

## ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

### Objetivos y logros

Al Grupo Éxito lo mueve la esperanza, el optimismo y el deseo de ser parte de los sueños de millones de colombianos. La visión de un país solidario, responsable, transparente y con relaciones duraderas, donde nos cuidemos unos a otros y cuidemos el planeta. El Grupo Éxito contribuye al crecimiento y bienestar de Colombia. Por ello, la Organización declara su propósito superior: "Nutrir a Colombia de oportunidades". De esa manera, el Grupo Éxito adopta la Sostenibilidad como su estrategia, permitiendo que sus esfuerzos mejoren armónicamente sus estándares de gobierno corporativo, económico, social y ambiental con un manejo eficiente de los recursos, atendiendo los requerimientos actuales sin comprometer las necesidades futuras. Además, la Sostenibilidad está inmersa en las acciones centrales del negocio porque la Compañía está convencida de que el desarrollo sostenible es el único desarrollo con creación de valor a largo plazo y compartido para todas las partes interesadas, eligiéndolo como un camino de mejora continua, celebrando los logros alcanzados y aceptando los difíciles retos futuros. Por ello, el Grupo Éxito está abierto a reflexionar sobre las últimas y permanentes necesidades futuras, asumiendo compromisos para lograr mejoras que beneficien a todos los grupos de interés.

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

### Análisis de Materialidad

**[GRI 3-1]** El análisis de materialidad es un proceso que nos permite identificar los temas más relevantes y de interés para la compañía en asuntos sociales, ambientales, económicos y de gobierno corporativo. La medición y cuantificación de los temas materiales se realiza cada dos años, respondiendo de esta forma 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, en asuntos que pueden influenciar la relación entre estos y la compañía.

En el 2022, Grupo Éxito realizó por primera vez el análisis de materialidad con la metodología de 'Doble Materialidad', lo que le permitió tener un mejor contexto sobre lo que sus grupos de interés consideraban relevante para la estrategia y su impacto financiero.

Este proceso permitió trazar horizontes de tiempo para validar los asuntos que serán de gran importancia en el corto, mediano y largo plazo. Los programas que ejecuta la compañía están alineados con la materialidad y los asuntos priorizados por los diferentes grupos de interés. **[GRI 2-29]**

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

**1. Identificación de los temas:**

- a. insumos externos por medio de benchmarking: megatendencias, Objetivos de Desarrollo Sostenible, estándares de sostenibilidad, índices de sostenibilidad.
- b. Revisamos insumos internos como: la estrategia de sostenibilidad de la compañía, políticas, riesgos corporativos, materialidad de la casa matriz, entre otros.

**2. Definición de los grupos de interés: [GRI 2-29]** desarrollamos un mapeo para elegir los actores clave a consultar como representación de los grupos de interés priorizados, de los cuales se tuvo en cuenta los siguientes grupos de interés: Junta Directiva, Alta Dirección, colaboradores(as), clientes(as), proveedores(as), líderes de opinión y medios de comunicación, academias especializadas en sostenibilidad y líderes comunitarios.

**3. Diálogo con los grupos de interés: [GRI 2-12]** realizamos entrevistas y encuestas con más de mil personas de los diferentes grupos de interés para la identificación de sus temas más relevantes a nivel de impacto ASG y financieros. De esta forma aplicamos la metodología de doble materialidad.

Grupos de interés	Responsable de la relación	Mecanismos de relación	Frecuencia	Temas de interés
<b>Accionistas e inversores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Vicepresidencia Financiera</li> <li>•Vicepresidencia de Asuntos Corporativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Junta General de Accionistas</li> <li>•Informe integrado</li> <li>•Publicación trimestral de resultados</li> <li>•Presentación trimestral de resultados</li> <li>•Publicación de información relevante</li> <li>•Convocatorias con analistas e inversores locales e internacionales</li> <li>•Reuniones con fondos de inversión y analistas</li> </ul>	Permanente, anual y trimestral	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Cambio climático</li> <li>•Apoyo a la economía local y crecimiento integrador</li> <li>•Atracción, retención y desarrollo, entorno geopolítico de la región y derechos humanos</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>•Página web corporativa</li> <li>•Líneas telefónicas directas</li> <li>•Participación en conferencias virtuales sobre buenas prácticas en Mercados de Capitales y Gobierno Corporativo</li> </ul>		
<b>Proveedores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Vicepresidencia Comercial y de Abastecimiento</li> <li>•Vicepresidencia de Servicios</li> <li>•Vicepresidencia de Asuntos Corporativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Portal del proveedor</li> <li>•Visitas guiadas para proveedores</li> <li>•Boletines y revistas trimestrales Circulares</li> <li>•Encuesta de Calidad de Servicio (QSA)</li> <li>•Concurso de Proveedores por el Éxito</li> <li>•Auditorías sociales</li> <li>•Reuniones de formación</li> <li>•Página web corporativa</li> </ul>	Mensualmente y según sea necesario	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Apoyo a la economía local y al crecimiento integrador, gestión de la cadena de suministro, cambio climático, atracción, retención y desarrollo del talento.</li> </ul>
<b>Medios de Comunicación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Vicepresidencia de Asuntos Corporativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Contenidos informativos</li> <li>•Conferencias de prensa</li> <li>•Invitaciones a ferias, lanzamientos y eventos especiales</li> <li>•Redes sociales</li> <li>•Línea telefónica</li> <li>•Correos electrónicos</li> </ul>	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión del agua, cambio climático, economía circular - envases, derechos humanos</li> </ul>

<b>Colaboradores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Vicepresidencia de Recursos Humanos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Presentaciones trimestrales de resultados</li> <li>•Intranet, boletines informativos, vallas publicitarias, correo electrónico, revistas y cuñas de radio.</li> <li>•Comités conjuntos de salud laboral</li> <li>•Comités de convivencia</li> <li>•Encuesta de clima laboral</li> <li>•Encuesta de liderazgo</li> <li>•Procesos de negociación colectiva</li> <li>•Entrevista de jubilación</li> <li>•Línea ética</li> <li>•Encuesta sobre la capacidad de adaptación de la empresa</li> </ul>	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Cambio climático, derechos humanos, estrategia de la Fundación Éxito, gestión del agua, donación de alimentos.</li> </ul>
<b>Sociedad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Vicepresidencia de Mercadeo</li> <li>•Vicepresidencia de Asuntos Corporativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes sociales</li> <li>Sitios web de marcas y empresas</li> <li>• Redes sociales</li> <li>Páginas web de marcas y empresas</li> <li>•Participación en foros y congresos</li> <li>•Eventos masivos y ferias a través de canales digitales.</li> <li>• Línea ética</li> </ul>	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Apoyo a la economía local y al crecimiento inclusivo, la diversidad y la inclusión e inclusión, protección de la biodiversidad, cuidado y retención del talento</li> </ul>

<b>Cientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Vicepresidencia de Mercadeo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Reuniones La voz del cliente</li> <li>•Canales para hacer preguntas y presentar quejas y reclamaciones</li> <li>•Renovación del sistema de medición de la satisfacción del cliente (NPS)</li> <li>•Líneas telefónicas y correos electrónicos de atención al cliente de marca</li> <li>•Medios de comunicación social</li> <li>•Páginas web de la marca y la empresa</li> </ul>	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Donación de alimentos, cambio climático, apoyo a la economía local y crecimiento integrador</li> </ul>
<b>Estado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Vicepresidencia de Asuntos Corporativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Publicación de información pertinente</li> <li>•Informes de resultados</li> <li>•Informe integrado</li> <li>•Participación en reuniones de encuentros gremiales</li> </ul>	Anual, según las necesidades	

Tabla 1. Cuestiones más relevantes para las partes interesadas

**4.Cruce y priorización:** ponderamos la información recolectada en las etapas anteriores e hicimos una matriz de priorización, en donde como eje X se evaluaron los temas relacionados a los impactos en temas de sostenibilidad y en el eje Y los impactos a nivel financiero.

**5. Validación:** con el fin de enfocar el sistema de gestión en temas estratégicos, presentamos la matriz de materialidad a la Alta Dirección y al Comité de Sostenibilidad de la Junta Directiva [GRI 2-14].

De acuerdo con la realización del procedimiento anteriormente mencionado, los asuntos materiales para la compañía en el periodo 2023-2025 para trabajar en la estrategia de sostenibilidad son [GRI 2-16] [ GRI 3-2]:

## Matriz de Materialidad

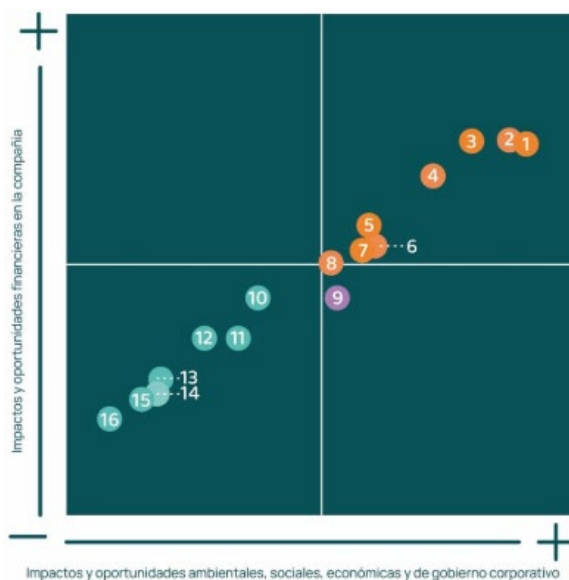


Figura 1. Matriz de Materialidad

### Temas estratégicos [GRI 3-2]:

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

1. **Cambio Climático**  
Gestionar la huella de carbono y promover la movilidad sostenible en los diferentes frentes: logístico, colaboradores y clientes.
2. **Economía local y negocios inclusivos**  
Promover la compra local y directa (sin intermediación), favoreciendo a las comunidades productoras y poblaciones en territorios afectados por el conflicto o vulnerables. Ofreciendo productos realizados por poblaciones como excombatientes y víctimas del conflicto armado.
3. **Economía circular y empaques**  
Promover los diferentes principios de la economía circular como la reducción, rediseño, reúso y el reciclaje a través de habilitar programas de posconsumo, la correcta gestión de los residuos en las dependencias de Grupo Éxito y el trabajo en pro del ecodiseño.
4. **Gestionar el desperdicio de alimentos**  
Desarrollar programas para evitar el desperdicio de alimento y garantizar su donación a bancos de alimentos e instituciones autorizadas para su gestión.
5. **Protección de la biodiversidad**

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

**6. Habilitar estrategia Fundación Éxito**

Promover la inversión social, 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.

**8. Gestión de la cadena de abastecimiento**

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

**Temas relevantes**

- 9. Derechos humanos

**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 o
- 15. Ciberseguridad y seguridad de los datos
- 16. Salario digno

A continuación, presentamos cada uno de los pilares de la estrategia de sostenibilidad del Grupo Éxito con sus retos y logros para 2023, destacando los más importantes.

Nombre	Objetivo	Retos 2023	Logros 2022
Cero desnutrición	Trabajar por la erradicación de la desnutrición crónica	Mantener la atención y cobertura	Cumplimiento metas de cobertura e inversión social: 72.567 niños y niñas beneficiados.

	infantil en Colombia para 2030..	Implementar el modelo de relacionamiento con la comunidad beneficiaria.	Implementación de nuestro modelo de comunicación y relacionamiento con la comunidad beneficiaria y vecina de la Fundación Éxito. 6 eventos del concurso Goticas de Sabor realizados en 6 municipios, 825 madres beneficiarias concursantes y 14 familias ganadoras
		Celebrar los 20 años de la Goticas.	Celebración de 20 años de las Goticas con un regalo para el departamento del Chocó.
		Posicionar la salud y la nutrición infantil en la agenda pública nacional	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.
		Mantener fuentes de ingreso como Goticas, reciclaje y campañas con proveedores(as) y fortalecer el recaudo digital.	Cumplimiento del presupuesto de Goticas, de reciclaje y de ingresos totales
Comercio Sostenible 	Generar relaciones de valor y confianza con aliados y proveedores promoviendo prácticas sostenibles y programas de apoyo que contribuyan a su crecimiento, compras locales y directas, y apoyo a sectores productivos y poblaciones vulnerables.	Consolidar el modelo integral de trabajo con microempresarios desde su recepción hasta su comercialización, apoyándolos en su desarrollo y fortalecimiento, por medio de aliados estratégicos, de nuestro voluntariado corporativo y de nuestro modelo de desarrollo sostenible de proveedores	Alianza Segundas Oportunidades + Johana Bahamón para entregarle esperanza a la población pospenada del país  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) Marca Paissana para impulsar proyectos productivos provenientes de zonas afectadas por el conflicto armado en Colombia



		Continuar trabajando de la mano de nuestros proveedores para mapear los riesgos de la cadena de abastecimiento.	25 programas de desarrollo de proveedores realizados
		Continuar trabajando en la georreferenciación de nuestros proveedores.	Georreferenciación del 605 de los proveedores
<p>Mi Planeta</p> 	<p>Maximizar el impacto positivo sobre el medio ambiente y trabajar para reducir, mitigar y compensar los impactos negativos de la operación sobre el mismo, así como contribuir a la generación de conciencia ambiental entre los diferentes grupos de interés.</p>	Generar una política de protección de bosques y biodiversidad.	Actualizamos la política de biodiversidad ratificando nuestro compromiso con el medio ambiente.
		Continuar fortaleciendo el modelo de ganadería sostenible.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Firmamos el acuerdo de ganadería sostenible con UkPact y WWF en el marco del proyecto de conservación de los ecosistemas.</li> </ul>
		Actualizar e implementar la guía de ecodiseño para envases y empaques.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecimos el modelo SoyRE con más de 1300 toneladas recolectadas y 45 puntos en todo el país.</li> <li>• Redujimos un 82% la entrega de bolsa plástica en punto de venta en relación al 2015.</li> </ul>
		Implementar el proyecto con UK Pact y WWF: metodología para identificar potenciales de conservación en fincas.	Fuimos Auditados en compañía del ICONTEC la Norma de Empresa Grupo Éxito relacionada con el Modelo de Ganadería Sostenible.
		Ampliar el alcance de la medición de nuestra huella indirecta de carbono (alcance 3).	Certificamos por segunda vez los centros comerciales Viva y recertificamos los almacenes Carulla FreshMarket como Carbono Neutro.
<p>Vida Sana</p> 	<p>Movilizar a clientes, empleados y proveedores hacia estilos de vida más sanos y equilibrados, mediante una cartera de productos y servicios que les permitan generar estilos de vida saludables.</p>	Posicionar Vida Sana en la comunicación de las marcas y exhibiciones en los puntos de venta.	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..
		Lograr que Taeq sea una marca sin sellos de alerta conforme a la Resolución 810 de 2021, a través de las reformulaciones de producto-mejoras en formulaciones y beneficios y depuración de portafolio.	Trabajamos en la reformulación de los productos marca propia reestructuramos los componentes y etiquetas de 56 productos

		Feria Vida Sana: balance entre nutrición, cuerpo y mente	Crecimiento del 36,2% en ventas vs. la sexta edición en el 2022
<p>El Éxito de Grupo Éxito está en su gente</p>	<p>Ser atractivos, diversos e integradores, fomentando la diversidad, la inclusión y el diálogo social.</p>	Obtener el sello Friendly Biz.	Obtuvimos el sello Oro Equipares. Y Sello Friendly Biz
		Mantener el del 25% el % de cargos directivos ocupados por mujeres	28 % de cargos directivos están ocupados por mujeres
		Avanzar en la construcción del Plan Vida Digna que beneficie a nuestros colaboradores	Implementamos el plan Vida Digna para nuestros colaboradores(as).
			Invertimos más de 52 mil millones de pesos en nuestros colaboradores y colaboradoras.
			Por primera vez, 96% de nuestros colaboradores manifestaron estar comprometidos con la compañía
<p>Somos Íntegros</p>	<p>Generar confianza con las partes interesadas en el marco de un rendimiento integrado, bajo altos estándares de gobierno corporativo, ética, transparencia y respeto por los derechos humanos.</p>	Implementar el modelo de análisis de comunidades en la totalidad de las dependencias de la compañía.	Implementamos el modelo de comunidades en las dependencias priorizadas con programas como Pigmentos Urbanos, Embochincharte con Éxito, Terrazas Verdes, entre otros.
		Consolidar el modelo de reputación corporativa.	Seguimos estando entre los 10 retailers de alimentos más sostenibles según el CSA y el Sustainability Yearbook
		Ejecutar acciones nacionales en el marco del relacionamiento con comunidades.	

Tabla 2. Temas estratégicos