciliación del sueño y relajación muscular.**

La feria contó con más de 40 actividades en donde nuestros(as) clientes(as) aprendieron de nutrición, movimiento y consciencia

- ✔ **Movimiento:** clases de yoga, spinning, pilates, medicina en movimiento, clases funcionales y nuevas tendencias, rumba sana, entre otras.
- ✔ **Consciencia:** conversatorios sobre temas en tendencia: ayuno intermitente, tablas nutricionales, importancia de la respiración por Sara Mesa, importancia de una buena alimentación en la primera infancia por Fundación Éxito.
- ✔ **Nutrición:** clases con los chef de la Escuela de Cocina, Taeq: Sara Mesa y Estefi Borge + apoyo equipo de Calidad Talleres con niños y niñas.

Buscamos ser parte de la esencia del país y de cada una de las regiones en las que operamos, **pues de esta forma contribuimos a su bienestar y desarrollo, promoviendo la producción de la industria textil, agrícola y artesanal, la generación de empleo y la construcción de oportunidades para las comunidades en el país.** En nuestras operaciones internacionales en Uruguay y Argentina, también nos enfocamos en aportar a la transformación del *retail* de estos países, con innovación en formatos, tecnologías, productos y prácticas sostenibles.

“ Con el portafolio de Vida Sana queremos llegarle a toda la familia. Es importante que todos podamos contar con una alimentación más sana y hábitos que nos permitan sentirnos mejor y cuidar el planeta. Por eso, este portafolio lo trabajamos en tres frentes: nutrición, movimiento y consciencia. Alimentarse bien es vital y es una de las tres partes, el movimiento nos permite estar activos y la consciencia la podemos trabajar con alternativas como el cuidado personal, con ingredientes más amigables, productos ecológicos y prácticas como la meditación y el descanso.”

Edna Milena Rico, directora de la Feria Vida Sana

Aliados:



Por primera vez celebramos el día Taeq, en nuestras marcas Feria Vida Sana.

12 años enseñando a los amantes de la culinaria a desarrollar nuevas técnicas para la gastronomía

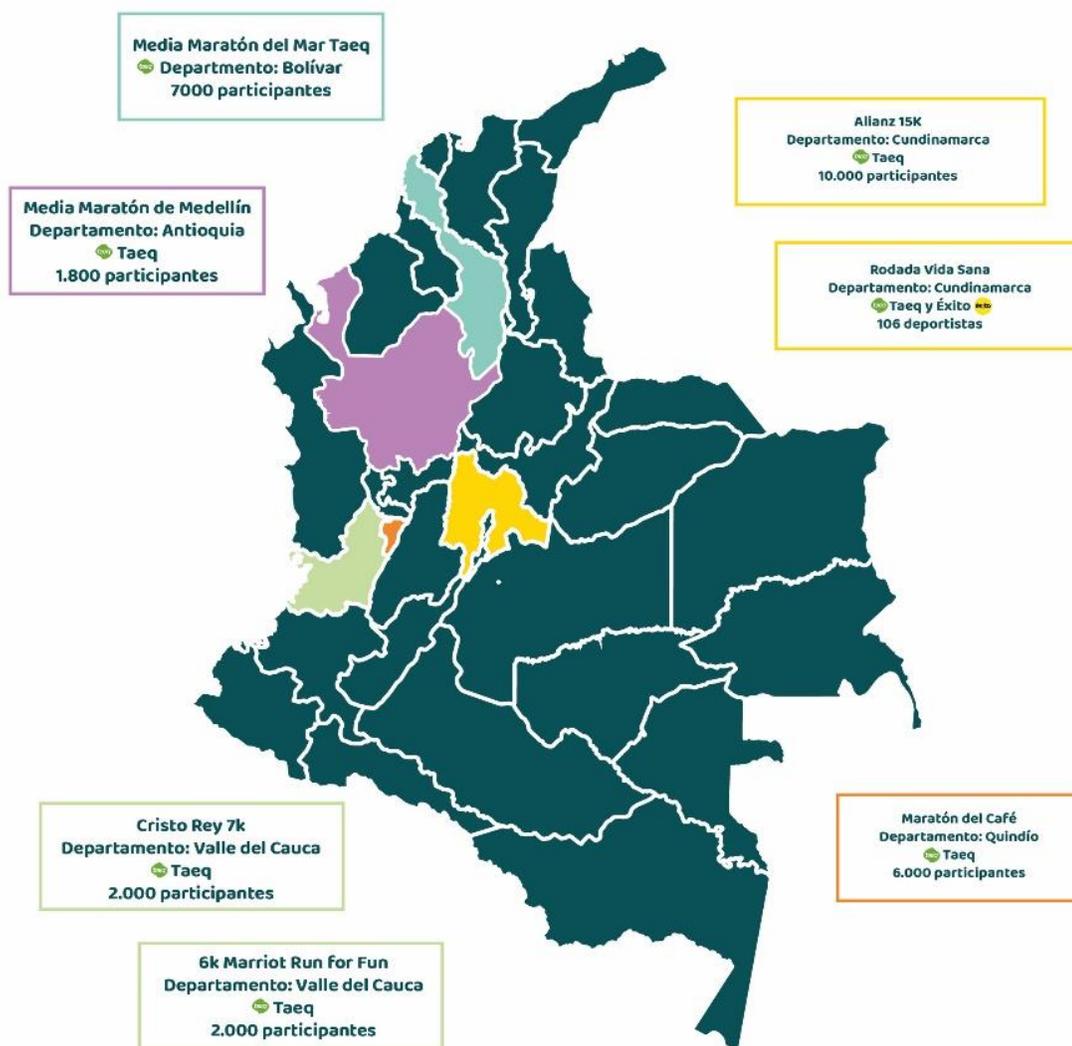
Tras una década enseñando el arte culinario a miles de personas, Escuela de Cocina Carulla ha impactado a más de **1,27 millones de expertos y amateurs**, con programas de formación orientados por los expertos gastronómicos más importantes en la industria de la pastelería, panadería, tapas, bebidas, entre otros.



Con la Escuela de Cocina, continuamos impulsando la compra local y la alimentación balanceada, a través de los festivales del mediterráneo, Italia, Francia y América del Sur.

Apuestas que promueven la vida sana

Apoyamos eventos deportivos que promueven la actividad física, la sana competencia y la integración comunitaria. En nuestro compromiso con el deporte, buscamos inspirar a las personas para que adopten hábitos de vida saludables y a disfruten de los beneficios que la actividad física aporta al bienestar general.



Vivimos nuestra Rodada Feria Vida Sana

Previo a la Feria Vida Sana, iniciamos nuestra primera rodada en la ciudad de Bogotá, para impulsar la interacción con el deporte, fomentar buenos hábitos y promover la salud y calidad de vida



106 ciclistas aficionados participaron en dos recorridos (80k y 60k).



Promovemos hábitos de vida sana con nuestros(as) colaboradores(as)

Con el Consumer Goods Forum (CGF), lanzamos nuestro piloto **"Muévete por tu Salud"**, un programa integral de autodesarrollo donde, durante seis meses, trabajamos estilos de vida saludable, actividad física, tiempos de recuperación, alimentación saludable y salud mental de nuestros(as) colaboradores(as). Este programa se fundamenta en cinco pilares: deporte, dieta personal, desarrollo espiritual, dieta intelectual y descanso.

Tres dependencias alcanzadas.
Más de 600 colaboradores(as) participaron.



El resultado: disminución del ausentismo en un 27% y disminución de la accidentalidad en un 48%.

Esta iniciativa es una oportunidad para conectar clientes, colaboradores y proveedores con nuestros productos, en una ruta hacia la salud y el bienestar general.

En alianza con:



LISTERINE®

Lubriderm
Recomendada por generaciones de dermatólogos



L'ORÉAL

Cuidamos a nuestros(as) colaboradores(as) y clientes(as)

[GRI 403-3][GRI 403-4][GRI 403-6]

Desarrollamos estrategias con propósito para que el cuerpo, la mente y el espíritu estén en equilibrio, a través del **programa preventivo quiérete mucho, cuídate más, piensa en ti.**



Desarrollamos 1.084 actividades presenciales para colaboradores(as), donde trabajamos temas relacionados con salud mental, alimentación, tamizajes, planificación familiar y la importancia de moverse por la salud.



Generamos un impacto positivo en más de 24.4235 colaboradores(as) a través de espacios de formación.



Publicamos contenido de valor en redes sociales, en los cuales hablamos de los beneficios nutricionales de algunos productos.



Guía de salud mental para colaboradores.



Nueve videos podcast donde hablamos sobre la importancia de la comida saludable y la influencia en la vida sana.

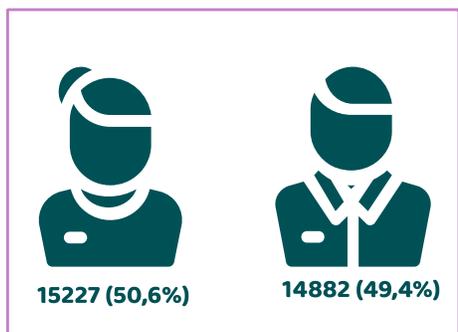


Espacios del programa preventivo quiérete mucho, cuidate más, piensa en ti.

Realizamos nuestra encuesta psicosocial que nos ayudará a identificar y medir factores que impactan la salud y el bienestar en el entorno laboral. Este innovador instrumento se centra en la interacción entre el ambiente de trabajo, el contenido laboral y las condiciones organizativas.



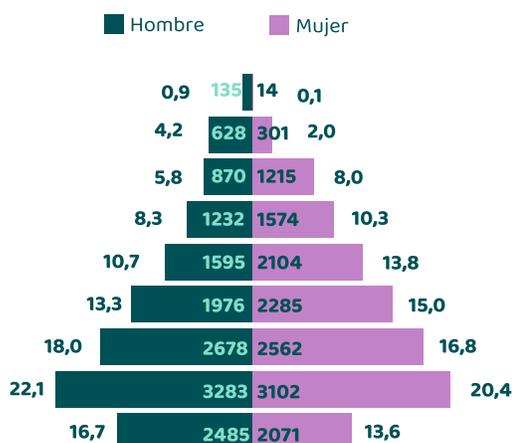
El desarrollo de esta encuesta nos ha permitido priorizar planes de trabajo en temas de liderazgo y relaciones sociales, jornadas de trabajo y consistencia del rol.



n = 30132 empleados

Grupos de edad

Mayor de 60 años
De 56 a 60 años
De 51 a 55 años
De 46 a 50 años
De 41 a 45 años
De 36 a 40 años
De 31 a 35 años
De 25 a 30 años
Menor de 25 años



Logros 2023 [GRI 3-3]

- Logramos una medición del riesgo psicosocial de nuestros(as) colaboradores(as) con más 30.116 encuestados(as).
- A través de nuestro programa Muévete por tu salud, conectamos a proveedores(as) y colaboradores(as) en una apuesta conjunta por el bienestar.
- Taeq creció un 47% sus ventas, impactando a más de 2 millones de consumidores.

Retos 2024

- Incentivar prácticas que contribuyan al bienestar mental de nuestros(as) colaboradores(as).
- Continuar movilizando acciones y alianzas que permitan unir nuestros grupos de interés en torno a la cultura del bienestar integral.
- Explorar con nuestra marca Taeq nuevas categorías de consumo que promuevan estilos de vida saludables.

El éxito de Grupo Éxito está en su gente



Cumplir nuestros objetivos solo es posible gracias al trabajo de nuestra gente, por eso nos esforzamos en atraer, cultivar y mantener el mejor talento enfocados en estos frentes:

- Cultivar el desarrollo integral de nuestra gente, desde el ser, el saber y el hacer.
- Ser atractivos(as), diversos(as) e incluyentes.
- Promover la equidad de género.
- Fomentar el diálogo social.
- Trabajar por la Vida Digna de nuestros(as) colaboradores(as).

COP \$52.528 millones se invirtieron en beneficios dirigidos a nuestros(as) colaboradores(as) y sus familias.

36.058 colaboradores(as).

[GRI 2-6] [GRI 2-7] [GRI 2-8]

2.102.740 horas se dictaron en formación virtual y presencial e híbrida para el desarrollo de nuestros(as) colaboradores(as).

Nos inspira brindar una mejor calidad de vida y aportar al desarrollo del ser y el hacer de nuestra gente

Nutrimos de oportunidades a Colombia, priorizando a nuestros(as) colaboradores(as) y sus familias a través de la generación de condiciones de vida digna, fomento a la educación, mejoramiento de vivienda, promoción de la transformación de la cultura organizacional velando por el bienestar de las personas, el diálogo social y la equidad de género.



Reiteramos nuestro propósito Nutrimos de oportunidades a Colombia a través del valor de consciencia social y ambiental. Queremos ser no una empresa exitosa en términos comerciales, sino también una fuerza positiva en la construcción de una sociedad más incluyente y equitativa.

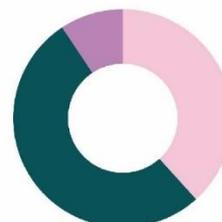
Juan Felipe Montoya Calle, vicepresidente de recursos humanos Grupo Éxito.

33.683 colaboradores(as) con contratos a término indefinido:



- 50,37% mujeres
- 49,62% hombres
- 0,01% otros

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



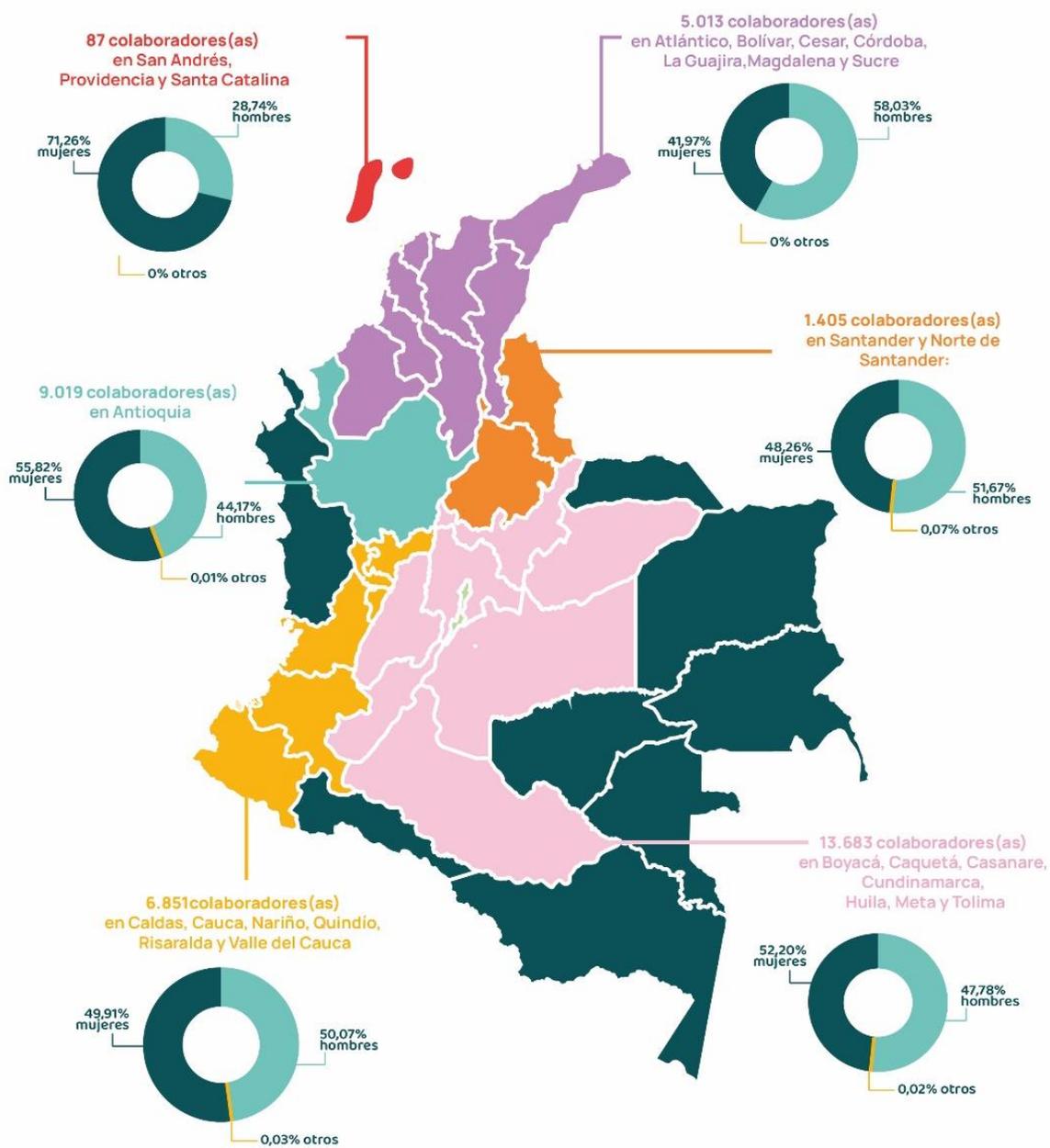
- 38,05% menores de 30 años
- 52,58% entre 30 y 50 años
- 9,37% mayores de 50 años

Colaboradores(as) que están en mayor riesgo de vulnerabilidad:

8,60%

Colaboradores(as) con discapacidad:

0,61%



Colaboradores(as) de otras nacionalidades que trabajan en Colombia

País	Porcentaje de colaboradores(as)	Porcentaje que está en niveles 1, 2, 3 y 4
Colombia	98,31%	99,32%
Ecuador	0,01%	0,14%
Estados Unidos	0,01%	0,14%
Francia	0,01%	0,27%
Venezuela	1,61%	0,14%
Otros	0,04%	0%

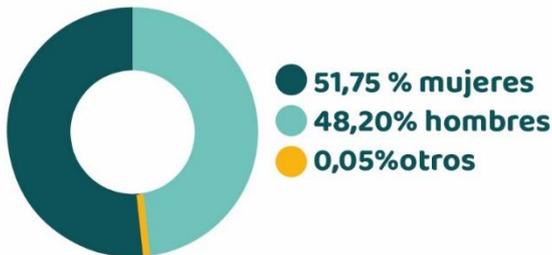
Habilitamos experiencias de transformación para conectar talento con propósito

Nos impulsa la dedicación a cultivar el talento para alcanzar resultados, un proceso que abarca liderazgo, planificación y ecosistemas de aprendizaje. La experiencia del empleado cobra vital importancia, al igual que la implementación del modelo de habilidades, que faculta la asignación de roles según las capacidades y conocimientos de cada colaborador(a), potenciando aquellos necesarios para afrontar nuevos desafíos. De esta manera, creamos un sistema de talento interconectado que se erige como un habilitador estratégico para el desarrollo del negocio y el crecimiento personal y profesional de los(as) colaboradores(as).

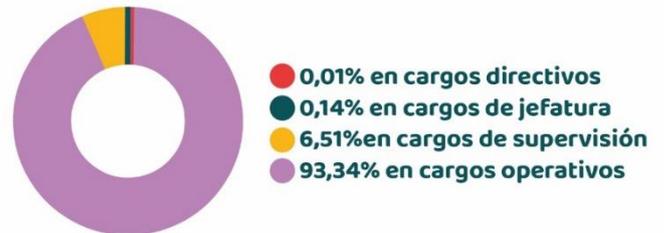


18.646 nuevas contrataciones [GRI 401-1]

Contrataciones por género



Contrataciones por estructura organizacional

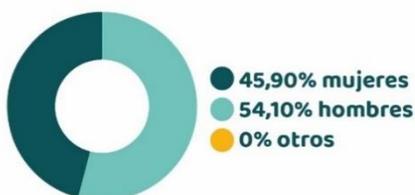


Cerca de COP \$162.463 invertidos por colaborador(a) en procesos de selección y contratación.

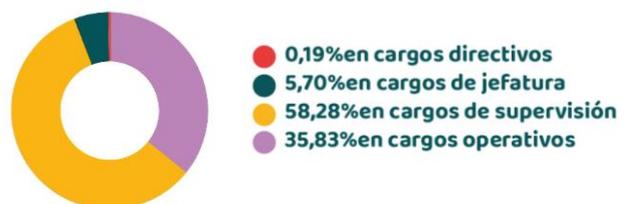
2.632 colaboradores(as) ascendidos(as) [GRI 405-1]

12,37% de las vacantes abiertas fueron ocupadas por colaboradores(as) de la Compañía

Colaboradores(as) ascendidos(as) por género



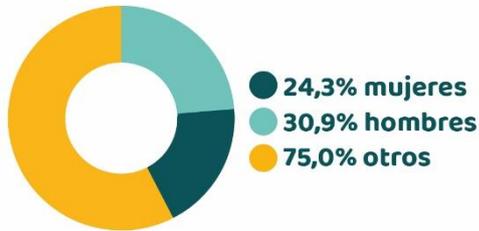
Colaboradores(as) ascendidos(as) por estructura organizacional.



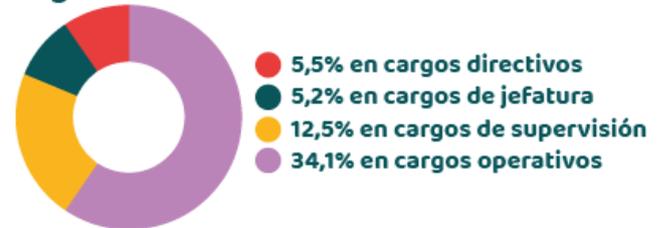
Rotación de personal: contratos a término indefinido

27,6% de rotación a término indefinido *22,4% de rotación voluntaria

Rotación de personal por género



Rotación de personal por estructura organizacional



Entre las acciones implementadas para incentivar la permanencia de las personas en la organización, resaltamos:

- ✓ Cambiar el tipo de vinculación de los(as) colaboradores(as) con contrato a término fijo a término indefinido.
- ✓ Contratar al personal de la operación directamente con contrato a término indefinido.
- ✓ Lo anterior, significa una mayor estabilidad y beneficios laborales. Sin embargo, esta definición hizo que la base que tenía en cuenta la fórmula de rotación aumentara considerablemente y nos ubicará en cifras poco comparables entre los años.

Desarrollar el ser para potenciar el hacer [GRI 402-2]

Implementamos un modelo de crecimiento integral en habilidades

Priorizamos el desarrollo de las habilidades que potencian el crecimiento profesional, para que nuestros(as) colaboradores(as) adquieran destrezas necesarias para enfrentar los desafíos actuales y futuros.



El aprendizaje como un gran ecosistema

[GRI 404-1] [GRI 402-2] [GRI 404-3]

Estamos comprometidos en fortalecer el talento de nuestros(as) colaboradores(as) equipándolos con las habilidades necesarias para enriquecer en el entorno laboral.



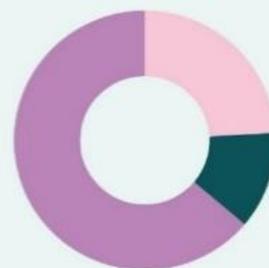
>>>

Escuela de frescos, pagos y transacciones

- ✓ Enfoque en habilidades en los roles críticos para la permanencia y difícil consecución.
- ✓

Modelo apalanca proyectos
Omnicanalidad 2X y Éxito
Media 360 Pilos@s

**Dictamos
2.102.740 horas
de formación:**

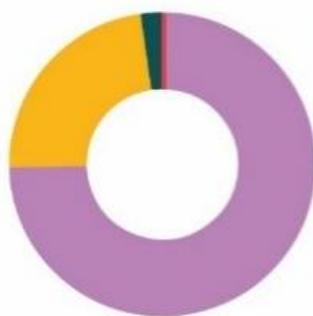


- 506.508 virtuales
- 254.292 presenciales
- 1.341.940 en modalidad híbrida



**Colaboradores
Formación por
género:**

- 51,22% Mujeres
- 48,78% Hombres
- 0,01% otros



Horas de formación por estructura organizacional

- 1.115 para cargos directivos.
- 47.909 para cargos de jefatura.
- 483.887 para cargos de supervisión.
- 1.569.798 para cargos operativos.



1.598 mujeres líderes en posiciones de liderazgo formadas.



En promedio, por colaborador(a), invertimos COP \$64.961 en formación y destinamos 41.6 horas promedio para la misma [GRI 404-1].



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

*Se tienen en cuenta a las personas que se formaron y se retiraron de la compañía, por eso se supera el número de colaboradores(as).



346 colaboradores(as) de la categoría STEM fueron formados.



1.598 mujeres líderes en posiciones de liderazgo formadas.

Los líderes como promotores de la transformación



Disponemos de un modelo de liderazgo estructurado en tres dimensiones que potencian el enfoque estratégico y los resultados, incorporando elementos de capacidad adaptativa, conversaciones y toma de decisiones.



Además, reconocemos y valoramos lo que son, hacen y saben nuestros(as) colaboradores(as) como impulsores clave en la transformación de nuestro equipo y del negocio, a través de diferentes herramientas.

388 líderes participaron en la escuela de Liderazgo en Evolución, con el que buscamos fortalecer el autodesarrollo como capacidad organizacional, la adaptabilidad y desarrollar competencias clave para la transformación.

Modelo de desempeño

Nuestro modelo de liderazgo incorpora elementos de capacidad adaptativa, conversaciones y toma de decisiones. Reconocemos a nuestros(as) colaboradores(as) como impulsores clave en la transformación de nuestro equipo y del negocio.



5.338 colaboradores(as) fueron valorados(as) por sus líderes en evaluaciones por objetivos. [GRI 404-3].

Modelo de reconocimiento Grupo Éxito

El Modelo de Reconocimiento de Grupo Éxito se enfoca en reconocer el ser, el saber y el hacer de los(as) colaboradores(as), visibilizando y celebrando aquellos comportamientos y logros que apalanquen y movilicen de manera transversal el Propósito Superior, la estrategia y la cultura de la Compañía, a través de los valores organizacionales.

Se conecta con la fidelización del talento y el cumplimiento a la estrategia. Existen dos herramientas oficiales para hacer reconocimiento: aplicativo de Teams y módulo en Redhumana.

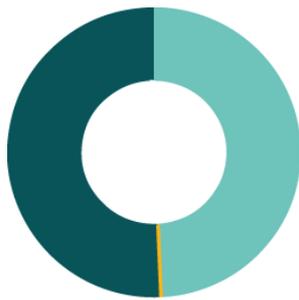
Compromiso de nuestros(as) colaboradores(as)

29.705 de los colaboradores(as) manifestaron un compromiso del 90,5% y un E-NPS del 70,6%.

Modelo de Reconocimiento

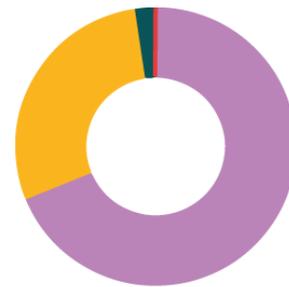


Participación ENPS colaboradores por género



- 50,81% mujeres
- 49,19% hombres
- 0,01% otros

Participación ENPS colaboradores por categoría laboral



- 0,08% en cargos directivos
- 2,36% en cargos de jefatura
- 28,79% en cargos de supervisión
- 68,77% en cargos operativos

Además, nuestros(as) colaboradores(as) pudieron expresarse en otras dimensiones como satisfacción laboral y propósito.

Nuestra gente es nuestro mejor motivo para sonreír

En alianza con nuestros fondos de empleados Presente y Futuro, entregamos diversos beneficios para mejorar la calidad de vida de los(as) colaboradores(as) y de sus familias.



Invertimos COP \$52.528 millones en 125.148 beneficios, dirigidos a nuestros(as) colaboradores(as) y sus familias.

“ **Tener vivienda propia es aprender y confiar primeramente en Dios de que los sueños sí se cumplen, si trabajamos por ellos. Agradecida con esta compañía por impulsarme a lograrlo cada día.** ”

Derly Johanna Espinosa Triana, auxiliar control unidades 2 sanciones - Éxito

Salud



- ✓ 31.389 colaboradores(as) y familias beneficiadas.
- ✓ Invertimos **COP \$1.883 millones** en programas de promoción de la salud y prevención de la enfermedad. 12,47% más que en 2022.

Vivienda



- ✓ **44** beneficios entregados, 51,11% menos que en 2022.
- ✓ Entregamos **COP \$1.400 millones** en créditos de vivienda para compra, construcción o mejoramiento de vivienda.

Educación



- ✓ 15.209 beneficios otorgados.
- ✓ Invertimos **COP \$12.007 millones**, para contribuir al crecimiento personal y académico de nuestra gente y de sus hijos(as).

Mi pensión



- ✓ **COP \$253 millones** invertidos en asesorías.
- ✓ Acompañamos a **4.029 colaboradores(as)** al momento de realizar los trámites de la pensión, 88% más que en 2022.

Programas de apoyo para el (la) colaborador(a)

Tiempo de trabajo flexible (Tiempo para ti)



- ✓ **29.723 beneficios otorgados**, 26,21% más que en el 2022.
- ✓ Posibilitamos que nuestros(as) colaboradores(as) disfrutaran de **22.541 horas libres**, destinadas a actividades personales o familiares.
- ✓ **COP \$1.379 millones** invertidos.

Escuela de economía personal y familiar

- Formamos a **346 colaboradores(as)** en planeación financiera, para la administración de su hogar y su vida. 84,44 menos que en el 2022.
- Invertimos COP \$104 millones en estas accesorias para el hogar.

Recreación y deporte

- Invertimos COP \$1.330 millones en programas de recreación y deporte, para 30.490 colaboradores(as) y sus familias.
- Acompañamos a **1.500 colaboradores(as)** y a sus familias en el proceso de elaboración de su declaración de renta, de manera gratuita, adecuada, fácil y segura, por medio de la gestión y el acompañamiento de nuestro aliado estratégico Tributi.

Mi renta



- Con una inversión de COP 81,081 millones en esta asesoría.

Celebraciones

- 24.481 beneficios** otorgados.
- Invertimos COP \$1.470 millones en celebraciones de días especiales para nuestros(as) colaboradores(as) y sus familias.

Trabajo en casa

- 1.005** de nuestros(as) colaboradores(as) de las sedes administrativas implementaron el trabajo híbrido (tres días presenciales y dos días en remoto desde casa).

Por ti es posible



- Reconocimos a **3.459 colaboradores(as)** por sus años de servicio en la organización



Apoyo integral para nuestros(as) adultos(as) mayores:

146 adultos(as) colaboradores(as) mayores de 50 años.

155 accedieron beneficios.

[GRI 201-3]

Vínculos de amor [GRI 401-3]

Beneficios de maternidad y paternidad

- ✓ Brindamos beneficios para el cuidado de los(as) hijos(as) de nuestros(as) colaboradores(as). Acompañamos a los futuros padres y madres a lo largo de su proceso con nuestro modelo de acompañamiento basado en el sistema Tool-Be, que integra herramientas físicas y digitales para el desarrollo de los(as) bebés.
- ✓ Auxilio de nacimiento o pérdida de un(a) hijo(a) en su edad gestacional.
- ✓ 30 minutos adicionales de lactancia en algunas de las dependencias del país (con relación a lo establecido por la Ley de la Adecuación de las Salas de Lactancia).
- ✓ 1.201 auxilios otorgados y **COP \$809.210 millones** invertidos.
- ✓ **1.000** colaboradores(as) accedieron a beneficios como: auxilios de nacimiento, auxilios por pérdida de hijos(as) en edad gestacional, el programa Vínculos de Amor para el cuidado de los(as) niños(as), nutrición para crecer, auxilios de escolaridad y/o universitarios, auxilios para hijos(as) con discapacidad y programas para la primera infancia.
- ✓ **COP \$451.818 millones** invertidos en el programa Vínculos de Amor.



Seguimos trabajando por la vida digna de nuestros(as) colaboradores(as)

Desde el año 2022 decidimos emprender el camino de contribuir con la mitigación de las condiciones de pobreza en nuestra población, identificando el IPM (índice de pobreza multidimensional).

En el 2023 seguimos impactando positivamente las vidas de nuestros(as) colaboradores(as), a través de las siguientes acciones:

- Empleo**
 - ✓ **263 personas** en programas de preparación para el empleo.
 - ✓ **1.154 personas** con programas de atracción laboral.
 - ✓ Promovimos la afiliación al sistema general de salud en **1.012 hogares**.
- Salud**
 - ✓ Vinculamos **100 niños(as) hijos** de nuestros colaboradores(as).
 - ✓ Atención de **200 niños(as)** familiares de nuestros colaboradores(as) en telemedicina.
- Vivienda**
 - ✓ **7 colaboradores(as)** con vivienda nueva.
 - ✓ **128** con acompañamiento en legalización de vivienda.
- Infancia**
 - ✓ **70%** infantes afiliados a telemedicina.
 - ✓ **50%** infantes afiliados a salud.
 - ✓ **195** infantes recibieron programas de nutrición.



Somos una compañía orgullosamente diversa e incluyente

Reconocemos que la fuerza de nuestros equipos reside en la diversidad, nuestra declaración cultural se basa en el respeto y la aceptación de las diferencias: edad, género, orientación sexual, capacidad, etnia y creencia, con lo que buscamos que en la organización exista una sensibilidad y esencia de ser incluyentes.

- ✓ Promovemos equipos de trabajo diversos y entornos accesibles.
- ✓ Reconocemos, valoramos y respetamos a todas las personas sin distinción de género, raza, origen, nivel social, orientación sexual, capacidad o discapacidad, política y religión.
- ✓ Promovemos la empatía y valoramos el intercambio constructivo de ideas.
- ✓ Encaminamos nuestras acciones para establecer una ruta de oportunidades más diversa e incluyente.
- ✓ Más de **12 mil personas impactadas**. Más de 46 mil visualizaciones en 26 programas de formación.
- ✓ Participación en 5 Foros externos.
- ✓ **100 participantes** en Mujeres con Propósito de Pepsico.



“Ser auténtico me ha brindado una profunda conexión con mi propia esencia y capacidad de vivir sin miedos ni barreras.”

Diego Sepúlveda, hunter Marketplace, en la ciudad de Medellín.

Somos el primer *retail* en Colombia certificado con el sello Friendly Biz

Es un reconocimiento a las prácticas que destacan el compromiso con el respeto y la no discriminación en entornos empresariales.

El sello fue entregado por la Cámara de la Diversidad, agremiación que reúne a más de 250 empresas y organizaciones comprometidas con el empoderamiento económico de la población diversa en Colombia y América Latina



Estamos listos a tu señal

Contamos con un centro de intérpretes de lenguaje de señas para facilitar la comunicación con colaboradores(as), clientes(as) o proveedores(as) con discapacidad auditiva. En 2023, hemos formado a **30 personas**.



>>>

Conoce [aquí](#) cómo funciona Estamos listos a tu señal.

Promovemos la inclusión laboral

Nuestros(as) colaboradores(as) pueden contar con ayuda para corregir su nombre y/o sexo/género en documentos de identidad. Brindamos apoyo a quienes se encuentran en su transición y deseen realizar estos cambios legalmente.

Estamos a tu disposición. Haz clic [aquí](#) para obtener más información.

“ Este servicio facilita el proceso de adaptación de las personas con discapacidad auditiva, puesto que hace que se sientan bienvenidas, generando una experiencia de valor y reafirmando que somos una compañía incluyente. ”

María Adelaida Jaramillo Lemos, directora de Cultura de Grupo Éxito.



La activación de las marcas propias de Grupo Éxito durante la marcha del Día Internacional del Orgullo LGBT en Medellín.

Contamos con un talento humano de 4.102 personas de poblaciones diversas

Nos esforzamos continuamente por ampliar los espacios y oportunidades para la población diversa. Nuestro compromiso se refleja en un trabajo constante para establecer alianzas que impulsen estas acciones.

- ✔ **47 jóvenes en riesgo.**
- ✔ **419 víctimas del conflicto armado.**
- ✔ **22 reincorporados y/o sus familiares.**
- ✔ **253 personas con discapacidad (adquirida antes de su ingreso).**
- ✔ **345 militares y/o sus familiares.**
- ✔ **2 pospenados y/o sus familiares.**
- ✔ **437 pertenecientes a la población LGTBIQ+ .**
- ✔ **235 migrantes.**
- ✔ **2.342 personas con diversidad étnica.**

Continuamos cerrando brechas de género

Seguimos siendo sello Equipares ORO

El Sello Equipares es una distinción que otorga Equipares, alianza estratégica entre el Gobierno Nacional, en cabeza del Ministerio del Trabajo y el Programa de las Naciones Unidas, es un reconocimiento a las organizaciones comprometidas con la **equidad de género y la diversidad** en el ámbito laboral. Obtener este sello significa que la compañía ha implementado prácticas y políticas que promueven la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, así como un ambiente inclusivo para todas las identidades de género.

Es un distintivo que refleja el compromiso genuino de la organización con la construcción de un entorno laboral diverso, igualitario y respetuoso.



Participación de mujeres por cargos



- 28% de los cargos directivos están ocupados por mujeres
- 38% de los cargos de jefatura están ocupados por mujeres
- 46% de los cargos de supervisión están ocupados por mujeres
- 53% de los cargos operativos están ocupados por mujeres
- 34% de los cargos STEM* están ocupados por mujeres
- 39% de los cargos comerciales con puesto gerencial están ocupados por mujeres

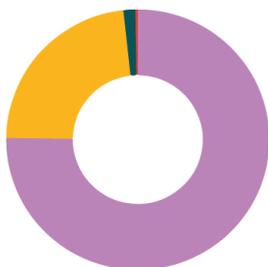
106 mujeres se graduaron del programa Mujeres Líderes.

25 programas componen la Academia Diversa e Incluyente.

[GRI 410-1]

Logramos 26 formaciones a 256 personas

Porcentaje de mujeres por estructura organizacional



- **0,04% en cargos directivos.**
- **1,47% en cargos de jefatura.**
- **23,10% cargos de supervisión.**
- **75,39% cargos de la operación.**



Conoce [aquí](#) nuestra Política de Salario Digno.

Fomentamos espacios para lograr una sociedad equitativa e incluyente

Establecimos espacios sin prejuicios para dialogar sobre las nuevas formas de masculinidad y los objetos clave en la búsqueda de la igualdad de género. Hombres Inéditos busca construir una comunidad sin estigmas, violencia o discriminación: un entorno seguro para todos(as).

Ratio salarial [GRI 405-2] [FB-FR-310 a.2]

	Ratio Salarial
Media	0,97
Media + incentivos	0,96
Cargos directivos	0,84
Cargos de jefatura	0,97
Cargos de supervisión + operativos	1,01

Fomentamos el diálogo social [GRI 2-30] [GRI 407-1] [FB-FR-3101.2]

Reconocemos el derecho de asociación sindical y el derecho a la no asociación sindical, respetamos los acuerdos colectivos y propiciamos el diálogo social con los diferentes actores. Contamos con cuatro convenciones colectivas de trabajo y un pacto colectivo de trabajo para la industria de alimentos que rige las condiciones laborales, negociado también en el mismo año.



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

El Comité de Convivencia Laboral gestionó las denuncias de colaboradores(as) ante presuntos actos de acoso laboral y/o sexual, cerrando cada una de estas y garantizando su reserva, confidencialidad, debido proceso y recomendaciones [GRI 406-1].

Todos(as) cuidamos la salud y la integridad de nuestros(as) colaboradores(as)

[GRI 403 -7] [GRI 403 -8][FB-FR-310a-3]

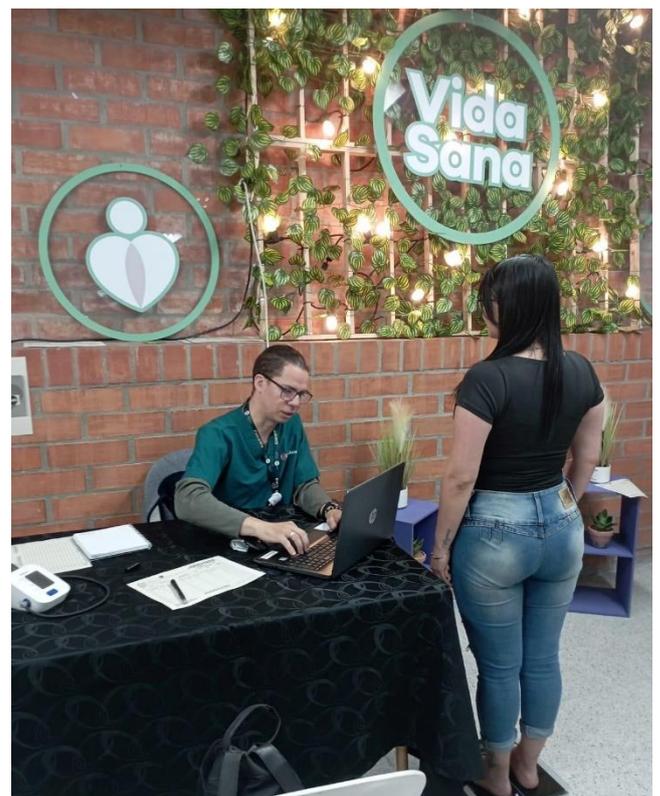
Buscamos promover una cultura donde todos(as) nos cuidemos a través de:

- ✔ **Sanamente:** estrategias para que el cuerpo, la mente y el espíritu estén en equilibrio, programa preventivo **quiérete mucho, cuídate más, piensa en ti.**
- ✔ **Conscientemente:** estrategias que permitan hacer una labor segura mediante la creación de consciencia, prevención y mitigación de riesgos, a través de los programas **actuemos juntos y vení cuidémonos.**
- ✔ **Con-sentido:** estrategias que ayuden en la transformación de capacidades a través de estrategias de conocimiento y habilidades, comunicación y participación.

72.536 colaboradores(as) participaron en 51 formaciones relacionadas con salud y seguridad en el trabajo.

[GRI 403-5]

115.285 horas de formación en salud y seguridad en el trabajo.



	Mujeres	Hombres	Otros	Contratistas
Incapacidad por enfermedad común	20.939	11.895	7	N/A
Incapacidad por enfermedades laborales [GRI 403-10]	124	119	0	N/A
Incapacidad por accidentes laborales [GRI 403-9]	773	937	0	N/A
Fatalidades de origen laboral	0	0	0	0

LTIFR	2020	2021	2022	2023
Porcentaje de colaboradores(as)	0	10,47	12,65	12,08
Porcentaje de contratistas	0	8,16	8,54	17**

*Lost Time Injury Frequency Rate (LTIFR) *Índice de frecuencia de lesiones con tiempo perdido.

*Este dato cubre el 80% de los contratistas.

Conoce [aquí](#) nuestra Política de Salud y Seguridad en el Trabajo [GRI 403-1] [GRI 403-2].

Logros 2023 [GRI 3-3]

- Certificación Sello Friendly Biz. Somos el primer *retail* del país en obtener esta certificación.
- Premio Aequales como el mejor *Retail* de la Latinoamérica en Equidad, Diversidad e Inclusión.
- Impactamos con los programas de Vida Digna a **3.000** colaboradores(as) y sus familias.
- Cubrimos el 100% de los(as) colaboradores(as) con alguno de los esquemas de compensación variable.
- Consolidamos el desarrollo de nuestros líderes con base en nuestro modelo de liderazgo, desde el autodesarrollo, logrando mejorar los resultados de la valoración de liderazgo de 8.8 a 8.92 puntos, correspondientes a 3.008 líderes.
- Encuesta Clima, Cultura, Compromiso y ENPS: 90,5% Compromiso y 70,6% ENPS.

Retos 2024

- Recertificación Sello Oro equipares.
- Continuación del modelo Vida Digna.
- Implementación del Nuevo Modelo de la Unidad de Gestión del Cambio.
- Consolidación de estrategias para incrementar el Liderazgo Femenino.
- Continuación del autodesarrollo como capacidad organizacional para la adaptabilidad.
- Continuación de acciones que apalancan a Grupo Éxito como una organización que ofrece empleo Digno para seguir nutriendo de Oportunidades a Colombia.
- Continuación de identificación de habilidades y conocimientos claves que apalancan la continuidad y transformación del negocio.

Somos íntegros



Construimos relaciones de confianza con los grupos de Interés en el marco de una actuación íntegra, bajo altos estándares de gobierno corporativo, ética, transparencia, respetando los derechos humanos y promoviendo acciones que nos acerquen a la comunidad.

Para ello nos enfocamos en:

- Ejercer el rol de ciudadanos corporativos, profundizando en los vínculos con las comunidades.
- Promover buenas prácticas de gobierno corporativo.
- Fomentar el respeto por los derechos humanos.
- Impulsar estándares de ética y transparencia.
- Facilitar entornos diversos e incluyentes.
- Velar por la construcción de confianza.
- Dialogar con los grupos de interés para entender sus expectativas e incorporarlas a nuestros procesos de toma de decisiones.



Nos mantenemos como uno de los **10 *retailers* más sostenibles del mundo.**



Conoce [aquí más información](#)

>>> Somos el *retail* más sostenible de Colombia, el segundo en el LATAM y el séptimo en el mundo.

Por quinto año consecutivo somos Sustainability Yearbook Member 2023 – S&P Global



Por quinto año consecutivo, nos destacamos en el Corporate Sustainability Assessment (CSA), una de las evaluaciones de mayor reconocimiento internacional, creado por S&P Global, para evaluar las empresas en su gestión en las dimensiones ambiental, social, económica y de gobierno corporativo.

Formar parte de esta evaluación subraya nuestro compromiso con la implementación de estrategias y prácticas comerciales cada vez más sostenibles, respondiendo a la creciente demanda de transparencia en un mercado donde la sostenibilidad se ha convertido en un foco principal.



Nos ubicamos en el percentil 97 de la industria global, con una calificación de 73 puntos sobre 100.



Aumentamos cuatro puntos, lo que representa un incremento frente al resultado de 2022. Esto evidencia nuestro compromiso por dar los máximos posibles en las acciones implementadas desde la estrategia de sostenibilidad.

Mantenemos nuestra calificación en el Carbon Disclosure Project (CDP) para el formulario de Clima con una calificación de B



Esto significa que somos una compañía que toma acciones coherentes en cuestiones climáticas. Estamos por encima del promedio global del sector *retail*.



Conoce [aquí](#).

Nuevamente somos parte del top 10 de las empresas con mejor reputación en Colombia

Según la encuesta Merco 2023 (**Monitor Empresarial de Reputación Corporativa**), de referencia en Iberoamérica, que evalúa la reputación de las empresas, nos ubicamos en el séptimo puesto de las empresas con mejor reputación del país. Además, nuestro presidente Carlos Mario Giraldo Moreno se ratifica como uno de los líderes con mejor reputación empresarial de Colombia.

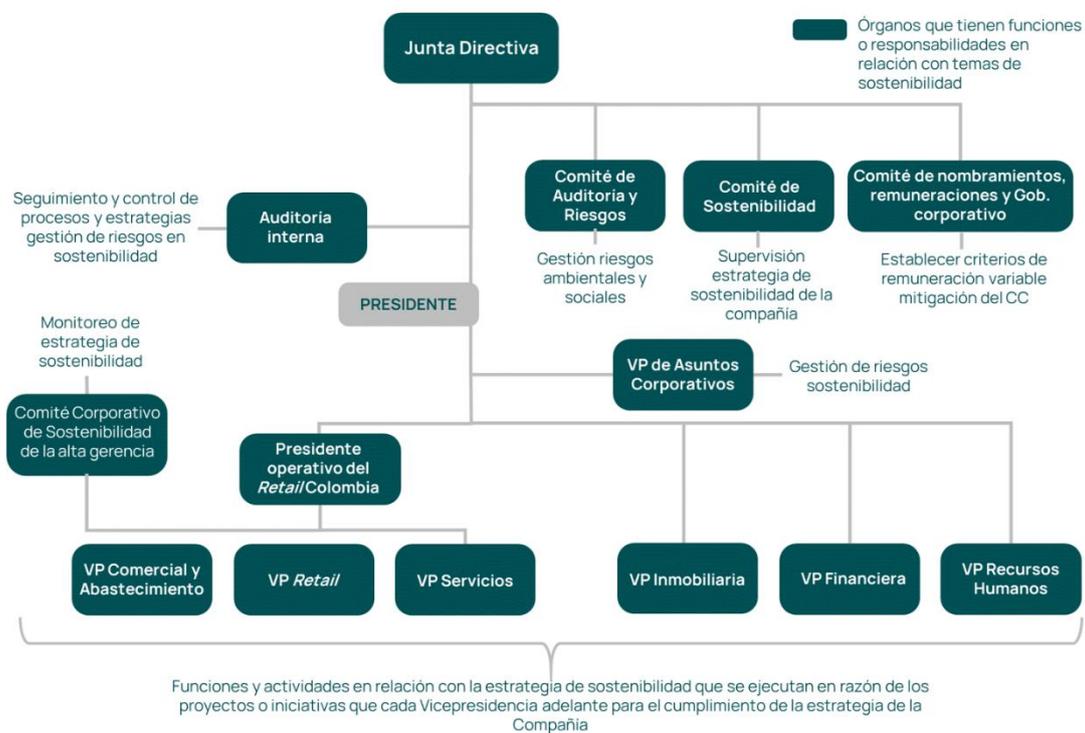


Promovemos las mejores prácticas en gobierno corporativo

Hemos implementado buenas prácticas de gobierno corporativo encaminadas a gestionar, entre otros aspectos, la estrategia de sostenibilidad de la Compañía. Estas prácticas son lideradas por el presidente, respaldado por la Junta Directiva y la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos.

La Junta Directiva está compuesta por 9 miembros, elegidos por la Asamblea General de Accionistas, de los cuales, tres son independientes. Su conformación evidencia la diversidad de sus integrantes, tanto en los aspectos profesionales y académicos, como en los personales, tales como: género, nacionalidad, edad, raza, entre otros, con el objetivo de garantizar su complementariedad y velar porque sus actividades se desarrollen de manera armónica con los grupos de interés, buscando un equilibrio entre los aspectos económicos, ambientales y sociales.

La Vicepresidencia de Asuntos Corporativos ejecuta políticas que buscan armonizar los componentes sociales y económicos de la estrategia de sostenibilidad, apoyar la integración de la gestión de riesgos y oportunidades derivadas del análisis de materialidad en todos los procesos de la Compañía.



Actualizamos seis políticas corporativas

Con el fin de dar respuesta pertinente a los cambios que se presentan a nivel social y ambiental, hemos actualizado nuestras políticas, **para conocer los cambios haga clic en cada una:**

 [Política de Sostenibilidad.](#)

 [Política de Derechos Humanos.](#)

 [Política de Biodiversidad.](#)

 [Política de Diversidad e inclusión.](#)

 [Política de Empaques y Envases.](#)

 [Política de Seguridad y Salud en el trabajo.](#)

Creamos nuevos procesos y políticas corporativas [GRI 2-23] [GRI 3-3]



- ✓ [Política de Calidad e inocuidad.](#)
- ✓ [Política de Mercadeo sostenible.](#)
- ✓ [Proceso de Evaluación de Riesgos relacionados con la biodiversidad 2023.](#)
- ✓ [Gestión sostenible de la cadena de abastecimiento.](#)
- ✓ [Micrositio de Ganadería Sostenible.](#)

Contribuciones

Contribuciones a grupos de lobby, representación de intereses o similares	COP \$ 0
Contribuciones a campañas políticas [GRI 415-1]	COP \$ 0
Contribuciones a asociaciones profesionales [GRI 2-28]	COP \$ 271.566.633
Contribuciones a organizaciones y/ asociaciones que trabajan por el clima	COP \$ 127.773.815
Otros (por ejemplo, gastos relacionados con medidas electorales o referendos)	COP \$ 0

**Durante el 2023 no hicimos grandes contribuciones o gastos asociados.*

Impulsamos estándares de ética y transparencia en nuestros grupos de interés

Continuamos fortaleciendo nuestros procesos de cumplimiento, integrados por el Programa de Transparencia, el **Programa de Prevención de Riesgos de Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva, así como el Programa de Protección de Datos Personales**. Estos programas, enmarcan nuestra cultura de integridad, respetando los principios, valores y normativas que nos guían. Funcionan como habilitadores clave, contribuyendo a generar valor y alcanzar nuestros objetivos estratégicos.

Resaltamos el liderazgo y compromiso de la Alta Gerencia en impulsar iniciativas que elevan la madurez y consolidan los programas, como la actualización de ejercicios de riesgos para fortalecer la prevención y control. Además, se ha enfocado en formar y cultivar una cultura de transparencia entre los(as) colaboradores(as) en relación con los distintos elementos que los(as) conforman.



Promovemos una cultura de transparencia a través de la capacitación continua de nuestros(as) empleados(as), reafirmando nuestro compromiso con la integridad y la ética en todos los niveles de la Compañía.

Somos promotores de las acciones de transparencia

Dirigimos acciones de comunicación y sensibilización sobre las políticas del Programa de Ética Empresarial a 492 proveedores(as) comerciales y de bienes y servicios, aliados(as) fundamentales para la construcción de relaciones transparentes, sostenibles y de alto valor.

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

Junto a Puntos Colombia, Éxito Industrias y LTSA, fuimos anfitriones y recibimos en nuestras instalaciones a los demás miembros del Comité de Cumplimiento Empresarial Colombiano, en una sesión en la que se abordaron temáticas asociadas a la evaluación de controles y monitoreo a los programas de cumplimiento, en el marco de la ética como pilar orientador del cumplimiento del propósito superior.

6.072 colaboradores(as) capacitados(as) bajo la metodología orientada en aspectos focales para la gestión de algunos riesgos de mayor exposición en áreas y procesos específicos, como lo son los puestos de pago y canales de giros, remesas y corresponsalía bancaria.

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

Para este año **obtuvimos una calificación de 53 puntos en la NPS**, herramienta que mide la lealtad de los(as) clientes(as) 10,42% más que el 2022.



Realizamos una constante formación y generación de cultura de transparencia en nuestros (as) colaboradores(as).

Trabajamos orientando políticas hacia prácticas de equidad e inclusión para contribuir hacia una sociedad para todos (as)

[GRI 414] [GRI 308]

Aspiramos a que nuestro modelo interno de derechos humanos no solo sea un pilar dentro de la Compañía, y promovemos que nuestra política de derechos humanos transforme cada uno de nuestros almacenes y nuestras cadenas de valor. Este compromiso se traduce en la creación de un tejido empresarial que abraza la diversidad y la inclusión en todas sus formas, promoviendo así un impacto positivo y sostenible en la cadena de abastecimiento.

11 almacenes transformados con infraestructura accesible.



Capacitamos y sensibilizamos a 30.757 colaboradores(as) para adaptar los equipos de trabajo y el entorno a espacios más inclusivos para la población con discapacidad.



Contamos con 30 compañeros(as) capacitados(as) para la interpretación de lengua de señas.

Reconocimientos



Fuimos reconocidos como la empresa más equitativa en el sector comercio en Colombia.



Contamos con siete Sellos Barranquilla de Primera, entregados por la Alcaldía de Barranquilla y la Consejería Presidencial para la Participación de las Personas con Discapacidad.



Recibimos el Premio Juntos por la Inclusión de Comfenalco.



Sello Barranquilla Incluyente.

Promovemos el respeto por los derechos humanos al interior de nuestras operaciones

Continuamos trabajando de manera permanente en nuestro proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos, basándonos en los **Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos, las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, y las Guías de Debida Diligencia de la OCDE para una Conducta Empresarial Responsable**. En este proceso, por segunda vez llevamos a cabo nuestra evaluación de impactos en derechos humanos a nivel corporativo, implementando una metodología desarrollada por LH Law & Consulting, tercero independiente no vinculado al negocio, basándonos en diversas fuentes como el **Human Rights Compliance Assessment Tool (HRCA) del Danish Institute for Human Rights, la metodología del Corporate Human Rights Benchmark y el UN Guiding Principles Reporting Framework de Shift**. Nuestro proceso consta de seis etapas, que se describen a continuación:



1 Diagnóstico de la organización: realizamos un estudio de la Compañía para verificar el cumplimiento de estándares internacionales de debida diligencia en derechos humanos por parte de la empresa, identificando brechas y creando un plan de implementación.

2 Evaluación de impacto: analizamos el impacto que puede tener la Compañía en sus operaciones propias y cadena de abastecimiento en relación con los derechos humanos. Esta evaluación abarca aspectos como relaciones laborales, diversidad e inclusión laboral, lucha contra el trabajo forzoso y trabajo digno, diversidad e inclusión laboral y de trato hacia nuestros grupos de interés, derechos de género, bienestar de los empleados, salud y seguridad ocupacional (seguridad industrial), derechos de los niños(as), cuidado del medio ambiente, vecinos(as) y comunidades, cumplimiento normativo, entre otros. Para validar este impacto realizamos entrevistas presenciales a más de 80 trabajadores(as), clientes(as) y vecinos(as) en ciudades como **Medellín, Envigado y Bogotá, y encuestas a las partes interesadas como 4.781 colaboradores(as), 1.203 miembros del equipo de seguridad y 127 líderes sociales** pertenecientes a comunidades aledañas a nuestras dependencias.

3 Identificación de riesgos: en esta etapa se identifican y se actualizan los riesgos asociados a la gestión de los derechos humanos en la Compañía, tanto riesgos derivados de la operación propia como los obtenidos por vinculación en nuestra cadena de suministro. Esta revisión debe realizarse cada dos años o antes si se presenta alguna situación extraordinaria. La primera identificación se hizo en el año 2021 y para el año 2023 corrimos el segundo análisis.

Los principales riesgos identificados fueron:

- Impacto en la Compañía: relaciones laborales, protección de datos, derecho a la salud, inclusión y diversidad, entre otros.
- Vinculación por la cadena de abastecimiento: algunos de los riesgos identificados en esta categoría están enmarcados en los riesgos sociales y ambientales propios de la cadena de suministro, indicando que debemos robustecer nuestro apoyo en gestión de riesgos a nuestros(as) proveedores(as) vulnerables para la prevención y gestión de riesgos como el trabajo infantil, afectaciones ambientales, trabajo digno, y salud y seguridad en el trabajo.

4

Cierre de brechas: identificación de oportunidades y plan de acción para dar respuesta a los riesgos identificados. Para ello, se trabaja con cada una de las áreas involucradas en el asunto generador del riesgo con el fin de crear una estrategia específica para la prevención o mitigación del mismo, al igual que remediación cuando a ello haya lugar.

5

Prevención: la Compañía supervisa la materialización de cada uno de los riesgos identificados en nuestra operación a través de las áreas encargadas de implementar cada proceso internamente, creando indicadores cuantitativos y cualitativos en donde resulte posible monitorear la eficacia de las medidas preventivas o de mitigación adoptadas. Para este seguimiento, se vincula a los grupos de interés potencialmente afectados.

889 personas de seguridad han tenido entrenamiento en derechos humanos para garantizar la dignidad y protección de nuestros(as) clientes(as) y colaboradores(as).

433 regionales han sido evaluadas en derechos humanos.

Formación para la prevención de discriminación y acoso en el lugar de trabajo: podcast La Puerta Abierta.

2.078 colaboradores(as) impactados(as) y el programa de formación Sana Convivencia (1.330 horas de formación y 112 colaboradores(as) formados(as).

Adicionalmente, realizamos auditorías en campo y documental con un tercero no vinculado en el negocio, teniendo en cuenta criterios sociales, ambientales y de calidad a nuestros(as) proveedores(as) de marca propia, buscando la protección de los derechos humanos en nuestra cadena de abastecimiento y promoviendo la sostenibilidad. Estas acciones se basan en la **Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Pacto Global de las Naciones Unidas, los principios de la Organización Internacional del Trabajo y la Carta Ética del Proveedor.** [GRI 408-1] [GRI 409-1]

**263 proveedores(as)
evaluados(as) a través
de nuestras auditorías
ambientales y sociales.**

**100% de nuestros(as)
proveedores(as) marca
propia fueron asegurados
en calidad e inocuidad,
derechos humanos y
temas ambientales.**

**27 proveedores(as)
nuevos(as)
evaluados(as).**

[GRI 414-1]



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

**139 proveedores(as)
fueron acompañados(as)
con planes de acción para
minimizar brechas sociales
en sus operaciones.**



Los(as) proveedores(as) deben velar porque sus empleados(as), representantes y/o contratistas, sean tratados con respeto y dignidad en un ambiente de trabajo que garantice su salud y seguridad laboral.



Conoce [aquí](#) nuestra
Declaración de derechos
humanos [GRI 2-25] [GRI 2-24]

Trabajamos por establecer relaciones de confianza con las comunidades [GRI 413-1]



Nutrimos de oportunidades a Colombia cuando somos buenos vecinos y generamos un aporte a la sociedad a partir de nuestras fortalezas, nuestro trabajo conjunto con la Fundación Éxito y el relacionamiento con nuestras comunidades.

Afianzamos el vínculo de confianza con los más pequeños; más de **1.017 niños(as)** hicieron parte de **las novenas navideñas en algunos de nuestros almacenes de la ciudad de Cali y Medellín**. Compartimos un refrigerio, obsequios y actividades lúdicas, para que la primera infancia viviera una navidad inolvidable.



Ser "Buen Vecino", implica establecer relaciones de confianza y colaboración con la comunidad cercana a los diferentes almacenes, contribuyendo a su desarrollo y mitigando afectaciones asociadas a nuestras operaciones.

Asistencias de niños a las novenas: 227 Éxito Simón Bolívar, 90 Éxito Colombia, 150 Super Inter rio cauca, 250 Super inter Melendez, 300 Super Inter Siloé.

Pigmentos Urbanos

En nuestra iniciativa Pigmentos Urbanos, nos acercamos a la comunidad para hablar sobre lo que nos identifica como colombianos(as) y lo que nos une. Este año ya son 31 dependencias que reflejan la identidad de la comunidad. 500 jóvenes impactados en talleres de cartografía social, gestión del arte urbano, economía creativa y tres eventos de socialización, que nos permitieron compartir en medio del arte y la cultura con la comunidad. Cerca de 800 personas entre clientes(as), líderes sociales y vecinos(as) de los almacenes recibieron la entrega de estos muros.

Presentes en 19 ciudades y realizamos talleres con más de 500 jóvenes.

Llegamos al territorio de la mano con las comunidades

A través de Pigmentos Urbanos, trabajamos de la mano con reconocidos artistas del archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, como **Bocese, Jota Art, Felo y Carson**, y plasmamos diseños únicos que reflejan el sentir de este territorio en los cuatro almacenes contribuyendo a la construcción del tejido social. Los murales resaltan la identidad de la comunidad raizal y la protección de la biodiversidad.

Talleres con más de 60 mujeres, jóvenes y niños del archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

Nuestras capacidades puestas al servicio de la comunidad

Durante el 2023, en alianza con la Fundación Acción Interna facilitamos la cocina Carulla para que 15 pospenados y sus familiares recibieran formación en gastronomía y servicio, con el fin de fortalecer sus aptitudes laborales.

Fueron **12 horas de formación dictadas por chefs profesionales** de nuestra Cocina Carulla y posteriormente certificadas por la marca Carulla.

“ A mí me gusta la cocina, la aprendí al lado de mi papá cuando mi mamá estudiaba. Pero en este punto de la vida me quedé solo. Lo abandonan a uno y las personas lo ven con otra óptica. Vi una oportunidad en la Fundación, una oportunidad para bien, de ver algo diferente y de que sí hay segundas oportunidades.”
Ciro Beltrán, estudiante de nuestro taller de cocina.



Asistentes de Cocina de Libertad, una fusión de la pasión culinaria con el deseo de resocializar.

Somos un cruce de caminos para el desarrollo

✓ Firmamos nuestro primer Green Joint Bussines Plan (GJBP).

Sabemos que, para llegar más lejos, debemos hacerlo juntos, por eso nos unimos con L'Oréal Colombia en una alianza de impacto que integra las apuestas comerciales y en sostenibilidad de ambas compañías, con el fin de generar acciones de valor social y ambiental a lo largo de toda la cadena de producción, distribución y comercialización de los productos. Este instrumento nos ha permitido sumar voluntades para acciones a mediano y largo plazo que han tenido y tendrán incidencia en los frentes sociales, de economía circular, transformación de empaques, disminución de emisiones en la distribución, entre otros.

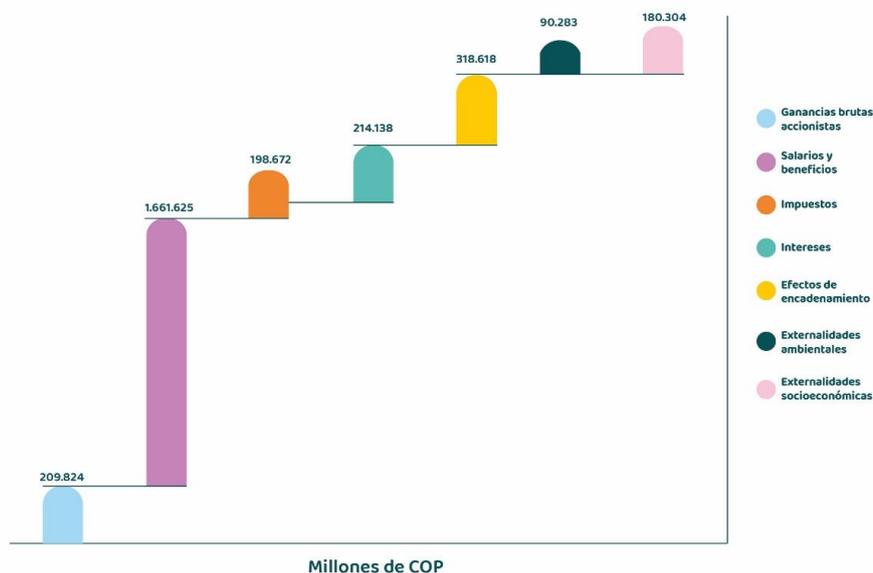
Generamos valor social

Con el firme compromiso de aportar valor público a través de nuestras acciones, contamos con un proceso integral de medición, valoración y monetización de los impactos tanto positivos como negativos generados por nuestras operaciones y acciones deliberadas sobre la sociedad y el medio ambiente. Esta evaluación se realiza mediante la aplicación de la metodología del Modelo Bien+, desarrollado en colaboración con la Universidad EAFIT.

Este proceso de medición y valoración, respaldado por el Modelo Bien+, se alinea con nuestra visión de sostenibilidad y responsabilidad corporativa, proporcionando una base sólida para tomar decisiones informadas que contribuyan a un impacto positivo y sostenible en la sociedad y el entorno en el que operamos.

✓ En 2023, por cada peso que generamos para nuestros(as) accionistas, generamos COP \$12.83 de valor para la sociedad.

✓ Más de COP \$ 187.681 millones generados en valor social, a través de iniciativas voluntarias



Dimensión ambiental	COP -\$90.283
Emisiones (alcance 1 y 2)	COP -\$32.613 M
Compensación de emisiones	COP \$1.567 M
Consumo de agua	COP -\$22.069 M
Retrofit de la cadena de frío	COP 021.047 M
Movilidad sostenible	COP \$4 M
Reciclaje trastienda	COP \$7.117 M
SoyRE - posconsumo	COP \$255 M
Comercialización de carne de res	COP \$53 M
Donación de alimentos	COP -\$65.645

Dimensión social	COP \$152.332 M
Reciclaje trastienda	COP \$16.285 M
Auxilios educativos para colaboradores(as)	COP \$1.613 M
Tiempo para ti para colaboradores(as)	COP \$212 M
Programas de formaciones a colaboradores(as)	COP \$116.998 M
Inversiones filantrópicas	COP \$17.224 M

Dimensión económica	COP \$2.630.849 M
Salarios y beneficios	COP \$1.661.615 M
Intereses	COP \$2.14.138 M
Ganancias brutas accionistas	COP \$209.824 M
Efectos de encadenamiento	COP \$318.618 M
Incentivo económico Soy Re (Puntos Colombia)	COP \$ -
Comercio nacional de frutas y verduras	COP \$26.355 M
Comercio nacional de textiles	COP \$1.617 M
Total, de valor agregado neto [GRI 201-1]	COP \$2.692.897

Logros 2023 [GRI-3-3]

- Acompañamos a 206 proveedores(as) a cerrar sus brechas ambientales y sociales, mediante las auditorías sociales y de calidad.
- Implementamos con nuestros grupos de interés la evaluación de impacto en derechos humanos – Acompañamos la estrategia de expansión de la Compañía, mediante la comprensión y el relacionamiento con el territorio, con el fin de generar intervenciones integrales que faciliten el vínculo con los territorios.
- Iniciamos el programa Cocina en Libertad de la mano de la Fundación Acción Interna con el fin de acompañar la formación de pospenados y familiares de pospenados.
- Obtuvimos el reconocimiento al séptimo *retail* más sostenible del mundo.
- Top 10 de las empresas con mejor reputación en Colombia según Merco.

Retos 2024

- Fortalecer la estrategia de derechos humanos en la cadena de valor.
- Potenciar el modelo de comunidades en la operación.
- Consolidar nuevos acuerdos colaborativos con los(as) proveedores(as).
- Mantener el desempeño en los índices de sostenibilidad y reputación a nivel externo.

**DECLARACIÓN DE CONFORMIDAD
VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE PARA INDICADORES AMBIENTALES BAJO
METODOLOGÍA GRI STANDARDS**



con relación y consideración de sus partes interesadas, así como la cobertura, relevancia e integridad de la información en función del entendimiento de la empresa de los requerimientos de sus grupos de interés.

- Análisis de la adaptación de los contenidos específicos y/o indicadores a los criterios “de conformidad” con la “Guía Para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad” del *Global Reporting Initiative –GRI Standards*.
- Reuniones con el personal responsable de los diferentes indicadores y/o contenidos específicos ambientales, para conocer la información necesaria para la verificación externa. Se desarrollaron entrevistas con cada uno de los procesos responsables de las actividades, seleccionados en nuestro ejercicio de verificación los días del 2024-01-17 al 2024-01-26.
- Análisis del proceso de diseño, de los procesos para recopilar y validar los datos, así como revisión de la información relativa a los indicadores y/o contenidos específicos reportados, realizado del 2024-01-17 al 2024-01-26.

Indicadores y/o contenidos específicos verificados y asegurados:

Estrategia climática - Alcance 1:

- (A1.1) Emisiones de GEI directas asociadas al consumo de combustibles fósiles al año (LTSA)
- (A1.2) Emisiones de GEI directas asociadas al consumo de combustibles fósiles al año (VP servicios)
- (A1.3) Emisiones de GEI directas asociadas al consumo de combustibles fósiles al año (operación Viva)
- (A1.4) Emisiones de GEI directas asociadas al consumo de gas natural del retail. (Retail + Cedis + IdeAl) (Servicios Públicos)
- (A1.5) Emisiones de GEI directas asociadas al consumo de gases refrigerantes en los vehículos de flota propia. (LTSA)
- (A1.6) Emisiones de GEI directas asociadas al consumo de gases refrigerantes en los sistemas de frio al año (Mantenimiento)
- (A1.7) Emisiones de GEI directas asociadas al consumo de gases refrigerantes (Operaciones VIVA)
- (A1.8) Emisiones de GEI directas asociadas a las recargas de extintores al año (Gestión de riesgos)
- (A1.9) Emisiones de GEI directas asociadas a las recargas de extintores al año (LTSA)
- (A1.11) Emisiones de GEI directas asociadas a las recargas de extintores al año (operación Viva)
- (A1.12) Emisiones totales de GEI directas asociadas al consumo de combustibles fósiles, gases refrigerantes y agentes extintores al año (GRUPO ÉXITO, Sostenibilidad)

**DECLARACIÓN DE CONFORMIDAD
VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE PARA INDICADORES AMBIENTALES BAJO
METODOLOGÍA GRI STANDARDS**



Estrategia climática - Alcance 2:

- (A2.1) Consumo de energía convencional al año (Retail, Cedis, IdeAI) (Servicios públicos)
- (A2.2) Consumo de energía convencional al año (Operación Viva)
- (A2.4) Consumo de energía verde certificada al año (Operación Viva)
- (A2.5) Consumo de energía renovable fotovoltaica al año (Retail, Cedis, IdeAI) (Servicios públicos)
- (A2.6) Consumo de energía renovable fotovoltaica al año (Operación Viva)
- (A2.7) Emisiones totales de GEI indirectas asociadas al consumo de energía eléctrica al año (sostenibilidad)
- (A2.8) Emisiones totales de GEI indirectas asociadas al consumo de energía convencional y renovable al año (sostenibilidad)

Estrategia climática - Alcance 1 y 2:

- (A1y2.1) Emisiones totales de GEI Alcance 1 y 2 asociadas a la operación de los diferentes negocios de GRUPO ÉXITO (GRUPO ÉXITO, Sostenibilidad)
- (A1y2.2) % de reducción de emisiones de GEI alcance 1 y 2 vs línea base año 2015 (GRUPO ÉXITO, Sostenibilidad)

Estrategia Climática, Alcance 3:

- (A3.1) Emisiones de GEI indirectas asociadas al transporte flota tercera aguas arriba (LTSA)
- (A3.2) Emisiones de GEI indirectas asociadas a los viajes de negocio (categoría 6 GHG) (VP Servicios)
- (A3.3) Emisiones de GEI indirectas asociadas al uso de productos vendidos (categoría 11 GHG) (EDS, Gerencia Marca Éxito)
- (A3.4) Emisiones de GEI indirectas asociadas a la disposición de residuos generados en la operación (categoría 5 GHG) (Retail, Cedi, HQ y IdeAI, Sostenibilidad)
- (A3.5) Emisiones totales de GEI indirectas alcance 3 (GRUPO ÉXITO, Sostenibilidad)
- (A3.6) Emisiones de GEI indirectas asociadas a los activos arrendados aguas abajo (categoría 13 GHG) (Operación Viva)

Gestión hídrica:

- (GH4.1) Consumo de agua en la operación del Retail (Retail, Cedi, HQ, IdeAI) (Servicios Públicos)
- (GH4.2) Consumo de agua en la operación de los centros comerciales (Operación Viva)
- (GH4.3) Consumo de agua en la operación total (Sostenibilidad)

**DECLARACIÓN DE CONFORMIDAD
VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE PARA INDICADORES AMBIENTALES BAJO
METODOLOGÍA GRI STANDARDS**



Economía circular:

- (EC 5.1) Cantidad de residuos peligrosos generados en la compañía y dispuestos en celda de seguridad al año (Retail, Cedi, HQ, Gestión Ambiental)
- (EC 5.2) Cantidad de residuos de aceite de cocina usado gestionados para su correcta disposición final y/o aprovechamiento (Retail, Cedi, HQ, Gestión Ambiental)
- (EC 5.3) Cantidad de residuos de residuos orgánicos gestionados para su aprovechamiento (Retail, Cedi, HQ Gestión Ambiental).
- (EC 5.4) Cantidad de residuos ordinarios generados por la compañía y que fueron destinados a rellenos sanitarios (Retail, Cedi, HQ, Servicios Públicos)
- (EC 5.5) Cantidad de residuos Aprovechables de papel y cartón recolectados a través del modelo de reciclaje trastienda al año (Retail, Cedi, HQ, Fundación Éxito)
- (EC 5.6) Cantidad de residuos aprovechables de ganchos plásticos recolectados a través del modelo de reciclaje trastienda al año (GRUPO ÉXITO, Fundación Éxito)
- (EC 5.7) Cantidad de residuos aprovechables de plásticos recolectados a través del modelo de reciclaje trastienda al año (GRUPO ÉXITO, Fundación Éxito)
- (EC 5.8) Cantidad de residuos aprovechables de chatarra recolectados a través del modelo de reciclaje trastienda al año (GRUPO ÉXITO, Fundación Éxito)
- (EC 5.9) Cantidad de residuos aprovechables de otras categorías (PET, Papel kraft, periódicos, revistas, vidrio, etc...) recolectados a través del modelo de reciclaje trastienda al año (GRUPO ÉXITO, Fundación Éxito)
- (EC 5.10) Cantidad total de residuos aprovechables recolectados a través del modelo de reciclaje trastienda al año (GRUPO ÉXITO, Fundación Éxito)
- (EC 5.11) Cantidad de envases reciclables de botellas de amor posconsumo entregados por clientes y gestionados para su aprovechamiento (Retail, Fundación Éxito)
- (EC 5.12) Cantidad de envases reciclables de metal posconsumo entregados por clientes y gestionados para su aprovechamiento (Retail, Fundación Éxito)
- (EC 5.13) Cantidad de envases reciclables de plástico posconsumo entregados por clientes y gestionados para su aprovechamiento (Retail, Fundación Éxito)
- (EC 5.14) Cantidad de envases reciclables de vidrio posconsumo entregados por clientes y gestionados para su aprovechamiento (Retail, Fundación Éxito)
- (EC 5.15) Cantidad de envases reciclables de Tetra Pak posconsumo entregados por clientes y gestionados para su aprovechamiento (Retail, Fundación Éxito)
- (EC 5.16) Cantidad total de envases reciclables posconsumo entregados por clientes y gestionados para su aprovechamiento (Retail, Fundación Éxito)
- (EC 5.17) % de reducción bolsas plásticas entregadas en puestos de pago a clientes (Retail, Sostenibilidad)
- (EC 5.18) Cantidad de bolsas reutilizables vendidas a clientes (Retail, sostenibilidad)
- (EC 5.19) Donación de alimentos (Sostenibilidad)

**DECLARACIÓN DE CONFORMIDAD
VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE PARA INDICADORES AMBIENTALES BAJO
METODOLOGÍA GRI STANDARDS**



Comercio sostenible

- (CS 6.1) Compra local Textil (Sostenibilidad)
- (CS 6.2) Compra local Frutas y Verduras (Sostenibilidad)
- (CS 6.3) Compra local Cárnicos (Sostenibilidad)
- (CS 6.4) Compra local pescado (Sostenibilidad)

Conclusión:

Como resultado de nuestra revisión limitada se concluye que los indicadores y/o contenidos específicos de las empresas del GRUPO ÉXITO ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con la “Guía Para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad” del *Global Reporting Initiative –GRI Standards*, cumple con los principios para su presentación, y es fiable de acuerdo con los procedimientos realizados. No existe información que nos haga creer que los aspectos revisados descritos contienen errores significativos.

El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior a una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre los indicadores y/o contenidos específicos verificados y asegurados mediante este documento.

Se le ha entregado a la organización un informe detallado de los aspectos por mejorar para la realización del informe, encontrados en nuestro ejercicio de verificación. (si aplica)

Independencia:

Condujimos el trabajo de acuerdo con los lineamientos establecidos en nuestro código de ética, el cual requiere, entre otros requisitos, que los miembros del equipo de verificación, como la firma de aseguramiento, sea independiente del cliente asegurado incluyendo los que no han sido involucrados en el reporte escrito. El código también incluye requisitos detallados para asegurar el comportamiento, integridad, objetividad, competencia profesional, debido cuidado profesional, confidencialidad y comportamiento profesional de los verificadores. Icontec tiene sistemas y procesos implementados para monitorear el cumplimiento con el código y para prevenir conflictos relacionados con la independencia.

Restricciones de uso y distribución:

Esta declaración ha sido preparada exclusivamente para efectos de **dar aseguramiento** sobre los indicadores y/o contenidos específicos de las empresas del GRUPO ÉXITO, para el ejercicio anual terminado 31-12-2023; de acuerdo con lo señalado en el procedimiento para la verificación de memorias de sostenibilidad elaborado por Icontec y no puede ser destinado para ningún otro propósito.

**DECLARACIÓN DE CONFORMIDAD
VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE PARA INDICADORES AMBIENTALES BAJO
METODOLOGÍA GRI STANDARDS**



Nuestro informe se realiza única y exclusivamente para su presentación ante las partes interesadas lectores del mecanismo de rendición de cuentas y no debe ser distribuido o utilizado por otras partes.

ICONTEC Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Luisa María Gómez Restrepo".

Luisa María Gómez Restrepo
Directora Regional
Fecha 2024-02-08

UV

EL SUSCRITO AUDITOR EXTERNO DE LA

**FUNDACIÓN ÉXITO
NIT 890.984.773-6**

CONSIDERANDO:

1. Que conforme con los artículos 2 y 10 de la Ley 43 de 1990 la materia – objeto de la función de certificación propia del Auditor la constituye información que pueda ser extraída de los libros contables o del sistema contable del ente auditado, es decir de la **Fundación Éxito**.
2. Que, de conformidad con las previsiones legales y pronunciamientos jurisprudenciales existentes en la materia, la función de certificación es una actividad propia de la ciencia contable, que tiene carácter de prueba cuando versa sobre actos propios de la profesión de Contador Público, es decir cuando se expide con fundamento en las aseveraciones contables de los registros en los libros de contabilidad y en el sistema contable.
3. Que la información sobre el número de niños beneficiados por la entidad no es información extraíble directamente de la contabilidad de la **Fundación Éxito**, y deben ser acreditados por la administración de la entidad.
4. Que, para efectos de la expedición de la presente certificación, la Administración de la **Fundación Éxito**., suministró a la Auditoria Externa:
 - Archivo Consolidado de los Proyectos ejecutados durante la vigencia 2023.
 - Conteo de listados de cada uno de los programas.
 - Numero de beneficiarios por proyecto.
 - Numero de entrega por proyecto.
 - Numero de los montos por proyecto.
 - Archivo consolidado de certificaciones emitidas por las instituciones por medio de las cuales la Fundación ejecuta cada uno de los proyectos, en el periodo comprendido de enero a diciembre de 2023.

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

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

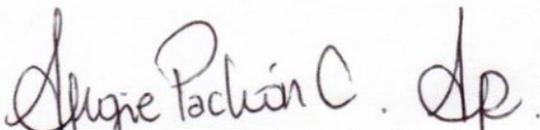
De acuerdo con las anteriores consideraciones a continuación expedimos la certificación solicitada por la Administración de la **Fundación Éxito**.

CERTIFICA:

1. De acuerdo con la información suministrada por la **Fundación Éxito**, y el resultado de las pruebas selectivas realizadas sobre los documentos y registros del consolidado de los Proyectos ejecutados durante la vigencia 2023, de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría y de Aseguramiento de la Información, certifico que el número de niños beneficiados fue por un total de setenta y dos mil quinientos sesenta y siete (72.567), con una inversión económica por valor de \$ 24.405.915.801.

Dada en Medellín, a los nueve (09) días del mes de febrero de 2024, por solicitud de la administración de la **Fundación Éxito**.

Atentamente,



CP ANGIE KATHERIN PACHON CABRERA

Auditor Externo

TP 191153 – T

CER-0516-24

Por delegación de Kreston RM S.A.

Consultores, Auditores, Asesores

Kreston Colombia

Miembro de Kreston International Ltda

**DECLARACIÓN DE CONFORMIDAD
VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE PARA INDICADORES SOCIALES BAJO
METODOLOGÍA GRI STANDARDS**



Declaración “De Conformidad” con la Guía

GRUPO ÉXITO

Estos indicadores o contenidos específicos han sido preparado exclusivamente en interés de las empresas del **GRUPO ÉXITO**

Se ha realizado la revisión de la adaptación de los contenidos de los indicadores sociales de las empresas del **GRUPO ÉXITO** de acuerdo con lo señalado en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative – GRI Standards y el procedimiento para la verificación de contenidos específicos elaborado por **Icontec**.

La preparación, el contenido y la declaración de opción “De conformidad” es responsabilidad de la dirección de las empresas del **GRUPO ÉXITO**; así como definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y el control interno de los que se obtiene la información para cada uno de los indicadores y/o contenidos específicos.

Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión limitada, la cual se planeó y se llevó a cabo de acuerdo con el protocolo para el Servicio de Verificación de Reportes de Sostenibilidad de **Icontec**, el cual incluye la verificación y aseguramiento de indicadores y/o contenidos específicos basado en las directrices de la metodología GRI Standards.

El alcance del compromiso de aseguramiento se desarrolló según lo acordado con **Icontec**. Incluyó la verificación de los indicadores y/o contenidos específicos que presentan el desempeño en sostenibilidad del periodo 2023-01-01 al 2023-31-12.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión y verificación de la información presentada por las empresas del **GRUPO ÉXITO**, que nos permite emitir una conclusión sobre la naturaleza y alcance del cumplimiento de los principios de transparencia por parte de la organización y una conclusión sobre la fiabilidad de sus estándares específicos.

El trabajo de revisión ha consistido en la recopilación de evidencias, e incluyó entrevistas confirmatorias en los diversos procesos de la empresa, responsables de la determinación de los indicadores y/o contenidos específicos que se incluirán en el mecanismo de rendición de cuentas de las empresas del **GRUPO ÉXITO**. El énfasis recayó en la fiabilidad de la información.

La verificación externa fue conducida por el equipo de Icontec el día 2024-01-29 al 2024-02-01 en el Municipio de Envigado. A continuación, se describen los procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo, que se aplicaron para alcanzar nuestras conclusiones:

- Lectura y revisión previa de los indicadores y/o contenidos específicos entregados por la empresa; para la revisión de las actividades realizadas por las empresas del **GRUPO ÉXITO** con relación y consideración de sus partes interesadas, así como la cobertura, relevancia e integridad de la información en función del entendimiento de la empresa de los requerimientos de sus grupos de interés.

**DECLARACIÓN DE CONFORMIDAD
VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE PARA INDICADORES SOCIALES BAJO
METODOLOGÍA GRI STANDARDS**



- Análisis de la adaptación de los contenidos específicos y/o indicadores a los criterios “de conformidad” con la “Guía Para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad” del *Global Reporting Initiative* –GRI Standards.
- Reuniones con el personal responsable de los diferentes indicadores y/o contenidos específicos sociales, para conocer la información necesaria para la verificación externa. Se desarrollaron entrevistas con cada uno de los procesos responsables de las actividades, seleccionados en nuestro ejercicio de verificación los días 2024-01-29 y 2024-02-01.
- Análisis del proceso de diseño, de los procesos para recopilar y validar los datos, así como revisión de la información relativa a los indicadores y/o contenidos específicos reportados, realizado el 2024-01-29.

Indicadores y/o contenidos específicos verificados y asegurados:

- Número de colaboradores (por género, edad, departamento, categoría laboral, país de procedencia, grupo étnico, discapacidad, población vulnerable, tipo de contrato)
- Número de colaboradores formados (por categoría laboral, por edad, por género ,)
- Número de colaboradores que han recibido una evaluación de desempeño.
- Porcentaje de colaboradores cubiertos en los acuerdos de negociación colectiva
- Número de pactos y acuerdos colectivos
- Número de contrataciones para cubrir vacantes
- Costos de selección
- Número de colaboradores directos ascendidos
- Porcentaje de rotación general
- Porcentaje de rotación de colaboradores con contrato a término indefinido
- Porcentaje de rotación voluntaria
- Brecha salarial por género y estructura organizacional (ratio)
- Numero de colaboradores sensibilizados en temas de diversidad e inclusión
- Numero de enfermedades laborales y descripción
- Tasa LTIFR
- Número de fallecimientos resultantes de una enfermedad laboral
- Número de accidentes laborales con grandes consecuencias de los colaboradores y su descripción.
- Tasa LTIFR
- Fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral

Conclusión:

Como resultado de nuestra revisión limitada se concluye que los indicadores y/o contenidos específicos de las empresas del **GRUPO ÉXITO** ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con la “Guía Para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad” del *Global Reporting Initiative* –GRI Standards, cumple con los principios para su presentación, y es fiable de

**DECLARACIÓN DE CONFORMIDAD
VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE PARA INDICADORES SOCIALES BAJO
METODOLOGÍA GRI STANDARDS**



acuerdo con los procedimientos realizados. No existe información que nos haga creer que los aspectos revisados descritos contienen errores significativos.

El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior a una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre los indicadores y/o contenidos específicos verificados y asegurados mediante este documento.

Se le ha entregado a la organización un informe detallado de los aspectos por mejorar para la realización del informe, encontrados en nuestro ejercicio de verificación. (si aplica)

Independencia:

Condujimos el trabajo de acuerdo con los lineamientos establecidos en nuestro código de ética, el cual requiere, entre otros requisitos, que los miembros del equipo de verificación, como la firma de aseguramiento, sea independiente del cliente asegurado incluyendo los que no han sido involucrados en el reporte escrito. El código también incluye requisitos detallados para asegurar el comportamiento, integridad, objetividad, competencia profesional, debido cuidado profesional, confidencialidad y comportamiento profesional de los verificadores. Icontec tiene sistemas y procesos implementados para monitorear el cumplimiento con el código y para prevenir conflictos relacionados con la independencia.

Restricciones de uso y distribución:

Esta declaración ha sido preparada exclusivamente para efectos de **dar aseguramiento** sobre los indicadores y/o contenidos específicos de las empresas del **GRUPO ÉXITO**, para el ejercicio anual terminado 31-12-2023; de acuerdo con lo señalado en el procedimiento para la verificación de memorias de sostenibilidad elaborado por Icontec y no puede ser destinado para ningún otro propósito.

Nuestro informe se realiza única y exclusivamente para su presentación ante las partes interesadas lectores del (nombre y periodo del reporte de sostenibilidad) y no debe ser distribuido o utilizado por otras partes.

ICONTEC Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Luisa María Gómez Restrepo".

Luisa María Gómez Restrepo
Directora Regional
Fecha 2024-02-08

AAR

F-PS-472
Versión 00

Glosario

- **Acción ordinaria:** es un instrumento de patrimonio neto que está subordinado a todas las demás clases de instrumentos de patrimonio neto.
- **Activo:** es un recurso: (a) controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados; y (b) del que la entidad espera obtener, en el futuro, beneficios económicos.
- **Alcance 1:** El alcance 1 contabiliza las emisiones directas de GEI proceden de fuentes que son propiedad o están controladas por la empresa, por ejemplo, las emisiones procedentes de la combustión en Política de Cambio Climático 2022 calderas, hornos, vehículos, etc. (World Resources Institute and World Business Council for Sustainable Development, 2004).
- **Alcance 2:** El Alcance 2 contabiliza las emisiones de GEI procedentes de la generación de la electricidad comprada que consume la empresa. La electricidad comprada se define como la electricidad que se adquiere o se introduce de otro modo en el de la empresa. Las emisiones de Alcance 2 se producen físicamente en las instalaciones donde se genera la electricidad. (World Resources Institute and World Business Council for Sustainable Development, 2004).
- **Alcance 3:** El alcance 3 es una categoría de información opcional que permite el tratamiento de todas las demás emisiones indirectas. Las emisiones de alcance 3 son consecuencia de las actividades de la empresa, pero se producen a partir de fuentes que no son propiedad ni están controladas por la empresa. Algunos ejemplos de actividades de alcance 3 son la extracción y producción de materiales comprados; el transporte de combustibles comprados; y el uso de productos y servicios vendidos. (World Resources Institute and World Business Council for Sustainable Development, 2004).
- **Cambio Climático:** De acuerdo con la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (CMNUCC), éste se entiende como un cambio de clima atribuido directa o indirectamente a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables.
- **Cobertura Arbórea:** Puede referirse tanto a los árboles en plantaciones, como también a los bosques naturales.
- **Compra Local:** Compra de producto a proveedores en el territorio nacional.
- **Compra Directa:** Compra realizada a proveedores(as) que producen al menos uno de los bienes comprados por la compañía. En la medida de lo posible, se priorizarán pequeños(as) agricultores y micro y pequeñas empresas.
- **Comunidad:** Personas y grupos, naturales o jurídicos, que viven y trabajan en las áreas donde la compañía tiene operaciones.
- **Conflicto de Intereses:** Aquella situación en la cual los intereses de un empleado, Accionista, Administrador de la Compañía, de sus filiales, subordinadas o Partes Relacionadas, de sus aliados estratégicos o de la auditoría externa, o de algún tercero relacionado con estos se enfrentan con los intereses de la Compañía,

poniendo en riesgo la objetividad e independencia en la toma de decisiones o en el ejercicio de sus funciones.

- **Desnutrición crónica:** “La desnutrición crónica o retraso en talla es una condición multicausal que altera el desarrollo físico y cognitivo de los niños y niñas en sus primeros 5 años de vida, con efectos irreversibles” Fundación Éxito, 2015 **Equidad de Género:** “se define como la imparcialidad en el trato que reciben mujeres y hombres de acuerdo con sus necesidades respectivas, ya sea con un trato igualitario o con uno diferenciado pero que se considera equivalente en lo que se refiere a los derechos, los beneficios, las obligaciones y las posibilidades”.
- **Ecodiseño:** Validar el diseño integral del envase analizando su reciclabilidad regional, sostenibilidad frente al uso de recursos, funcionalidad y viabilidad técnica, incorporando desde el diseño estrategias de eliminación, reutilización y/o circulación de materiales, además de su eco-etiquetado y experiencia del usuario (EMF, 2020).
- **Eco-etiquetado:** Distintivo que informa y estimula a los (las) consumidores(as) a separar de forma correcta el material de empaque con instrucciones claras y precisas que facilita la identificación de materiales, su reciclabilidad y las acciones previas a su separación.
- **Economía Circular:** Sistemas de producción y consumo que promuevan la eficiencia en el uso de materiales y recursos, teniendo en cuenta la capacidad de recuperación de los ecosistemas, el uso circular de los flujos de materiales a través de la implementación de la innovación tecnológica, alianzas y colaboraciones entre actores(as), y el impulso de modelos de negocio que responden a los fundamentos del desarrollo sostenible. (Gobierno Nacional, 2019).
- **Equivalentes de efectivo:** son inversiones a corto plazo de gran liquidez, que son fácilmente convertibles en importes determinados de efectivos, estando sujetos a un riesgo poco significativo de cambios en su valor.
- **Estados financieros consolidados:** son los estados financieros de un grupo presentados como si se tratase de una sola entidad económica.
- **Estados financieros separados:** son los estados financieros de un inversor, ya sea éste una dominante, un inversor en una asociada o un partícipe en una entidad controlada conjuntamente, en los que las inversiones correspondientes se contabilizan a partir de las cantidades directamente invertidas, y no en función de los resultados obtenidos y de los activos netos poseídos por la entidad en las se ha invertido.
- **Estándar GRI:** Guías que exponen las mejores prácticas internacionales diseñadas para informar al público general de una variedad de impactos económicos, ambientales y sociales.
- **Gases de efecto invernadero:** Los GEI son compuestos que están presentes en la atmósfera y que pueden aumentar la temperatura de la atmósfera. Esto se debe a su capacidad para absorber y remitir radiación infrarroja. (IDEAM, 2015).

- Grupos de Interés: Son todas aquellas personas o conjunto de personas que tienen un interés en la Compañía, o que podrían verse impactadas por el desarrollo de su actividad empresarial. Así mismo, son considerados Grupos de Interés aquellas personas que, sin tener interés directo en la Compañía, pueden afectar el cumplimiento de sus objetivos. Por lo tanto, se trata de grupos de personas que pueden tener incidencia en la sostenibilidad de la Compañía. Se consideran Grupos de Interés, entre otros, los Accionistas, Inversionistas, Directores, Administradores, empleados, proveedores, contratistas, clientes, líderes de opinión, y la comunidad en general.
- Huella de carbono: La huella de carbono es la cantidad de gases efecto invernadero – GEI emitidos a la atmósfera por emanación directa o indirecta de un individuo, organización, evento o producto (WRI, 2015).
- Instrumento financiero: es cualquier contrato que dé lugar, simultáneamente, a un activo financiero en una entidad y a un pasivo financiero o a un instrumento de patrimonio en otra entidad.
- Movilidad Sostenible: Los sistemas de movilidad sostenible son aquellos que perduran en el tiempo a escala humana, sin consumir recursos que no sean renovables, es decir, usando recursos naturales, sin afectar el entorno y sin poner en riesgo la calidad de vida. (Restrepo, 2019).
- Objetivos de Desarrollo Sostenible: Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS, son los principios básicos que marcan la agenda 2030 proponiendo las metas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad. Dichos principios, establecen objetivos, metas e indicadores globales que fueron adoptados por 195 Estados Miembros de las Naciones Unidas con el fin de lograr un mundo sin pobreza, en el que se protege el medio ambiente y donde todas las personas gocen de paz y una vida próspera.
- Pacto Global: es una iniciativa que promueve el compromiso del sector privado, sector público y sociedad civil a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: Derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción, así como contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Pasivo: es una obligación presente de la empresa, surgida a raíz de sucesos pasados al vencimiento de la cual y para cancelarla, la empresa espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos.
- Plástico de un solo uso: para la presente política se establecen como plásticos de un solo uso: (i) Recipientes para alimentos destinados para el consumo inmediato, in situ o para llevar, que regularmente se consumen en el propio recipiente y no requieren otra preparación posterior, como cocinar, hervir o calentar; (ii) Platos, bandejas, cubiertos y vasos; (iii) Mezcladores y pitillos para bebidas; (iv) Bolsas de plástico ligeras (punto de pago y precorte de Fruver) (UE, 2019).

- Políticas contables: son los principios específicos, bases, acuerdos, reglas y procedimientos adoptados por la entidad en la elaboración y presentación de sus estados financieros.
- Reducir: Disminuir materiales de empaque priorizando los materiales con bajo índice de reciclabilidad o aquellos que no cumplen una función indispensable como componente de empaque.
- Reutilizar: Prolongación de la vida útil de los empaques que se vuelven a utilizar sin que se requiera un proceso de transformación previo.
- Reciclaje: Aquellos procesos mediante los cuales se transforman los materiales o residuos de envases y empaques para devolverles su potencial de reincorporación como materia prima para la fabricación de nuevos productos (MADS, 2020).
- Responsabilidad Extendida del Productor: enfoque de política ambiental en el cual se transfiere la responsabilidad - física y/o económica - hacia el (la) productor(a) para el tratamiento o disposición de productos posconsumo" (MADS, 2021).
- Valor razonable: el importe por el cual podría ser intercambiado un activo o cancelado un pasivo entre partes interesadas debidamente informadas, en una transacción realizada en condiciones de independencia mutua.

GRI	INDICADOR	CONTENIDO	PÁGINA	SASB	ODS	COMENTARIO/ LINK
2	1	Detalles organizacionales	5, 7	FB-FR-000.B		https://www.grupoexito.com.co/es/quienes-somos
2	2	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	5			
2	3	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	6			
2	4	Actualización de la información	40			https://www.grupoexito.com.co/es/estructura-accionaria-grupo-exito
2	5	Verificación Externa				
2	6	Actividades y trabajadores	8, 122, 169	FB-FR-000.A		
2	7	Empleados	169		8.5, 10.3	
2	8	Trabajadores que no son empleados	169		8.5	
2	9	Estructura de gobernanza y composición	40, 43, 44, 54		5.5, 16.7	
2	10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	43, 49		5.5, 16.7	
2	11	Presidente del máximo órgano de gobierno	44, 53		16.6	
2	12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	11, 71, 107	FB-FR-430a.3	16.7	
2	13	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	12, 104			https://www.grupoexito.com.co/es/Sostenibilidad2020
2	14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	60, 105			https://www.grupoexito.com.co/es/comites-apoyo
2	15	Conflictos de interés	66, 67		16.6	
2	16	Comunicación de inquietudes críticas	11, 105			
2	17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	71			
2	18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	62			
2	19	Políticas de remuneración	49, 50			
2	20	Proceso para determinar la remuneración	49, 50		16.7	
2	21	Ratio de compensación total anual				Restricciones de confidencialidad internas
2	22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	62			https://www.grupoexito.com.co/es/estrategia-sostenibilidad
2	23	Compromisos y políticas	193			

2	24	Incorporación de los compromisos y políticas	199		
2	25	Procesos para remediar los impactos negativos	137, 142, 199		
2	26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	83, 87		16.3
2	27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	91		
2	28	Afiliación a asociaciones	193		
2	29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	11, 12, 104, 105		8.8
2	30	Convenios de negociación colectiva	186	FB-FR-310a.2	8.8
3	1	Proceso de determinación de los temas materiales	12, 104, 109, 118, 122		
3	2	Lista de temas materiales	13, 14, 105, 106		
3	3	Gestión de los temas materiales	120, 135, 137, 139, 158, 168, 188, 193, 204		
201	1	Valor económico directo generado y distribuido	202, 203, 204		8.2, 9.1,
201	2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	142		13.1
201	3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	179		
203	1	Inversiones en infraestructura y servicios apoyados	202, 203, 204		8.2
203	2	Impactos económicos indirectos significativos	202, 203, 204		1.2, 1.4, 3.8, 8.3, 8.5
204	1	Proporción de gasto en proveedores locales	126		8.3
205	1	Operaciones evaluadas para los riesgos relacionados con anticorrupción	83, 84	FB-FR-230a.2	16.5
205	2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	85, 95		16.5
205	3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	87, 88	FB-FR-230a.1	16.5
301	1	Materiales utilizados por peso o volumen	147		8.4, 12.2
301	2	Insumos reciclados	148, 149	FB-FR-430a.4	8.4, 12.2, 12.5

302	1	Consumo energético dentro de la organización	138	FB-FR-130a.1	7.2, 7.3, 8.4, 12.2, 13.1	
302	3	Intensidad energética	138		7.3, 8.4, 12.2, 13.1	
302	4	Reducción del consumo energético	138		7.3, 8.4, 12.2, 13.1	
303	5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	141			
304	2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios	123, 157		6.6, 14.2, 15.1, 15.5	
304	3	Hábitats protegidos o restaurados	153		6.6, 14.2, 15.1, 15.5	
305	1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	137	FB-FR-110b.1	3.9, 12.4, 13.1, 14.3, 15.2	
305	2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	137		12.4, 13.1, 14.3, 15.2	
305	3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	137		12.2	
305	5	Reducción de las emisiones de GEI	138		13.1	
306	1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	152		3.9, 12.2, 12.5	
306	2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	152		3.9, 8.4, 12.2, 12.5	
306	3	Residuos generados	152		3.9, 12.2, 12.5	
306	4	Residuos no destinados a eliminación	148, 152		3.9, 12.2, 12.5	
306	5	Residuos destinados a eliminación	153, 154	FB-FR-150a.1	3.9, 12.2, 12.5	
308	1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	199			
308	2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	123	FB-FR-430a. 3		
401	1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	172		5.1, 8.5, 10.3	
401	3	Permiso parental	180		3.2, 5.1, 8.5	
403	1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	188		8.8	https://www.grupoexito.com.co/es/politica-SST-2023-ES.pdf
403	2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	188		8.8	https://www.grupoexito.com.co/es/politica-SST-2023-ES.pdf

403	3	Servicios de salud en el trabajo	166		3.4, 8.8
403	4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	166		8.8, 16.7
403	5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	187		8.8 https://www.grupoexito.com.co/es/politica-SST-2023-ES.pdf
403	6	Promoción de la salud de los trabajadores	166		
403	7	Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	187		8.8
403	8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	187		8.8 https://www.grupoexito.com.co/es/politica-SST-2023-ES.pdf
403	9	Lesiones por accidente laboral	188		8.8
403	10	Dolencias y enfermedades laborales	187, 188	FB-FR-310a.3	5.1, 8.8
404	1	Media de horas de formación al año por empleado	175		4.3, 5.1, 8.5, 10.3
404	2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	175		8.2, 8.5
404	3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	174		5.1, 8.5, 10.3
405	1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	171,172		5.1, 5.5, 8.5
405	2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	186	FB-FR-310a.1	5.1, 8.5, 10.3
406	1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	186		5.1, 8.8
407	1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	186	FB-FR-310a.2	8.8
408	1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	198		5.2, 8.7, 16.2
409	1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	198		5.2, 8.7
410	1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	185		
413	1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	200		8.3
413	2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	200, 201,202		
414	1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	202		5.2, 8.8
414	2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	123, 196	FB-FR-430a. 3	5.2, 8.8

415	1	Contribución a partidos y/o representantes políticos	193		16.5
416	1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	161	FB-FR-250a.1, FB-FR-250a.2	
416	2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	161	FB-FR-260a.1, FB-FR-260a.2	
418	1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	93	FB-FR-230a.1, FB-FR-230a.2	16.7
		Flota propia	145	FB-FR-000.C	
		Toneladas por milla recorrida	145	FB-FR-000.D	
		Combustible de la flota consumido, porcentaje renovable	145	FB-FR-110a.1	
		Porcentaje de refrigerantes consumidos con un potencial de agotamiento de la capa de ozono nulo	139	FB-FR-110b.2	
		Tasa media de emisiones de refrigerantes	139	FB-FR-110b.3	
		Número de incidentes de no conformidad de los códigos reglamentarios o del sector para el etiquetado o el marketing		FB-FR-270a.1	Información no disponible
		Información no disponible		FB-FR-270a.2	Información no disponible
		Ingresos de los productos etiquetados como (1) que contienen organismos modificados genéticamente (OMG) y (2) que no contienen OMG		FB-FR-270a.3	Información no disponible
		Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con: (1) las infracciones de la legislación laboral y (2) la discriminación laboral		FB-FR-310a.4	Información no disponible
		Ingresos de productos certificados por terceros según los estándares de suministro sostenible ambiental o social		FB-FR-430a.1	Restricciones de confidencialidad internas
		Análisis de la estrategia para gestionar los riesgos ambientales y sociales en la cadena de suministro, incluido el bienestar animal	107, 123, 142, 143	FB-FR-430a.3	
		Porcentaje de ingresos procedentes de (1) huevos de gallinas no enjauladas y (2) carne de cerdo producida sin el uso de jaulas de gestación	126	FB-FR-430a.2	



Nutrimos de
oportunidades
a Colombia