



# **Reporte de Progreso**

Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad

## **2012**



## MENSAJE DE LA GERENCIA GENERAL

Para la Junta Directiva y la Gerencia General de Almacenes LA 14 S.A., es satisfactorio compartir con ustedes el presente informe de “Comunicación sobre Progreso”, correspondiente al año 2012, el cual da cuenta de la actitud socialmente responsable de una compañía que trabaja arduamente para consolidarse en los mercados nacionales, y aportar desde su gestión al desarrollo del país.

Soportados en la orientación de nuestra Misión, Visión y Valores Corporativos, durante el 2012, continuamos fortaleciendo las relaciones con nuestros grupos de interés, basándolas en el respeto y promoción de los 10 Principios del Pacto Global de Naciones Unidas, al cual nos encontramos adheridos.

En ese sentido, a través de la labor adelantada por las diferentes Divisiones y Departamentos de la compañía, se han priorizado acciones orientadas al beneficio integral de sus cuatro grupos de interés: Accionistas, Colaboradores, Clientes y Aliados Comerciales, así como también al mejoramiento de su relación con el medio ambiente y la sociedad; contando para tal fin, con planes de acción específicamente diseñados, para dar respuesta al marco de materialidad, establecido por el Comité de Responsabilidad Social de Almacenes LA 14 S.A., mediante diferentes instrumentos y estrategias.

De esta manera continuamos articulando equilibradamente en nuestro proceso de crecimiento, los aspectos económicos, sociales y ambientales, de tal forma que los resultados positivos que se obtuvieron para nuestra operación en el 2012, van de la mano con un comportamiento ético y transparente que apunta a la sostenibilidad de la organización y del entorno donde se desarrolla.

Una vez más los invitamos a conocer porque afirmamos *que definitivamente en Responsabilidad Social Empresarial... También LA 14 te da más.*

Atentamente;

*Lelia Cardona de Echeverry*



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





## Nuestra Empresa

Somos una cadena de supermercados multiformato, 100% Colombiana, líder en el sur occidente del país y de gran proyección nacional. Nuestro excelente servicio y el amplio surtido que ofrecemos, se han consolidado como referentes para la comunidad en las regiones donde hacemos presencia. Esta cultura organizacional se ratifica en el constante compromiso con nuestras promesas comerciales *“Definitivamente El Mejor Surtido a los Mejores Precios”* y *“LA 14 Siempre te da Más”*.



En la actualidad tenemos a servicio de nuestros clientes, 25 Puntos de Venta entre formatos de Grandes Superficies, Conveniencia/Cercanía y Locales Comerciales. 16 operan en la ciudad de Cali, 5 más en el resto del Valle del Cauca (Buenaventura, Jamundí, Palmira, Tulúa y Yumbo) y a nivel nacional estamos en Bogotá, Pereira, Manizales, y desde el 16 de Febrero de 2013, también estaremos en Armenia. Nuestra principal sede administrativa está ubicada en la torre de oficinas de Calima Centro Comercial de la ciudad de Cali.





## PERFIL CORPORATIVO

Esta gran operación nos ha convertido en uno de los grandes generadores de empleo a nivel nacional, contando actualmente con la participación de 5.550 colaboradores directos y 9.557 aliados, que se constituyen en nuestra principal fortaleza. Lo invitamos a que viva la experiencia del servicio hecho cultura organizacional.







# DESARROLLO EMPRESARIAL

## ANTECEDENTES HISTÓRICOS

“La Gran Cacharrería” de Abel Cardona Franco, adquirió otro negocio de iguales características en el mismo sector, llamado “Cacharrería LA 14”. Esta fusión recibe el nombre de **CACHARRERÍA LA 14 LTDA.**

1  
9  
7  
7

Se apertura su Punto de Venta del “**CENTRO**”, Cra. 5a. Con Calle 14, incursionando en el concepto comercial de Tiendas por Niveles.

1  
9  
8  
1

Nace el 1er. Punto de Venta de “**COSMOCENTRO**” bajo el formato de Almacén Ancla en Centros Comerciales.

1  
9  
6  
4



Nace comercialmente en la ciudad de Cali: **CACHARRERÍA LA 14 LTDA.** Se crea su Logo Institucional, el cual se ha conservado hasta la fecha con ligeras modificaciones.

1  
9  
7  
9

Apertura su Punto de Venta “**AVENIDA SEXTA**”, con el que se da cobertura a la zona Norte de la Ciudad de Cali.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



## DESARROLLO EMPRESARIAL

1  
9  
8  
4

Abre sus puertas el Punto de Venta de **SANTA ELENA**, empezándose a incursionar en los conceptos de cercanía.

Se crea el Fondo de Empleados



1  
9  
9  
0

Apertura su Punto de Venta del **LIMONAR**, en momentos en que la ciudad fortalece su desarrollo hacia el sur.

1  
9  
9  
3

LA 14 incursiona en la zona pacífica a través de su Punto de Venta de **BUENAVENTURA**; siendo pionera en esta ciudad dentro del sector del Retail.

1  
9  
8  
7

Surge el primer **CALIMA CENTRO COMERCIAL**, nuestra marca en centros comerciales, en una zona de pleno potencial urbanístico; con un punto de venta LA 14 como ancla, bajo el formato de hipermercado, en una sala de ventas que alcanza los 15.992 metros cuadrados.

1  
9  
9  
2

El Punto de Venta de **MANIZALES** enmarcó el inicio de la operación de la cadena fuera del Valle del Cauca.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





# DESARROLLO EMPRESARIAL

1  
9  
9  
4

Empieza la operación de sus dos Centros de Distribución ubicados en Yumbo – Valle del Cauca: **ACOPI Y ARROYOHONDO**.

Se crea la Fundación LA 14



1  
9  
9  
6

Bajo el formato de Hipermercado, nace **LA 14 DE SAMECO**.

2  
0  
0  
1

Una vez más acompañando el desarrollo urbano de la ciudad hacia el sur, nace **LA 14 DE PASOANCHO**.

1  
9  
9  
5

Se consolida la llegada de la Cadena al Eje Cafetero con el Punto de Venta de **PEREIRA**. Adicionalmente cambia de tipo societario dejando de ser una sociedad LTDA para pasar a ser Anónima.

1  
9  
9  
7  
-  
1  
9  
9  
8

Incrementa su presencia en los municipios del Valle con la apertura de **LA 14 DE ALFAGUARA** en Jamundí, y **LA 14 DE TULÚA** en el Corazón del Valle.

2  
0  
0  
3

Abre su 2do Punto de Venta en **COSMOCENTRO** y llega la municipio de **PALMIRA** como Almacén Ancla en el Centro Comercial Llano Grande.

**Y 2004**



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



# DESARROLLO EMPRESARIAL

## PROYECTOS DE EXPANSIÓN

2005

Se retoma bajo el tema de conveniencia el formato de “Rapitienda” con el Punto de Venta de **BENJAMÍN HERRERA**. En el mismo año, abre sus puertas el Almacén de **VALLE DEL LILI**, como Ancla en un Centro Comercial, y la cadena cambia su razón social para convertirse en **ALMACENES LA 14 S.A.**

2011

Su crecimiento continúa este año con el Almacén de **DAPA**, y la Gran apertura de LA 14 en la ciudad de **BOGOTÁ**, como almacén Ancla del 2do **CALIMA CENTRO COMERCIAL**, con lo que se marca la incursión de la Cadena en los mercados nacionales.

**ALMACENES LA 14 S.A.** prepara para el mes de Febrero de 2013 la apertura del Punto de Venta para la ciudad de **ARMENIA**, consolidando de esta forma su presencia en el eje cafetero y ratificando su compromiso con el desarrollo de la región. Por otra parte, también avanza firme en la construcción de su Almacén en **NEIVA**, cuya apertura se prevee para el primer trimestre de 2014. En esta misma línea se analizan otras posibilidades de expansión en todo el territorio nacional.

2009-2010

En línea con los formatos de “Rapitiendas” inicia operación LA 14 de **CENTENARIO**, y posteriormente LA 14 de **CENTROSUR**.

Se inicia la estructuración de su Sistema de **Responsabilidad Social Empresarial**, en articulación con un importante grupo de empresas de la región.

(Sistema Regional de Responsabilidad Social para el Valle del Cauca).

2012

Se adhiere formalmente al Pacto Global de **Naciones Unidas**, y presenta ante esta oficina, el primer reporte de progreso en línea de la **Responsabilidad social**.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





# DEFINICIÓN ESTRATÉGICA

## Misión

*“Somos una organización comercial que procura el desarrollo íntegro para nuestros grupos de interés, ofreciendo espacios y canales comerciales para toda la familia colombiana, con el más amplio surtido de productos y servicios, a los mejores precios con una excelente atención.”*

## Visión

*“En el 2014, Almacenes La 14 S.A. consolidará su liderazgo en la región pacífica y el eje cafetero, extendiendo su operación al centro del país, siendo reconocida a nivel nacional como la cadena con el más amplio surtido de productos y servicios a los mejores precios, con una excelente atención.”*



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



# DEFINICIÓN ESTRATÉGICA



## Valores Corporativos

- **HONESTIDAD:** Decisión de actuar conforme a la verdad y a la justicia, generando credibilidad y confianza.
- **RESPETO:** Reconocimiento y consideración al valor ajeno, en procura de la Dignidad Humana.
- **INTEGRIDAD:** Actitud basada en la observación de principios articulados, que dan como resultado un comportamiento idóneo.

## Diferenciales de la Cultura Corporativa

### ■ **SERVICIO COMO CULTURA ORGANIZACIONAL.**

Almacenes LA 14 S.A., desde sus orígenes ha sustentado su estrategia de negocio en una política de excelencia en servicio al cliente, la cual hoy en día, es referente para todas las regiones donde la marca hace presencia, representando un diferencial dentro del sector.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





## DEFINICIÓN ESTRATÉGICA

### ■ EL MEJOR SURTIDO A LOS MEJORES PRECIOS.

Trabajamos diariamente para ofrecer un amplio surtido, con altos niveles de calidad y respaldo, a los mejores precios del mercado. Todo lo anterior, dentro de una experiencia de compra diferente, que mantiene un firme compromiso hacia sus promesas comerciales:

*“Definitivamente el mejor surtido a los mejores precios”, y “LA 14 Siempre te da más”*



### ■ APOYO A PROVEEDORES MIPYME.

La actividad comercial de Almacenes LA 14 S.A., involucra la participación activa de más de 5.000 proveedores; muchos de los cuales han acompañado a la organización desde sus inicios. Orientados por una política de Favorabilidad hacia las MIPYMES, se ha fomentado el apoyo al desarrollo de este grupo de proveedores, permitiendo que aproximadamente el 80% de la base total de proveedores de la cadena, pertenezca a este sector.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



# BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

En **ALMACENES LA 14 S.A.** el Buen Gobierno Corporativo, se evidencia en prácticas de Dirección que promueven la gestión idónea de la organización y el fortalecimiento de la interacción con sus diferentes grupos interés; integrando los objetivos económicos, sociales y ambientales, con el fin de promover la eficiencia corporativa en línea de la sostenibilidad.

De esta manera articula los intereses de las personas, la empresa y la sociedad, generando un mayor valor para la organización, fomentando la transparencia y los niveles de confianza, para los accionistas y demás grupos de interés, entre los que se consideran los organismos de control externo y de certificación.

El Buen Gobierno Corporativo en **ALMACENES LA 14 S.A.**, se irradia estratégicamente en el crecimiento y desarrollo de la organización; apuntando a los siguientes objetivos:



*Mejorar las prácticas administrativas.*

*Fortalecer la reputación corporativa.*



*Maximizar el desempeño operacional.*

*Minimizar el riesgo.*



*Facilitar el acceso al financiamiento.*

*Mejorar las relaciones con las partes interesadas.*



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





## Órganos de Dirección

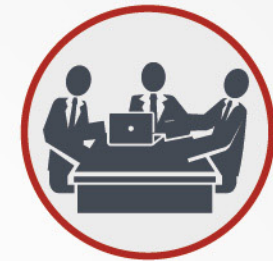
### **ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS.**

La Asamblea General de Accionistas de ALMACENES LA 14 S.A., cuenta con un reglamento que observa las condiciones expresas en el Código de Comercio vigente para el ejercicio comercial en la República de Colombia; al igual que con los mecanismos específicos que permite a los Inversionistas, solicitar la convocatoria de la Asamblea General, según corresponda; cuando quiera que existan elementos de juicio que razonablemente conduzcan a pensar que dicha Asamblea es necesaria, para garantizar sus Derechos o para proporcionarles información que requieran.



### **JUNTA DIRECTIVA.**

Este organismo de dirección está integrado por tres miembros principales y tres suplentes; quienes se reúnen periódicamente para abordar temas propios de la organización y su entorno, acordando las instancias y metodologías necesarias para los más efectivos controles, en coherencia y observancia con su tamaño y desempeño, manteniendo la capacidad de dar respuesta a los órganos de control externos y de certificación.





## **GERENCIA GENERAL.**

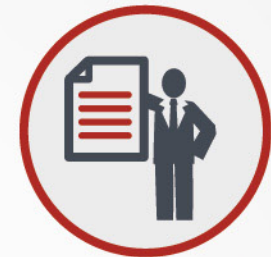
Representa Legalmente a la empresa, y es nombrada por la Junta Directiva. Opera orgánicamente con un grupo de cinco Gerencias: Financiera, de Operaciones, Comercial, Valor Agregado al Cliente y de Gestión Humana; acompañada por un Departamento Jurídico, un Departamento de Responsabilidad Social y Sostenibilidad y el Área de Control Procesos; además de un grupo de Asesores para garantizar el buen gobierno y la transparencia en la aplicación de la estrategia Corporativa.



## **Instrumentos para el Buen Gobierno.**

### **MANUAL DE BUEN GOBIERNO.**

Este documento fue diseñado con el fin de orientar a los grupos de interés estratégicos, respecto a la Definición Estratégica de la Compañía, condensando para ello los principios rectores, la filosofía de su administración, la actitud ética que guía su desarrollo, así como también los reglamentos que rigen sus máximos órganos de Dirección y Control.



### **CÓDIGO DE ÉTICA.**

Siendo una compañía que cree en la Honestidad, el Respeto y la Integridad, como pilares para una gestión transparente; Almacenes LA 14 S.A., desde el año 2010 ha trabajado cuidadosamente en la construcción de un Código de Ética, el cual, para el momento del presente reporte, se encuentra en su







fase de revisión final. Dicho documento, introduce los principios y las políticas que guiarán el quehacer corporativo, orientándolo hacia una conducta de negocios apropiada; facilitándole así a sus Directivos y Colaboradores, una herramienta que les permitirá discernir en propiedad cualquier conflicto de interés, en procura de actuar lo que es éticamente correcto.

## ***POLÍTICAS DE CLASIFICACIÓN Y RETENCIÓN DE LA INFORMACIÓN.***

Esta política se construyó para ALMACENES LA 14 S.A. desde el año 2008, y ha ido evolucionando a la par con los avances normativos y las necesidades propias del quehacer empresarial; integrándose al Sistema de Gestión de los Sistemas de Información (SGSI), el cual se encuentra a cargo de la Dirección de T.I., teniendo como propósito orientar el manejo adecuado de la confidencialidad para toda la información de la compañía. Al momento del presente reporte, esta política se encuentra en una nueva fase de actualización.



En la misma línea de protección a la información, se articula a la política anterior, la Política de Uso de la Tecnología de Información, desarrollada desde el año 2005, la cual incluye los parámetros rectores en el uso de la infraestructura de T.I. de la compañía, protegiendo los canales de acceso a la información, y promoviendo la buenas prácticas frente al tema.





## ***NORMAS SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR.***

La compañía ha establecido las políticas, controles y sanciones necesarias para garantizar el uso legal de software y el respeto a los derechos de autor en todo sentido dentro de la operación de la compañía. La información amparada por estas características, está autorizada de manera previa y expresa por sus legítimos titulares.

Adicionalmente, la compañía cuenta con todas las licencias de software corporativo, tanto a nivel de sus sistemas de información, como de usuario final.



## ***RECOMENDACIONES PARA NEGOCIOS RESPONSABLES Y SEGUROS.***

Este es un documento emitido desde el año 2010 por el Departamento Jurídico de la empresa, en el que se plantean algunas recomendaciones, que permiten al momento de establecer nuevas relaciones o negocios con terceros, verificar las condiciones y cualidades de dicho tercero, minimizando riesgos por vinculaciones.







## RESULTADOS FINANCIEROS 2012

Durante el 2012 la empresa obtuvo ingresos operacionales por **\$1.269.194 millones**, mostrando un crecimiento respecto al 2011 del **8,45%**.

La Utilidad Bruta fue de **\$325.437 millones**, con una participación del **25,64%** sobre los ingresos operativos, con un incremento comparativo frente al 2011 del **13,66%**.

En el año 2012 se realizaron inversiones por valor de **\$4.740 millones**, las obligaciones financieras de corto y largo plazo son de **\$389.791 millones**.

El total de activos fijos ascendió a **\$1.115.083 millones**, aumentando en un **2,3%** y los pasivos llegaron a **\$646.363 millones**, con un crecimiento del **2,68%**. El patrimonio alcanzó **\$468.780 millones**, creciendo en un **2,86%**.

### PROYECTOS DE EXPANSIÓN

Durante el 2012, se avanzó satisfactoriamente en la construcción de los proyectos para las ciudades de Armenia y Neiva, en donde Almacenes LA 14 hará presencia como ancla de dos nuevos Centros Comerciales de la marca Calima. La apertura de LA 14 de Armenia tendrá lugar en febrero de 2013, y su operación generará **158 nuevos puestos de trabajo directos y aproximadamente 300 indirectos**.

Igualmente la compañía avanza en el análisis de otras posibilidades de expansión en las ciudades de **Bogotá, Palmira e Ibagué**.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



# UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

En nuestra calidad de miembros adheridos al Pacto Global de Naciones Unidas, ratificamos nuestro compromiso, cumplimiento y apoyo a los 10 principios que lo definen.

## Principios del Pacto Global

### *DERECHOS HUMANOS*

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos Fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.
2. Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices de la vulneración de los DDHH.

### *RELACIONES LABORALES*

3. Las Empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
5. Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

6. Las Empresas la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

### *MEDIO AMBIENTE*

7. Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que fortalezca el Medio Ambiente.
8. Las Empresas deben fomentar las iniciativas que promueven una mayor responsabilidad ambiental.
9. Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el Medio Ambiente.

### *LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN*

10. Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.



Almacenes LA 14 S.A., se ha adherido al Pacto Global de Naciones Unidas, como la mayor iniciativa de Responsabilidad Social Empresarial a nivel mundial.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





## Alcance del Informe

El presente informe presenta la gestión de **Almacenes LA 14 S.A.**, en línea de la Responsabilidad Social y Sostenibilidad, consolidando los reportes de desempeño de las diferentes Divisiones y Departamentos que integran orgánicamente la compañía, lo que incluye sus 25 Almacenes y Locales Comerciales en las regiones de Colombia donde hace presencia, al igual que sus sedes administrativas y los 3 Centros de Distribución, en el periodo que comprende Enero a Diciembre de 2012.

## Definición de la Materialidad

El comité de Responsabilidad Social y Sostenibilidad de **Almacenes LA 14 S.A.**, encontró conveniente que durante el periodo 2012, se orientaran las acciones de la organización hacia la continuidad de los focos temáticos aprobados para cada grupo de interés, en el periodo anterior (2011), a fin de consolidar los objetivos previstos en sus diferentes planes de acción.

Igualmente este órgano reafirma el compromiso corporativo con el objetivo general que define la estrategia de Responsabilidad Social de la compañía:

*“Mejorar la calidad de vida de la familia en sus diferentes grupos de interés”.*

| GRUPO DE INTERÉS               | SUBGRUPOS                      | FOCOS TEMÁTICOS                                   |
|--------------------------------|--------------------------------|---|
| ACCIONISTAS                    |                                | • Buen Gobierno                                   |
| COLABORADORES                  | • Directos                     | • Empleabilidad                                   |
|                                | • Aliados                      | • Clima Laboral                                   |
|                                | • Familias                     | • Desarrollo y Bienestar Integral                 |
| CLIENTES                       | • Población Infantil y Juvenil | • Cultura de Salud Preventiva                     |
|                                | • La Familia                   | • Consumo Responsable                             |
| PROVEEDORES                    | • PYMES Específicamente        | • Emprendimiento                                  |
|                                |                                | • Favorabilidad                                   |
| RELACIÓN CON EL MEDIO AMBIENTE |                                | • Programa de Gestión Integral de Residuos (PGIR) |
|                                |                                | • Planes Posconsumo                               |
|                                |                                | • Desempeño Ambiental                             |
| RELACIÓN CON LA SOCIEDAD       |                                | • Involucramiento                                 |
|                                |                                | • Cultura y Educación                             |
|                                |                                | • Fundación LA 14                                 |





## Comunicación y Relaciones con las partes interesadas.

Almacenes LA 14 S.A., pone su mejor empeño en mantener una interacción directa con los diferentes grupos que guardan relación con la compañía, por lo que ha diseñado y/o implementado canales que facilitan este proceso de acuerdo con el tipo de relación:

### ***Accionistas:***

● Protocolo de familia, a través de la organización LANSBERG-GERSICK, especializada en la dirección y diseño de este canal.



### ***Colaboradores:***

- Reuniones Efectivas de Trabajo.
- Encuestas de Clima Organizacional.
- Comité de Convivencia Laboral.
- Publicaciones Internas.







## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

### *Cientes / Comunidad:*

- Buzón de Sugerencias y PQR.
- Correo Institucional de Servicio al Cliente.
- Página Web Corporativa: [www.la14.info](http://www.la14.info)
- Redes Sociales Corporativas.
- Oficina de Servicio al Cliente y Protección al Consumidor.



### *Aliados Comerciales:*

- Atención Personalizada por los Ejecutivos de Cuenta.
- Correos Directos.
- Reuniones Específicas.
- Capacitaciones de Orientación para MIPYMES.
- Seguimiento al Cumplimiento de la Normatividad Legal Vigente de acuerdo al Servicio y/o Producto.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

### **Entidades de Gobierno:**

- Presentación de Informes.
- Atención de Requerimientos Específicos.
- Visitas y Capacitaciones.
- Convenios Especiales para la Divulgación de Temas de Interés.



### **Entidades Financieras:**

- Informes y Comunicaciones Oficiales.
- Atención de Requerimientos Especiales.
- Reuniones Personalizadas.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





## NUESTROS COLABORADORES

La labor que adelanta ALMACENES LA 14 S.A. frente a este grupo de interés, es liderada por su División de Gestión Humana, enfocándose hacia tres focos temáticos principales:

- **EMPLEABILIDAD**
- **CLIMA LABORAL**
- **DESARROLLO Y BIENESTAR INTEGRAL**

### ◉ **EMPLEABILIDAD**

Almacenes LA 14 S.A. se constituye en uno de los principales empleadores a nivel nacional, contando con 5.550 Colaboradores Directos, de los cuales sólo 729 corresponden a empleos temporales, lo que indica que el 87% del personal estuvo vinculado por contratación directa.

A lo anterior se suma la participación de 9557 colaboradores aliados a nivel nacional, que aportan al desarrollo de nuestra operación, *alcanzando a Diciembre de 2012 un total de 15.107 empleos generados.*

**La operación de Almacenes  
LA 14 S.A., ha generado a 2012,  
15.107 empleos.  
5550 son Directos y 9557 Indirectos.**





## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

*Respecto al año 2011, nuestra oferta laboral creció en el **12.03%***

| 2011  | 2012  |
|-------|-------|
| 4.954 | 5.550 |

*¡A través de la generación de empleo digno  
ALMACENES LA 14 S.A. aporta al progreso  
colombiano!*

No existe en nuestro proceso de selección formas de discriminación alguna por ideologías políticas o creencias religiosas, ni por edad, raza o preferencias sexuales; excluyéndose del proceso todo procedimiento que le implique al aspirante revelar este tipo de información. Centramos nuestro interés en la calidad humana de los aspirantes y valoramos su vocación de servicio, siendo coherentes con nuestra cultura organizacional; lo que redundará en un mejor ambiente laboral y en las más gratas experiencias para nuestros clientes.

En su calidad de empresa adherida al Pacto Global de Naciones Unidas, y en garantía de los Principios Laborales que abanderamos esta iniciativa, velamos en primera instancia por el cumplimiento de la normatividad legal vigente en línea de la Salud Ocupacional, la Seguridad Social, la Equidad, el Clima Laboral y el Bienestar Integral de nuestros colaboradores y sus familias.

**En el 2012 el promedio  
de edad de los  
colaboradores contratados  
directamente es de  
➡ 33 años**



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Almacenes LA 14 S.A., respeta el derecho de libre asociación, evidenciado en el Pacto Colectivo que suscribió con sus colaboradores desde principios de los años 80, el cual se renueva hasta la fecha. A través de él, se conceden importantes beneficios extralegales al grupo de colaboradores cobijados, el cual alcanza el 97% de los colaboradores directos. Bajo este mismo principio, la compañía apoyó también la creación del fondo de Empleados FONEM LA 14 en el año de 1984, alcanzando en el 2012, 28 años contribuyendo desde el principio solidario, a la consolidación de los proyectos de vida de sus asociados, en temas de alto interés como vivienda, salud y educación, entre otros.

Ponemos especial empeño en contribuir a la erradicación del Trabajo Infantil, integrando a nuestros aliados comerciales en este compromiso, y verificando que en las diferentes modalidades de relación comercial, sea respetado a cabalidad este principio.

De la misma manera, promovemos también la equidad de género, garantizando el equilibrio en las condiciones y oportunidades laborales para *Hombres y Mujeres*. ALMACENES LA 14 S.A., valora y apoya la alta misión que asumen las mujeres cabeza de familia, siendo una política corporativa, la favorabilidad en la contratación de mujeres bajo esta condición, como reconocimiento social a su responsabilidad, y como aporte al mejoramiento en la calidad de vida del grupo familiar que representan.

### Participación de Colaboradores Directos por Género

| 2011    |         | 2012    |         |
|---------|---------|---------|---------|
| Mujeres | Hombres | Mujeres | Hombres |
| 3.020   | 1.934   | 3.343   | 2.207   |

En el 2012 el **60,23%** de nuestros colaboradores fueron Mujeres

\*Fuente: Balance Social Gestión Humana 2012.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE



### ◦ *CLIMA LABORAL*

Almacenes LA 14 S.A. ha puesto su máximo interés en lograr que su oferta laboral se constituya en la mejor opción para el crecimiento personal y laboral de todos sus colaboradores, generando las condiciones apropiadas para una experiencia de trabajo digna.

Todo el esfuerzo que la empresa realiza a favor del bienestar de sus colaboradores se ve reflejado en su estabilidad laboral.

**Los indicadores evidencian que el 49,33% del total de colaboradores directos, está por encima de los cinco años de antigüedad.**



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





### Nivel de antigüedad en los Colaboradores Directos

| 2011                                | 2012                                |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Hasta 1 Año → 437 Colaboradores     | Menor a 1 Año → 1583 Colaboradores  |
| De 1 a 5 Años → 1651 Colaboradores  | De 1 a 5 Años → 1229 Colaboradores  |
| De 5 a 10 Años → 1167 Colaboradores | De 1 a 5 Años → 1012 Colaboradores  |
| Más de 10 Años → 1699 Colaboradores | Más de 10 Años → 1726 Colaboradores |

\*Fuente: Balance Social Gestión Humana 2012.





## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

### **AVANZAMOS SIEMPRE HACÍA UN MEJOR CLIMA LABORAL.**

Durante el 2012, la División de Gestión Humana, a través de sus Áreas de Desarrollo Humano y SAI (Servicio de Atención Integral), avanzaron en el fortalecimiento de dimensiones que mejoran continuamente el Clima Organizacional, así como también el crecimiento personal y laboral de los colaboradores; tales como la motivación, el sentido de pertenencia, el trabajo en equipo y el conocimiento de la cultura organizacional.

En este sentido, se diseñaron novedosos programas de capacitación orientados por una metodología experiencial, como el *Programa Eloy 14*, que permitió el reconocimiento de las competencias organizacionales y la integración, potencializando la capacidad de trabajo en equipo. *Eloy 14*, alcanzó un alto nivel de reconocimiento y recordación entre los colaboradores, con una cobertura de 4.049 colaboradores, que evidencia un porcentaje del 73% sobre el total de colaboradores directos, y un número de horas invertidas de 16.336.

Otro importante programa desarrollado en línea de estos objetivos, fue el *Programa Valorarte*, el cual usa como estrategia la puesta en escena de la obra teatral “*Tiempo de Refrigerio*”, que recrea el día a día del quehacer empresarial, motivando la identificación de los colaboradores con los personajes de la obra, permitiendo de esta manera el diagnóstico personal frente a los valores corporativos, buscando un mejoramiento personal de nuestro equipo humano.

La obra teatral “*Tiempo de refrigerio*”, tuvo la oportunidad de presentarse en las diferentes regiones donde la compañía hace presencia, alcanzando un cobertura de 5.036 colaboradores.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

### **RECONOCIMIENTOS A NUESTRO TALENTO HUMANO.**

Almacenes LA 14 S.A., durante el 2012 efectuó reconocimientos por desempeño y/o antigüedad a 863 colaboradores, de la siguiente manera. En desempeño se destaca a los colaboradores cuyas evaluaciones de seguimiento frente a su gestión alcancen una calificación OK, que indica un máximo nivel en

su cumplimiento y compromiso. En cuanto a la Antigüedad, se destacan los colaboradores que por su desempeño han mantenido una estabilidad laboral en la compañía que alcanza los 14, 20, 25 y 30 años de servicio.

### **Número de Colaboradores Reconocidos**

| <b>2011</b>          |                       | <b>2012</b>          |                       |
|----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| <b>Por Desempeño</b> | <b>Por Antigüedad</b> | <b>Por Desempeño</b> | <b>Por Antigüedad</b> |
| <b>461</b>           | <b>315</b>            | <b>472</b>           | <b>391</b>            |



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



### ***SALUD LABORAL PARA LA CALIDAD DE VIDA.***

Otro aspecto que incide directamente en el clima laboral, son los entornos organizacionales y las condiciones de salud ocupacional, ya que éstos son determinantes en la calidad de vida del colaborador y en sus relaciones interpersonales; por esta razón **Almacenes LA 14 S.A.** genera las acciones necesarias para minimizar los riesgos que puedan existir, de tal manera que el colaborador desarrolle sus actividades con seguridad, dignificando su labor, facilitando su participación y en un marco de salud preventiva.

Para ello cuenta con importantes Áreas como Salud Ocupacional y Seguridad Social, a cargo de profesionales con experiencia en el ramo, a través de las cuales se han alcanzado los siguientes importantes resultados.

### **Frecuencia por Riesgo Laboral**

| <b>2011</b>  | <b>2012</b>  |
|--------------|--------------|
| <b>0,04%</b> | <b>0,04%</b> |

Este indicador, que corresponde al porcentaje de enfermedades que se presentan como consecuencia del trabajo o su entorno, se mantuvo en el mismo nivel durante el 2012.

### **Accidentalidad**

| <b>2011</b>   | <b>2012</b>   |
|---------------|---------------|
| <b>17,00%</b> | <b>17,00%</b> |

Durante el 2012 el porcentaje de accidentes o incidentes de trabajo que se presentaron en el desarrollo de las actividades propias de la operación de la compañía, igualmente se mantuvo respecto al 2011.







## Índice de lesiones incapacitantes

**2011**

**2012**

**0,44%**

**0,44%**

Corresponde al porcentaje de lesiones que durante el 2012 generaron incapacidad a colaboradores de la empresa.

## Horas de Capacitación en Temas de Salud Ocupacional

**2011**

**2012**

**1.047**

**1.336**

Incremento Comparativo de **289** Horas de Capacitación equivalentes al **27,6%**

Este incremento, obedece al objetivo de generar mayor conciencia en los colaboradores en cuanto a las condiciones de trabajo y los posibles riesgos.



\*Fuente: Balance Social Gestión Humana 2012.





## Número de Colaboradores beneficiados con Programas de Prevención en Salud

| 2011 | 2012 |
|------|------|
|------|------|

|       |       |
|-------|-------|
| 4.325 | 5.570 |
|-------|-------|

Incremento Comparativo de **1245** colaboradores beneficiados equivalentes al **28,78%**

## Colaboradores reubicados por recomendaciones de Salud

| 2011 | 2012 |
|------|------|
|------|------|

|     |    |
|-----|----|
| 262 | 47 |
|-----|----|

Disminución comparativa de **215 casos**

El 2012 presentó una notoria reducción de 215 casos en las reubicaciones laborales por recomendaciones directas de la EPS y la ARL. Lo anterior obedece al fortalecimiento del programa de acompañamiento médico a través del Área de Seguridad Social, la cual opera desde la División de Gestión Humana.

\*Fuente: Balance Social Gestión Humana 2012.







## ◉ **DESARROLLO Y BIENESTAR INTEGRAL**

La Empresa, a través de las Áreas de Desarrollo Humano y SAI (Servicio Atención Integral) pertenecientes a la División de Gestión Humana, adelanta diferentes programas de Desarrollo Personal y Profesional, con carácter Formativo, Social, Cultural, Recreativo, Deportivo, Motivacional y de Salud, que apuntan al mejoramiento de la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias.

### **FORMACIÓN Y DESARROLLO**

La formación ha sido desde siempre en nuestra empresa, el pilar en el que se sustenta el Crecimiento Profesional y el mejoramiento de las oportunidades laborales para nuestros colaboradores, ya que a través de ella se genera la verdadera transformación de los entornos.

En coherencia con lo anterior, se desarrollan los siguientes focos de acción:

### ► **Capacitación en Competencias Técnicas y Organizacionales**

Las Competencias Técnicas apuntan al mejoramiento del desempeño, de acuerdo a las funciones asumidas por cada colaborador dentro de la compañía, y las Competencias Organizacionales, fomentan el fortalecimiento de la Cultura Corporativa.

### ► **Capacitación en Procesos**

Está dirigida a preparar a nuestros colaboradores en temas relacionados con los procesos internos, políticas corporativas y normas, a fin de mejorar el Desarrollo Organizacional.

**Durante el 2012 se invirtieron 216.740 horas en capacitaciones en procesos.**





### TOTAL DE HORAS INVERTIDAS EN CAPACITACIÓN

| FOCO TEMÁTICO             | PROGRAMA                        | HORAS INVERTIDAS | COBERTURA |
|---------------------------|---------------------------------|------------------|-----------|
| FORMACIÓN<br>Y DESARROLLO | ◦ Competencias Organizacionales | 64.469           | 12.217    |
|                           | ◦ Competencias Técnicas         | 152.271          | 12.003    |

\*Fuente: Balance Social Gestión Humana 2012.

#### ► *Programa de Escolarización y Proyecto Pase*

Almacenes LA 14 S.A., a través de una encuesta de caracterización efectuada en el 2008, pudo identificar entre su grupo de colaboradores una población pendiente por concluir su ciclo de formación básica. Con el propósito de facilitar que dichos colaboradores cumplan con esta meta y mejoren su perfil académico y profesional, la División de Gestión Humana puso en marcha el *Programa de Escolarización y Proyecto Pase*. Este programa ha logrado la titulación de 90 colaboradores hasta el año 2012, lo cual equivale a un 95% de la población objetiva.

#### ► *Plan Carrera*

Las estrategias en beneficio del Desarrollo Humano se complementan con el PLAN CARRERA, que permite el fortalecimiento de las competencias técnicas de nuestros colaboradores, para que sean promovidos a cargos que mejoren las condiciones laborales del trabajador, de acuerdo a la demanda en la operación de la compañía. De esta manera se logra la retención del talento humano más competente y comprometido.







## Número de Colaboradores Promovidos

| 2011 | 2012 |
|------|------|
| 156  | 187  |

### ► *Bienestar Integral*

Se desarrolla en las siguientes líneas de Acción:

#### ① **Plan de Vida**, Contempla programas como:

//**Familia Emprendedora**: Este programa brinda herramientas a las familias de nuestros colaboradores, a partir del desarrollo de competencias en emprendimiento, basadas en el Ser-Saber-Hacer. Lo anterior con el propósito de ampliar la capacidad económica familiar, permitiendo que mejoren su calidad de vida. Igualmente los capacita en la adecuada administración de sus recursos, optimizando su rendimiento. Durante el 2012, como parte de este programa, 22 personas participaron de los cursos de panadería, pastelería y repostería.



## Número de Familias de Colaboradores beneficiadas por el programa

| 2011 | 2012 |
|------|------|
| 12   | 22   |





## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE



**//Guardianes LA 14:** Esta iniciativa de formación en valores, dirigida a los hijos de nuestros colaboradores con edades entre los 5 y 17 años; nace inicialmente con el nombre de “Civilitos”, y actualmente se ha constituido en un espacio de participación sociocultural, donde niños y jóvenes construyen y fortalecen su sano desarrollo, con actividades lúdico-educativas enfocadas al liderazgo, la educación ambiental, los valores cívicos y a las acciones de brigada. *En el año 2012 se conformó un grupo de 35 hijos de colaboradores.*

**//Pre- Pensionados:** Este espacio Contribuye al fortalecimiento de una actitud positiva del colaborador y su familia frente al retiro laboral, en aspectos fisiológicos, psicológicos y sociales. El programa también aporta al desarrollo de habilidades, capacidades y fortalezas necesarias en la utilización del tiempo libre.



### Colaboradores en edad pensional beneficiados por el programa

**2011**

**2012**

**199**

**256**

Incremento Comparativo de colaboradores beneficiados **57**  
equivalentes al **28,64%**



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

**//Feria de la Salud:** Ofrece espacios de salud preventiva y de recreación para nuestros colaboradores, sus familias y la comunidad bajo influencia, en cuanto a la generación de hábitos saludables, con el propósito de crear conciencia sobre el autocuidado, especialmente a nivel físico, psicológico, nutricional y de salud oral.

**//Acompañamiento:** Ofrece a nuestros colaboradores y sus familias apoyo médico y psicológico domiciliario.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



## 2 Programa Pensando en Familia

A través del Servicio de Atención Integral “SAI”, se genera un espacio empresarial, que brinda a colaboradores directos, aliados y a sus familias servicios de:

- *Asesoría Psicológica.*
- *Programas Preventivos en Riesgo Psicosocial.*
- *Programa en Prevención de Adicciones.*

Los anteriores programas se complementan a través de Charlas y Talleres Psico-Educativos que manejan temáticas de interés familiar como: Relaciones de Pareja, Aptitud Vocacional, Crianza de los Hijos, Cuidado y Autoestima en niños, niñas y adolescentes, Consumo de Sustancias Psicoactivas, Resolución de Conflictos y Manejo del Estrés, entre otros.

**Durante el 2012 se beneficiaron 5.664 personas con el Programa Pensando en Familia.**

## 3 Programa Recreación y Cultura

//**Semana Cultural:** Este evento de participación cultural que está dirigido a todos los colaboradores directos y aliados, se lleva a cabo cada dos años en el mes de septiembre. En el año 2012 se realizó la Semana Cultural LA 14 con la participación aproximada de 4000 colaboradores directos y aliados. Este evento tendrá lugar nuevamente en el año 2014.







## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

//**Semana del Niño:** Almacenes LA 14 S.A., con el propósito de integrarse a la iniciativa de “Semana de Receso Escolar”, aportando al buen uso del tiempo libre, a la integración y al bienestar de los hijos de nuestros colaboradores; ha establecido unas jornadas de carácter cultural, deportivo y recreativo, desarrolladas en el mes de octubre.



Número de Niños Beneficiados

**2011**

**925**

**2012**

**1.068**

//**Actividades de Integración por Áreas:** Pensando en la integración y esparcimiento de las diferentes Áreas de trabajo que integran la compañía, se mantienen en diferentes épocas del año, una programación variada para este fin.

### • **COMUNICACIÓN CON NUESTROS COLABORADORES**

Almacenes LA 14 S.A. Ha establecido una política de comunicación multidireccional, que incluye canales en diferentes sentidos, los cuales le permiten retroalimentarse de las opiniones, experiencias y necesidades de sus colaboradores en todo nivel.

Para este fin se han diseñado herramientas como:

- *La Encuesta de Clima Organizacional*
- *Las Reuniones Efectivas de Trabajo*
- *El Comité de Convivencia Laboral*
- *Boletín Informativo Interno - Noti 14*



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



### ■ **LA ENCUESTA DE CLIMA ORGANIZACIONAL**

Es aplicada cada dos años por la División de Gestión Humana, sobre una muestra significativa de colaboradores en los diferentes niveles jerárquicos, Sedes, Dependencias y Cargos de la compañía. Dicha encuesta abarca ejes temáticos como el Reconocimiento, las Relaciones con los Jefes Inmediatos, Formación y Desarrollo, las Relaciones entre Compañeros de Trabajo y la Participación; que se traducen en las condiciones y oportunidades del colaborador dentro de la organización.



### ■ **LAS REUNIONES EFECTIVAS DE TRABAJO**

Son espacios de frecuencia mensual para la interacción de los equipos de trabajo en los Puntos de Venta de la Cadena; los cuales facilitan la integración, participación activa, articulación laboral y retroalimentación. En este canal se invirtieron durante el 2012, un total de 1.680 horas.







## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Principales por parte de la empresa



Marcia Duran  
Oficinas Cali



Miguel A. Cortés  
Oficinas Cali



Nicia Dorado  
Palmira

Principales por parte de los Colaboradores



Olga L. Castillo  
LA 14 Valle del Lili Cali



Luis C. Quintero  
Oficinas Cali



Claudia E. Giraldo  
Manizales

Suplentes por parte de la empresa



Adriano Asprilla  
B/ventura



Marco A. López  
Bogotá



Alexandra Correa  
Pereira

Suplentes por parte de los Colaboradores



Ana M. Jiménez  
LA 14 Centro Cali



Luz E. Cuervo  
Oficinas Cali



Sandra M. Sandoval  
Oficinas Cali

### COMITÉ DE CONVIVENCIA LABORAL

Dando cumplimiento a la Resolución 0652 de Mayo de 2012, emitida por el Ministerio del Trabajo, el antiguo Comité de Conciliaciones Laborales, creado por la División de Gestión Humana, con el propósito de fomentar ambientes de trabajo sanos, donde el respeto y la cordialidad caractericen las relaciones interpersonales; se transformó en el Comité de Convivencia Laboral.

### BOLETÍN INFORMATIVO INTERNO “NOTI 14”

Es un canal de comunicación que nace hace más de 10 años, por iniciativa de la División de Gestión Humana, con el propósito de generar un espacio a través del cual, los colaboradores se mantuvieran actualizados en los acontecimientos y actividades empresariales. En su historia ha contado con diferentes diseños que testimonian su evolución; en la actualidad tiene un cuerpo tríptico de tamaño carta, y su publicación es de 6 Ediciones por año, con tiraje de 3.000 ejemplares por edición.

***Nuestra Cultura de Servicio al Cliente se construye desde el respeto, la valoración y la motivación de nuestros Colaboradores. El excelente clima laboral de la compañía se traduce en compromiso y sentido de pertenencia; por eso afirmamos que de todo lo bueno LA 14 siempre te da más.***



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



### NUESTROS CLIENTES

Como empresa comercial, **ALMACENES LA 14 S.A.**, mantiene un interés prioritario en ofrecer a sus clientes información precisa sobre las características de los productos y servicios que integran su portafolio; así como también, respecto a los derechos que le amparan como consumidor, entre los que se incluyen la protección y confidencialidad sobre sus datos personales.

En este sentido, a través de sus *Áreas de Servicio al Cliente, Protección al Consumidor y Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)*, en coordinación con otras dependencias, se trabaja mano a mano con los proveedores para identificar las diferentes oportunidades de mejoramiento, que garanticen al cliente el acceso a productos y servicios de excelente calidad y respaldo. Lo anterior se suma a una cultura organizacional de servicio, que ha sido referente para las regiones del país, donde la compañía hace presencia; permitiendo que se disfrute de una experiencia de compra diferente y satisfactoria.







### ■ ROTULADO DE PRODUCTOS

Velamos por la calidad de la información impresa en la etiqueta del producto, exigiendo a nuestros proveedores el cumplimiento de la normatividad legal vigente aplicable al rotulado y etiquetado de alimentos para consumo humano. Dicha condición es verificada periódicamente en el surtido exhibido en todos los Puntos de Venta que integran la Cadena, mediante formatos de chequeo, garantizando que los productos codificados, cumplan con el reglamento técnico que los regule de acuerdo a su naturaleza.



### ■ MANUAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Este Manual fue actualizado y publicado durante el primer semestre del año 2012, de acuerdo al “Estatuto de Protección al Consumidor” - Ley 1480 de 2011; poniendo en un lenguaje amigable y de fácil comprensión, todas las disposiciones contempladas por esta norma en beneficio del consumidor final. De esta manera, los funcionarios de la empresa cuentan en todo momento con un documento consultivo, que les permite velar por los derechos de nuestros clientes, ofreciéndoles siempre el **“Mejor surtido a los mejores precios”**





## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

### ■ **EL MEJOR SURTIDO A LOS MEJORES PRECIOS**

En cumplimiento de nuestra promesa comercial, LA 14 ofrece de manera permanente un amplio surtido, con altos niveles de calidad y respaldo, a los mejores precios del mercado.

El surtido ofrecido, obedece al propósito de contribuir a Mejorar la Calidad de Vida de las familias, ya que el cliente tiene a su disposición diferentes alternativas, que le permitirán tomar la mejor decisión, en ejercicio de una compra responsable.

Además de la calidad, el servicio, y la comodidad, nos interesa contribuir a la economía familiar, por ello constantemente analizamos estrategias de descuentos y promociones, a través de las cuales nuestros clientes dan mayor rendimiento a sus ingresos.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE



### ■ **EXCELENCIA EN EL SERVICIO**

ALMACENES LA 14 S.A., ha trabajado durante casi 5 décadas para hacer del servicio una cultura organizacional. Lo anterior, a través de un proceso permanente de formación y sensibilización a todos nuestros colaboradores, quienes han interiorizado

las prácticas de servicio, al punto de convertirlas en un referente reconocido no sólo por nuestros clientes, sino incluso por sectores académicos, que han considerado nuestros estándares como casos verdaderamente diferenciadores a nivel de atención al cliente.

Esta atención cálida, sustentada en el respeto genuino al cliente y en el interés por identificar plenamente sus necesidades, se evidencia en un acompañamiento constante y personalizado durante todo el proceso de compra. El cliente de LA 14, siempre contará con alguien dispuesto a servirle con mucho gusto.

Con este mismo objetivo, la cadena cuenta con diferentes formatos comerciales tales como Grandes Superficies, Conveniencia y Locales Comerciales, preparados para satisfacer al cliente en los diferentes momentos de compra, igualmente su proceso de expansión ha tenido en consideración ofrecer ubicaciones estratégicas, capaces de atender las necesidades de diferentes zonas en una misma región. Por ello la operación de LA 14 ha logrado consolidarse a lo largo del suroccidente y centro de Colombia.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

En la actualidad continúan institucionalizados días de descuentos especiales para todos los puntos de venta, en las categorías de FRUVER y DROGUERÍA, a demás de una serie de calendarios comerciales que por temporadas ofrecen excelentes descuentos en diferentes categorías. Para el periodo 2012, manejamos el siguiente calendario:



### ■ EN LA 14 ES COMPRANDO Y GANANDO

En reconocimiento a la generosa preferencia de nuestros clientes, la compañía ha diseñado diferentes formas de sorteos promocionales y juegos que nos permitieron entregar en el 2012 \$ 2.292'150.505 en premios.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





## ■ FOMENTO AL CONSUMO RESPONSABLE

### //Plegables Informativos



Almacenes LA 14 S.A., ha puesto a disposición de sus clientes, diferentes plegables informativos con temas de interés, en línea del consumo responsable. Estos Plegables circulan gratuita y constantemente en todos los Puntos de Venta que integran la Cadena.

### //Planes Posconsumo

En los últimos años, ALMACENES LA 14 S.A. ha venido formalizado su participación activa en los Planes Posconsumo de Pilas y/o acumuladores eléctricos, Envases de plaguicidas de uso doméstico y Fármacos y medicamentos vencidos, cuyos residuos han sido catalogados como de interés específico para la autoridad ambiental. De esta manera, además de dar cumplimiento a la normatividad legal vigente, aportamos al adecuado manejo doméstico de este tipo de residuos, contribuyendo al mejoramiento del desempeño ambiental de las familias en nuestros diferentes grupos de interés.

La participación de ALMACENES LA 14 S.A., en los Planes Posconsumo citados, tiene como propósito:

- *Contribuir a generar en los consumidores finales, una cultura de clasificación en la fuente, mediante la divulgación interna y externa, a partir de medios propios.*
- *Aportar a la disposición adecuada de los residuos, en términos de responsabilidad ambiental.*
- *Dar cumplimiento a la normatividad ambiental vigente para cada caso.*





## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

### ► **Plan Posconsumo de Pilas y/o acumuladores eléctricos:**

Esta labor empieza en articulación con el Proveedor Panasonic - Nacional de Pilas, desde el 22 de Octubre de 2010, con su Programa “Se Repilo y Recicla tus Pilas”; inicialmente la recolección se adelantó sólo en Cali, sin embargo, en el año 2012 el proceso se expandió a otros 14 puntos de venta, tanto en esta ciudad, como en otras sucursales.



En este significativo logro incidió la articulación complementaria que Almacenes LA 14 S.A. llevó a cabo a partir de mayo de 2012, con el Plan Posconsumo que está siendo coordinado por la ANDI - Cámara de Electrodomésticos, con su campaña “Pilas con el Ambiente”. De esta manera damos cumplimiento a la normatividad ambiental vigente.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





# UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

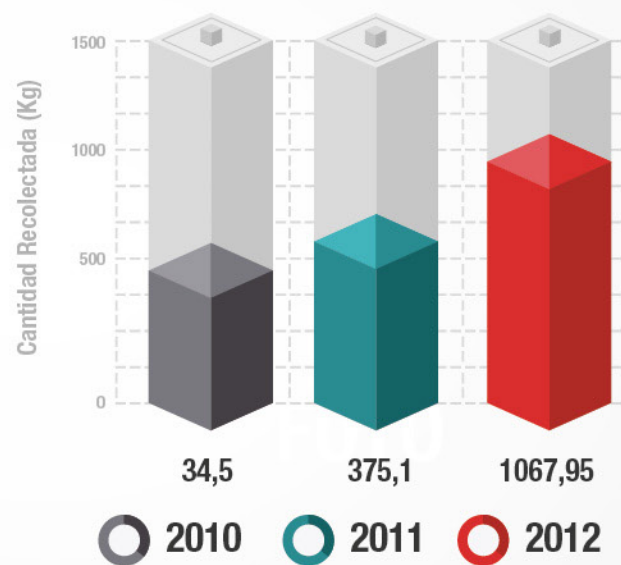
## Resultados:

Este Plan Posconsumo ha tenido gran aceptación entre nuestros clientes, colaboradores y comunidad en general. Inicialmente tenía presencia tan sólo en 2 Puntos de Venta de la cadena (Cosmocentro y Pasoancho).

*Durante el 2012, LA 14 ha logrado extender esta iniciativa a 16 Puntos de Venta, alcanzando un cubrimiento del 76,19% a nivel de toda la cadena. En la actualidad 7 de los Puntos Recolectores están siendo coordinados a través de Nacional de Pilas Panasonic y 9 por la ANDI.*

| PUNTO DE VENTA RECOLECTOR   | FECHA DE INSTALACIÓN | ENTIDAD EXTERNA QUE COORDINA EL PLAN | TOTAL (Kg) /AÑO 2012 | SUMATORIA DE RECOLECCIÓN PTO. DE VTA. (2010-2012) |
|-----------------------------|----------------------|--------------------------------------|----------------------|---|
| Cosmocentro (Cali)          | 22/10/10             | Nacional de Pilas Panasonic          | 316,5                | 476,1   |
| Pasoancho (Cali)            | 22/10/10             | Nacional de Pilas Panasonic          | 437,9                | 687,9   |
| Callima (Cali)              | 06/02/12             | Nacional de Pilas Panasonic          | 54,3                 | 54,3  |
| Avenida Sexta (Cali)        | 07/02/12             | Nacional de Pilas Panasonic          | 213,75               | 213,75  |
| Tuluá (Valle)               | 09/02/12             | Nacional de Pilas Panasonic          | 7                    | 7   |
| Perelra (Risaralda)         | 09/02/12             | Nacional de Pilas Panasonic          | 38,5                 | 38,5  |
| Buenaventura (Valle)        | 15/02/12             | Nacional de Pilas Panasonic          | 0                    | 0   |
| <b>TOTAL DE RECOLECCIÓN</b> |                      |                                      | <b>1.067,95</b>      | <b>1.477,55 Kg</b>                                |

## Avances del PPC - Pilas y/o Acumuladores



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE



### ► *Plan Posconsumo de Envases de Plaguicidas de uso doméstico:*

Dando cumplimiento a la Resolución 693 de 2007, **Almacenes LA 14 S.A.**, participa activamente en este Plan Posconsumo desde el año 2009, a través de un sistema de devolución de envases de plaguicidas de uso doméstico denominado: "Cierra el Ciclo", donde participan varios proveedores y es coordinado por la ANDI.

*Puntos de Venta Vinculados al Plan Posconsumo: Centro, Av. Sexta, Cosmocentro(6), Calima, Limonar, Sameco, Pereira, Alfaguara, Tulúa, Pasoancho, Palmira, Cosmocentro (35), Bogotá, Valle del Lili, Centrosur, Centenario y Dapa.*

### *Resultados:*

Inicialmente participaron de la iniciativa 12 Puntos de Venta de la Cadena. Para el 2012 esa cifra aumentó a 17 PV, alcanzando un cubrimiento de 68% sobre el total de la cadena.

**En el año 2012 se recolectó un total de 221,10 Kg de Envases de Plaguicidas de uso Doméstico.**



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





► **Plan Posconsumo de Medicamentos y Fármacos Vencidos:** En cumplimiento a la Resolución 0371 del 26 de febrero de 2009, emitida por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, la compañía se articuló desde Noviembre de 2011, al Plan de Gestión de Devolución de Productos Posconsumo de Fármacos o Medicamentos Vencidos, liderado por la Cámara de la Industria Farmacéutica de la ANDI, denominado “Punto Azul”.

### **Resultados:**

A diciembre de 2011, se instalaron Puntos azules en 12 almacenes de la cadena. En 2012 se dio cubrimiento a 7 Almacenes más, para alcanzar presencia en 19 Puntos de Venta de la Cadena, con un cubrimiento del 76% sobre el total.

**En el año 2012 se recolectó un Total de 758,98 Kg de Fármacos y Medicamentos Vencidos.**

### **Puntos de Venta Vinculados al Plan Posconsumo**

|  |   |
|--|---|
| Centro<br>Avenida Sexta<br>Calima<br>Boulevard<br>Limonar<br>Sameco<br>Manizales<br>Pereira<br>Alfaguara | Pasoancho<br>Palmira<br>Cosmocentro 6 y 35<br>Bogotá                  |
|  | Benjamín Herrera<br>Valle del Lili<br>CentroSur<br>Centenario<br>Dapa |





### ■ CULTURA DE SALUD PREVENTIVA

#### ► *Charlas Educativas*

Con el propósito de contribuir a la formación de una cultura de autocuidado y salud preventiva entre nuestros clientes y comunidades bajo influencia, **ALMACENES LA 14 S.A.**, ha dado continuidad a las charlas educativas que desde el año 2008 adelanta conjuntamente con el Departamento Educativo de su proveedor Johnson's & Johnson's. Gracias a esta labor en el 2012 ofrecimos a los clientes de la ciudad de Cali, y los municipios de Tulúa, Jamundí y Palmira en el Valle del Cauca, asesorías en temas referentes al desarrollo físico y psicológico de los niños durante su etapa gestacional y de primera infancia.



### COMPARATIVO DE LAS CHARLAS EDUCATIVAS OFRECIDAS PARA CLIENTES

| 2010 | 2011 | 2012 |
|------|------|------|
| 12   | 15   | 20   |

*Las Charlas Educativas para clientes, beneficiaron un promedio de 25 clientes por evento, para un total aproximado de 500 asistentes.*







## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE



### ► Publicaciones

Como otro aporte al fomento de la Salud Preventiva, ALMACENES LA 14 S.A., ha diseñado y publicado la revista “SALUD & FAMILIA”, de circulación gratuita en todos los puntos de venta de la cadena. Esta revista cuenta con la participación y orientación de reconocidos profesionales de la salud, quienes a través de sus artículos, ofrecen a padres, madres y cuidadores, información y consejos útiles para la prevención en salud, la formación en valores morales y medio ambientales, así como también en actividades deportivas y lúdicas que estimulan el sano desarrollo de los menores.

**La primera edición tuvo lugar en Diciembre de 2011, y durante el 2012 se publicaron 3 ediciones más, con un tiraje de 25.000 ejemplares por edición.**



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



### ■ COMUNICACIÓN CON CLIENTES

Hemos fortalecido la comunicación con nuestros clientes, incrementándose en un 32.7% la recepción y respuesta de sugerencias y PQR, a través de los buzones que para tal fin se encuentran en cada Punto de Venta de la Cadena.

En el 2011 el Área de Servicio al Cliente atendió 5279 comunicaciones, frente a las 7846 que recibimos durante el 2012. Lo anterior, acompañado por la interacción que se genera a través de la página web: [www.la14.info](http://www.la14.info) y del manejo de la marca en redes sociales, donde capitalizamos los comentarios, inquietudes o sugerencias que, tanto los clientes como la comunidad en general, nos hacen llegar respecto al servicio y otros temas de interés común. Estas acciones definitivamente afianzan las relaciones con este importante segmento de Stakeholders.







### NUESTROS ALIADOS COMERCIALES

El compromiso firme con el desarrollo de la promesa comercial de **ALMACENES LA 14 S.A.**, de ofrecer siempre a nuestros clientes “El mejor surtido a los mejores precios”, ha llevado a la compañía a la consolidación de una amplia base de proveedores codificados, a nivel local, nacional e internacional; de éstos aproximadamente el 80% pertenecen al sector de las MIPYMES.

Con estas micro, pequeñas y medianas empresas, se ha adelantado una importante labor de asesoría y acompañamiento, en el cumplimiento de los requisitos y normatividad legal vigente, para comercializar sus productos a nivel masivo.





## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE



### **APOYANDO AL MICROEMPRESARIO**

En el marco de la legalidad, la creación de empresa y su desarrollo, se genera el cumplimiento de un conjunto de normas regulatorias supervisadas por el INVIMA, Salud Pública, la Superintendencia de Industria y Comercio, el ICA, y la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca (AUNAP), entre otras. En la consolidación de este proceso, **ALMACENES LA 14 S.A.**, a través de su Departamento Jurídico, ha apoyado a sus proveedores MIPYMES, orientándolos para llevar a buen término sus proyectos productivos y de comercialización.

**De esta manera en el 2012  
contribuimos a la formalización de  
los proyectos empresariales de 240  
proveedores MIPYME, en las  
distintas regiones del país donde  
hacemos presencia.**



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





### **APORTE A MIPYMES AGRÍCOLAS**

Con los proveedores MIPYME del sector agrícola, ALMACENES LA 14 S.A. ha dado continuidad a la iniciativa de apoyo que viene desarrollando desde el año 2010, a través de la firma de “Intenciones de Alianza” con asociaciones campesinas, que han aplicado al programa de “Alianzas Productivas” del Ministerio de Agricultura.

***Durante el 2011, se firmaron 26 Intenciones de Alianza que beneficiaban 654 Familias Campesinas. En el mes de Marzo de 2012, se firmaron 7 Intenciones que benefician a otras 398 familias campesinas de los sectores de Valle del Cauca y Cauca.***

También durante el 2012, una de estas Asociaciones Campesinas, resultó favorecida dentro del Programa “Alianzas Productivas” del Ministerio de Agricultura, alcanzando la asignación de recursos que le permitirán subsidiar sus proyectos agrícolas. ASOAORCA, asociación beneficiada, contará además con un amplio mercado para sus productos gracias a la suscripción de un convenio comercial con nuestra cadena.





# UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE



| ASOCIACIÓN CAMPESINA                    | INSTITUCIÓN QUE AVALA EL PROYECTO | PRODUCTO COMERCIALIZADO | REGIÓN   | NÚMERO DE FAMILIAS BENEFICIADAS |
|---|-----------------------------------|-------------------------|--|---------------------------------|
| COARA                                   | Vallenpaz                         | Fresa                   | Palmira/Valle                                    | 50                              |
| AGROPERPETUA                            | Vallenpaz                         | Tomate de Árbol         | Palmira/Valle                                    | 36                              |
| VIDA SANA                               | Vallenpaz                         | Piña Gold               | Corregimiento Sendo y Machado / Dagua/ Valle     | 45                              |
| AFAUPRO                                 | Vallenpaz                         | Plátano Dominico Hartón | Santander de Quilichao/Cauca                     | 75                              |
| PROINCA                                 | Vallenpaz                         | Plátano Dominico Hartón | Santander de Quilichao/Cauca                     | 40                              |
| APROPLAN                                | Vallenpaz                         | Plátano Dominico Hartón | Vereda Santa Ana, Miranda/Cauca                  | 62                              |
| ASACO                                   | Vallenpaz                         | Plátano Dominico Hartón | Guachené/Cauca                                   | 90                              |
| <b>TOTAL DE ASOCIACIONES CAMPESINAS</b> |                                   | <b>7</b>                | <b>TOTAL DE FAMILIAS BENEFICIADAS EN EL 2012</b> | <b>398</b>                      |



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE



### CONTRATACIÓN TRANSPARENTE

En el 2012 se socializó la última versión del “Instructivo de Contratación”, documento creado conjuntamente con las diferentes áreas de la empresa, con el propósito de recopilar los aspectos que deben tenerse en cuenta durante el proceso de contratación, a fin de brindar a los diferentes contratistas

de la compañía, procedimientos claros que definan la relación contractual, bajo los principios de eficiencia, economía, equidad y transparencia.

### COMPARTIENDO NUESTRO CONOCIMIENTO

En el año 2012 surge la iniciativa de conformar un grupo multidisciplinario, con profesionales en las áreas Financiera, Jurídica, Comercial y de Mercadeo, a fin de acompañar los Consejos de Administración de los diferentes Centros Comerciales donde **ALMACENES LA 14 S.A.**, está presente como ancla comercial. De esta manera se genera una oportunidad, para replicar los conocimientos, experiencias, políticas y principios corporativos, como aporte al desarrollo empresarial de muchos pequeños y medianos comerciantes vinculados a estos centros comerciales.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



### HACIÉNDOLE EL 14 AL MEDIO AMBIENTE

Almacenes LA 14 S.A., durante el 2012 reiteró su compromiso con el Medio Ambiente, fortaleciendo su gestión frente al desempeño corporativo, con el propósito de minimizar los impactos generados a partir de la operación de la compañía.



En el pasado Informe de Progreso, que reporta los periodos 2010 y 2011, pudimos socializar a nuestros grupos de interés, la estructura y objetivos de cada programa que integra esta labor; a través del presente Reporte, daremos a conocer los avances alcanzados en cada uno de estos programas:

- 1. Programa de Uso Racional de Bolsas Plásticas de Empaque.**
- 2. Programa de Gestión Integral de Resíduos.**
- 3. Programa de Seguimiento y Control de Vertimientos.**

#### **4. Programa de Seguimiento al Desempeño Ambiental de los Aliados Comerciales.**

##### **PROGRAMA DE USO RACIONAL DE BOLSAS PLÁSTICAS DE EMPAQUE**

En la misma línea de minimización de impactos y mejoramiento del desempeño ambiental de la compañía, durante el año 2012 se trabajó en el diseño e implementación del Programa de Uso Racional de Bolsas Plásticas de Empaque, basado en el concepto de las 3R.

Dicho Programa, aunque aplica para los diferentes Puntos de Venta de la cadena, fue presentado formalmente ante la Secretaría Distrital de Ambiente de Bogotá, en cumplimiento a la Resolución 0829 del 17 de Febrero de 2011, por la cual se estableció el Programa de Racionalización, Reutilización y Reciclaje de Bolsas en el Distrito Capital, trayendo consigo nuevos lineamientos en la adopción de alternativas de empaque, que están siendo detalladamente analizados por la organización. La presentación de dicho programa obtuvo excelentes resultados.







## //Actividades del Programa

### ► **ADOPCIÓN DE MENSAJES**

Almacenes LA 14 S.A. A partir del año 2012, adoptó para sus diferentes referencias en bolsas de empaque, el mensaje “SI EL PLANETA QUIERES CUIDAR, MENOS BOLSAS DEBES USAR”, en cumplimiento al requerimiento surgido como un acuerdo con FENALCO y la Secretaría Distrital de Ambiente de Bogotá. Esta medida fue igualmente replicada para toda la cadena. En una iniciativa corporativa, LA 14 complementa este requerimiento normativo, modificando los artes en las diferentes referencias de sus bolsas de empaque, a fin de contribuir en el fortalecimiento de una cultura de separación adecuada de residuos, y en la racionalización del consumo, orientándolo desde el concepto de las 3R. Dichos mensajes invitan a todos los usuarios de la bolsa, a asumir estas actitudes amigables con el ambiente, a través de los mensajes impresos en ella.





### ► **ACCIONES PARA LA REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE BOLSAS PLÁSTICAS DE EMPAQUE.**

#### - ALTERNATIVAS DE EMPAQUE

En la actualidad Almacenes LA 14 S.A. se encuentra realizando estudios de factibilidad, frente a la posibilidad de ofrecer una bolsa de empaque reutilizable, incluyendo el análisis de los diferentes diseños propuestos en este sentido. Esta consideración detallada obedece a los diferentes impactos que pueden generarse, a partir de esta alternativa de empaque, tales como la falta de asepsia, derivada del uso inadecuado o las condiciones de limpieza inapropiada antes de su reuso, lo que podría afectar la calidad de los productos empacados y con ello el bienestar de las personas.

De esta manera, aprovechando el espacio de Celebración del Día Mundial del Reciclador, se llevó a cabo en el 2012 en alianza con nuestro proveedor Kimberly, un piloto de entrega gratuita de Empaques Alternativos, elaborados en fibras no tejidas. El objetivo de esta actividad es capitalizar los comentarios y sugerencias generadas a partir de la experiencia de uso, para fortalecer el diseño del modelo definitivo.

Este piloto estuvo dirigido a nuestros clientes y colaboradores, entregándose un total de 1000 Bolsas.

#### - GESTIÓN SOBRE EL USO DEL ADITIVO DE BIODEGRADABILIDAD

Dando continuidad al proceso de conciliar los conceptos técnicos, sobre la efectividad de las moléculas que generan la biodegradación del plástico usado en las bolsas de empaque, bajo las condiciones ambientales del territorio nacional de Colombia; Almacenes LA 14 S.A. en el 2012 presentó a sus proveedores de bolsas, solicitud formal de estudios técnicos y científicos que demuestren el cumplimiento de la función de dichas moléculas, de acuerdo a las inquietudes de las entidades ambientales en el país.

En el momento del presente informe la compañía se encuentra a la espera de un pronunciamiento oficial al respecto, por parte de nuestros proveedores.







### ► IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN DE BOLSAS PLÁSTICAS.

En Diciembre de 2012, Almacenes LA 14 S.A. lanzó su estrategia de recolección de bolsas plásticas posconsumo, siendo así los pioneros en este tipo de iniciativas, la cual busca que el cliente retorne a nuestros puntos de venta las bolsas de empaque, una vez hayan cumplido su ciclo de vida útil. Con esta estrategia, además de promover la reutilización y separación en la fuente de las bolsas plásticas entre los grupos de interés de la compañía, contribuimos a cerrar el ciclo de este recurso para su posterior reciclaje y/o aprovechamiento.

El primer punto de venta que implementó la iniciativa fue LA 14 de Bogotá, durante la “Semana de Consumo Responsable de Bolsas Plásticas”, jornada institucionizada por la Alcaldía Mayor de Bogotá. *La acogida del público capitalino frente a la estrategia permitió que solo durante el mes de Diciembre de 2012 se recuperaran 7,81 kilogramos de bolsas plásticas posconsumo.*

### ► INSTALACIÓN DE DISPENSADORES DE BOLSA PLÁSTICA PRECORTE

Con el propósito de minimizar y reducir el uso de bolsas precortadas o transparentes, la compañía adoptó la estandarización de su suministro, a través de unos puntos fijos de dispensación, que al contener las diferentes referencias de bolsa (5, 3 y 1 kilo), facilitan el acceso y el uso racional y eficiente del recurso, ya que el cliente tiene a la mano la bolsa exacta de acuerdo a su necesidad. ¡Ésto es hacerle el 14 al medio ambiente con comodidad!.. *Porque definitivamente LA 14, siempre te da más.*





# UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE



## ► DIVULGACIÓN DEL PROGRAMA

Almacenes LA 14 S.A. promueve entre sus diferentes grupos de interés, sus estrategias para la racionalización del consumo de las Bolsas Plásticas de Empaque, bajo los conceptos de las 3R. Lo anterior a través de los medios de comunicación disponibles en la organización.

- Boletín Informativo NOTI 14 (Agosto – Septiembre)
- Pagina web [www.LA14.info](http://www.LA14.info) en el Link de Responsabilidad Social - (Permanentemente)



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

- Revistas Separata (1er. Semana de Noviembre) y De Lujo LA 14 (2da. Semana de Diciembre).

- Capacitaciones en competencias

A través del Área de Gestión Ambiental, se diseñaron dos capacitaciones que facilitaron la comprensión y asimilación de los objetivos, marco legal, recomendaciones y demás acciones que contempla el Programa de Uso Racional de Bolsas Plásticas de Almacenes LA 14 S.A. El grupo objetivo cubierto fue de 719 colaboradores, los cuales se desempeñan como: Cajeras, Vendedores, Empacadores y Supervisores de Sección. De esta manera contribuimos a generar internamente una cultura amigable con el ambiente que es irradiada a nuestros grupos de interés externos.



\*Revista de Lujo



\*Separata



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



## ■ PROGRAMA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS – PGIR

El desarrollo del PGIR, continúa su avance desde la gestión de sus siete estrategias:

### 1 Socialización

En el 2012, la socialización estuvo orientada bajo tres aspectos principales:

//La Capacitación a Colaboradores.

//La Información para Autoridades Ambientales y organismos de control.

//La Interacción con Grupos de Interés.

*Capacitación de Colaboradores directos y aliados*, que por sus funciones, cumplen un papel de incidencia directa en los resultados del programa.

## Proceso de Capacitación PGIR Junio – Julio de 2012

| Colaboradores Capacitados                | Número     |
|--|------------|
| Gestores de Servicio al Cliente          | 11         |
| Operativos de la Empresa de Aseo Interno | 194        |
| Analistas de Salud Ocupacional           | 15         |
| <b>Total de Personal Capacitado</b>      | <b>220</b> |

Respecto a la *socialización de la Gestión Ambiental de la compañía, con las autoridades competentes y los órganos de control*, en el 2012 se realizó para los Puntos de Venta y los Centros de Distribución de la Cadena, la Auto-Declaración Ambiental, que permite el análisis de la caracterización cuantitativa y cualitativa de los residuos sólidos generados durante el año 2012. Esta actividad se realizó a través de un Gestor Externo acreditado; lo cual aporta al cumplimiento de la normatividad ambiental y a las oportunidades de mejora en el manejo de residuos.







## 2 Minimización

Avanzando en la definición de las actividades que integran esta estrategia en construcción, se realizó durante el último trimestre de 2012, un trabajo de campo en las diferentes Áreas que conforman la sección de Oficinas de la sede Administrativa principal de la empresa, el cual permitió identificar las clases de residuos que allí se generan, y el tipo de prácticas que actualmente se emplean. Esta información permitirá que durante el 2013, se incorporen y socialicen en estas dependencias, técnicas y procedimientos basados en la 3R (Reducir, Reutilizar, Reciclar), los cuales contribuirán a optimizar el aprovechamiento de residuos y con ello, al ahorro de energía y recursos naturales que se utilizarían en nuevos procesos de fabricación.

## 3 Separación desde la Fuente

Para avanzar en esta estrategia que promueve la correcta clasificación de los residuos en el momento de su generación, se mantuvo un cuidadoso seguimiento a los recipientes asignados para tal fin a nivel de toda la cadena, de acuerdo al código de colores adoptado por la compañía; de esta forma se

veló no solo por las condiciones idóneas de estos recolectores, sino también por su inventario, de acuerdo al análisis frente a las necesidades proyectadas. En este sentido, se coordinó y gestionó, el suministro e instalación de recipientes en los diferentes Puntos de Venta, para reposición y/o implementación: **Total Recipientes: 784 unidades - Total Tapas: 95 unidades.**





Esta estrategia optimiza la recuperación de residuos aprovechables que genera la empresa, y contribuye a minimizar el volumen de residuos (tanto los aprovechables, como los no aprovechables) que llegan a los rellenos sanitarios.

#### 4 Transporte Interno y Externo

La compañía mantiene su proceso de documentación de las Rutas de Recolección Selectiva de los Residuos Reciclables y No Reciclables, bajo un indicador del 38%.



#### 5 Almacenamiento Adecuado

En coordinación con el Área de Suministros de la Compañía, se gestionó la estandarización de las referencias y colores de las bolsas plásticas usadas para la separación y almacenamiento de residuos; adoptando la bolsa transparente para el manejo de los residuos aprovechables y no aprovechables, y la bolsa negra para los residuos sanitarios.

Esta medida permite la plena identificación del tipo de material que se almacena, y en consecuencia, facilita la optimización de los resultados del PGIR.

Igualmente para mejorar las condiciones de los elementos para el Almacenamiento Temporal de Residuos Ordinarios, se estableció un acuerdo de mantenimiento con la Empresa de Servicio Público de Aseo (ESP).







## 6 - 7 Estrategias de Tratamiento Aprovechamiento y Destino Final de Residuos.

Bajo esta estrategia se trabajó en el diseño e implementación de Programas de Tecnologías Limpias, implementando a través de un Gestor Externo, el uso de una nueva tecnología

para la disposición adecuada de Luminarias Posconsumo, generadas por las actividades propias de ALMACENES LA 14 S.A. De esta forma estamos dando cumplimiento a la normatividad legal, y contribuyendo a minimizar los impactos que genera el desempeño de la compañía.



ALMACENES LA 14 trabaja para evitar la presencia de residuos sólidos aprovechables en los vertederos y rellenos sanitarios del país donde la cadena hace presencia.

"Por cada tonelada de papel reciclado se deja de talar 20 árboles \*1".  
Con las acciones del PGIR, ALMACENES LA 14 contribuye a evitar la tala de Árboles.

"Por cada tonelada de aluminio reciclado se previene la generación de 13 toneladas de dióxido de carbono \*2".  
ALMACENES LA 14 con las acciones del PGIR, contribuye a prevenir la generación de dióxido de carbono (CO2).

**2010****2011****2012****1.393,0  
Toneladas****2.224,2  
Toneladas****2.026,4  
Toneladas****25.275  
Árboles****41.293  
Árboles****37.081  
Árboles****32,54  
Toneladas****11,12  
Toneladas****13,09  
Toneladas**

Fuente: (\*1 Fuente: Colombiana Kimberly Colpapel)

Fuente: (\*2 Fuente: Agencia de Protección Ambiental de estados Unidos EPA)





### Acciones de Minimización en la Disposición Inadecuada de Residuos

#### - En temporadas Comerciales

Durante la temporada de diciembre del 2012, **Almacenes LA 14 S.A.**, vinculó 11 recicladores de oficio, pertenecientes a la Asociación de Recicladores de Cali (ARC), quienes desempeñaron por un periodo de 11 días, actividades de embalaje de carton, selección y clasificación de diferentes materiales en las Unidades de Almacenamiento Temporal de Residuos Ordinarios (UATRO). Esta propuesta tuvo como propósito:

- Generar la oportunidad de vinculación a recicladores de oficio, en actividades de su competencia, que se adelantan en algunos Puntos de Venta de **Almacenes LA 14 S.A.** y entregar los materiales aprovechables obtenidos en las UATRO a partir de su gestión, a la ARC para su comercialización y reincorporación al proceso productivo.
- Mitigar el impacto ambiental generado por la disposición inadecuada de los residuos sólidos aprovechables, contribuyendo al compromiso de RSE de la Organización.

#### - En eventos Culturales de la Organización

Con el propósito de dar destino adecuado, desde el punto de vista ambiental, a los residuos generados a partir de las actividades culturales y de integración que realiza la empresa, además de cumplir con la normatividad legal vigente aplicable y con los compromisos de R.S.E que mantiene la Organización; **Almacenes LA 14 S.A.**, en Septiembre de 2012 convoca a un grupo de (6) gestores de la ARC (Asociación de Recicladores de Cali), para manejar adecuadamente los residuos resultantes de la actividad: Novena Semana Cultural LA 14 “Danza Colombiana Un Nuevo Milenio y Salsa”.

#### Resultados:

- ✓ **Total Asistentes: 2.061 (Espectadores: 1.652, Logística, Equipo de Apoyo y Concursantes: 409).**
- ✓ **Total de Residuos Generados: 133 Kilogramos.**
- ✓ **Total de Residuos Aprovechables Recuperados: 55 Kilogramos.**
- ✓ **Índice de Recuperación: 41,35%**





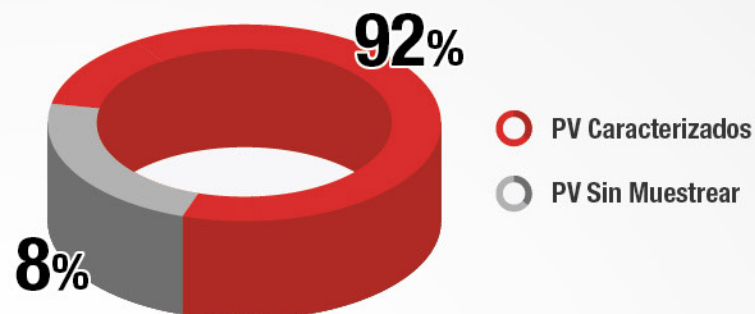


## PROGRAMA DE SEGUIMIENTO Y CONTROL DE VERTIMIENTOS

### AVANCES:

Se realizó Caracterización de Aguas Residuales abarcando un 92% de la Cadena, que corresponde a 22 de los 24 puntos de venta, existentes hasta el año 2012, además de sus dos (2) Centros de Distribución (Acopi y Arroyohondo) para un total de 26 establecimientos; con un avance del 19% respecto al año 2011.

Caracterización de Vertimientos  
Año 2012



### Puntos de Venta

- 1 Centro
- 2 Avenida Sexta
- 3 Cosmocentro
- 4 Santa Elena
- 5 Calima
- 6 Unicentro
- 7 Boulevard
- 8 Limonar
- 9 Papelería

### Puntos de Venta

- 10 Buenaventura
- 11 Sameco
- 12 Manizales
- 13 Pereira
- 14 Alfaguara
- 15 Tuluá
- 16 Pasoancho
- 17 Palmira
- 18 Cosmocentro

### Puntos de Venta

- 19 Bogotá
- 20 Rapitienda
- 21 Valle del Lili
- 22 Centro Sur
- 23 Centenario
- 24 Dapa
- 25 Arroyohondo
- 26 Acopi

/Cendis

En el 2012 obtuvimos un 64% respecto al cumplimiento de la Normatividad, de acuerdo a los parámetros establecidos por el Decreto 1594 de 1984 y demás requerimientos consagrados en el Decreto 3930 de 2010 - Usos del Agua y Residuos Líquidos. En este sentido la compañía estableció los respectivos Planes de Mejoramiento, donde se involucran diferentes áreas del la organización. De esta manera proyectamos continuar avanzando en el tema durante el año 2013.





### ■ PROGRAMA DE SEGUIMIENTO AL DESEMPEÑO AMBIENTAL DE ALIADOS COMERCIALES

#### • Verificación del PGIR en Sucursales de la Cadena

Almacenes LA 14 S.A., con el propósito de alinear la gestión de sus Aliados Comerciales en materia ambiental, da continuidad a su Programa de Seguimiento al Desempeño Ambiental de Aliados Comerciales, ubicados dentro de los puntos de venta de LA 14.

En el 2012, respecto al Programa de Gestión Integral de Residuos (PGIR), se generó con los aliados comerciales de nuestras sucursales de Buenaventura, Tulúa, Manizales y Pereira, acciones tendientes a revisar los procesos que se manejan para dicho Programa en LA 14.

A partir de este ejercicio, se lograron identificar diferentes oportunidades de mejoramiento, que ayudarán a cerrar la brecha entre la operación de la empresa y la de sus Aliados Comerciales. Sin duda lo anterior nos permite impulsar el mejoramiento continuo de nuestros Aliados Comerciales, desde el componente ambiental.







### • Verificación del Manejo Adecuado de Vertimientos y Residuos en los Puntos de Venta de CALI

Almacenes LA 14 S.A., realiza visitas periódicas a los establecimientos de sus Aliados Comerciales, siendo inicialmente impactados aquellos dedicados al expendio de Alimentos, en los puntos de venta de la cadena, con el propósito de contribuir a:

- ◉ *Mejorar las prácticas desarrolladas, asociadas a la generación de vertimientos.*
- ◉ *Contribuir a la minimización de impactos ambientales derivados de su desempeño.*
- ◉ *Identificar a tiempo, irregularidades en el manejo de los vertimientos.*

Durante el 2012, esta labor se enfocó hacia los Aliados Comerciales que hacen presencia en los Puntos de Venta de LA 14 en la ciudad de Cali.

### Resultados de la Gestión:

Se evidenció la evolución en el cumplimiento de los requerimientos solicitados anteriormente, mediante la circular AGA/CIR 082211, generada desde el área competente y entregada a través de la administración de cada Punto de Venta; dando cobertura a cuatrocientos treinta y siete establecimientos (437) que representan el 68% de la totalidad de establecimientos de comercio en la ciudad de Cali, y que desarrollan diferentes actividades dentro de la cadena.

### • Implementación de la Estrategia de Biorremediación

A través del trabajo conjunto del Área de Gestión Ambiental, y el Departamento de Ingeniería de la compañía, se puso en marcha para LA 14, la estrategia piloto de “Biorremediación”, mediante la cual se lleva a cabo la aplicación de bacterias benéficas, en los desagües y trampas de grasa de los establecimientos de expendios de alimentos, que están ubicados en los puntos de venta de LA 14.





Esta estrategia obedece a que en éstos sitios se presentó mayor concentración de grasas y aceites en las pruebas físico-químicas que se realizaron al vertimiento que se descarga al alcantarillado público de Cali.

### Resultados cualitativos de la Estrategia de Biorremediación:

- ◉ *Minimización de concentración de grasas y aceites en el vertimiento final que descarga al alcantarillado público.*
- ◉ *Sensibilización por parte de los Aliados Comerciales, frente a la limpieza y manejo adecuado de las trampas de grasa.*

#### • Formalización de Prácticas Ambientales

Con el propósito generar claridad y transparencia en las relaciones con sus Aliados Comerciales, a demás de contribuir a la alineación de éstos, en términos de normatividad ambiental vigente y aplicable, Almacenes LA 14 S.A. con apoyo de su Departamento Jurídico, construyó en el 2012 el **Capítulo de Gestión Ambiental** que se incluirá en el Manual de Arrendamientos para Aliados Comerciales.

Con esta medida se logrará que el Aliado Comercial tenga previo conocimiento de los lineamientos, que en el tema ambiental aplica Almacenes LA 14 S.A., buscando así prevenir desde el momento de la contratación, cualquier posible vulneración a la normatividad ambiental vigente y/o reglamentos internos de la empresa.







## LA 14 EN COMUNIDAD

Almacenes LA 14 S.A., ha asumido el concepto de la Responsabilidad Social, no sólo en terminos filantrópicos de lo que se da, sino en el sentido pleno de la sostenibilidad, por lo que apunta a la sinergia de una relación ética y dinámica entre sus grupos de interés, la economía y el medio ambiente. Sin embargo, ha cumplido también con un propósito humanitario y de interés social, contribuyendo a entidades, iniciativas y personas que orientan su labor en beneficio de comunidades con necesidades y situaciones especiales. *De esta manera durante el periodo de 2012 efectuó donaciones por \$ 1.728'340.928. Millones de pesos.* Siendo algunos de sus principales beneficiarios el Banco Arquidiocesano de Alimentos, Fundación LA 14 y el Proyecto BiblioTEC.

### ■ BANCO ARQUIDIOCESANO DE ALIMENTOS

Almacenes LA 14 S.A., desde hace varios años participa activamente de la labor que adelanta la Fundación Banco Arquidiocesano de Alimentos en la Ciudad de Cali, considerando que cumple un importante papel como

canalizador de recursos, al distribuir apropiadamente las donaciones hacia un gran número de entidades y personas.

En el 2012 el Banco de Alimentos benefició mensualmente a un promedio de 221 entidades y 37.208 personas, a demás de por lo menos 25 beneficiarios mensuales más, de carácter eventual.





### Aportes al Banco de Alimentos – Año 2012

| Categoría de Productos Donados | Donación Aprovechada en Kilos | % Promedio de Participación de LA 14 en el Total de Donaciones Recibidas por Banco |
|--------------------------------|-------------------------------|--|
| Frutas y Verduras              | 749.157                       | 49,00%   |
| Granos - Abarrote y Aseo       | 31.475                        | 12,00%   |
| Hogar - Papelería y Temporadas | 5.506                         | 19,00%   |







### ■ **BIBLIOTEC**

Almacenes LA 14 S.A., reconociendo en la educación y la cultura un valioso instrumento para el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y la transformación de los entornos sociales, se vinculó como uno de los socios fundadores de la FUNDACIÓN BiblioTEC, iniciativa del Sr. Alfredo Carvajal Sinisterra, mediante la cual una alianza público-privada tendrá, como prioridad invertir en la transformación de la Red de Bibliotecas Comunitarias de Cali y de municipios vecinos.

Esta alianza está conformada por un total de 22 empresas comprometidas con su responsabilidad social, que harán desembolsos periódicos durante 5 años, hasta completar la suma de 250 millones por empresa. Lo anterior le permitirá a la Fundación BiblioTEC, modernizar la infraestructura física y tecnológica de las bibliotecas, contribuyendo a la creación de un portafolio de servicios educativos, culturales y de formación vocacional, al alcance de las poblaciones menos favorecidas.

### ■ **OTRAS ARTICULACIONES SOCIALES Y CULTURALES**

#### • **Fundación VICMA**

La Fundación de Víctimas de las Minas Antipersonas, es una entidad sin ánimo de lucro, con sede permanente en Bogotá, que se desplaza por varias regiones del país, velando por ofrecer mejores condiciones en la calidad de las prótesis de rehabilitación para los soldados de la patria y civiles, que han quedado en condiciones de discapacidad, a consecuencia de las minas antipersona.





## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Esta entidad ha sido apoyada por ALMACENES LA 14 S.A. desde el año 2011, ofreciendo gratuitamente los espacios necesarios para el desarrollo de las actividades propias de su misión, en algunos de los Puntos de Venta del Valle del Cauca.

### PUNTOS DE VENTA VINCULADOS A LA CAMPAÑA - VICMA

| Número       | 2011                          | 2012                          |
|--------------|-------------------------------|-------------------------------|
| 1            | Calima – Cali (Valle)         | Calima – Cali (Valle)         |
| 2            | Pasoancho – Cali (Valle)      | Pasoancho – Cali (Valle)      |
| 3            | Avenida Sexta – Cali (Valle)  | Avenida Sexta – Cali (Valle)  |
| 4            | Valle del Lili – Cali (Valle) | Valle del Lili – Cali (Valle) |
| 5            | Cosmocentro – Cali (Valle)    | Cosmocentro – Cali (Valle)    |
| 6            | Limonar – Cali (Valle)        | Limonar – Cali (Valle)        |
| 7            |                               | Alfaguara – Jamundí (Valle)   |
| 8            |                               | Palmira – Palmira (Valle)     |
| Total de PDV |                               | 6                             |
|              |                               | 8                             |

En el 2012, la actividad se llevó en 12 Jornadas, entre el 30 de Marzo y el 22 de Abril.

### RESULTADOS COMPARATIVOS CAMPAÑA - VICMA EN LOS ALMACENES LA 14 S.A.

| 2011   | 2012  |
|--|---|
| Producción total efectiva:<br>Once millones cuatrocientos<br>mil (11.400.000) pesos. | Producción total efectiva:<br>Siete millones veinte<br>mil (7.020.000) pesos. |

Los elementos tales como prótesis, sillas y demás implementos para el mejoramiento de la calidad de vida de las víctimas de las minas antipersona, adquiridos con estos recaudos, fueron entregados en Palmira – Valle durante el mes de Mayo de 2012, a beneficiarios de esta ciudad, a través de un evento público masivo que contó con la presencia del alcalde de la ciudad, Dr. Ritter López.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**





### • Apoyo a Iniciativas Culturales

En apoyo a la Campaña Cultural *“Métete en el Cuento”*, adelantada por la Secretaría de Cultura y Turismo de Santiago de Cali, se organizó en para el Punto de Venta de Valle del Lili en Cali, una jornada de fomento a la lectura con obras del autor infantil Rafael Pombo, el día 23 de Abril de 2012. En la actividad participaron los clientes de este almacén y las comunidades vecinas del sector.

ALMACENES LA 14 S.A., en apoyo al tema de la cultural infantil, se vinculó también al Festival de Teatro de Títeres *“Ruquita Velásco”*, organizado por el Instituto Departamental de Bellas Artes de la ciudad de Cali durante el mes de octubre de 2012. A través de esta vinculación se logró presentar la obra EULISES en el punto de venta de Pasoancho en Cali, acercando este espectáculo a aproximadamente 450 personas del sector. Igualmente para el Punto de Venta de Calima, se presentó en el teatrino de Calima Centro Comercial – Cali, la obra *“La Tortuga Tranquila”*, con asistencia promedio de 1000 personas.

Estas actividades generan un aporte a la formación en valores, al sano entretenimiento, y a la preservación de la cultura regional.

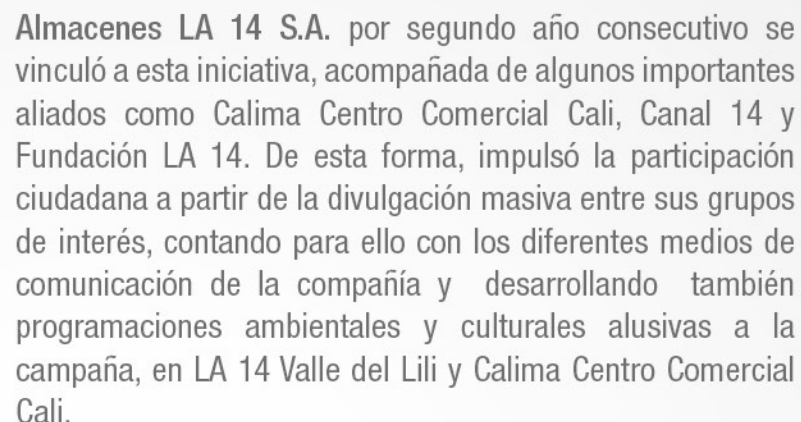
### ■ APOYANDO EL CUIDADO AL MEDIO AMBIENTE EN COMUNIDAD.

Almacenes LA 14 S.A., reconociendo la importancia de contribuir a la generación de una cultura amigable con el ambiente, como estrategia para proteger el planeta y garantizar la sostenibilidad, ha participado activamente, a través de su área de Gestión Ambiental, en importantes iniciativas en este sentido, así como también en la celebración de fechas ambientales; entre ellas:

#### ■ Hora del Planeta

El 31 de Marzo de 2012, bajo el eslogan *“Reta al Mundo Salva al Planeta”*, la WWF (Fondo Mundial para la Naturaleza) llevó a cabo su campaña mundial *“LA HORA DEL PLANETA”*, la cual se destaca como la acción voluntaria más grande del mundo contra el calentamiento global.





**La Hora del Planeta fue difundida por LA 14 entre más de 60.000 personas (Colaboradores, Clientes y Visitantes). Expuso durante la Jornada, 26 muestras artísticas con temas ambientales, elaboradas por los colaboradores del Punto de Venta de Calima Centro Comercial - Cali.**



# Reporte de Progreso

## Sistema de Responsabilidad Social y Sostenibilidad

# 2012





## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Durante la Jornada, estos dos almacenes prepararon cada uno un mural, que consignó los retos personales que a manera de compromiso, asumirían los participantes del evento, como aporte para evitar el daño ambiental. Por su parte LA 14, como ciudadano corporativo, se sumó a la actividad asumiendo su propio reto con el Planeta:

**“Continuar avanzando en la optimización del programa de Gestión Integral de Residuos, a fin de que cada vez lleguen menos residuos a los rellenos sanitarios, en la zonas del país donde la empresa hace presencia; incentivando el aprovechamiento de los materiales reciclables y contribuyendo a la generación de una cultura amigable con el medio ambiente, en el ámbito de acción de la organización.”**



**RETA AL MUNDO  
SALVA AL PLANETA  
ESTES DONDE ESTES**

Almacenes LA 14 S.A.,  
se ha vinculado oficialmente a la  
Campaña Mundial "LA HORA DEL PLANETA"

Apoya esta iniciativa,  
apaga las luces y desconecta  
los aparatos eléctricos  
durante más de una hora.

**MARZO 31 DE 2012  
8:30 P.M.**

Vive plenamente esta iniciativa, con una programación  
pensada especialmente para ayudarnos a reflexionar  
en el cuidado del planeta.

|  |  |
|--|--|
| Calima Centro Comercial<br>7:00 p.m.<br>Cra 1 Calle 70 | Centro Comercial LA 14 Valle del Lili<br>7:00 p.m.<br>Autopista Simon Bolivar con Cra 98 |
|--|--|



R.S.E y Sostenibilidad Almacenes





**Comprometidos con <sup>LA</sup>14**  
**Comprometidos con el Medio Ambiente**  
**5 de Junio, Día Mundial del MEDIO AMBIENTE.**  
**Economía Verde: ¿Te integra a Tí?**

**Intégrate poniendo en práctica estas 14 actitudes ambientales**

1. Revise sus grifos para evitar fugas de agua, e instale accesorios ahorradores.
2. De ser posible, aproveche el agua lluvia para regar su jardín una vez al día.
3. Nunca evacúe residuos sólidos y aceites por el sistema de alcantarillado.
4. Aproveche al máximo la luz natural.
5. Desconecte los electrodomésticos y apague las luces que no esté utilizando.
6. Separe los residuos sólidos desde su hogar:
  - Reciclables: papel, plástico, cartón, vidrio, metal.
  - No reciclables: residuos sanitarios, barrido, icopor, servilletas, desechables, papel carbón, entre otros.
7. Practique el turismo ambiental, visite los parques naturales de su país.
8. Plante un árbol por cada celebración especial en su vida. Cada uno absorberá una tonelada de dióxido de carbono en su tiempo de vida.
9. No tenga como mascotas animales silvestres, y recomiende a los demás no hacerlo.
10. Siempre que pueda utilice transporte público masivo y recuerde revisar la emisión de gases de su vehículo.
11. Vínculose a los planes posconsumo, lleve los residuos de plaguicidas de uso doméstico, medicamentos vencidos y pilas al Punto Recolector disponible en LA 14 más cercana.
12. Use racionalmente sus productos, evite desperdicios.
13. Racionalice el uso de las bolsas plásticas.
14. Comparta esta información con sus familiares, amigos y vecinos.

**¡Es fácil, asume una cada día!**

**Hazle el 14 al medio ambiente**  
R.S.E. y Sostenibilidad Almacenes <sup>LA</sup>14



## **Día del Medio Ambiente**

El 5 de Junio le recordamos a nuestros colaboradores, clientes y visitantes el compromiso que todos debemos mantener con la protección del medio ambiente. Para ello ALMACENES LA 14 S.A. estableció las “14 Actitudes Amigables con el Medio Ambiente”, como propuesta para que cada persona, desde sus acciones cotidianas haga su aporte.

Medios de Divulgación: *Pendones, Mail Marketing, Página Web Corporativa, Redes Sociales.*







### Exhibiciones Navideñas Amigables con el Ambiente

Desde hace varios años, el grupo de Publicistas de los Puntos de Venta de **Almacenes LA 14 S.A.**, año tras año dan rienda suelta a su creatividad, diseñando novedosas exhibiciones navideñas, a partir de materiales reciclados. Durante los meses de Noviembre y Diciembre de 2012, los clientes y visitantes de los almacenes de Valle del Lili en Cali y Alfaguara en el municipio de Jamundí, tuvieron la oportunidad de apreciar estas muestras, que despertaron no solo la admiración de todos, sino que lograron multiplicar la iniciativa entre algunos de ellos, quienes la replicaron en sus hogares.

Con esta actividad contribuimos a la conservación de la costumbres navideñas nacionales, al tiempo que resaltamos alternativas de aprovechamiento para algunos materiales reciclables, minimizando de esta manera los impactos que estas celebraciones, pueden tener en línea de la generación de residuos.





## ■ Otras Celebraciones

Nuestra compañía también divulgó y organizó jornadas lúdicas para las niñas y niños, hijos de nuestros clientes, en las siguientes fechas: Día del Reciclaje, Día del Árbol, Día de la Tierra, Día del Agua y Día del Niño.

## ■ Adopción de Zonas Verdes

Esta acción es asumida por la compañía, como una forma de contribuir a la seguridad y al ornato de la ciudad, al tiempo que resalta la preservación de la naturaleza, como la mejor estrategia para la generación de entornos saludables y el mejoramiento de la calidad de vida. Igualmente buscamos que los alrededores de nuestros Almacenes, sean gratificantes para nuestros clientes, ofreciendo una experiencia plenamente satisfactoria.







# UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

| Zona Verde Adoptada  | Forma de Adopción | Área        |
|--|-------------------|-------------|
| Aledaño al Punto de Venta Valle del Lili - Cali<br>Zona del Andén, Separador vial y triángulo - Corredor Autopista Simón Bolívar   | Formal            | 5.400 m2    |
| Aledaño al Punto de Venta Pasoancho - Cali<br>Parque, ubicado en la parte trasera del Almacén  | Informal          | 8.599,42 m2 |
| Aledaño al Punto de Venta Limonar - Cali<br>Zona verde, ubicada frente a parqueadero principal del punto de venta. Encuentro de las Calles 5ta. y 10a. (Autopista Suroriental) | Formal            | 1.029,38 m2 |
| Aledaño al Punto de Venta Cosmocentro - Cali<br>Zona verde, ubicada junto a parqueadero principal del Almacén. Entre las Calles 5ta. y 6ta. (Avenida Roosevelt).               | Formal            | 1.440,83 m2 |

**El Total de Áreas de Zonas Verdes Públicas y Separadores viales adoptados por ALMACENES LA 14 S.A., es de: 7.870,21 m2. Zonas Verdes Cuidadas Voluntariamente: 8.599,42 m2. Para un gran total de: 16.469,63 m2.**



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



## FUNDACIÓN LA 14

Gran parte de la gestión que la compañía adelanta hacia la comunidad, es desarrollada a través del apoyo activo de la Fundación LA 14, la cual ha mantenido desde 1997 una orientación formativa, como Instituto para el Trabajo y el Desarrollo Humano. Lo anterior considerando este foco temático como determinante, para alcanzar el objetivo estratégico de la Responsabilidad Social Empresarial de Almacenes LA 14 S.A., el cual apunta al mejoramiento de la calidad de vida de sus diferentes grupos de interés.

### ♥ *Convenio de Ampliación de Cobertura SENA*

En línea de la capacitación para el trabajo y continuando con el proceso iniciado hace cinco años con el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Fundación LA 14 estableció el **Convenio 000001 de 2012**, mediante el cual **103 personas** en condiciones de vulnerabilidad, mejoraron su perfil laboral de forma gratuita, con los siguientes programas de formación titulada:



### Caracterización Aprendices Convenio SENA

| PROGRAMA   | NÚMERO APRENDICES | NÚMERO DE APRENDICES / ESTRATO |           |          | GÉNERO    |           | CÓDIGO | NÚMERO DE GRADUADOS / PROGRAMA |
|--|-------------------|--------------------------------|-----------|----------|-----------|-----------|--------|--------------------------------|
|  |                   | 1                              | 2         | 3        | F         | M         |        |                                |
| Venta de productos y servicios                                     | 35                | 20                             | 10        | 5        | 27        | 8         | 631110 | 36                             |
| Operaciones de caja y servicios en almacenes de cadena             | 38                | 25                             | 12        | 1        | 33        | 5         | 632305 | 35                             |
| Desarrollo de operaciones logística en la cadena de abastecimiento | 34                | 15                             | 17        | 2        | 17        | 17        | 137108 | 32                             |
| <b>TOTAL</b>   | <b>107</b>        | <b>60</b>                      | <b>39</b> | <b>8</b> | <b>77</b> | <b>30</b> |        | <b>103</b>                     |







## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Con el propósito de generar integralidad en el desarrollo del proceso formativo, FUNDACIÓN LA 14, ofreció los materiales y uniformes necesarios para que los aprendices contaran con condiciones dignas para su aprendizaje. Igualmente se comprometió activamente con la etapa de prácticas del convenio, la cual complementa y verifica el logro real de la competencia, indispensable para la titulación.



**Esta labor permitió alcanzar un porcentaje del 96,30% de aprendices graduados sobre los matriculados. Solo se presentó la deserción de 4 aprendices correspondiente al 3,70%**

En este sentido la Fundación LA 14 gestionó la efectividad de las prácticas bajo tres de las (4) modalidades aprobadas por el SENA (Patrocinio, Pasantía, Contrato Laboral y Proyecto). De esta manera facilitó:

- 98 Patrocinios con Almacenes LA 14 S.A. y Proveedores de la Cadena - 91,59% de los aprendices matriculados.
- 4 Contratos Laborales – 3.74% de los aprendices matriculados.
- 5 Proyectos en línea de las directrices SENA – 4,67% de los aprendices matriculados.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



### ● **Convenio para la Formación de Colaboradores Aliados de Almacenes LA 14 S.A.**

Entendiéndose como Colaboradores Aliados, aquellos que laborando para nuestros proveedores, desarrollan sus actividades en las instalaciones de la compañía; **ALMACENES LA 14 S.A.**, ha establecido con Fundación LA 14 un convenio a través del cual se brinda capacitación al grupo de colaboradores aliados que labora en los Puntos de Venta de la Cadena (mercaderistas, impulsadoras y degustadoras), con el propósito de cerrar la brecha a nivel de competencias técnicas y organizacionales, entre los colaboradores Directos y los Aliados. Esta estrategia ha contribuido en gran medida a generar ambientes laborales sanos y a fortalecer los perfiles de este grupo de interés.

En el 2012, **17.249 colaboradores aliados** recibieron capacitación orientada a los procesos de FORMACIÓN y RENOVACIÓN.

El proceso de Formación, desarrolló las temáticas de: *Inducción a la empresa, Reconozco mi ser, Servicio al cliente, Salud ocupacional y Seguridad*; con una duración total de 12 horas certificadas por el Instituto para el Trabajo y el Desarrollo Humano Fundación LA 14.

Por su parte el proceso de Renovación, se lleva a cabo con el objetivo de actualizar las competencias adquiridas, apuntando al mejoramiento del desempeño laboral en línea del servicio. La frecuencia de este proceso de capacitación es semestral y en el 2012 abordó las temáticas: *“Hagamos de la Venta un Servicio”* y *“Ética de la Integralidad”*.







## Convenio FONEM LA 14 S.A.



En un convenio con el Fondo de Empleados de Almacenes LA 14 S.A. “**FONEM LA 14**”, a través del cual esta entidad busca aportar a la formación complementaria de los hijos de sus asociados; Fundación LA 14 diseñó y desarrolló un programa de informática, con 7 niveles, dirigidos a niños y jóvenes entre los 6 y 14 años de edad.

En el 2012 se alcanzó la participación de **209 niños y jóvenes**, que se fortalecieron en el uso de la tecnología a través de los siguientes niveles formativos.

| Nivel           | Alumnos |
|-----------------|---------|
| 1. Básico       | 48      |
| 2. Avanzado     | 58      |
| 3. Especial     | 17      |
| 4. Actualizado  | 37      |
| 5. Programación | 20      |
| 6. Ensamble     | 19      |
| 7. Redes        | 10      |
| Total           | 209     |





## ♥ **Gestión Social de FUNDACIÓN LA 14.**

En el campo de la asistencia social, Fundación LA 14 acompañó procesos de sensibilización ambiental, liderazgo de organizaciones juveniles y apoyos a instituciones públicas como:

### **1./La Hora del planeta.**

Desde el año 2011 Fundación LA 14, apoya activamente la divulgación y promoción de esta campaña, motivando la conciencia ambiental en sus diferentes grupos de interés; para tal fin, a través de una metodología lúdica se impulsó la participación a través de la suscripción voluntaria de una “Acta de Compromiso”.

Periodo de difusión en Fundación: **Marzo 22 - Marzo 30 de 2012**

Población informada: **426 personas.**

Población comprometida a través de Acta Lúdica: **239 (56.1% frente a la informada).**

### **2./Bellas Artes.**

Fundación LA 14 ofreció a esta institución, capacitación experiencial sobre estrategias de fortalecimiento para el Trabajo en equipo, en la cual participaron 17 personas. Actualmente nos encontramos en la construcción de un convenio interinstitucional para fortalecer las habilidades de ambas organizaciones.

### **3./“Una Sonrisa en Navidad”.**

Igualmente se lideró la campaña de “Una Sonrisa en Navidad” la cual permitió entregar **1.772 juguetes a niños y niñas entre los 0 y 10 años** de edad, a través del voluntariado de los colaboradores directos y aliados de Almacenes LA 14 S.A.







## UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

### Instituciones Beneficiadas

### Número de Regalos Entregados

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| Hogar Bambi (Junín y Gaitán)        | 255 |
| Hogar Casita de Belén               | 208 |
| Hogar María Goretti                 | 94  |
| Defensa Civil Troncal               | 250 |
| Fundación Niños de Buenaventura     | 100 |
| Fundación K-10                      | 185 |
| Asociación Scouts de Colombia       | 200 |
| Parroquia San Francisco de Sales    | 250 |
| Parroquia La Misericordia - Pondaje | 230 |

**Total**

**1.772**

En el 2012 esta campaña, fue complementada con apoyo a los adultos mayores, beneficiando de esta forma una población de **250 adultos mayores** del Hogar San Miguel, con elementos de aseo, cobijas y alimentos; gracias a la donación de Directivos de la compañía con alto sentido humano y social.



**Reporte de Progreso**  
Sistema de Responsabilidad  
Social y Sostenibilidad  
**2012**



# RESUMEN CORPORATIVO

## EMPRESA

### NIT

### TIPO SOCIETARIO

### ACTIVIDAD ECONÓMICA

### MERCADO OBJETIVO

### SEDE ADMINISTRATIVA

### NRO. DE PUNTOS DE VENTA A NIVEL NACIONAL

### PRESENCIA EN CIUDADES Y MUNICIPIOS

### PRÓXIMAS APERTURAS

### CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

### NRO. DE COLABORADORES DIRECTOS

### NRO. COLABORADORES INDIRECTOS

### TOTAL DE COLABORADORES

ALMACENES LA 14 S.A.

890 300 346 -1

Sociedad Anónima.

Comercialización de Bienes y Servicios.

Minorista e Institucional.

Carrera 1 # 66 - 49 Torre Oficinas - Calima Centro Comercial Cali.

24 a 2012

Cali, Bogotá, Pereira, Manizales, Palmira, Buenaventura, Tuluá, Jamundí y Yumbo.

Armenia y Neiva.

Arroyohondo - Acopi y Almaviva.

5550

9557

15107