

Gerencia Estratégica Responsable.

MODELO DE GESTION

Presentado por:

Lucila Sepúlveda silva CC 52.131.770

Johanna Astrid cubillos CC 52.229.005

Presentado a:

Ariel Alfonso Reyes C.



UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA

**CURSO DE PROFUNDIZACIÓN GERENCIA ESTRATÉGICA
RESPONSABLE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Bogotá DC**

CONTENIDO

1. Introducción	4
2. Objetivos	6
2.1 Objetivos Generales	6
2.2 Objetivos Específicos	6
3. Stakeholders	7
3.1 ¿La empresa participa en las discusiones de problemas comunitarios? ¿Ofrece soluciones?	7
3.2 ¿Se realizan tareas en beneficio de la comunidad respecto a problemas necesidades sociales?	7
3.3 ¿Son positivas las relaciones con la comunidad? ¿Participa para su mejoramiento continuo clima organizacional y logra mayor satisfacción de los empleados?	8
4. Presentación de la Empresa Almacenes Éxito	9
4.1 Historia del almacén	9
4.2 Justificación	10
4.3 Misión	11
4.4 Visión	11
4.5 Objetivos	11
4.6 Medio Ambiente	12
4.6.1 Compromisos con el medio ambiente	13
5. Indicadores sociales	14
5.1 Responsabilidad social	15
5.2 Practicas Laborales	16
5.2.1. Objetivo general de la experiencia	16
5.2.2. Antecedentes	16
5.2.3 Descripción	16
5.2.4. Acompañamiento	17
5.2.5. Logros:	18
5.2.6. Inversión:	18
5.2.7. Aprendizajes	18
6. ¿Cómo funciona el trabajo de los Empacadores?	19
7. Servicio y atención que es muy solicitada por los clientes.	20
8. Indicadores de Almacenes Éxito	21
8.1. Gobierno Corporativo	28
9. Mapa Geográfico de las Cadenas	30
10-MODELO DE GESTIÓN ORIENTADA OBJETIVOS.	31
11. Introducción	32
12. Justificación	32
13. Marco Teórico	33
13.1 Teoría de Abraham Maslow	33
13.2 Teoría de Comunicación	35
13.3 Teoría Z	35
14. Marco Conceptual	37
15. Propuesta de plan de trabajo	38

15.1 Modelo de Gestión (PROPUESTAS DE VALOR)	38
15.2 Visión del Programa	39
16. Resultados a obtener	40
17. Inversión	40
17.1 costos implementación.	41
18. Conclusiones.	42
19. Bibliografía	43
20. anexos	44

1. INTRODUCCION

Este trabajo se realiza con el fin de dar a conocer los stakeholders de almacenes Éxito ante la comunidad que lo rodea logrando identificar la organización y como esta conformada su Misión, Visión y Objetivos estableciendo su influencia con la comunidad, consiguiendo identificar un modelo de gestión para dar soluciones o alternativas de mejoramiento y lograr una interacción mas con la sociedad de cada sector.

El Modelo de Gestión que trabajaremos es la teoría de Abraham Maslow, que trata sobre las necesidades del ser humano, estas logren jerarquizar de forma tal, que se van cubriendo desde aquellas orientadas hacia la supervivencia, hacia las que se orientan hacia el desarrollo, el resorte interior de una persona esta constituido por una serie de necesidades en orden jerárquico que va desde la mas material a la mas espiritual.

En 1943 Maslow formuló su concepto de jerarquía de necesidades que influyen en el comportamiento humano. Maslow concibió esa jerarquía por el hecho de que el hombre es una criatura que demuestra sus necesidades en el transcurso de la vida. En medida en que el hombre las va satisfaciendo, otras mas elevadas toman el predominio del comportamiento.

Las necesidades que uno ha de satisfacer son según su importancia, las fisiológicas, las de seguridad, las sociales o de pertenencia, las de estima y finalmente las de autorrealización.

Las necesidades de seguridad, son aquellas en donde uno busca su propia seguridad y protección, es decir, lograr un estado de orden, estabilidad y seguridad.

Una vez que nos sentimos seguros, la motivación de las necesidades buscan cubrir las necesidades sociales que todos tenemos. Estas necesidades sociales pueden ser de amor, pertenencia, amistad, comunicación, o vivir en comunidad.

Lo vemos siempre, cuando alguien quiere ser parte de una empresa, o de una familia. Cuando alguien busca enamorarse o tener algún amigo cerca. Los seres humanos no somos islas, sino que necesitamos de interactuar y relacionarnos con alguien en algún momento. Existe gente que se siente sola, y eso las deprime. Es porque sienten dentro de ellas que no están logrando conectar con nadie, que no tienen a alguien alrededor. Salvo casos extremos donde sí existe alguien pero ellos no lo reconocen, el encontrar a la pareja ideal, una empresa que lo acoja, o a un amigo que los comprenda se vuelve la

motivación principal de uno. Esta necesidad es imperiosa en uno, hasta el momento que la consigue. Una vez conseguida, el enfoque cambia totalmente y busca satisfacer el siguiente nivel de la escala.

Cuando ya hemos logrado ser estimados en nuestro trabajo, que nos reconocen por tal o cual cosa, empieza a surgir la necesidad de auto realizarnos. Aquí uno busca convertirse cada vez en alguien más de lo que es, y llegar a la meta de lo que cree ser capaz en el futuro.

Una vez lograda la autorrealización de los sueños que uno tiene, empieza también a surgir la necesidad de la trascendencia. Es decir, de crear algo que perdure más allá de uno. Que sus hijos o su familia pueda ver o contemplar algo que hayas dejado, incluso una vez que la persona haya fallecido. Puede ser construir algo como una casa, un edificio, quizás escribir un libro, etc.

Estas cinco necesidades: fisiológicas, de seguridad, sociales, estima, y autorrealización están siempre presentes, pero la importancia que se les asigna va creciendo a medida que se van solucionando las que se encuentran en el nivel anterior.

A partir de este modelo, uno puede comprender las necesidades de aquellos que lo rodean, y de esta manera enfocarse uno a tratar de satisfacer o complacer dichas necesidades, con el fin de cumplir las propias, o llegar a un buen acuerdo a través de la negociación

Al igual trataremos la evolución del concepto de responsabilidad social que parte de los planteamientos de economistas clásicos que eluden cualquier tipo de función social de la empresa, la cual debe preocuparse exclusivamente de obtener beneficios, crear riqueza para los inversores y cumplir con la legalidad.

Los recursos destinados a fines sociales y medioambientales van en detrimento del beneficio económico y deben ser aprobados por los accionistas. Posteriormente, sobre la base de este enfoque clásico, se produce una reorientación, vinculando algunos aspectos de la responsabilidad social a la creación de riqueza futura, introduciendo medidas sociales más allá de las normas legales.

Vemos como esta identifica los desarrollos sostenibles especialmente al impacto medioambiental de las actividades económicas. Al igual se da a conocer la responsabilidad social corporativa basada en satisfacer las expectativas de los grupos de interés, apoyándose en un concepto de sostenibilidad no sólo medioambiental sino también económica y social.

En este contexto, la responsabilidad social corporativa ha alcanzado un elevado grado de difusión, dando lugar a un gran número de iniciativas para su desarrollo e implantación en las empresas.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Buscar la implementación de un modelo gestión basada en stakeholders del trabajo por la comunidad logrando la Interacción con la sociedad identificando sus necesidades y expectativas de la empresa así ella y sus alrededores.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Buscar integración con la comunidad de almacenes éxito para su mejoramiento continuo
- Participar en las discusiones de problemas comunitarios
- realizar tareas en beneficio de la comunidad respecto a problemas y necesidades sociales
- Conocer y analizar las expectativas de la sociedad ante la empresa
- Interactuar con ellos y darles un mejor beneficio hacia sus alrededores
- Dar a conocer las actividades que la empresa desea compartir con la comunidad
- Interactuar la comunidad con la empresa en relación a la responsabilidad social con su entorno

3. STAKEHOLDERS

- 4 ¿La empresa participa en las discusiones de problemas comunitarios?
¿Ofrece soluciones?
- 5 ¿Se realizan tareas en beneficio de la comunidad respecto a problemas y necesidades sociales?
- 6 ¿Son positivas las relaciones con la comunidad? ¿Participa para su mejoramiento continuo clima organizacional y logra mayor satisfacción de los empleados?

COMUNIDAD

3.1 ¿LA EMPRESA PARTICIPA EN LAS DISCUSIONES DE PROBLEMAS COMUNITARIOS?

¿OFRECE SOLUCIONES?

Fortalezas

- Tener mas apoyo de la comunidad
- Conocer las necesidades del sector
- Dar posibles soluciones a los problemas de la comunidad

Debilidades

- No interactuar con la comunidad.
- Perder respaldo de la comunidad y el sector residencial.
- Ser afectado por los problemas de la comunidad

Oportunidades

- Dar soluciones a los problemas comunitarios.
- Darse a conocer como posible gestor de soluciones.
- Lograr que la comunidad ayude a cuidar los bienes de la compañía.

Amenazas

- Mejor gestión de la competencia
- Perdida de clientes
- Falta de solidaridad de la comunidad hacia la empresa

32 SE REALIZAN TAREAS EN BENEFICIO DE LA COMUNIDAD RESPECTO A PROBLEMAS Y NECESIDADES SOCIALES

Fortalezas

- Aportes a las fundaciones del sector
- Apoyo de entidades gubernamentales
- Más interés del gobierno hacia la compañía.

Debilidades

- Perder competitividad ante las demás compañías
- No lograr las metas presupuestadas para el sistema financiero de la compañía.

Oportunidades

- Trabajar más por el beneficio de la comunidad ya que esta puede aportar mucho a la organización.
- Trabajar en el beneficio de la responsabilidad social del sector.

Amenazas

- No contar con el apoyo de la comunidad
- Ser afectados por los problemas sociales del sector.

3.3 ¿SON POSITIVAS LAS RELACIONES CON LA COMUNIDAD? ¿PARTICIPA PARA SU MEJORAMIENTO CONTINUO

Fortalezas

- Genera estabilidad familiar y social.
- Lograra mayor conocimiento de la comunidad que lo rodea.

Debilidades

- La empresa deberá esforzarse para lograr que la comunidad se entere de los esfuerzos que realizan para su desarrollo y bienestar.
- Perder credibilidad con la comunidad.

Oportunidades

- ventajas competitivas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una posición en el entorno socioeconómico
- Las relaciones con la comunidad que promuevan un beneficio mutuo forman parte de los objetivos sociales que debieran tener todas las empresas.

Amenazas

- No dar a conocer las actividades solidarias de la compañía.
- No mostrar a la comunidad que esta es una empresa seria y de trayeccion responsable.

4. PRESENTACION DE LA EMPRESA

4.1 HISTORIA DE ALMACENES ÉXITO:

"Existen dos formas de hacer las cosas: bien o mal. Hagámoslas bien", decía don Gustavo Toro Quintero, quien fundó Almacenes Éxito en 1949. Con esta premisa y con la firme convicción de hacer siempre las cosas bien, hemos crecido para convertirnos en la empresa líder del comercio al detal del país

Hoy, contamos con 81 almacenes EXITO, 31 almacenes Ley, 11 supermercados POMONA, 2 tiendas Q precios y 2 tiendas Próximos repartidos en 41 ciudades colombianas, que conjuntamente sobrepasan los 330 mil m² de área de ventas, generan cerca de 43 mil empleos entre directos e indirectos. Por nuestros almacenes pasan cada año más de 140 millones de personas. En nuestros establecimientos encontrará todo en mercado, entretenimiento, tecnología y hogar

En 1949 Almacenes EXITO S.A. abre sus puertas en Medellín en un local de 4 metros cuadrados y con un capital de quince mil pesos. En aquel entonces ofrecía retazos, saldos y cobijas, bajo el lema: "Comprar bien, para vender bien y pagar bien". Muy pronto fue ampliando sus instalaciones hasta ocupar a mediados de la década del 60 una manzana entera del populoso sector de Guayaquil en Medellín.

En 1970 innovó con un formato que para la época era revolucionario, pues desclávalas telas y confecciones con las variedades y los productos de supermercado.

Así, bajo la consigna de precios bajos surgió el nuevo almacén de la calle Colombia y comenzó el crecimiento de la cadena, con la posterior apertura de los almacenes de El Poblado en 1974 y Envigado en 1981.

En 1989, EXITO inauguró el primero de varios almacenes ubicados fuera de la ciudad de Medellín. EXITO Calle 80 abrió sus puertas en la ciudad de Bogotá con excelentes resultados.

Desde 1994, la compañía inició un proceso de apertura accionaria, y desarrolló una estrategia de crecimiento y consolidación para enfrentar los retos de la entrante competencia internacional, abriendo nuevos almacenes en las ciudades de Bogotá, Cali y Medellín, con un balance muy satisfactorio¹

¹ [Bienvenidos al sitio corporativo de Almacenes EXITO S A archivos](#)

4.2 JUSTIFICACION

A NIVEL ESTRATEGICO

La organización disminuye los gastos generados por los excesivos controles, aumentando la gobernabilidad y retroalimentando los sistemas de información, promoviendo el desarrollo de la innovación y la generación de ventajas competitivas.

A NIVEL COMERCIAL

La producción de bienes y servicios con mayor valor agregado. Aumentará la satisfacción de los clientes, mejora la reputación de la empresa. Añade diferenciación a las marcas y productos.

A NIVEL OPERATIVO

Se reducen los niveles de contaminación de la empresa. Se promueve una producción más limpia, reduciendo los riesgos de operación.

A NIVEL PERSONAL

Se desarrolla y potencia el capital humano con mejores competencias laborales. Se eleva la calidad de vida de los trabajadores y su familia. Mejora la comunidad.

4.3 MISION

En Almacenes Éxito S.A. ofrecemos a nuestros clientes la satisfacción de sus necesidades, gustos y preferencias, mediante experiencias de compra memorables y garantía de excelencia en servicio, selección de productos, calidad y precio, todo ello en ambientes modernos y con propuestas de valor diferenciadas por formato comercial

Somos un equipo humano cimentado en sólidos principios éticos y morales, con un arraigado sentido de pertenencia por la compañía y que cumple su labor con profesionalismo, honestidad y mística

Por considerarnos su más valiosa riqueza, la organización nos ofrece un ambiente digno y acogedor, donde se retribuye equitativamente nuestro esfuerzo y talento individual, y se promueve el crecimiento personal, la formación integral del ser humano y el bienestar de nuestras familias.

Trabajamos con una estructura organizacional sin burocracia, una clara visión de futuro y el cumplimiento riguroso de todas las obligaciones y responsabilidades económicas y sociales

4.4 VISION

En el año 2015 cautivamos, por encima de nuestra competencia, la lealtad de los consumidores colombianos, la preferencia de los proveedores y el orgullo de nuestros empleados y accionistas".

4.5 OBJETIVOS

- Tratar a todas las personas como quiero ser tratado.
- Desarrollar al máximo el talento humano.
- Trabajar en equipo.
- Vivir la pasión por el resultado.
- Orientar nuestras acciones al mercado y sus clientes.
- Impulsar el progreso de nuestra comunidad.
- Proteger nuestro medio ambiente

¹ [Bienvenidos al sitio corporativo de Almacenes EXITO S A archivos](#)

4.6 MEDIOAMBIENTAL

Bogotá, 29 de Noviembre de 2006. El ministro de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, Juan Lozano Ramírez y el gerente corporativo del Negocio de Productos de Gran Consumo de Almacenes Exito S.A., Luís Germán Fajardo Vélez, oficializaron hoy el convenio de cooperación para comercializar productos orgánicos y amigables con el medio ambiente.

Gracias a este acuerdo 12 organizaciones de pequeños productores de regiones como Cundinamarca, Caquetá, Boyacá, Antioquia, Santa Marta, Huila y Bucaramanga ofrecerán sus productos como mermeladas, encurtidos, dulces, salsas, mieles, especias y vinagres, en 4 almacenes de Bogotá, 3 de Medellín y uno de Envigado.

Estos almacenes son: Éxito Envigado, Éxito Colombia, Poblado y Laureles en Medellín y Éxito Country, Colina, Calle 80 y Norte en Bogotá.

“Saludamos a los directivos del Éxito con mucha gratitud porque han hecho una apuesta que requería de coraje comercial y de profundo sentido patriótico y ambiental para abrirle las puertas a nuestros productores. Nos produce enorme alegría ver en sus góndolas los productos distintivos de la biodiversidad colombiana. Quiero hacer un reconocimiento a quienes han participado de toda la cadena haciendo el vínculo para la comercialización”, señaló el Ministro.

Almacenes Éxito se convierte en la cuarta cadena del país en vincularse a la comercialización de productos amigables con el Medio Ambiente, ofreciendo condiciones preferenciales para los productores como:

- Pagar a 30 días los productos no perecederos y a 15 días los productos perecederos

- Otorgar una presentación especial y permanente en los almacenes que el Éxito determine a los productos seleccionados bajo este convenio.

EXITO Bello logra certificación en Buenas Prácticas de Manufacturas BMP, otorgada por el Instituto Nacional de Vigilancia y Control de Medicamentos INVIMA.

El ICONTEC hace la entrega del Certificado de Gestión de la Calidad ISO9001:2000 a los granos marca propia comercializados en las cadenas EXITO, Ley y POMONA

4.6.1 COMPROMISOS CON EL MEDIO AMBIENTE

El cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad son una necesidad y una oportunidad de creación de valor.

A través de la gestión ambiental, la empresa es más eficiente en el uso de los recursos como agua, energía, y en la minimización de residuos, disminuyendo los costos asociados a dichos elementos y generando valor para la compañía.

La gestión ambiental debe enfocarse en las personas y a lo largo de la cadena de valor.

El ser humano es el principal determinante de la sostenibilidad del planeta.

Estamos convencidos de que el recurso humano es nuestro principal activo y es un importante agente de cambio cultural en nuestra sociedad.

A través de la adopción de buenas prácticas ambientales y operativas, Almacenes Exito S.A. busca servir a la comunidad como un agente de protección del medio ambiente.

Emprendemos conjuntamente con nuestros proveedores iniciativas conducentes a desarrollar productos cuyo ciclo de vida sea menos impactante para el medio ambiente.

Trabajamos con nuestros empleados, clientes y comunidad en general para aumentar la conciencia ambiental, fomentando prácticas y hábitos de consumo responsables.

Se desarrollan proyectos para el ahorro de recursos y la minimización de impactos en nuestras instalaciones.

Más allá del cumplimiento normativo, Almacenes Exito S.A. emprende proyectos en nuestras instalaciones que conducen a un mejoramiento en sus actividades para evitar los impactos negativos en el ambiente, tales como separación en la fuente, reciclaje, eficiencia energética, manejo adecuado de vertimientos, entre otros.

EXITO Bello es el primer almacén de cadena en Colombia en recibir la certificación ISO 14001/04 del ICONTEC, por su acertada gestión ambiental en todos los procesos productivos, esto lo convierte en un almacén amigable con el manejo del agua, suelo, aire y recursos naturales.



5. INDICADORES SOCIALES

Almacenes Éxito S.A. tiene proyecto y programas sociales, entre ellos:

- Desarrollo Integral de la Primera Infancia: Busca garantizar la supervivencia y el desarrollo óptimo del potencial biológico, psicosocial y cultural de los niños.
- Iniciativas de seguridad Alimentaria: Por medio de esta línea de inversión se apoyan acciones orientadas a la reducción del hambre y a la superación de la inseguridad alimentaria de la población
- Bancos de Alimentos: Organizaciones que reciben permanente productos que son distribuidos entre diferentes instituciones que benefician especialmente a niños, madres gestantes y lactantes y ancianos.
- Alimentos para superar la emergencia: Apoya acciones encaminadas a mitigar el hambre de poblaciones vulneradas por catástrofes naturales.
- .Desarrollo Integral de la Primera Infancia
- Busca garantizar la supervivencia y el desarrollo óptimo del potencial biológico, psicosocial y cultural de los niños. Cuenta con cinco programas:
 - Gestación y lactancia sana: Madres gestantes y lactantes y niños en sus primeros dos años de edad.
 - Infancia Sana: Niños entre dos y seis años de edad.
 - Alimentos para la vida: Niños con desnutrición.
 - Atención a la discapacidad: Niños con necesidades especiales.
 - Alimentos para el Bienestar: Niños con enfermedades catastróficas.
- Iniciativas de Seguridad Alimentaria
- Por medio de esta línea de inversión se apoyan acciones orientadas a la reducción del hambre y a la superación de la inseguridad alimentaria de la población.

- Bancos de Alimentos: Organizaciones que reciben permanente productos que son distribuidos entre diferentes instituciones que benefician especialmente a niños, madres gestantes y lactantes y ancianos.
- Alimentos para superar la emergencia: Apoya acciones encaminadas a mitigar el hambre de poblaciones vulneradas por catástrofes naturales.
- Generación de conocimiento
- La construcción y divulgación del saber sobre nutrición es fundamental para avanzar en el desarrollo de iniciativas innovadoras, eficientes y efectivas, que generen un mejor impacto en el estado nutricional de los niños.
- Nutrición Sana: Iniciativas que generan hábitos de alimentación y estilos de vida saludable.
- Fomento a la investigación: Apoya el desarrollo de investigaciones y publicaciones que impacten en el mejoramiento de la nutrición de la niñez.
- Premio Fundación Exito por la Nutrición Infantil: Reconoce e incentiva el trabajo de personas, comunidades, instituciones y administraciones públicas que contribuyen a mejorar la nutrición de los niños y de las madres gestantes y lactantes.

Campaña de Intercambio de Libros de Segunda

- En el 2008 la Fundación, en alianza con 11 Cajas de Compensación Familiar y 5 medios de comunicación, lideró la Campaña de Intercambio de Libros de Segunda, una iniciativa que busca aliviar los costos de la canasta escolar de las familias al inicio del año escolar. La Campaña tuvo 90.637 usuarios.
- A pesar de esto, es fuertemente criticado por muchos de sus proveedores, puesto que, muchas de las promociones que ofrece aparentemente el almacén, no son cubiertas por el, sino por los mismos.

5.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL

En el campo de la Responsabilidad Social, se realizaron importantes contribuciones como la introducción de la Bolsa Biodegradable en los almacenes Carulla de Bogotá, el convenio de intercambio de neveras durante la campaña “Cambia tu nevera, ahorras tú y gana el planeta” en alianza con el Ministerio de Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo y varias marcas fabricantes de electrodomésticos, con el fin de ayudar a reducir los efectos de emisión de gases a la capa de ozono. La Mega Prima fue la nueva promoción que se vivió desde el 25 de junio al 6 de julio en 114 almacenes EXITO y Ley del país.

5.2 PRACTICAS LABORALES

Programa de apoyo a la población reinsertada a través de procesos laborales y de formación en Almacenes Exito S.A.

5.2.1. Objetivo general de la experiencia

Apoyar los programas de atención social del Gobierno como el de Paz y Reconciliación brindando oportunidades de formación y empleo a personas que han sido afectadas por el conflicto, y las cuales no son aceptadas fácilmente por las empresas y la comunidad en general.

5.2.2. Antecedentes

Al reconocer la situación de confrontación que existe en el país, Almacenes Exito S.A., como primer empleador privado de Colombia, ha querido proponer alternativas concretas para contribuir a la reconciliación desde este ámbito empresarial. Por esta razón, luego de una invitación del Ministerio de Interior y Justicia se estudiaron las posibilidades que existían para apoyar el proceso de reinsertión a la población desmovilizada, Almacenes Exito S.A. encontró en el CONTRATO DE APRENDIZAJE una forma seria, responsable y efectiva de lograr mejores resultados a mediano y largo plazo, con un trabajo en red y un acompañamiento permanente a cada uno de los participantes.

La Oficina de Paz y Reconciliación de la Alcaldía de Medellín, la Alta Consejería para la Reinsertión, el Sena y Almacenes Exito S.A. consolidaron una red interdisciplinaria, cuyo objetivo es dar oportunidades laborales y de formación a un grupo de personas que muestran interés en reintegrarse a la vida civil.

5.2.3 Descripción

El programa dura entre un año y un año y medio (dependiendo de la especialidad) y está compuesto por dos fases, una etapa lectiva o de teoría y otra productiva o de práctica.

Así, desde el año 2006 la compañía trabaja brindando a los reinsertados oportunidades de **capacitación para el trabajo** a través del Sena, patrocinando entre otras, las siguientes especialidades: Auxiliar en Logística, Técnico en Auxiliar de Salud Pública, Atención Prehospitalaria y Operaciones Comerciales en Almacenes de Cadena. Durante el proceso de formación se les prepara, no sólo en la parte técnica, sino que se forman en competencias, técnicas, valores, principios y habilidades.

Luego del proceso de formación, Almacenes Exito S.A. ofrece **opciones laborales** a los estudiantes que cursaron especialidades afines a su quehacer por medio del contrato de aprendizaje. En este caso los Auxiliares de Logística

y los Técnicos en Operaciones Comerciales en Almacenes de Cadena y que realizan sus prácticas en los puntos de venta y centros de distribución de Almacenes Exito S.A.

Por su parte, los Auxiliares de Salud Pública y Atención Prehospitalaria, realizan sus prácticas en las entidades de salud del municipio de Medellín, pues son patrocinios que se le ceden a la Alcaldía, y que Almacenes Exito S.A. paga a cada uno de los jóvenes.

5.2.4. Acompañamiento

Para el desarrollo del **Programa de apoyo a la población reinsertada a través de procesos laborales y de formación en Almacenes Exito S.A.**, la compañía ha dispuesto de una persona y un área de Atención a la población vulnerable, que coordina y acompaña de forma permanente el proceso de capacitación en el Sena, y además, con el apoyo de los jefes, tutores y compañeros de los participantes, en los diferentes sitios de práctica se realiza un trabajo articulado para lograr el desarrollo y construcción de competencias técnicas y personales como actitudes, valores, principios y responsabilidades.

Este acompañamiento va más allá del ámbito estrictamente laboral. Por ejemplo, se realiza un trabajo con los participantes, de manera que puedan mejorar sus relaciones familiares, su presentación personal y vocabulario. También se les invita a participar en actividades deportivas, culturales y académicas, que les permitan ocupar su tiempo libre y así reintegrarse de manera más adecuada a la sociedad.

En el **Programa de apoyo a la población reinsertada a través de procesos laborales y de formación en Almacenes Exito S.A.** se han matriculado, hasta la fecha 135 **pers.onas**, **45** ya se han certificado. De los Auxiliares de Logística que obtuvieron su certificación, **17** están ya trabajando permanentemente en algunos almacenes o Centros de Distribución de Almacenes Exito S.A.

Expansión a otras ciudades y sostenibilidad

A finales de 2007 se comenzaron nuevos procesos de formación y se crearon dos nuevos grupos: en Medellín, uno de Atención Prehospitalaria con 15 integrantes; y otro en **operaciones Comerciales en Almacenes de Cadena, con 22 estudiantes. Actualmente estos últimos realizan sus prácticas en almacenes y sedes de la compañía**, en esta ciudad.

Dados los buenos resultados se atendió una nueva solicitud de la Alta Consejería para apoyar nuevas poblaciones en otras ciudades. Por lo anterior, en el segundo semestre de 2008 se inició en Bogotá, un nuevo grupo con 31 participantes que se están formando como Técnicos en Operaciones Comerciales en Almacenes de Cadena, bajo la figura de contrato de aprendizaje y al igual que en Medellín, se tiene programado que realicen su etapa práctica en las almacenes y centros de distribución de la compañía en esa ciudad.

5.2.5. Logros:

El Programa de apoyo a la población reinsertada a través de procesos laborales y de formación en Almacenes Exito S.A. ha tenido el siguiente impacto:

- 135 actores del conflicto nacional recibieron o están recibiendo formación y oportunidades de empleo.
- 45 personas reintegradas han obtenido su certificación y han aprobado con éxito el programa en su totalidad, lo que las habilita para el empleo.
- 17 personas de este grupo ya tienen empleo directo en Almacenes Exito S.A.
- Actualmente 68 desmovilizados adelantan sus procesos de formación en el Sena.
- El programa de apoyo a la población reinsertada a través de procesos laborales y de formación en Almacenes Exito S.A. ha permanecido por más de dos años ofreciendo continuidad al proceso.

5.2.6. Inversión:

Almacenes Éxito ha invertido más de \$948.390.000 en acompañamiento, uniformes, salones, salarios, salud, facilitadores, etc., para hacer realidad este proyecto.

5.2.7. Aprendizajes

- Almacenes Exito percibe cambios muy positivos en las actitudes y habilidades de las personas que hacen parte del **Programa de apoyo a la población reinsertada a través de procesos laborales y de formación en Almacenes Exito S.A.**
- Se vislumbraron hechos muy positivos en las actitudes y aptitudes de los estudiantes, que siempre se han mostrado muy agradecidos porque no se les cerraron las puertas, por el contrario, encontraron en Almacenes Exito la oportunidad para demostrar que pueden cambiar y ellos hacen parte activa del proceso de paz.
- Los integrantes del programa, no sólo ganaron en conocimiento, sino que también aprendieron en valores, lo que los fortaleció como personas.
- Un acompañamiento constante que estimule, apoye y exija, muestra resultados positivos.
- Trabajar con una red conformada por actores interdisciplinarios fortalece los procesos y les da dinamismo y confiabilidad.
- El contrato de aprendizaje se consolida como una opción para dar oportunidades y apoyo a personas que están ingresando (o reingresando) a la vida laboral.
- Para Almacenes Exito este proceso no es un tema publicitario. Hace parte de su política de responsabilidad social.

- Las personas reintegradas se esfuerzan por demostrar compromiso ante sus compañeros y jefes, además, manifiestan su deseo por conseguir un empleo adecuado a la formación recibida y que les permita vivir dignamente con sus familias.
- Las personas reintegradas que trabajan en la organización adquirieron hábitos de estudio y trabajo. Admiran y respetan a sus jefes, además cumplen el reglamento, las normas y sus compromisos.
- Las familias de estas personas manifiestan la tranquilidad y satisfacción por el cambio de vida que actualmente se evidencia en responsabilidad y mejores relaciones en general.

Gestión humana Almacenes Exito continúa siendo el principal generador privado de empleo del país ocupando más de cincuenta mil personas de manera directa e indirecta. El personal contratado directamente cuenta con una remuneración que supera los estándares del comercio en Colombia y además disfruta de beneficios exclusivos como el fondo de empleados y el fondo mutuo de inversión. Durante el año se hizo un esfuerzo importante que le permitiera a la compañía atender los retos de una integración operativa de dos compañías de tal magnitud, siendo respetuosos con la cultura y el conocimiento de todas las personas implicadas.

6. ¿CÓMO FUNCIONA EL TRABAJO DE LOS EMPACADORES?

Uno de los servicios que más les gusta a nuestros clientes es de los empacadores, jóvenes estudiantes que trabajan medio tiempo en nuestros almacenes.

Es necesario conocer el modelo de trabajo asociado para entender los beneficios que tienen los jóvenes empacadores.

Para el año 2001 el índice de desempleo urbano en Colombia alcanzó el 16,5%. De ese porcentaje la mayor parte le corresponde a la población juvenil en edad laboral, que por la situación social y económica del país no pueden acceder a la educación, y por su falta de preparación no llegan fácilmente al mercado laboral.

El proyecto de empacadores asociados le permite a cerca de 3.000 jóvenes colombianos acceder a un puesto de trabajo estable, que les garantiza ingresos suficientes y toda la seguridad social colombiana.

El esquema de trabajo de estos jóvenes se realiza a través de Precooperativas y Cooperativas de trabajo asociado, que prestan el servicio de empaque a las cadenas **EXITO, Ley y POMONA**. Estas cadenas les pagan a esas entidades

lo concerniente a la seguridad social de los jóvenes empacadores y les abre un espacio de trabajo que es retribuido por los aportes en propina que hacen los clientes, quienes valoran en alto grado el nivel de servicio y atención de los muchachos. Formación, créditos y acercamiento al mundo laboral.

Este proyecto ha sido exaltado por el Ministerio de Trabajo, quien ve en las Cooperativas y Precooperativas una excelente opción laboral para los jóvenes colombianos, que les permite combinar armoniosamente el estudio y el trabajo. Por su parte las cadenas admiten que los empaques una fortaleza en se Para ofrecer un mejor servicio, Éxito tiene un convenio con la cooperativa Nacer, cuyos socios están encargados de empaque los productos que adquieren los clientes. Es obligación del empaque contar el número de paquetes entregados, empaque los productos adecuadamente y/o como el comprador lo desee. También tiene outsourcing con agencias como Rayo que se encarga de la seguridad y la agencia Gente Estratégica cuyo personal debe surtir los pasillos, estar pendientes de los precios, cambiar etiquetas, orientar y asesorar al cliente, están ubicados en las diferentes áreas del almacén: PGC (Productos de Gran consumo), Textiles, Digital y entretenimiento.

7. Servicio y atención que es muy solicitada por los clientes.

Los empleados son estimulados con fiestas de integración en fechas especiales, hacen una forma de convocatoria para seleccionar al mejor empleado del mes. Esta se forja de la siguiente manera: primero se invita a los empleados a inscribirse de manera voluntaria en una cartelera, luego, por méritos se escoge al mejor y se le envía una carta de felicitación que se hace pública, se exhibe la foto en servicio al cliente y se hace un desayuno con el gerente, en donde se aprovecha para conocer de manera más personal al gerente.

Uno de los principios corporativos del almacén, es desarrollar al máximo el talento humano, por ello se permite a cierta cantidad de empleados la oportunidad de estudiar e inclusive se financia el estudio que realice siempre y cuando este tenga notas por encima de 4.6 semestral, la opción del ascenso es una gran oportunidad para los empleados, este se lleva a cabo por medio de una convocatoria, en la que puede participar una persona del común, de un almacén que tenga relación con el Éxito (uní centro, ley) o del mismo. Lo que se traduce en la promoción del crecimiento individual, la formación intelectual y la formación integral de las familias.

8-INDICADORES

	2008	2007
Mercancías para la venta	886,770	719,018
Inventarios en tránsito	30,827	21,731
Materiales, repuestos y accesorios	14,701	7,641
Provisión de inventarios	(19,279)	(16,422)
Total	913,019	731,968

TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	4,327,010	4,011,834
TOTAL ACTIVO	5,937,611	5,616,658
CUENTAS DE ORDEN DEUDORAS Y ACREEDORAS	5,440,864	4,926,830

NOTA 25

GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

A 31 de diciembre los gastos operacionales de administración y ventas correspondían a:

	2008			2007		
	Administración	Ventas	Total gastos operacionales	Administración	Ventas	Total gastos operacionales
Gastos de personal	73,519	400,271	473,790	71,841	390,812	462,653
Servicios	6,711	308,883	315,594	4,864	260,333	265,197
Depreciaciones	14,966	192,877	207,843	12,500	180,422	192,922
Diversos(*)	10,357	133,663	144,020	8,593	128,484	137,077
Arrendamientos	2,106	104,365	106,471	2,117	94,492	96,609
Impuestos	21,025	70,450	91,475	18,262	65,240	83,502
Amortizaciones	32,806	36,663	69,469	19,372	49,501	68,873
Mantenimiento y reparación	4,988	30,111	35,099	3,831	36,695	40,526
Seguros	3,004	18,415	21,419	2,740	10,880	13,620
Honorarios	8,878	1,680	10,558	7,292	1,984	9,276
Gastos de viaje	4,996	4,337	9,333	5,579	4,996	10,575
Adecuación e instalaciones	409	8,567	8,976	306	6,599	6,907
Gastos legales	343	2,362	2,705	482	2,527	3,009
Contribuciones y afiliaciones	678	501	1,179	567	1,264	1,831
Total	184,786	1,313,145	1,497,931	158,348	1,234,229	1,392,577

NOTA 14

PROVEEDORES

El saldo de proveedores al 31 de diciembre comprendía lo siguiente:

	2008	2007
Nacionales	861,149	775,395
Del exterior	43,140	30,209
Total	904,289	805,604

Efectos de la consolidación en los activos, pasivos, patrimonio y resultados de la matriz:

	Cifras antes de la consolidación		Cifras después de la consolidación	
	2008	2007	2008	2007
Total activos	5,937,611	5,616,658	6,208,356	6,149,356
Total pasivos	2,543,644	2,231,617	2,683,894	2,639,990
Interés minoritario			135,142	124,105
Total patrimonio	3,393,967	3,385,041	3,389,320	3,385,261
Total resultados	153,322	130,992	153,322	130,992

SOCIEDAD	ACTIVOS		PASIVOS		PATRIMONIO		RESULTADOS	
	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007
Almacenes Exito S.A.	5,937,611	5,616,658	2,543,644	2,231,617	3,393,967	3,385,041	153,322	130,992

TOTAL ACTIVO **6,208,356** | **6,149,356**

Estados financieros consolidados a junio 30 de 2009

Estado de resultados consolidado para el segundo trimestre de 2009

	Segundo trimestre 2009		Segundo trimestre 2008		% Var
	Millones de pesos	% ingresos operacionales	Millones de pesos	% ingresos operacionales	
Ingresos operacionales	1,648,344	100%	1,674,163	100.0%	-1.5%
Costo de ventas	-1,235,840	-75.0%	-1,259,682	-75.2%	-1.9%
Utilidad bruta	412,504	25.0%	414,481	24.8%	-0.5%
Gastos operacionales de administración y ventas	-365,814	-22.2%	-371,917	-22.2%	-1.6%
Utilidad operacional	46,690	2.8%	42,564	2.5%	9.7%
Ingresos financieros	11,162	0.7%	13,240	0.8%	-15.7%
Gastos financieros	-42,135	-2.6%	-43,653	-2.6%	-3.5%
Otros gastos e ingresos no operacionales	20,604	1.2%	14,336	0.9%	43.7%
Interés minoritario	-3,796	-0.2%	-1,338	-0.1%	N/A
Utilidad antes de impuestos	32,525	2.0%	25,149	1.5%	29.3%
Impuesto de renta	-7,283	-0.4%	443	0.0%	N/A
Utilidad neta	25,242	1.5%	25,592	1.5%	-1.4%
EBITDA	117,680	7.1%	111,743	6.7%	5.3%

Estado de resultados consolidado para el periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2009

	Acumulado a junio 30, 2009		Acumulado a junio 30, 2008		% Var
	Millones de pesos	% ingresos operacionales	Millones de pesos	% ingresos operacionales	
Ingresos operacionales	3,310,969	100.0%	3,395,473	100.0%	-2.5%
Costo de ventas	-2,512,480	-75.9%	-2,572,394	-75.8%	-2.3%
Utilidad bruta	798,489	24.1%	823,079	24.2%	-3.0%
Gastos operacionales administración y ventas	-725,281	-21.9%	-733,191	-21.6%	-1.1%
Utilidad operacional	73,208	2.2%	89,888	2.6%	-18.6%
Ingresos financieros	23,610	0.7%	27,387	0.8%	-13.8%
Gastos financieros	-84,809	-2.6%	-86,393	-2.5%	-1.8%
Otros gastos e ingresos no operacionales	42,153	1.3%	19,408	0.6%	117.2%
Interes minoritario	-9,295	-0.3%	-2,072	-0.1%	N/A
Utilidad antes de impuestos	44,867	1.4%	48,218	1.4%	-6.9%
Provisión para impuesto de renta	-17,576	-0.5%	-3,114	-0.1%	N/A
Utilidad neta	27,291	0.8%	45,104	1.3%	-39.5%
EBITDA	215,969	6.5%	226,231	6.7%	-4.5%

* EBITDA: representa la utilidad operacional más depreciaciones, amortizaciones y ajustes por inflación incluidos en el costo de ventas.

Balance general consolidado

Cifras en millones de pesos

	Junio 2009	Junio 2008	% Var
Activo	5,820,818	5,926,793	-1.8%
Activo corriente	1,518,782	1,571,282	-3.3%
Disponible	172,438	178,725	-3.5%
Inversiones negociables	282,282	177,333	59.2%
Inventarios	790,323	883,654	-10.6%
Otros	273,739	331,570	-17.4%
Activo no corriente	4,302,036	4,355,511	-1.2%
Pasivo	2,386,550	2,482,031	-3.8%
Pasivo corriente	1,599,471	1,248,486	28.1%
Obligaciones financiera corrientes	489,647	156,501	N/A
Proveedores	768,663	684,623	12.3%
Otros	341,161	407,362	-16.3%
Pasivo no corriente	787,079	1,233,545	-36.2%
Obligaciones financieras no corrientes	740,038	1,202,446	-38.5%
Otros	47,041	31,099	51.3%
Interés minoritario	136,596	124,899	9.4%
Patrimonio	3,297,672	3,319,863	-0.7%

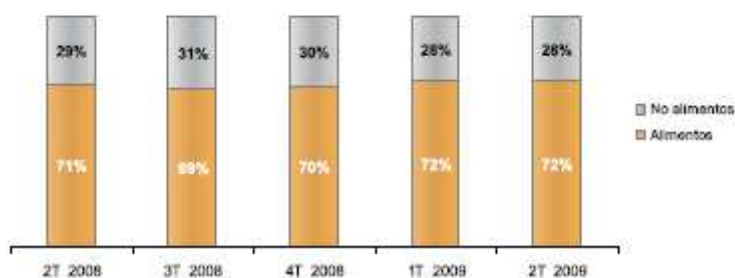


Nueva Estación de Servicio EXITO en Envigado, Antioquia

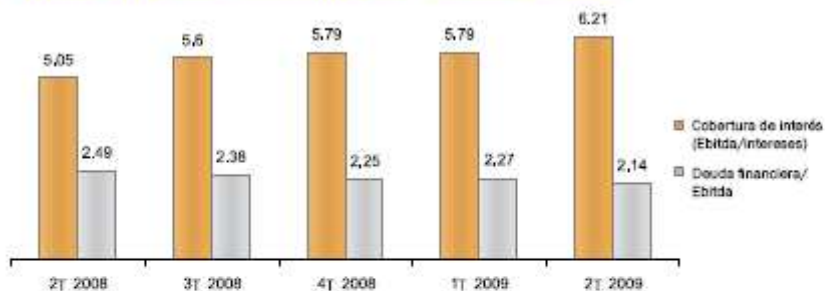
Crecimiento de ventas mismos metros

	2009	2008
Primer trimestre	-6.6%	3.0%
Segundo trimestre	-3.6%	1.1%
A junio 30	-5.2%	2.1%

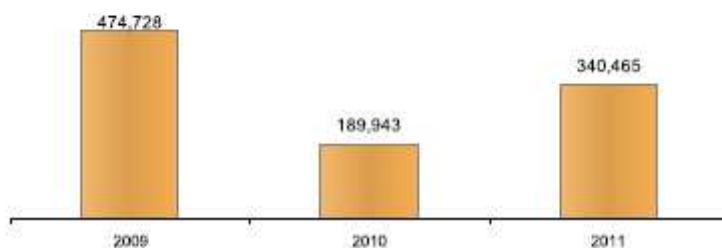
Evolución de la mezcla de ventas a junio 30 de 2009



Evolución de los indicadores de endeudamiento



Vencimientos de deuda 2009-2011 (en millones de pesos colombianos) (a junio 30 de 2009)



Almacenes Exito S.A. Estados financieros a junio 30 de 2009 *

Almacenes Exito Estado de resultados para el segundo trimestre de 2009

	Segundo trimestre 2009		Segundo trimestre 2008		% Var
	Millones de pesos	% ingresos operacionales	Millones de pesos	% ingresos operacionales	
Ingresos operacionales	1,646,022	100%	1,301,257	100.0%	26.5%
Costo de ventas	-1,238,725	-75.3%	-978,691	-75.2%	26.6%
Utilidad bruta	407,297	24.7%	322,566	24.8%	26.3%
Gastos operacionales de administración y ventas	-386,640	-23.5%	-294,713	-22.6%	31.2%
Utilidad operacional	20,657	1.3%	27,853	2.1%	-25.8%
Ingresos financieros	10,735	0.7%	10,365	0.8%	3.6%
Gastos financieros	-39,228	-2.4%	-35,405	-2.7%	10.8%
Otros gastos e ingresos no operacionales	33,077	2.0%	20,133	1.5%	64.3%
Utilidad antes de impuestos	25,241	1.5%	22,946	1.8%	10.0%
Impuesto de renta	0	0.0%	2,647	0.2%	-100.0%
Utilidad neta	25,241	1.5%	25,593	2.0%	-1.4%
EBITDA	81,973	5.0%	82,502	6.3%	-0.6%

Estado de resultados para el periodo de seis meses terminado en junio 30 de 2009

	Acumulado a junio 30, 2009		Acumulado a junio 30, 2008		% Var
	Millones de pesos	% ingresos operacionales	Millones de pesos	% ingresos operacionales	
Ingresos operacionales	3,305,115	100.0%	2,642,128	100.0%	25.1%
Costo de ventas	-2,516,908	-76.2%	-2,002,403	-75.8%	25.7%
Utilidad bruta	788,207	23.8%	639,725	24.2%	23.2%
Gastos operacionales de administración y ventas	-765,541	-23.2%	-575,782	-21.8%	33.0%
Utilidad operacional	22,666	0.7%	63,943	2.4%	-64.6%
Ingresos financieros	21,750	0.7%	23,497	0.9%	-7.4%
Gastos financieros	-77,188	-2.3%	-68,947	-2.6%	12.0%
Otros gastos e ingresos no operacionales	60,063	1.8%	26,611	1.0%	N/A
Utilidad antes de impuestos	27,291	0.8%	45,104	1.7%	-39.5%
Impuesto de renta	0	0.0%	0	0.0%	N/A
Utilidad neta	27,291	0.8%	45,104	1.7%	-39.5%
EBITDA	145,782	4.4%	171,073	6.5%	-14.8%

Almacenes Exito balance general

En millones de pesos colombianos

	Junio 2009	Junio 2008	% Var
Activo	5,689,846	5,438,616	4.6%
Activo corriente	1,473,906	1,329,186	10.9%
Disponible	170,741	143,432	19.0%
Inversiones negociables	281,309	176,096	59.7%
Inventarios	766,827	724,988	5.8%
Otros	255,029	284,670	-10.4%
Activo no corriente	4,215,940	4,109,430	2.6%
Pasivo	2,386,907	2,114,570	12.9%
Pasivo corriente	1,754,203	1,035,727	69.4%
Obligaciones financieras corrientes	489,643	67,252	N/A
Proveedores	797,506	590,642	35.0%
Otros	467,054	377,833	23.6%
Pasivo no corriente	632,704	1,078,843	-41.4%
Obligaciones financieras no corrientes	590,038	1,052,446	-43.9%
Otros	42,666	26,397	61.6%
Patrimonio	3,302,939	3,324,046	-0.6%

* Estos estados financieros representan únicamente a la compañía matriz Almacenes Exito S.A

BVC (Bolsa de Valores de Colombia): "EXITO y "SDEXITO09"

Programa ADR: "ALAXL"Medellín, Colombia – Julio 23 de 2009 – Almacenes Exito S.A. ("Exito" o "la Compañía"), la empresa de comercio al detal (*retail*) más grande en Colombia, anunció hoy sus resultados consolidados para el periodo terminado el 30 de junio de 2009.

Todas las cifras están expresadas en pesos colombianos (US\$1 = \$2,158.67 a junio 30 de 2009).

- Caja e inversiones negociables: alcanzaron la suma de \$454,720 millones comparadas con \$356,058 millones del año anterior. Esto representa un incremento de 27.7%.
- Capital de trabajo: alcanzó -\$45,762 millones, liberando cerca de \$169,000 millones, comparado con \$123,239 millones del mismo periodo del año anterior.
- Deuda financiera: disminuyó \$129,262 millones ó 9.5% para un total de \$1,229,685 millones.
- Ingresos operacionales: decrecieron 1.5% alcanzando la suma de \$1,648,344 millones en el segundo trimestre de 2009.
- Gastos de administración y ventas: disminuyeron 1.6% a \$365,814 millones.
- Utilidad operacional: aumentó 9.7% registrando \$46,690 millones. El margen operacional aumentó de 2.5% a 2.8% en el segundo trimestre de 2009.
- EBITDA: creció 5.3% para un total de \$117,680 millones. El margen EBITDA aumentó de 6.7% a 7.1%.
- Utilidad neta: decreció 1.4% con un valor de \$25,242 millones. El margen de utilidad neta fue de 1.5%.

Gobierno corporativo

Junta directiva 2008

HAKIM
AOUANI

Director de Desarrollo Corporativo y Holdings del Grupo Casino. Es graduado de la Escuela de Ingeniería SUPELEC en Telecomunicaciones y posee un título en administración de negocios de la HEC Business School.

SAMUEL
AZOUT PAPU

Cuenta con un B.S. en Economía de la Universidad Cornell y un MBA de la Universidad de Georgetown. Desde 1995 hasta 2006 se desempeñó como presidente de Carulla Vivero.

DAVID
BOJANINI
GARCÍA

Presidente de Suramericana de Inversiones S.A., se graduó como Ingeniero Industrial de la Universidad de los Andes y cuenta con un MBA de la Universidad de Michigan. Anteriormente ejerció como presidente del fondo de pensiones y cesantías Protección S.A. y como gerente general de Suramericana de Seguros.

FRANCIS
ANDRÉ
MAUGER

Es director de Operaciones en Latinoamérica del Grupo Casino. El señor Mauger asistió al École Hôtelière de Lausanne en Suiza.

ARMANDO
MONTENEGRO
TRUJILLO

Ingeniero Industrial de la Universidad Javeriana, con un Máster en Economía de la Universidad de Ohio y un Ph.D. en Economía de la Universidad de Nueva York. Se ha desempeñado como director de RC Corporate Consultants (miembro del Grupo Rothschild), presidente de ANIF, director del Departamento de Planeación Nacional y miembro alterno de la Junta de Discusión del Banco Mundial en Nueva York. Actualmente es ejecutivo de Ágora Corporate Consultants Ltda.

JAN HILJO
OZINGA

Es director de Expansión y Desarrollo Internacional del Grupo Casino, además fue el director de Expansión y Desarrollo Internacional del grupo ACCOR en Francia.

NICANOR
RESTREPO
SANTAMARÍA

Se graduó de la Escuela de Ingeniería y Minas de la Universidad Nacional. Fue ejecutivo de empresas como la Caja Agraria, Encoper, Celanese, Empresa Cadena de Frio, Coltejer y Corporación Financiera Nacional. Durante 16 años fue el presidente de Suramericana de Seguros y presidente del Grupo Empresarial Antioqueño (GEA), uno de los conglomerados empresariales líderes en Colombia.

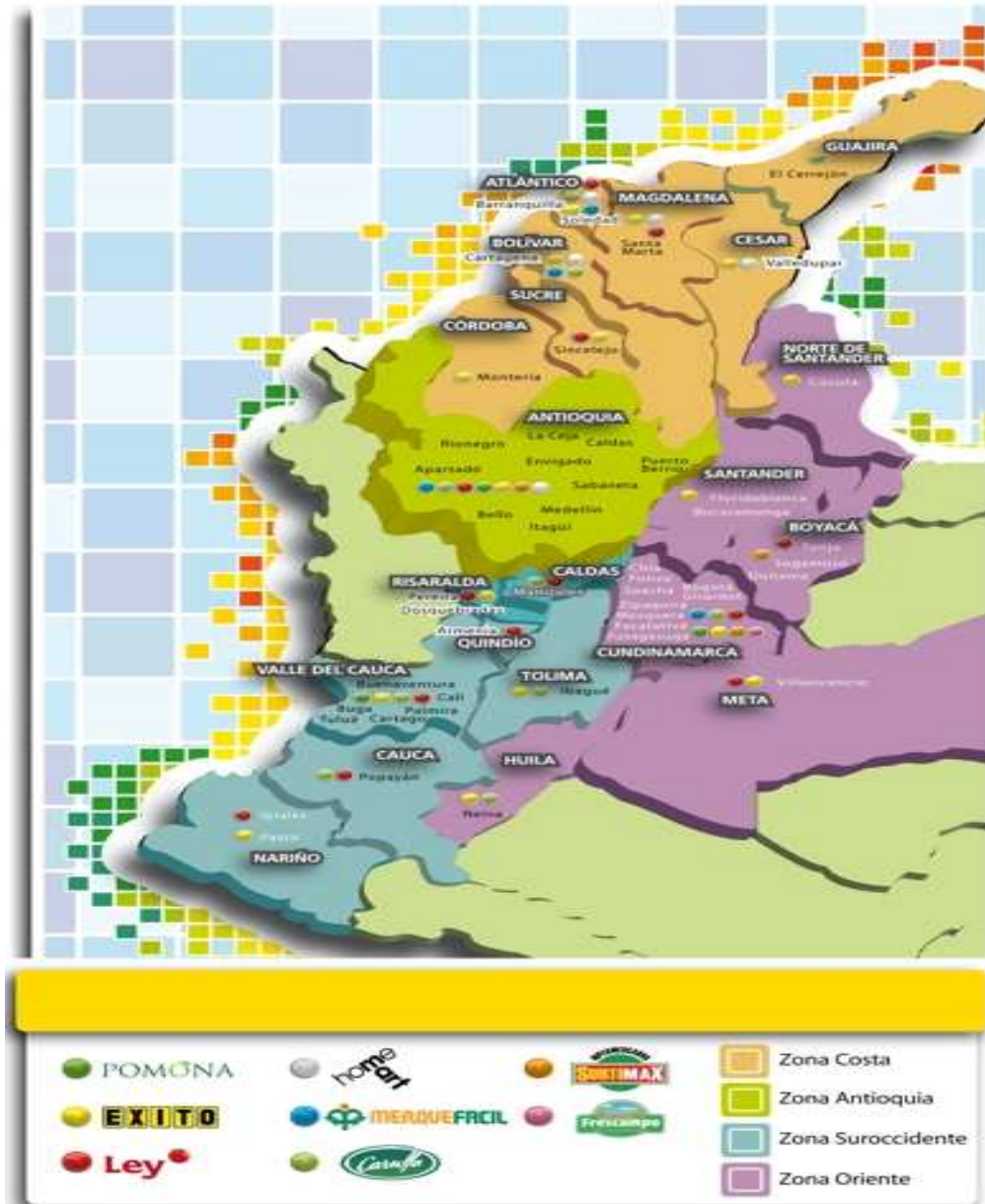
LUIS CARLOS
URIBE
JARAMILLO

Ocupó la presidencia de Productos Familia Sancela S.A., compañía colombiana con inversión sueca, líder en el diseño, innovación, producción y distribución de productos de higiene personal en Colombia.

GUILLERMO
VALENCIA
JARAMILLO

Actualmente se desempeña como presidente de Industrias El Cid, una de las compañías colombianas productoras de confecciones más grandes del país. Además, es presidente consejero para INEXMODA.

9. MAPA GEOGRAFICO DE LA CADENA DE ALMACENES



10-MODELO DE GESTIÓN ORIENTADA OBJETIVOS.



11-INTRODUCCION

La localidad de Tunjuelito a la cual pertenece nuestro nuevo punto de venta, representa una oportunidad importante para la compañía por el **potencial de ventas** y por la necesidad que los clientes han expresado de tener un EXITO en la localidad. Estará ubicado en el Comercial Ciudad Tunal Local 51, carrera 47 B sur No. 24 B – 33

Este almacén es el número 18 de marca en Bogotá y número 83 a nivel nacional. Punto de venta que tendrá un área de más de 4.700 metros cuadrados.

Queremos a partir de un modelo de gestión llegar de una manera contundente y respetuosa a hacer parte de algunas de sus necesidades .

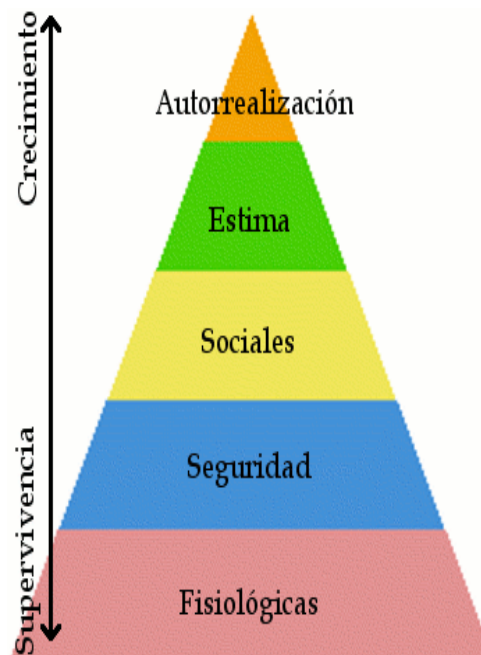
12. JUSTIFICACION

Este trabajo parte de la importancia del trabajo con la comunidad Mediante la utilización de teorías sobre comportamiento humano y los sistemas sociales, el trabajo social interviene en los puntos en los que las personas interactúan con su entorno. Los principios de los Derechos Humanos y la Justicia Social

Logrando crear un modelo de sostenibilidad alcanzando interactuar con la sociedad donde este ubicada y participar mas conjúntame te con sus miembros para el bien de la empresa y de la comunidad al igual velar por sus beneficios y satisfacción logrando así tener clientes satisfechos y convertirlos como apóstoles para identificar todas sus necesidades y lograr satisfacerla.

13. MARCO TEORICO

13.1 Maslow y su Teoría de las Necesidades Humanas



Maslow nos ofrece varias claves en el ámbito de la motivación. Si queremos motivar a las personas que tenemos a nuestro alrededor debemos buscar que necesidades tienen satisfechas e intentar facilitar la consecución del escalón inmediatamente superior

Una vez que nos sentimos seguros, la motivación de las necesidades buscan cubrir las necesidades sociales que todos tenemos. Estas necesidades sociales pueden ser de amor, pertenencia, amistad, comunicación, o vivir en comunidad.

Los seres humanos no somos islas, sino que necesitamos de interactuar y relacionarnos con alguien en algún momento

El Modelo de Gestión que trabajaremos es la teoría de Abraham Maslow, que trata sobre las necesidades del ser humano, estas logren jerarquizar de forma tal, que se van cubriendo desde aquellas orientadas hacia la supervivencia, hacia las que se orientan hacia el desarrollo, el resorte interior de una persona

esta constituido por una serie de necesidades en orden jerárquico que va desde la mas material a la mas espiritual.

En 1943 Maslow formuló su concepto de jerarquía de necesidades que influyen en el comportamiento humano. Maslow concibió esa jerarquía por el hecho de que el hombre es una criatura que demuestra sus necesidades en el transcurso de la vida. En medida en que el hombre las va satisfaciendo, otras mas elevadas toman el predominio del comportamiento.

Las necesidades que uno ha de satisfacer son según su importancia, las fisiológicas, las de seguridad, las sociales o de pertenencia, las de estima y finalmente las de autorrealización.

Las necesidades de seguridad, son aquellas en donde uno busca su propia seguridad y protección, es decir, lograr un estado de orden, estabilidad y seguridad.

Una vez que nos sentimos seguros, la motivación de las necesidades buscan cubrir las necesidades sociales que todos tenemos. Estas necesidades sociales pueden ser de amor, pertenencia, amistad, comunicación, o vivir en comunidad.

Lo vemos siempre, cuando alguien quiere ser parte de una empresa, o de una familia. Cuando alguien busca enamorarse o tener algún amigo cerca. Los seres humanos no somos islas, sino que necesitamos de interactuar y relacionarnos con alguien en algún momento. Existe gente que se siente sola, y eso las deprime. Es porque sienten dentro de ellas que no están logrando conectar con nadie, que no tienen a alguien alrededor. Salvo casos extremos donde sí existe alguien pero ellos no lo reconocen, el encontrar a la pareja ideal, una empresa que lo acoja, o a un amigo que los comprenda se vuelve la motivación principal de uno. Esta necesidad es imperiosa en uno, hasta el momento que la consigue. Una vez conseguida, el enfoque cambia totalmente y busca satisfacer el siguiente nivel de la escala.

Cuando ya hemos logrado ser estimados en nuestro trabajo, que nos reconocen por tal o cual cosa, empieza a surgir la necesidad de auto realizarnos. Aquí uno busca convertirse cada vez en alguien más de lo que es, y llegar a la meta de lo que cree ser capaz en el futuro.

Una vez lograda la autorrealización de los sueños que uno tiene, empieza también a surgir la necesidad de la trascendencia. Es decir, de crear algo que perdure más allá de uno. Que sus hijos o su familia pueda ver o contemplar algo que hayas dejado, incluso una vez que la persona haya fallecido. Puede ser construir algo como una casa, un edificio, quizás escribir un libro, etc.

Estas cinco necesidades: fisiológicas, de seguridad, sociales, estima, y autorrealización están siempre presentes, pero la importancia que se les asigna va creciendo a medida que se van solucionando las que se encuentran en el nivel anterior.

A partir de este modelo, uno puede comprender las necesidades de aquellos que lo rodean, y de esta manera enfocarse uno a tratar de satisfacer o complacer dichas necesidades, con el fin de cumplir las propias, o llegar a un buen acuerdo a través de la negociación

13.2 Teoría de la comunicación

La palabra comunicación proviene del latín “comunis” que significa “común”. De allí que comunicar, signifique transmitir ideas y pensamientos con el objetivo de ponerlos “en común” con otro. Esto supone la utilización de un código de comunicación compartido.

Si consideramos el concepto de comunicación desde un sentido amplio, nos referiremos a seres vivientes que se relacionan con su entorno, pero desde el lenguaje científico nos referiremos a seres relacionados entre sí y capaces de expresar procesos y situaciones interiores,

A medida que avanza la historia, el hombre desarrolla el alfabeto, de esta manera puede conservar el conocimiento a través de símbolos y significados compartidos. Esto es importante para el desarrollo del lenguaje escrito. Este hecho resulta fundamental para el desarrollo del lenguaje escrito.

Los primeros medios que surgen fueron la piedra, la madera y el papiro (en Egipto), incluso los mayas, fabricaban un material similar. La aparición de estos medios permite la preservación de la cultura aunque sólo una elite podría interpretar los significados. Sólo aquellos que pertenecían al ámbito administrativo, político y/o religioso. En este tipo de sociedad, la mayor parte de las personas no tenía acceso a los medios.

13.3 Teoría Z

Proporciona medios para dirigir a las personas de forma tal que el trabajo realizado en equipo sea más eficiente.

Lecciones básicas de la Teoría Z.

- Confianza en la gente
- Atención puesta en las sutilidades de las relaciones humanas
- Relaciones sociales estrechas

Guías de Acción que deben seguir las organizaciones para su desarrollo

Todo directivo debe comprender la organización Z y el papel que desempeña

Analizar la filosofía de su compañía

Definir la filosofía de dirección deseada e involucrar al líder de la compañía

Desarrollar habilidades para las relaciones humanas

Los directivos deben evaluar su rendimiento y los resultados del sistema

Involucrar a los trabajadores y a los representantes de éstos

Hacer que el empleo sea más estable

Tomar decisiones respecto a promociones, transferencias y despidos empleando un proceso lento de evaluación y promoción (enfoque largo plazo)

Ampliar los horizontes profesionales de los miembros de la organización

Prepararse para aplicar la teoría en el nivel inferior de jefatura

Buscar los lugares precisos dónde poner en práctica la participación

Permitir el desarrollo de relaciones integralitas.

Características de las empresas estudiadas por UCCI

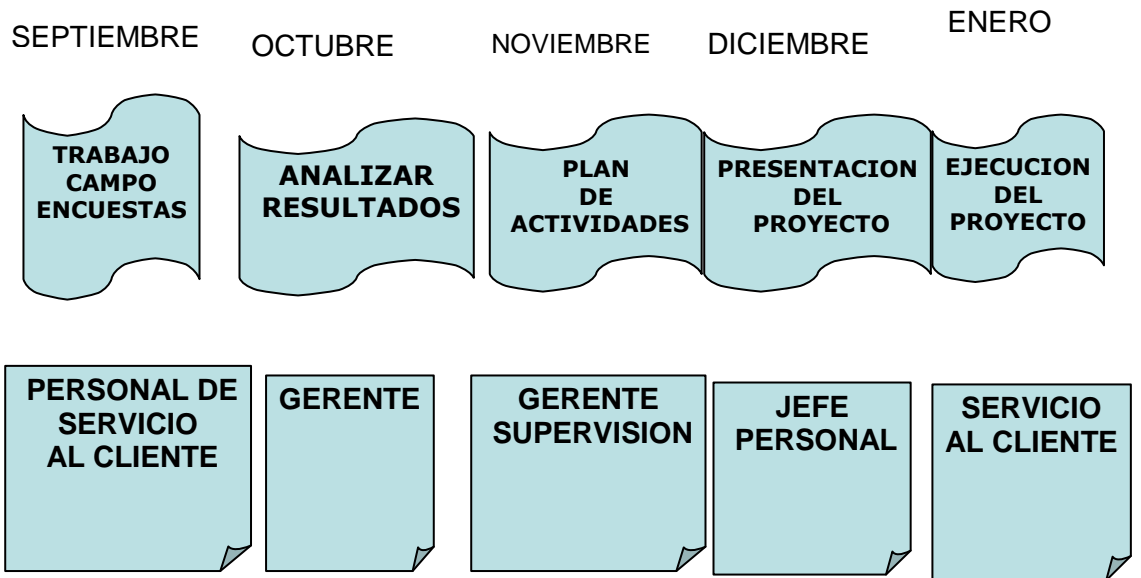
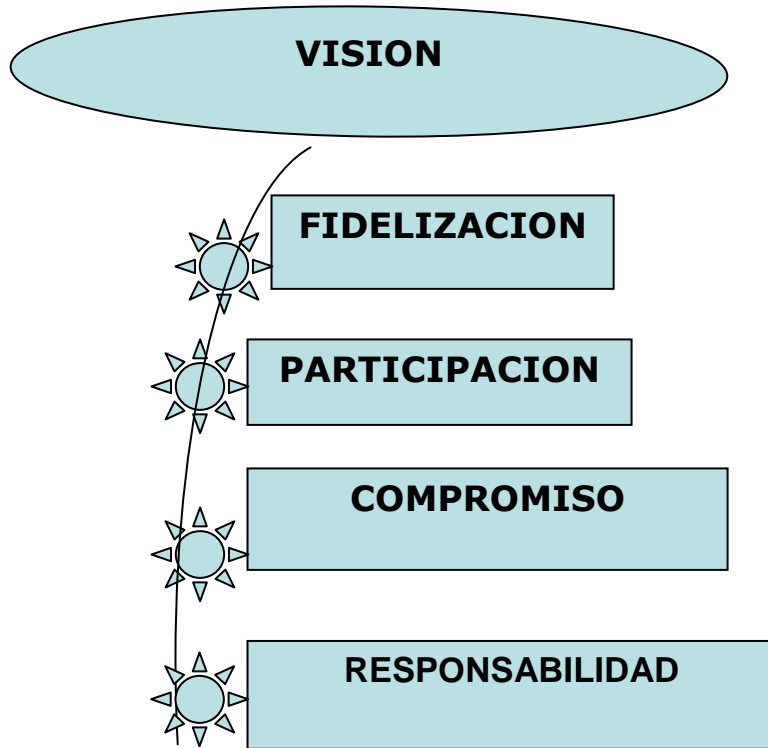
14. MARCO CONCEPTUAL

- **Responsabilidad:** capacidad para reconocer, aceptar y, en su caso, plantear respuestas a las consecuencias de un comportamiento realizado consciente y libremente.
- **Social:** cualidad de la persona como elemento integrante de un sistema social o colectivo de individuos
- **Corporación:** entidad de interés público, comúnmente asociada a un proyecto económico en particular la empresa.
- **Gobierno corporativo:** forma en que las empresas se organizan, son dirigidas y controladas.
- **Compromiso voluntario:** obligación contraída por voluntad propia, sin que intermedie imperativo de clase alguna
- **Organización:** conjunto de personas estable, institucionalizado y estructurado adecuadamente dotado de medios para alcanzar determinados fines
- **Sociedad:** agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida.
- **Medio ambiente:** entorno físico natural, incluidos el aire, el agua, la tierra, la flora, la fauna y los recursos no renovables, tales como los combustibles fósiles y los minerales.
- **Persona:** individuo de la especie humana.

- **Grupos de interés**, partes interesadas o stakeholders: grupos de personas o individuos afectados de una u otra forma por la existencia o acción de las organizaciones y con algún interés legítimo sobre las mismas.
- **La responsabilidad social corporativa** : es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes se interactúa.
- **Modelo de Gestión**: esquema o marco de referencia para poner en práctica conceptos teóricos al desarrollo de una organización.
- **Estrategia**: Es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.
- **Modelo**: Arquetipo o esquema teórico de una realidad compleja.
- **Concepto**: Es una unidad cognitiva de significado, una idea abstracta o mental que a veces se define como una "unidad de conocimiento".
- **Usabilidad**: es la eficacia, eficiencia y satisfacción con la que un producto permite alcanzar objetivos específicos a usuarios específicos en un contexto de uso específico"
- **Factibilidad**: Significa que puede ser hecho, que es posible llevarlo a cabo o que es realizable en la realidad y se espera que su resultado sea exitoso o satisfaga las necesidades.
- **Productividad**: es una medida relativa que mide la capacidad de un factor productivo para crear determinados bienes en una unidad de tiempo.
- **Gestión**: Conjunto de actividades de dirección y *administración* de una empresa.
- **Empresa**: Unidad de control y decisión que utiliza diferentes insumos para producir bienes o servicios
- **Stakeholders**:
- **Cadena de valor**: es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final descrito
- **Participación**: Parte que corresponde a una persona o grupo en la propiedad de una empresa, Una forma bastante frecuente de participación es la que ciertas empresas otorgan, voluntariamente o por ley, a sus empleado

15. PLAN DE TRABAJO PROPUESTO





16.. RESULTADOS

- Nos comprometemos con la sociedad, con el respecto a los Derechos Humanos y la mejora de las condiciones socio-económicas allí donde desarrollamos nuestra actividad
- Nos comprometemos con el medio ambiente, con una política de protección y respeto al entorno natural
- La formación y la recuperación personal, la inserción laboral, la mediación social para la salud
- Actividades didácticas con los niños de la comunidad sobre reciclaje y medio ambiente.
- Conocimiento de los productos Biodegradables.
- Campaña de reforestación en la localidad
- Limpieza de zonas verdes

17-INVERSION

50% FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA

Expositor: por 2 horas actividad sobre autoestima: \$ 250.000
Material evento con los niños: cartulina, pintura, colores: \$ 80.000
Material utilizado en al trabajo campo impresiones por valor de \$ 100.000
Lápiz \$ 1.000

El recurso humano hace parte del almacén. (El trabajo de campo se realizo dentro del horario laboral del personal que apoyo a la actividad)

50% PROVEEDORES

Aportan los refrigerios para las diferentes actividades que se realizaran con la comunidad

17.1 COSTOS PARA IMPLEMENTACION DEL MODELO

Tiempo empleado para el modelo

Johanna cubillos 60 horas a 4500 \$ 270.000

Internet 30 horas = 36.000

Transporte = 9600

Luz = 12.000

Alimentación 30.000

Lucila Sepúlveda 60 horas a 4500 \$ = 270.000

Internet 35 horas = 42.000

Trasporte = 9600

Luz=12.000

Alimentación 30.000

Total costos = 781200

18. CONCLUSIONES

Este trabajo permitió dar a conocer la organización como tal almacenando Éxito identificando las falencias en sus stakeholders como influencia en la comunidad Logrando dar alternativas de solución, investigando cual modelo de gestión se identifica mas con sus stakeholders y como podemos hallar la manera de implementar un modelo de sostenibilidad ante la empresa interactuando con la Responsabilidad Social de la misma hacia la comunidad.

Se trabajo con el modelo de gestión de Maslow el cual nos ofrece varias claves en el ámbito de la motivación. Si queremos motivar a las personas que tenemos a nuestro alrededor debemos buscar que necesidades tienen satisfechas e intentar facilitar la consecución del escalón inmediatamente superior, las necesidades de seguridad, son aquellas en donde uno busca su propia seguridad y protección, es decir, lograr un estado de orden, estabilidad y seguridad.

Una vez que nos sentimos seguros, la motivación de las necesidades buscan cubrir las necesidades sociales que todos tenemos. Estas necesidades sociales pueden ser de amor, pertenencia, amistad, comunicación, o vivir en comunidad.

Si consideramos el concepto de comunicación desde un sentido amplio, nos referiremos a seres vivientes que se relacionan con su entorno, pero desde el lenguaje científico nos referiremos a seres relacionados entre sí y capaces de expresar procesos y situaciones interiores,

A medida que avanza la historia, el hombre desarrolla el alfabeto, de esta manera puede conservar el conocimiento a través de símbolos y significados compartidos. Esto es importante para el desarrollo del lenguaje escrito. Este hecho resulta fundamental para el desarrollo del lenguaje escrito.

Al igual se identifica como la RSE es de gran ayuda a la hora de identificar falencias logrando así el compromiso desde el bienestar de las necesidades del medio ambiente, de la sociedad y de los trabajadores, con una intensidad similar ala generación de valor para los propietarios, que se refleja tanto en las estrategias, como en las acciones de la empresa, en cuya construcción participan activamente mediante el diálogo, todos los grupos de interés, en un escenario de justicia y responsabilidad.

Fue de gran ayuda este trabajo ya que nos permite reconocer falencias de la empresa y interactuar con ellas logrando un bienestar tanto para la comunidad como para la empresa.

19. BIBLIOGRAFIA

- Abrahán Maslow. TEORIAS DE LA MOTIVACIÓN. (Carlos López)
- Bienvenidos al sitio corporativo de Almacenes EXITO S_A_archivos
- Gerencia estratégica responsable. SESION
- intraremington.remington.edu.co/admon/und3tz.htm
- Revista al detalle
- www.eempleo.com/sitios_empresariales/exito/trabajar.asp
- www1.minambiente.gov.co/noticias_home...exito/convenio_exito.htm
- www.observatoriodereintegracion.org
- www.wikipedia.com

MODELO DE GESTION	
NOMBRE DE LA EMPRESA ALMACENES ÉXITO S.A.	NÚMERO DE EMPLEADOS (219 EXITO TUNAL)
ENFOQUE DE LA RSE COMUNIDAD	
PARTE INTERESADA ÉXITO TUNAL	QUÉ ASPECTO TRABAJAR STAKEHOLDERS DE LA COMUNIDAD
ACCIONISTAS, SOCIOS O PROPIETARIOS	
EMPLEADOS	
CLIENTES, CONSUMIDORES, USUARIOS	
PROVEEDORES	
DISTRIBUIDORES	
COMUNIDAD LOCAL	X
SOCIEDAD EN GENERAL	
ESTADO	
MEDIO AMBIENTE	X

FICHA 2

RUTAS DE ACCION PRIORIZADA					
NOMBRE DE LA EMPRESA	ALMACENES ÉXITO S.A.			NUMERO DE EMPLEADO	
				219	
ENFOQUE DE LA RSP	Compromiso con la satisfacción de las necesidades del medio ambiente y la sociedad				
RESPONSABLE DE LA ESTRATEGIA /INICIATIVA	JOHANNA CUBILLOS C.C 52.229.005 LUCILA SEPULVEDA C.C. 52.131.770				
¿QUIÉN? POBLACIÓN OBJETIVO	BARRIO TUNAL Y SUS ALREDEDORES				
¿QUÉ? DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA	COMO			¿Cuándo? ¿Cronograma	
	ACTIVIDADES	METAS	INDICADORES	FECHA INICIO	FECHA Y SEGUIMIENTO FRECUENCIA
Trabajar y participar con la comunidad de almacenes exito en las discusiones y problemas comunitarios ofreciendo soluciones, realizar tareas en beneficio de la comunidad respecto a problemas y necesidades sociales, participando para su mejoramiento continuo.	Trabajo de campo Donde identificaremos lo que busca o necesita la comunidad por medio de encuestas aleatorias a nuestros Clientes frecuentes y las quejas o reclamos que a diario depositan en los buzones de sugerencia	<ul style="list-style-type: none"> Fidelización de clientes Mejor y mayor servicio a la Comunidad Trabajo por el medio ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> limpieza de zonas verdes charlas y capacitaciones sobre auto estima y responsabilidad SOCIAL actividades didácticas con los niños de la comunidad sobre reciclaje y medio ambiente conocimiento de producto campana de reforestación en la localidad 	1 de septiembre	LOS 15 DE CADA MES

