

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Comunicación del Proceso Sobre los Principios
del Pacto Mundial de la Organización de las
Naciones Unidas -ONU-

**Informe
2019**



TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	3
1. Programa Inclusión y Cero Segregación	4
1.1 Proyecto de inclusión laboral con personas en situación de discapacidad. Objetivos del programa.....	4
Selección y contratación.....	4
Medición de impacto del programa.....	5
1.2 Proyecto Semana de la inclusión	12
2. Programa Calidad de vida.....	14
2.1 Proyecto Educación y capacitación	14
2.2 Proyecto Cursos Libres	15
2.3 Proyecto edad dorada.....	16
2.4 Proyecto Habidad Responsable	19
2.5 Proyect Pet Friendly.....	21
3. Programa Conciencia ambiental.....	22
3.1 Proyecto ahorro y uso eficiente del agua	22
3.2 Proyecto ahorro y uso eficiente de energía	23
REFERENCIAS	24
ANEXOS	25





Bogotá, Colombia, 9 de Mayo de 2019

GG - 6621

H.E. António Guterres
Secretario General
Naciones Unidas
New York, NY 10017
USA

Estimado Sr. Secretario General,

Mediante esta comunicación, expresamos nuestro apoyo al Pacto Global y hacemos expresa la renovación de nuestro compromiso continuo con la iniciativa y sus principios referentes a los Derechos Humanos, los Derechos Laborales, el Medio Ambiente y la lucha contra la corrupción.

Igualmente, hacemos el envío anual de una Comunicación sobre el Progreso (COP) donde se describen los esfuerzos de Gran Estación Centro Comercial por implementar los principios en cada una de las cuatro áreas temáticas (derechos humanos, estándares, medio ambiente, lucha contra la corrupción).

Atentamente,


Gustavo Alberto Goyeneche Navarro
Gerente General
Gran Estación Centro Comercial

Elaboró: Janeth Corredor
Aprobó: Gustavo Goyeneche

Avenida Calle 26 No. 62 - 47 Piso 4
PBX (57) (1) 2210800 Bogotá DC - Colombia
www.granestacion.com.co



FENALCO
La fuerza que crece



Introducción

Gran Estacion Centro Comercial, atento a las necesidades de sus Stakeholders hemos venido trabajando en tres grandes programas que reúnen diferentes proyectos que aportan a algunos de los objetivos del desarrollo sostenible. Dependiendo de la naturaleza del proyecto, se abarcan las temáticas del pacto global en términos de Derechos humanos, estándares y medio ambiente.

1. Programa Inclusión y Cero Segregación

1.1 Proyecto de inclusión laboral con personas en situación de discapacidad. Objetivos del programa

- ✓ Vincular laboralmente a personas en situación de discapacidad contratados directamente por Gran Estación Centro Comercial. Sin llegar a disminuir el número mínimo determinado en el análisis de puestos realizado por la Fundación Arcángeles.
- ✓ Permitir la vinculación de guardas de seguridad en situación de discapacidad con el fin que hagan parte del dispositivo de seguridad del centro comercial. Teniendo en cuenta el análisis de puestos realizado por al fundacion Arcángeles.
- ✓ Ser referentes de inclusión laboral con personas en situación de discapacidad física y sensorial, apoyando este tipo de procesos en otras empresas públicas o privadas.
- ✓ Demostrar que el programa mejora el clima organizacional, disminuye la rotación, es sostenible y objeto de replicación.



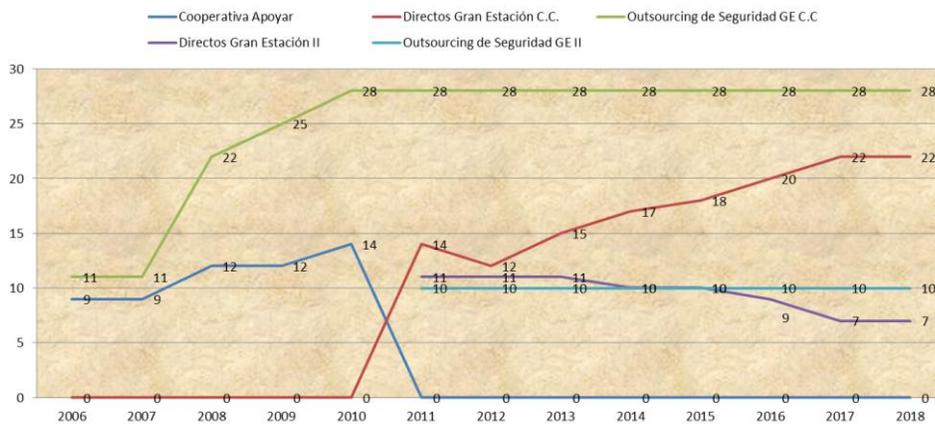
Selección y contratación

Para el año 2018 no tuvimos ninguna modificación en la nómina. Contamos con un índice de rotación de 0. Y sin disminución en la nómina desde 2012, todo lo contrario a aumentado dese 2012 hasta llegar a 22 personas contratadas con algún tipo de discapacidad física o sensorial. Esto equivale al 16% de la nómina.





Número total de PsD contratadas Vs Años



Medición de impacto del programa

Interesados en saber cuál ha sido el impacto del programa de inclusión laboral con personas en situación de discapacidad en Gran Estación Centro Comercial y Gran Estación II, se realizó una alianza con la universidad del bosque; con quienes después de presentar antecedentes y lineamientos del programa, plantearon que lo más conveniente para abarcar todas las variables que deseábamos medir, era dividir las mediciones en tres grandes segmentos, a saber:

1. Percepción del programa.
2. Posicionamiento de la marca gracias al programa.
3. Medición de la calidad de vida de esta población gracias al programa.

Durante el transcurso del 2018 e inicios del 2019 se desarrollaron las investigaciones, con 3 departamentos de la universidad, abarcando diferentes objetivos y muestras poblacionales, a saber:

1. Percepción del programa

A cargo de la docente Maria Clara Garcia, proponente de la investigación sobre Inclusión Laboral de Personas en Situación de Discapacidad en representación de la Facultad de Psicología de la Universidad El Bosque.

Objetivo General



Determinar el logro de los objetivos trazados del Programa de Inclusión Laboral que se desarrolla en el centro comercial Gran Estación I y Gran estación II

Objetivos Específicos

- . Identificar la percepción de las personas en situación de discapacidad (trabajadores) frente al programa de inclusión laboral.
- . Identificar la percepción de compañeros y jefes de las personas en situación de discapacidad respecto al programa de inclusión laboral.
- . Validar y aplicar instrumento para evaluar las prácticas organizacionales de inclusión laboral de personas en situación de discapacidad.

Muestra

65 participantes mayores de edad, colaboradores de Gran Estación Centro Comercial y Gran Estación II, pertenecientes a diferentes áreas de la organización; en total la muestra está dividida en tres grandes grupos de referencia: Jefes, Colaboradores en situación de discapacidad y pares.

Resultados

Factores de Fortaleza

Los factores de fortaleza y las recomendaciones a la luz de la investigación que ofrece la Dra. Garcia fueron los siguientes:

- . *“El objetivo del programa que se menciona en el manual, se está cumpliendo, ya que los diferentes actores refieren que el programa tiene un impacto positivo en la sociedad, ya que brinda oportunidades laborales reales y de calidad a las PsD en un marco de igualdad y respeto por el otro, proporcionando independencia económica y desarrollo personal.*
 - . *Una de las estrategias mencionadas en el manual; asociarse con La Fundación Arcángeles, ha generado impacto en las PsD, ya que algunas de ellas mencionaron que habían obtenido la oportunidad laboral a través de dicha fundación, o se habían percibido acompañadas en el proceso de adaptación al trabajo en el Centro Comercial.*
- 



- *La organización permite fomentar el desarrollo profesional y personal de sus colaboradores, en especial de las PsD, quienes, a nivel personal, expresan un sentimiento de “utilidad” que define Galindo Badilla, G. E. (1997), como el grado en que la persona con limitaciones puede ocuparse de sus asuntos en aspectos funcionales, sociales y económicos. Lo cual permite que el individuo se gobierne a sí mismo, sin lazos de dependencia física o social que le limiten la toma de decisiones sobre aspectos fundamentales de su vida y al interior de sus familias. De este modo, se observa que las personas con discapacidad reportan sentir una motivación intrínseca de realizar su trabajo de forma eficiente ya que con este pueden sacar a su familia adelante, sentirse productivos en la sociedad y el darse cuenta que tener algún tipo de discapacidad no los limita a realizarse profesionalmente en un entorno laboral.*
- *El programa apunta a promover la motivación intrínseca, y propiciar un entorno agradable, así como también ver a los colaboradores desde sus capacidades y no desde sus limitaciones. Esto implica según Griffin (2012) que se configura la fórmula perfecta para tener un alto desempeño de los colaboradores.*
- *Teniendo en cuenta que la percepción frente al programa es positiva y la información proporcionada por las PsD, se puede afirmar que la mayoría de las PsD que participaron en el estudio se sienten satisfechas laboralmente.*
- *Se evidenció de manera significativa que las relaciones interpersonales entre los compañeros, jefes y personas con discapacidad es favorable, pues se mantiene aspectos importantes como el respeto, igualdad, y la colaboración mutua; lo que implica un buen clima organizacional; en un estudio realizado por Robaina, Río, Gi & Calvo en el 2010, se menciona que al interior de la organización el apoyo social de los compañeros o de los supervisores; y el respeto a las diferencias llegar a aumentar o en su defecto mejorar el clima organizacional.*



- *El programa que maneja el Centro Comercial ha sido una oportunidad para que exista un aprendizaje acerca de lo que es realmente la discapacidad, en donde se han roto los paradigmas negativos sobre la productividad que pueden tener las personas con discapacidad; lo que ha generado un impacto satisfactorio dentro del ambiente laboral, ya que en diferentes ocasiones mencionan que las personas con discapacidad realizan de manera eficiente su trabajo teniendo así una mayor productividad a la esperada.*
- *Cultura organizacional impulsa la diversidad y acoge de manera importante a las PsD lo que facilita la adaptación de estas en la organización. Así como también el engagement tanto en las PsD, como en pares y jefes. Esto se ve manifiesto cuando las personas expresan sentirse orgullosas de pertenecer a la organización y abanderan el programa.*

Recomendaciones

- *Diseñar e Implementar un programa Onboarding para todos los colaboradores del C.C Gran Estación con un costo de 1'500.000 con el fin de facilitar la adaptación tanto para colaboradores antiguos en la organización como para las personas con discapacidad o sin dicha condición que ingresan a la organización.*
 - *Implementar mentoring con el fin de acompañar a las personas en su crecimiento dentro la organización a nivel profesional.*
 - *Realizar jornadas de sensibilización dirigidas a los visitantes.*
 - *Socializar con otras organizaciones y con la sociedad en general las buenas prácticas el programa y los resultados obtenidos en el estudio; organizacional Branding.*
 - *Desarrollar un taller de sensibilización frente a la discapacidad y brindar herramientas para enfrentarse a la inmersión laboral de personas con discapacidad desde una perspectiva humana y empática. Idealmente llevarlo a cabo en el proceso de inducción a la organización.*
- 

- *Realizar una inducción sobre buenas prácticas de inclusión laboral a todos los colaboradores.*
- *Dar la posibilidad a todos los empleados de tomar cursos en lenguaje de señas, entre otros”.*

2. Posicionamiento de marca gracias al programa

Dirigido por la docente Gloria Arias, realizado por Diana Cañón estudiante del programa de Especialización en Investigación de los Mercados y del Consumo de la universidad del Bosque.

Objetivo general

Identificar como el programa de inclusión laboral con personas en situación de discapacidad aporta al posicionamiento de marca del Gran Estación Centro Comercial y Gran Estacion II de la ciudad de Bogotá.

Objetivos específicos

- Indagar el impacto generado por la inclusión laboral de personas en situación de discapacidad en Gran Estación Centro Comercial y Gran Estacion II.
- Conocer si el programa de inclusión genera visualización al Gran Estación Centro Comercial y Gran Estacion II

Problema

¿El programa de inclusión laboral con personas en situación de discapacidad le ha aportado al posicionamiento de marca a Gran Estación?

Muestra

150 Personas

Inclusión: Personas que visiten el Centro Comercial y que conozca el programa de inclusión laboral con personas con discapacidad

Exclusión: Personas que visiten por primera vez el Centro Comercial



Resultados

“Una vez realizados los análisis, los resultados muestran que para los visitantes, es relevante el programa de inclusión laboral aunque no se determinó la magnitud en la que el programa altera la imagen del centro comercial. Lo que sí es claro es que la modifica en un sentido positivo, o por lo menos así lo refieren los clientes. Por otra parte encontramos que el programa no genera la visualización esperada, ya que no genera la recordación suficiente en los clientes. Por lo tanto, encontramos que este tipo de programas, aunque pueden ser lo suficientemente potentes para cambiar el imaginario con respecto a la marca del centro comercial, no necesariamente tiene un impacto sobre la magnitud de recordación de la misma marca” (Cañón, 2018).

En otras palabras los visitantes encuentran que el programa es importante pero este no genera posicionamiento a la marca, Gran Estación Centro Comercial y Gran Estación II no se caracterizan por el programa y no es un punto diferenciador frente a otros centros comerciales.

Si bien los visitantes reconocen que hay personas usuarias de sillas de ruedas trabajando en el centro Comercial no lo reconocen como un programa y no saben la magnitud del mismo. (Políticas, objetivos, alcance, impacto en la comunidad, etc.)

Por otra parte Cañón 2018 menciona *“otros hallazgos que tiene que ver con las razones por las cuales los consumidores asisten al centro comercial. Dentro de lo referido, los clientes indican varios aspectos cruciales para visitar el centro comercial: su cercanía con el aeropuerto, la ubicación con respecto a vías principales, y la localización tanto de zonas empresariales como zonas residenciales. Esto puede indicar los elementos necesarios para dar a conocer el programa de inclusión del centro comercial a sus compradores; el programa puede ser presentado desde el aeropuerto (con piezas publicitarias específicas) que generen cercanía con los nuevos visitantes; por otro lado, también pueden vincular a comunidades residenciales, o empresariales, o comunidades a las que pertenezcan población con*



discapacidad para que conozcan el programa y manifiesten su opinión sobre el mismo”.

En acuerdo con ellos, generar una estrategia de comunicación permitiría usar el programa como herramienta de posicionamiento del centro comercial y se percibirá como una empresa encaminada al desarrollo sostenible.

3. Calidad de vida

A cargo de la docente Yolanda Sierra Castellanos, Directora Especialización en Psicología Ocupacional y Organizacional, realizado por Krisley Chacón estudiante de ésta especialización.

Objetivo general:

Evaluar y estructurar un programa de calidad de vida dirigido a la población en condición de discapacidad que labora en el Centro Comercial Gran Estación y Gran Estacion II.

Objetivos específicos

- . Evaluar e identificar las necesidades no cubiertas de los colaboradores en condición de discapacidad relacionadas con su calidad de vida.
- . Diseñar y desarrollar un programa de calidad de vida, con base en las necesidades de la población objetiva, previamente identificadas.
- . Diseñar un sistema de indicadores que permita evaluar la efectividad del programa.

Muestra

Empleados con discapacidad de Gran Estacion Centro Comercial y Gran Estacion II.

Resultados

Lamentablemente a la fecha los resultados no han sido entregaos, según Yolanda Riaño Directora Especialización en Psicología Ocupacional y Organizacional de la Universidad del Bosque “en razón a que al ser éste un producto académico, debe cumplir con los lineamientos establecidos para ser aprobado y con los avances que



presenta la estudiante, estos no se han cumplido por lo que no se aprueba su presentación y entrega a la organización”.

El Área de Responsabilidad Social Empresarial en conversaciones con la directora de la especialización espera que la información recogida por la estudiante a través de la aplicación de instrumentos y realización de entrevistas sea entregada al Gran Estación con el fin de utilizarla para su propio análisis y desarrollo de un programa de calidad de vida.

1.2 Proyecto Semana de la inclusión

El objetivo de la semana de la inclusión es romper estereotipos negativos que las personas tienen sobre la discapacidad, por esta razón quisimos empezar a hablar de capacidades y no de discapacidad.



Para lograr este objetivo el centro comercial se vistió de actividades en las que los visitantes podían apreciar las competencias que tienen los atletas y artistas que estuvieron acompañándonos en los diferentes escenarios

Iniciamos con una campaña de expectativa: Un concurso de fotografía que invitaba a las personas a capturar por medio de una fotografía las capacidades de las personas con discapacidad en la cotidianidad, esta campaña inicio el 3 de noviembre y finalizo el 7 de diciembre con la premiación de la fotografía ganadora. La exposición fotografía fue apreciada aproximadamente por 578.768 personas.

La foto ganadora obtuvo 2.500 likes y la página de Facebook de Gran Estación elevó su tráfico significativamente durante la campaña.

Por otra parte durante los cinco (5) días de la semana de la inclusión nos visitaron doscientas cincuenta y nueve mil quinientas cuarenta y ocho personas (259.548) personas,





quienes pudieron disfrutar de las actividades deportivas, la galería de arte, la obra de teatro y las lecturas compartidas inclusivas que tuvieron lugar en diferentes escenarios del primer piso y la terraza de comidas.

Galería fotográfica



*Se adjunta video con resultados de la semana de la inclusión.



2. Programa Calidad de vida

2.1 Proyecto Educación y capacitación

2.1.1 Educación básica secundaria para los colaboradores



Este año se graduaron como bachilleres tres colaboradores, todos del área de mantenimiento. 2 de ellos iniciaron en el programa con los estudios desde básica primaria



2.1.2 Mi reto Kids

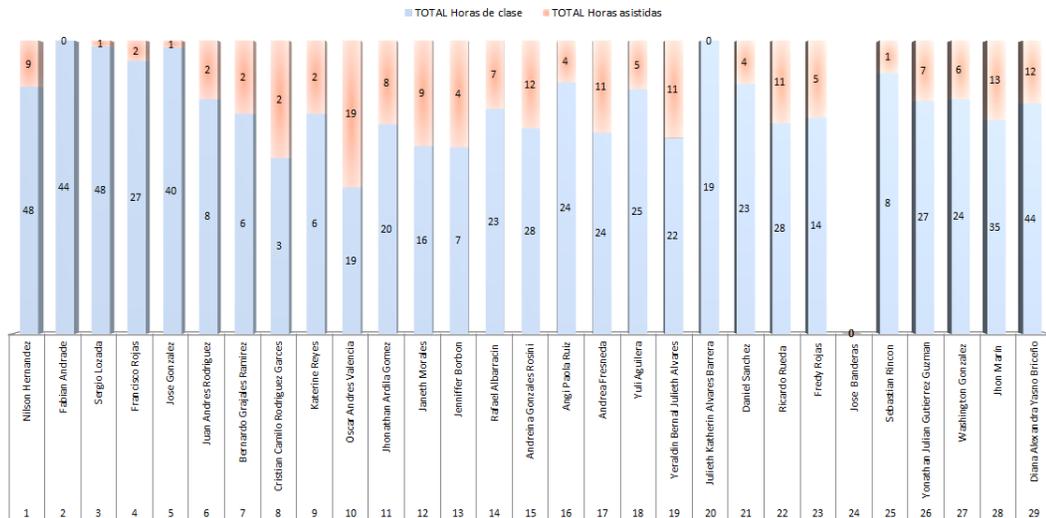
Buscando apoyar la gestión de RRHH y vincular a los colaboradores de Gran Estación en actividades que les permitan desarrollar habilidades comunicativas, de solución de problemas e integración con sus hijos, el área de RSE realizó para el mes de marzo una contraprestación con *Mi Reto Kid*, el cual consistía en 35 pases de cortesía, imagen del logo de *Gran Estación Responsable* en los laterales y la tarima de la carrera, y en contraprestación Gran Estación concedió por tres días el espacio de fundaciones para la realización de las inscripciones de la carrera. A la carrera asistieron 26 dúos.

2.1.3 Inglés

Iniciamos con la modalidad auto aprendizaje, en la que se encuentran los estudiantes con nivel principiante a avanzado y quienes utilizan el curso de inglés que se compró con el diario el tiempo. En total son 26 estudiantes, a los que en el periodo de estudio, 9 de julio al 21 de octubre, se les concedió en total 660 horas para estudiar inglés de estas solo fueron tomadas 170. La grafica muestra cuantas horas fueron otorgadas a los estudiantes y en rosa las horas que cada uno tomo para los estudios.



Número de horas asignadas Vs. número de horas tomadas



Por otra parte no se concedieron horas de estudio en los meses pico (noviembre y diciembre) pues todo el personal estaba invirtiendo el 100% de su tiempo laboral en la temporada de navidad y cierre de fin de año.

Finalmente se iniciaron con las clases presenciales, para los 22 estudiantes inscritos en el nivel cero. Se organizaron en dos cursos, cada uno con dos horas de clase, una en la mañana y otra el tarde en dos horarios para cada curso

2.2 Proyecto Cursos Libres

2.2.1 Música



Para 2018 el grupo (adultos y un niño) se reunió durante 32 sábados, 16 en la primera mitad del año y los restantes para la segunda mitad del año.

El grupo está compuesto en su mayoría por la comunidad aledaña al centro comercial y 1 hijo de un empleado del centro Comercial.

Para diciembre amenizaron la primera novena de la administración con los coros y villancicos que prepararon durante la segunda mitad del año.

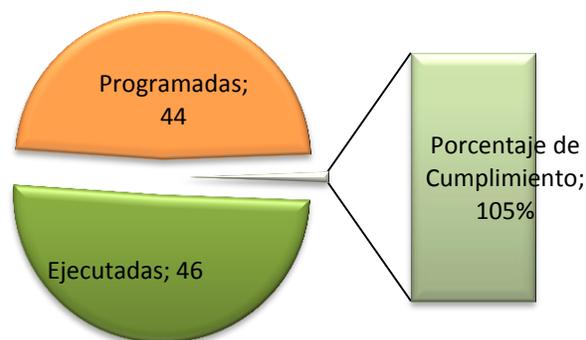




2.3 Proyecto edad dorada

2.3.1 Un mundo de actividades

El grupo edad dorada se reúne todos los jueves de 2:00 a 4:30pm para realizar las actividades que se programan con las adultas mayores desde principio de año, las cuales inician con la actividad deportiva a cargo del IDRD, seguido de la oración del día y finaliza con la actividad programada, que varía según cronograma.



Para el 2018 se tuvieron diferentes actividades como cocina, actividades de desarrollo motriz, agilidad mental, concentración y actividades viso-espaciales. Se obtuvo un cumplimiento del 100%, logrando ejecutar a cabalidad las 44 actividades programadas.

2.3.2 Anfitrionas doradas

Objetivo General:

Incrementar la ¹calidad de vida de la población adulto mayor, en relación con la satisfacción personal.

Objetivos Específicos:

- Generar significado en la vida de la población adulto mayor.
- Incrementar su percepción del logro

¹ Según la OMS, Calidad de vida es la relación entre condiciones de vida (físicos, fisiológicos y psicosociales) y satisfacción personal, contenidas en una escala de valores personales.





- . Mejorar su autoimagen y actitud hacia la vida.

Población:

6 Adultas mayores de 60 años, pertenecientes al grupo adulto mayor que se reúne todos los jueves en las instalaciones del Centro Comercial

Como:

- . Vinculando a la población laboralmente en temporada decembrina como anfitriones Gran Estación, quienes desarrollaran las siguientes funciones:
- . Dar la bienvenida a los clientes, sentadas en puntos de información y alternando por cortos lapsos de tiempo en entradas del Centro Comercial.
- . Apoyar en la entrega de detalles
- . Entregar globos
- . Repartir pasatiempos
- . Cualquier otro material que saque el área de mercadeo para las fechas de navidad.
- . Repartir volantes
- . Ayudar con los niños que estarán visitando y tomándose fotos con papa Noel en puerta uno

Medición:

Se medirá a través del método Test – Retest con base en la escala de calidad de vida de WHOQOL –BRIEF

Conclusiones

Es muy gratificante poder mencionar que hemos podido cumplir a cabalidad los objetivos trazados en este proyecto: Incrementamos la calidad de vida de la población adulto mayor, en relación con la satisfacción personal, generamos significado en la vida de esta población, incrementamos su percepción del logro y mejoramos su autoimagen y actitud hacia la vida.



Si bien ellas no tienen una baja calidad de vida, con la contratación y eventual realización de tareas en el centro comercial incrementaron su percepción de autovalía y autoimagen. Igualmente el contacto con los otros (compañeros de trabajo, clientes, pares y locatarios del centro comercial) les otorgó satisfacción de reconocimiento y validarse frente a la sociedad. Permitiéndoles tener una mejor actitud hacia la vida e incrementar su satisfacción personal.

Por otra parte las impresiones que se recogieron de los empleados que trabajaron con las adultas mayores que forman parte de este proyecto son positivas: la coordinadora de servicio al cliente, Olga Neira considera que es una oportunidad que se les da a las personas de la tercera edad, así como a las personas con discapacidad, en el que se rompen paradigmas para que puedan demostrar sus habilidades, también es una buena iniciativa para que los adultos mayores demuestren sus habilidades y se cambien los prejuicios en torno al desempeño de esta población, pues lamentablemente los adultos mayores también están estereotipados, pues al llegar a la tercera edad los catalogan como no útiles o productivos. Y este es un espacio para demostrar lo contrario.

En cuanto a la labor realizada, según comentarios de la coordinadora todo salió



muy bien, son personas carismáticas, algunas más receptivas e interesadas que otras pero todas se desempeñaron muy bien. Finalmente, ella recomienda tener unas funciones más específicas. Como por ejemplo actividades de volanteo, apoyo en los sorteos, que ayuden en la organización de la fila, etc.

Por otra parte, los empleados de servicio al cliente así como los visitantes consideran que es una gran oportunidad que le brinda el centro comercial a esta



población y que fue un gran acierto tenerlas en una época tan bonita como navidad en el que el sentir es de familia y fraternidad.

Finalmente, como bien lo menciona Robinson Cuadros (2017), médico geriatra y presidente de la Asociación Colombiana de Gerontología y Geriátrica (ACGG), “trabajar en esta etapa de la vida ofrece una rutina y un estímulo para levantarse todos los días, porque sentirse útil y productivo genera bienestar físico, mental y emocional”.

2.4 Proyecto *Habitad Responsable*

Objetivo

Disminuir los índices de pobreza y mejorar la calidad de vida de los colaboradores más vulnerables que hacen parte de la familia Gran Estación.

Como

Entregando el 44% del valor de una casa de interés social.

Justificación

Con el propósito de disminuir los índices de pobreza y mejorar la calidad de vida de los colaboradores más vulnerables que hacen parte de la familia Gran Estación. El área de Responsabilidad Social Empresarial, con aprobación de la gerencia, crea el programa Hábitad Responsable. Con el fin de ser parte de la solución en una sociedad resquebrajada por la violencia, el desplazamiento forzado y la pobreza; sabemos que dentro de nuestra fuerza de trabajo existen personas que han sido víctimas de esta realidad, que indiferentemente de su situación son personas productivas para el país y la cara más gentil de Gran Estación.

Población beneficiada

Máximo cuatro (4), mínimo dos (2) empleados directos o indirectos (outsourcing de seguridad y oficios generales) que cumplan con los requisitos establecidos y pasen por los filtros de selección





Para el año 2018, la beneficiaria fue Milena Ramirez, auxiliar de servicio al cliente, ella y su esposo, se encuentran en situación de discapacidad, son usuarios de silla de ruedas.

Ellos contaban con una casa que estaba en muy malas condiciones, sin desagües, con grandes filtraciones en el techo y na muy mala distribución, adicional a esto no tenía las adecuaciones necesarias para que pudieran movilizarse con libertad e independencia con su silla de ruedas.

Así pues el programa decidió beneficiarlos con 23.821 .263 pesos para la realización de las adecuaciones necesarias.

CUENT	NOMBRE	FECHA	DOCUMENT	NUMER	DETALLE	VALOR DEBIT	VALOR CREDIT
133005001	ANTICIPOS A PROVEEDORES	27/04/2018	10301	18138	ANTICIPO OBRA PARA MILENA SANCHEZ RSE	2.000.000	-
133005001	ANTICIPOS A PROVEEDORES	11/05/2018	10301	18180	ANTICIPO OBRA CASA DE MILENA	4.000.000	-
133005001	ANTICIPOS A PROVEEDORES	23/05/2018	10301	18254	ANTICIPO MATERIALES Y MANO DE OBRA RSE	4.000.000	-
133005001	ANTICIPOS A PROVEEDORES	31/05/2018	10410	175	MATERIAL REMODEL CASA MILENA SANCHEZ	-	3.811.688
133005001	ANTICIPOS A PROVEEDORES	15/06/2018	10301	18345	ANTICIPO OBRA CASA MILENA SANCHEZ	6.000.000	-
133005001	ANTICIPOS A PROVEEDORES	21/06/2018	10301	18372	ANTICIPO OBRA CASA DE MILENA SANCHEZ	2.000.000	-
133005001	ANTICIPOS A PROVEEDORES	30/06/2018	10407	3854	LG ANTIC REMODEL CASA MILENA	-	8.235.645
133005001	ANTICIPOS A PROVEEDORES	18/07/2018	10401	20816	MANO DE OBRA CASA MILENA	-	5.952.667
220505001	PROVEEDORES NACIONALES	18/07/2018	10401	20816	MANO DE OBRA CASA MILENA	-	5.821.263
220505001	PROVEEDORES NACIONALES	10/08/2018	10301	18536	MANO DE OBRA CASA MILENA	5.821.263	-

total	23.821.263	23.821.263
--------------	-------------------	-------------------

Galería fotográfica



2.5 Project Pet Friendly

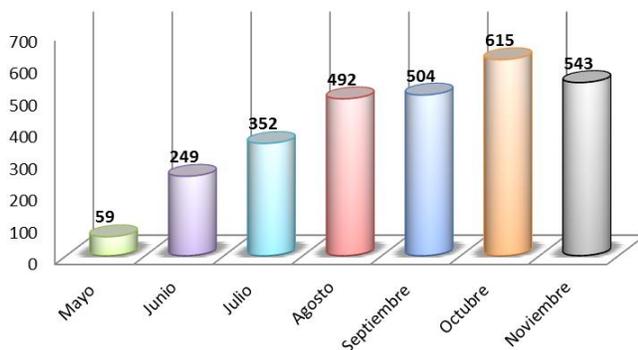


Respondiendo a una nueva tendencia mundial, en la que las mascotas han pasado a ser parte importante del hogar y un miembro fundamental en la interacción de la familia.

En 2018 quisimos aunarnos a la tendencia permitiendo que los mejores amigos de nuestros clientes pudieran acompañarlos a vivir una experiencia Gran Estación.



Ingreso de mascotas por mes



Por esta razón desde el 25 de mayo a 29 de noviembre se prestó el servicio de coche o carro de servicio para mascotas. Ingresando en el transcurso de ese tiempo, 2.814 mascotas de las cuales 2.298 son de raza pequeña o mediana y 470 son de raza grande. 2.798 son perros y 16 son gatos.

Los días en que ingresaron más mascotas fueron los fines de semana y los puentes festivos. El fin de semana con mayor ingreso fue el fin de semana de Halloween, siendo octubre el mes con mayor ingreso de mascotas.



3. Programa Conciencia ambiental

3.1 Proyecto ahorro y uso eficiente del agua

Objetivo

Optimizar el consumo de agua en el Centro Comercial

Población beneficiada

Visitantes Centro Comercial Gran Estación

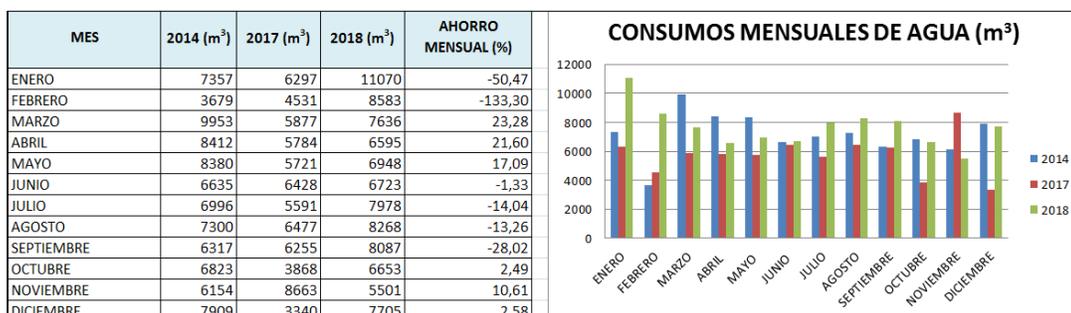
Descripción

El programa busca identificar e implementar tecnologías que permitan reducir el consumo de agua en las áreas comunes del centro comercial. El año base de comparación es el 2014. El objetivo es reducir el consumo de agua en un 10%.

Principales resultados

Debido al alto número de personas que visitan al centro comercial, el consumo de agua en los baños habilitados para esta población es muy alto. Por tal motivo, se implementó el uso de válvulas ahorradoras de agua desde 2014, las cuales son instaladas en las tuberías que abastecen de agua a estos baños. Gracias a esto, se logró obtener un ahorro del 23,28%.

Indicadores



3.2 Proyecto ahorro y uso eficiente de energía

Objetivo

Reducir un 20% el consumo de energía eléctrica de las áreas comunes de Gran Estación Centro Comercial

Población beneficiada

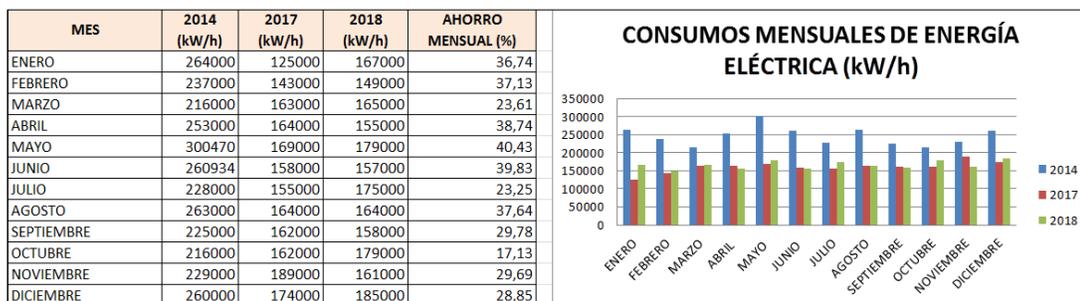
Empleados, comerciantes y visitantes del Centro Comercial Gran Estación

Descripción

Se implementó el cambio de luminarias convencionales por luminarias LED, en todas las áreas comunes de Gran Estación Centro Comercial.

Resultados

Con la implementación de esta nueva tecnología se logró reducir el consumo de energía eléctrica en un 40,73%. La totalidad de las luminarias fueron cambiadas.



El consumo de energía eléctrica del año 2018, respecto al 2014 (Año base de medición) disminuyó en 958.404 kW/h (32%). En todos los meses se logró reducir el consumo de energía.



REFERENCIAS

- Cañón, D. 2018. ¿El programa de inclusión laboral con personas en situación de discapacidad le ha aportado al posicionamiento de marca a Gran Estación Centro Comercial? (Trabajo de grado especialización en Investigación de los Mercados y del Consumo). Universidad del Bosque, Bogotá, Colombia.
- Fernández, C. (5 de Septiembre de 2018). En el país, cada vez más viejos y...desprotegidos. El Tiempo. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/vida/salud/panorama-de-los-adultos-mayores-en-colombia-a-2018-213710>
- García, M. 2019. Estudio sobre la percepción del programa de inclusión laboral de personas en situación de discapacidad, Gran Estación Centro Comercial (Trabajo doctoral). Universidad del Bosque, Bogotá, Colombia.
- Organización de las Naciones Unidas. Envejecimiento. (2018/9/5). Tomado de: <http://www.un.org/es/sections/issues-depth/ageing/index.html>
- 

ANEXOS



Política de Sostenibilidad **Gran Estación Centro Comercial**

Gran Estación Centro Comercial reconoce las ventajas que conlleva tener políticas claras y estructuradas desde la planeación estratégica. Entiende la sostenibilidad como parte integral de la estrategia corporativa, que debe planificarse y cuantificarse con el objeto de sostener la rentabilidad de los inversionistas y contribuir simultáneamente, al logro de los objetivos estratégicos.

Nuestras políticas están enmarcadas en el desarrollo sostenible en tres niveles: Económico, Social y Medio ambiental, y están fundamentadas en los principios del pacto Global. Encaminadas a brindarle a nuestros stakeholders rentabilidad por medio del mejoramiento de los impactos negativos y potencializando los impactos positivos que la organización genera.

Entendemos las necesidades de nuestros grupos de interés, de allí nuestra preocupación en impulsar programas de transformación social, medio ambiental y de progreso económico, por medio de acciones concretas enfocadas en: Generación de empleo a personas con discapacidad, aportando de este modo al desarrollo del país; el mejoramiento continuo de las prácticas ambientales, yendo más allá de la normatividad y promoviendo la educación ambiental; desarrollando programas de transformación social, que modifiquen los imaginarios negativos que tiene la sociedad frente a las personas con discapacidad y otras minorías y que además cultiven en la población joven, líderes generadores de valor para la sociedad.

Dimensión social. Gran Estación aporta soluciones relacionadas con los impactos de las actividades del centro comercial en los sistemas sociales en los que opera. A través de estrategias que parten de la sostenibilidad, con el fin de generar valor en relación con: los aspectos laborales, los derechos humanos, la responsabilidad en el servicio y en la sociedad.

Programa de inclusión laboral con personas con discapacidad. Nos adherimos a la Convención Sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de la ONU¹, en cuanto:

1. "Reafirmando la universalidad, indivisibilidad, interdependencia e interrelación de todos los derechos humanos y libertades fundamentales,





así como la necesidad de garantizar que las personas con discapacidad los ejerzan plenamente y sin discriminación... 2. Reconociendo que la discapacidad es un concepto que evoluciona y que resulta de la interacción entre las personas con deficiencias y las barreras debidas a la actitud y al entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás... 3. Entendiendo que: <Las personas con discapacidad incluyen a aquellas que tengan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás>".

Nuestro compromiso es demostrar que el modelo de inclusión laboral mejora el clima organizacional, disminuye la rotación, es sostenible, y objeto de replicación.

Ambiental. La sostenibilidad ambiental en Gran Estación busca minimizar los impactos negativos y sostener los impactos positivos que la organización genera en los sistemas naturales vivos e inertes, incluidos los ecosistemas, el suelo, el aire y el agua. Dentro de nuestra gestión tenemos muy presentes los flujos de entrada (agua, materiales y energía) y de salida (emisiones, residuos y vertimientos), así como el cumplimiento legal ambiental.

Económico. Hace referencia al impacto de la organización sobre las condiciones económicas de sus stakeholders, y de los sistemas económicos a nivel local y nacional, permitiéndonos visualizar el desempeño económico, la presencia en el mercado y el impacto económico directo e indirecto.

Aprobó:



Gustavo Alberto Goyeneche Navarro

Gerente General

Gran Estación Centro Comercial



**PROGRAMA DE INCLUSIÓN LABORAL CON PERSONAS EN SITUACIÓN DE
DISCAPACIDAD
POLÍTICA**

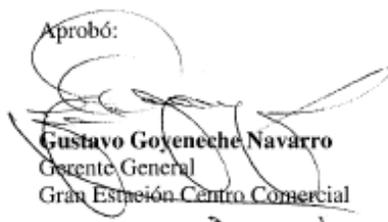
El Centro Comercial Gran Estación, desde sus cimientos se gesta para hablarnos a través de los hechos sobre un “Cambio en el nivel de conciencia”. Cambio, que como bien menciona Juan Pablo Salazar¹, es necesario realizar para entender que la discapacidad no es inherente a la persona que tiene una condición física, sensorial o cognitiva. Es inherente a la sociedad, y como ésta entiende la discapacidad. Me explico: Las personas que tienen una situación física no son discapacitados por tener esta situación. La discapacidad existe cuando dicha persona intenta interactuar en la sociedad y se encuentra con preconceptos y barreras físicas que le impiden el disfrute de diferentes contextos sociales. Ya que no se cuenta con igualdad de condiciones, o de un ejercicio con equidad que le permita interactuar libremente.

Así pues, la familia Salazar levantó su voz un día de diciembre e hizo manifiesto un nuevo estado de conciencia, creando el programa de inclusión laboral con personas en situación de discapacidad, enmarcado en los derechos humanos y en el diseño de espacios universales que permiten el desarrollo armónico y libre de la personalidad, indiferente a la condición física del individuo.

Este programa se basa en cuatro grandes pilares. El primero, es la Convención Sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, el segundo, la Política Pública Nacional de Discapacidad e Inclusión Social –PPDIS- 2013-2022, El tercero, el documento COMPES Social de 2013 y finalmente, la Ley 361 de 1997.

Nuestro compromiso es demostrar que el programa mejora el clima organizacional, disminuye la rotación, es sostenible y objeto de replicación. Bajo este contexto buscamos una sociedad incluyente, libre de prejuicios y desarrollada.

Aprobó:



Gustavo Goyeneche Navarro
Gerente General
Gran Estación Centro Comercial



POLÍTICA AMBIENTAL

Gran Estación Centro Comercial P.H., para garantizar el cuidado y la conservación del medio ambiente, genera y desarrolla actividades para mitigar los impactos ambientales negativos y potencializar los impactos positivos generados en el desarrollo de sus actividades. Las bases fundamentales de nuestro sistema de gestión ambiental son:

- ✓ El cumplimiento a la normatividad ambiental vigente.
- ✓ El consumo eficiente de agua y energía.
- ✓ La gestión adecuada de los residuos.
- ✓ El uso racional de los recursos naturales.
- ✓ Las campañas desarrolladas para informar sobre consumo responsable.
- ✓ La protección y conservación de un ambiente sano y sostenible.
- ✓ El mejoramiento continuo de las prácticas ambientales.

Esta política será publicada, divulgada y actualizada cada vez que el Centro Comercial lo considere pertinente. De igual manera estará disponible a todas las partes interesadas.

Aprobó:



GUSTAVO GOYENECHÉ NAVARRO
Gerente general
GRAN ESTACIÓN CENTRO COMERCIAL



**POLITICA DE PREVENCIÓN DEL ACOSO LABORAL Y RIESGOS
PSICOSOCIALES**

GRAN ESTACIÓN CENTRO COMERCIAL, se compromete a vigilar el cumplimiento de las normas dirigidas a prevenir cualquier conducta o comportamiento que implique calificación de acoso laboral, a salvaguardar la información que sea recibida y dar trámite e intervención oportuna a las quejas que radiquen a través del COMITÉ DE CONVIVENCIA LABORAL, también establecerá actividades tendientes a generar una conciencia colectiva de sana convivencia, que promueva el trabajo en condiciones dignas y justas; la armonía entre quienes comparten vida laboral empresarial y el buen ambiente en el Centro Comercial y proteja la intimidad, la honra, la salud mental y la libertad de las personas en el trabajo, el Centro Comercial asume el compromiso de:

- ✓ Velar por el cumplimiento de los valores corporativos.
- ✓ No debe interferir en el ejercicio de los derechos del personal para observar sus creencias o prácticas o para satisfacer sus necesidades relacionadas con la raza, sexo, religión, etnia o edad o cualquier otra condición que pueda dar origen a la discriminación.
- ✓ No debe permitir ningún comportamiento que sea amenazador, abusivo, intimidante, explotador o sexualmente coercitivo, incluyendo gestos, lenguaje y contacto físico en el lugar de trabajo y, donde sea aplicable.
- ✓ Favorecer los espacios de participación y consulta, teniendo en cuenta las ideas del capital humano.

Esta política será publicada, divulgada y actualizada cada vez que el Centro Comercial lo considere pertinente. De igual manera estará disponible a todas las partes interesadas.

Aprobó:



GUSTAVO GOYENECHÉ NAVARRO
Gerente General
GRAN ESTACION CENTRO COMERCIAL

Avenida Calle 26 No. 62 - 47 Piso 4
PBX (57) (1) 2210800 Bogotá DC - Colombia
www.granestacion.com.co

ASOCIACION DE EMPRESAS COMERCIALES DE COLOMBIA



FENALCO
LA UNIÓN HACE FUERZA



POLITICA DE CALIDAD, SALUD Y SEGURIDAD

En **Gran Estación Centro Comercial** brindamos espacios y ambientes, modernos y confortables para que nuestros visitantes adquieran bienes y servicios que faciliten su vida, se entretengan y se relacionen; nuestros inversionistas sostengan la rentabilidad de su inversión y nuestros locatarios desarrollen efectivamente sus negocios a través de:

- ✓ La Satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros visitantes, inversionistas y locatarios a través del reconocimiento y cumplimiento de los requisitos legales, del cliente, normativos y del Centro Comercial.
- ✓ Contando con excelentes proveedores, manteniendo relaciones productivas.
- ✓ Desarrollando actividades de promoción y prevención para, mitigar, controlar y prevenir los peligros y riesgos en Seguridad y Salud en el trabajo para la prevención de lesiones, enfermedades laborales.
- ✓ Contando con el personal calificado y comprometido para el desarrollo de las actividades con la aplicación de valores corporativos y estándares de Seguridad y Salud.
- ✓ Implementando y manteniendo un Sistema de Gestión de Calidad y de Salud y seguridad, que permita el mejoramiento continuo a través de la disposición de recursos humanos, técnicos y financieros.
- ✓ Obteniendo un margen de rentabilidad acorde con las expectativas del Centro Comercial.

Aprobé:



GUSTAVO GOYENECHÉ NAVARRO
Gerente General
GRAN ESTACION CENTRO COMERCIAL

Avenida Calle 26 No. 62 - 47 Piso 4
PBX (57) (1) 2210800 Bogotá DC - Colombia
www.granestacion.com.co





GE
GRAN ESTACION
Centro Comercial
impresionante

