



**Carrefour**

CARREFOUR ARGENTINA

# **Comunicación sobre el Progreso 2013**

## **Informe**

**[www.carrefoursustentable.com](http://www.carrefoursustentable.com)**

Indicadores Clave de Carrefour	2010	2011	2012	2013
<b>Desarrollo económico y comercial</b>				
<b>Territorialidad y tiendas</b>				
Provincias en las que estamos presentes	22	22	22	22
Cantidad de tiendas	210	253	439	520
Aperturas	20	43	185	88
Centros de Distribución	4	4	4	4
Formatos	4	5	5	5
Cuota de Mercado	21,1%	19,8%	19,3%	22,7%
<b>Información financiera</b>				
Facturación	14.135	17.065	21.094	26.6
Cantidad de tickets de venta	125,6	126,7	138,1	158
Venta Neta ( sin tasa)	11.367,0	13.717,4	17.003,9	22,356
Inversión (en millones de pesos)	206,4	366,72	488.6	885
<b>Proveedores</b>				
Proveedores activos	4.000	4.230	4435	4435
Cantidad de proveedores locales	3880	4153	4375	4370
Porcentaje de proveedores locales	97%	98%	99%	99%
Pago a proveedores ( en mil millones de pesos)	11,30	14,89	18,93	24,1
Auditorias de Calidad a proveedores de Marca Propia	206	273	229	220
Auditorias Sociales a Proveedores de Marca Propia	30	74	197	133
Cantidad de proveedores de Marca Propia que completaron la herramienta de Autodiagnóstico en Desarrollo Sostenible en un 100% (1)	-	100	235	210
<b>Desempeño Social</b>				
<b>Prácticas laborales</b>				
Colaboradores	18.919	18.059	19.095	20.117
Diversidad de género (% hombres vs mujeres)	(54%, 46%)	(54%, 46%)	(54%,46%)	(54%,46%)
Cumplimiento evaluación de desempeño para colaboradores fuera de convenio	96%	97%	96%	92%
Porcentaje de mujeres en cargos gerenciales	8,4%	10,7%	12,2%	13,5%
Horas de capacitación	175.671	65.051	73.156	76.946
Tasa de promoción interna	98%	98%	95%	92%
<b>Participación activa en la comunidad</b>				
Inversión Fundación Carrefour (en pesos)	242.416,89	143.796,5	969.711,4	641.226
Inversión Carrefour (en millones de pesos)	1,5	3,5	7.0	8.5
Acciones de voluntariado corporativo	250	1.000	1500	1800
Embajadores de Sumando	220	240	250	250

Voluntades				
<b>Desempeño ambiental</b>				
Reducción del uso de bolsas plásticas(2)	5%	5%	5, 1%	
Cantidad de bolsas reutilizables entregadas	792.043	969.269	967.968	1.600.000
Consumo de gas ( en m3 )	8.545.457	6.928.634	5.727.434	5.451.088
Consumo de agua ( en m3)	1.966.659	1.987.815	1.936.700	
Consumo de energía ( en mwh)	358.731	350.966	341.117	311.137
Cantidad de viajes de camiones a través del sistema de Backhauling (3)	707	811	661	691
Reciclado de aceite vegetal (en litros)	2.470	11.305	15.070	18360
Reciclado de aceite animal (en kilos)	2.700	17.225	12.800	14050

## Sobre el Grupo Carrefour y el Gobierno Corporativo

### 1.1. Sobre el Grupo Carrefour

## EL SUEÑO.

Todos compartimos el sueño de hacer de Carrefour una empresa reconocida y querida por ayudar a sus clientes y consumidores a disfrutar de una mejor calidad de vida, cada día. Este sueño se apoya en 10 convicciones, que expresan y fundamentan todo lo que creemos intensamente necesario para ejercer nuestras acciones diarias, en la relación con todos nuestros grupos de interés.

## Carrefour en el mundo en números

Nº1 en Europa  
Nº2 en el mundo  
Presente en 33 países  
364.969 de colaboradores en todo el mundo  
+ 9.990 tiendas  
Más de 25.000 proveedores.



## Carrefour Argentina

## 31 años de compromiso y confianza en la Argentina

520 tiendas a nivel nacional  
22 provincias, somos la cadena más federal  
5 formatos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes  
885 millones de pesos invertidos en 2013  
26.6 millones de pesos facturados durante 2013  
20.117 colaboradores en todo el país.



**Nuevas tiendas 2012:88**

**Total de tiendas: 27 HIPERMERCADOS; 47 MINI HIPERMERCADOS ; 128 MARKET; 315 EXPRESS, 3 MAXI CARREFOUR**

Nuestras **CONVICCIONES** se rigen por tres valores: **COMPROMETIDOS, ATENTOS Y POSITIVOS**. Estos tres valores nos unen a nuestros clientes y consumidores y reflejan nuestra personalidad.

1. Los clientes y consumidores están en el centro de todo lo que hacemos.
2. Encantar a nuestros clientes y consumidores con productos excelentes y con servicios atractivos, de calidad Carrefour.
3. Nuestro valor agregado se construye con precios competitivos y una imagen de precio positiva.
4. Hacer compras en Carrefour es sinónimo de simplicidad, placer y de excelente relación calidad-precio.
5. Apostamos a ser una cadena multiformato, para satisfacer las necesidades de cada tipo de cliente.
6. Trabajamos para que Carrefour siga siendo el comercio preferido por nuestros clientes.
7. Aspiramos a ser líderes de todos los mercados en los que estamos presentes. Estar siempre un cuarto de hora adelante.
8. Motivar e inspirar a los hombres y mujeres de Carrefour para que den lo mejor de ellos mismos. Colaboradores felices hacen clientes felices.
9. Desarrollar relaciones privilegiadas con nuestros principales proveedores y grupos de interés, basadas en un éxito mutuo y duradero.
10. Un desarrollo sustentable para todos.

## **1.2 Introducción del Gobierno de Carrefour**

### **Carta del Presidente**

Nuestra visión de una empresa responsable es aquella que contribuye a su éxito al actuar con sentido común para generar valor para los grupos de interés: los clientes, las comunidades, los vecinos, colaboradores, inversionistas y la sociedad en general.

En Carrefour desarrollamos la Política de Sustentabilidad que da prueba de la prioridad que constituye la sustentabilidad para la Compañía. Conscientes del reto que supone para nuestro éxito a largo plazo, no hemos tardado en convertirlo en uno de los ejes claves de nuestra estrategia de negocio.

Nuestra Política de Sustentabilidad se articula alrededor del compromiso en tres áreas de trabajo: proponer una oferta responsable y asequible, actuar como distribuidor responsable y movilizar mujeres y hombres de Carrefour. Esta Política, incorporada en el más alto nivel de Grupo Carrefour, alcanza a todos los colaboradores gracias a una organización que atiende a todas las líneas de negocio y todos los puestos de trabajo.

Para asegurar que la visión de sustentabilidad genera beneficios tangibles para los grupos de interés, en 2013 se continuó llevando a cabo implementando el Plan Trienal de Sustentabilidad (2011/2013) compuesto por ejes estratégicos, compromisos corporativos y prioridades, que constituye nuestro plan de acción con metas a corto plazo. Dichos objetivos son parte de una visión de largo plazo definidas por la Dirección General en su nivel más alto. De esta manera, las acciones a corto plazo y la visión a largo plazo se complementan entre sí.

En 2014, continuaremos con estos esfuerzos para hacer de Carrefour el comercio que hace una diferencia positiva cada día, tanto a través de nuestras tiendas, productos y servicios, como en la forma en que llevamos a cabo el negocio y mantenemos nuestros compromisos con respecto a la alimentación saludable, los derechos humanos en el lugar de trabajo y el respeto por el medio ambiente.

Los invitamos a leer nuestra quinta Comunicación Para el Progreso, que demuestra nuestro continuo apoyo con los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.



Daniel Fernández  
Presidente de Carrefour Argentina

## Gobernanza

El máximo órgano de gobierno del Grupo Carrefour es el Directorio quien establece las políticas y estrategias globales para su implementación a través de los Comités Ejecutivos de cada país. Aquí en Argentina, el "COMEX" o Comité Ejecutivo es el órgano máximo de gobierno de la empresa y quien establece el compromiso con la estrategia de desarrollo sustentable del Grupo y quien define la implementación de lineamientos globales o de procesos locales de sustentabilidad.

Los miembros del COMEX se reúnen semanalmente para abordar las cuestiones estratégicas del negocio. Entre ellos, el del desarrollo sustentable. De esta manera la gobernanza de la empresa se hace responsable de los impactos y decisiones que asume para integrar la responsabilidad social en toda la organización y sus relaciones, y determina las aprobaciones necesarias para la puesta en prácticas de los lineamientos de sustentabilidad.

Durante el 2013 algunos de los temas de sustentabilidad tratados en estas reuniones fueron: Plan Trienal de Sustentabilidad, Plan Anti Derroche, reducción del consumo energético, promoción del desarrollo sustentable a proveedores de Marca Propia a través de la Herramienta de Autodiagnostico, presentación y resultados del Reporte de Sustentabilidad 2012,, Carta Social y Ética para Proveedores, Disminución del uso de bolsas plásticas, Voluntariado Corporativo, Diversidad de Genero.

El Comité Ejecutivo mantiene comunicación permanente con el Directorio del Grupo Carrefour en Francia. Con sus colaboradores locales, se comunica de diversas formas, entre ellas, un sistema de resúmenes semanales en donde se presentan resultados y novedades sobre la gestión de las distintas áreas del negocio, como así también reuniones semanales con las diferentes áreas.

La retribución de los miembros del Comité Ejecutivo y de otros altos directivos como Directores Senior, Directores y Gerentes está compuesta por un monto fijo y otro variable de acuerdo al cumplimiento de los objetivos estratégicos fijados para cada uno de ellos, los cuales incluyen las metas establecidas en el Plan Trienal de desarrollo sustentable. De esta manera nuestros directivos son evaluados en su desempeño tanto por objetivos económicos, como en los objetivos de sustentabilidad de la Compañía.

Desde el Comité Ejecutivo funciona el Gobierno de Sustentabilidad de Carrefour en Argentina, con la Dirección de Asuntos Corporativos como garante y coordinadora del proceso para la integración transversal de la sustentabilidad en cada área de la empresa.

A su vez, el Comité de Sustentabilidad, funciona como órgano operativo para la puesta en marcha de las determinaciones que toma el máximo órgano de gobierno. Este Comité, creado en 2010, está integrado por las áreas de: Seguridad e Higiene, Abastecimiento, Marketing, Mantenimiento, Expansión, Legales, Recursos Humanos, Logística, Mercaderías, Operaciones, Finanzas, y Control de Calidad. El área coordinadora es la Dirección de Comunicaciones y RSC, perteneciente a la Dirección de Asuntos Corporativos.

Funciones del **Comité Ejecutivo (COMEX)**, como máximo órgano de Gobierno de Sustentabilidad:

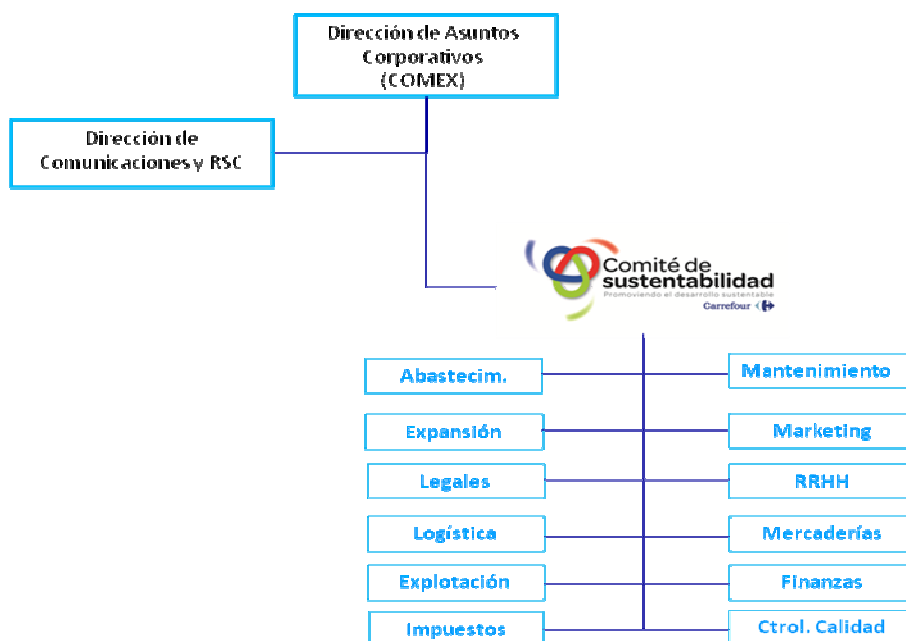
- Está comprometido e impulsa la gestión de un negocio sustentable con alto rendimiento económico, integrando en la estrategia objetivos de progreso económico, social y medioambiental.
- Aprueba el Plan de Sustentabilidad (Plan Trienal 2011/2013) la ejecución y la evolución del mismo
- Compromete recursos necesarios para la gestión de la estrategia de sustentabilidad del Grupo en Argentina.
- Participa activamente del proceso de elaboración del Reporte de Sustentabilidad.
- Se informa y participa sobre las actividades, programas y/o acciones que se llevan a cabo en pos de promover el desarrollo sustentable en todos los sectores de la Compañía.
- Asume el compromiso de gestión responsable con los Grupos de Interés.

El **Comité de Sustentabilidad** tiene como funciones:

- Fomentar la cultura organizacional comprometida con la sustentabilidad.
- Participar en la implementación del Plan Trienal (Plan de Sustentabilidad)
- Proponer políticas y prácticas en cada una de las áreas de la compañía buscando la mejora continua en materia de responsabilidad social y sustentabilidad.
- Analizar los indicadores de desempeño, KPI's (económico, social y ambiental) y proponer acciones de mejora.
- Identificar riesgos y oportunidades medioambientales, sociales y económicas.
- Impulsar en sus áreas los objetivos de sustentabilidad planteados.
- Participar en el proceso de identificación de temas relevantes y contenidos del Reporte de Sustentabilidad.

A su vez, como **área coordinadora de la gestión de sustentabilidad**, la Dirección de Comunicaciones y RSC:

- Asegura la implementación de la estrategia de sustentabilidad delineada en el Plan Trienal alineada al Grupo, y que sea transversal en toda la compañía.
- Asegura los recursos necesarios que permitan la planificación, gestión y coordinación de los compromisos que se asuman con los grupos de interés en la estrategia de sustentabilidad.
- Mantiene informado al Comité Ejecutivo sobre los avances del Plan de Sustentabilidad.



### El Gerente de Sustentabilidad y RSE

Gestiona la planificación, organización, administración de recursos, implementación y medición de resultados de la estrategia de sustentabilidad del Grupo en Argentina.

- Impulsa la gestión de sustentabilidad local a las mejores prácticas y lineamientos del Grupo Carrefour
- Coordina la gestión transversal de sustentabilidad a través de la participación de todas las áreas de la Compañía (Comité de Sustentabilidad).
- Desarrolla los planes necesarios para dar aplicación a la estrategia de sustentabilidad y lineamientos del Grupo Carrefour.
- Baza la gestión de sustentabilidad en estándares internacionales que aseguren la sistematización de la gestión de sustentabilidad y la inclusión de los grupos de interés en el mismo.
- Promueve el diálogo de Carrefour para escuchar las expectativas de los grupos de interés para incorporar su visión y sugerencias que agreguen valor a la gestión de sustentabilidad de la compañía.
- Promueve la concientización en sustentabilidad en el público interno.
- Comparte espacios en común de reflexión y mejores prácticas con pares de la RSE y Sustentabilidad en Argentina.

- Elabora el Reporte de Sustentabilidad de la compañía como proceso de gestión y de rendición de cuentas a los grupos de interés, asegurando la mejora continua y la sistematización y medición de sus resultados.

### Carrefour Argentina y la Sustentabilidad en el tiempo.





## El compromiso de Carrefour con la sustentabilidad, enmarcado en principios universales

Iniciativa	Características	Compromiso Carrefour
<b>Pacto Mundial de Naciones Unidas</b> <a href="http://www.pactogloba.org.ar">www.pactogloba.org.ar</a>	Es una iniciativa de Naciones Unidas, que busca comprometer a las organizaciones al cumplimiento y promoción de sus diez principios de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.	Desde el año 2001 el Grupo Carrefour a nivel mundial se adhirió a esta iniciativa, y desde el año 2009 lo hizo en Argentina.
<b>Principios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)</b> <a href="http://www.ilo.org/declaration/lang-es/index.htm">www.ilo.org/declaration/lang-es/index.htm</a>	Estos principios figuran en la declaración de 1998 de la Organización Internacional del Trabajo, relativos a los derechos fundamentales en el trabajo, ayudan principalmente a la libertad sindical y al reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva, la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso, la abolición efectiva del trabajo infantil y la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.	En 2001, el Grupo suscribió un Memorando de Entendimiento con la Unión Network International (UNI), comprometiéndose a velar por la aplicación de los principios de la OIT en todos los países donde esté presente.
<b>Declaración Universal de los Derechos Humanos</b> <a href="http://www.un.org/es/documents/udhr">www.un.org/es/documents/udhr</a>	Constituye el principal texto internacional que afirma los derechos inalienables e inviolables de todas las personas en el ámbito civil, político, económico, social y cultural.	El Grupo es miembro fundador del GSCP (Programa Mundial de Cumplimiento Social), para armonizar las normas y herramientas existentes en materia de responsabilidad social en la cadena de suministro entre distribuidores y fabricantes internacionales.
<b>Federación Internacional para los Derechos Humanos (FIDH)</b> <a href="http://www.fidh.org">www.fidh.org</a>	La Federación busca incentivar el respeto de las organizaciones a sus proveedores de los derechos fundamentales establecidos por la OIT.	Desde el año 1997 el Grupo Carrefour mantiene un acuerdo de cooperación con la Federación.
<b>Global Reporting Initiative (GRI)</b> <a href="http://www.globalreporting.org">www.globalreporting.org</a>	Marco de referencia a nivel internacional para ayudar a las organizaciones a desarrollar reportes de sustentabilidad. Contribuye a que las organizaciones y sus grupos de interés evalúen el desempeño de sus actividades en términos de desarrollo económico, social, ambiental.	Desde el año 2009 Carrefour Argentina se basa en estos lineamientos para la elaboración de sus reportes de sustentabilidad, habiendo aplicado en este Reporte la Guía en su versión G3.1 y alcanzando el nivel de aplicación B.
<b>AA1000 (AccountAbility)</b> <a href="http://www.accountability.org">www.accountability.org</a>	La serie AA1000 es un conjunto de estándares basados en principios que ayudan a las organizaciones a rendir cuentas, ser más responsables y sustentables. Fueron desarrollados por AccountAbility- una organización internacional basada en el Reino Unido que promueve soluciones innovadoras para los desafíos de la responsabilidad corporativa y el desarrollo sostenible.	Desde el año 2009 Carrefour Argentina se basa en estos lineamientos para la elaboración de sus reportes de sustentabilidad, habiendo aplicado en este Reporte la Guía en su versión G3.1 y alcanzando el nivel de aplicación B.

Iniciativa	Características	Compromiso Carrefour
<p><b>ISO 26000</b> www.iso.org</p>	<p>Promueve, bajo principios y recomendaciones, la adopción de criterios de responsabilidad social basada en 7 materias fundamentales (gobernanza, prácticas justas de operación, derechos humanos, asuntos de consumidores, prácticas laborales, participación activa y desarrollo de la comunidad, medioambiente).</p>	<p>En 2010 el Grupo realizó un diagnóstico de las responsabilidades de Carrefour sobre la base de las siete materias fundamentales, a partir del cual se está trabajando para desarrollar una visión de negocio global. Los problemas y desafíos son variados: las condiciones sociales y ambientales de la producción, las relaciones con los proveedores, la reducción del impacto ambiental, las condiciones de trabajo, incluyendo la compensación equitativa y motivadora, la promoción del consumo responsable; la promoción de empleo local, y la integración en la comunidad local. Desde el año 2011, en Carrefour Argentina hemos iniciado el camino de adoptar estos principios y recomendaciones en nuestra gestión de la sustentabilidad.</p>
<p><b>Líneas Directrices de la OCDE</b> mneguidelines.oecd.org/</p>	<p>Las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) tienen como objetivo ayudar a las empresas internacionales a actuar conforme a las políticas gubernamentales y las expectativas de la sociedad. Abarcan todos los grandes ámbitos de la ética empresarial: derechos humanos, empleo y relaciones con los agentes sociales, medio ambiente, divulgación de datos, lucha contra la corrupción, intereses de los consumidores, ciencia y tecnología, competencia y fiscalidad.</p>	<p>El Grupo incluye las Directrices de la OCDE en su Código de Conducta Profesional dirigido a todos los colaboradores de Carrefour a nivel mundial. Entre los principales aportes realizados por nuestra Compañía en Argentina, se encuentra el desarrollo de productos con Marca Propia, dando prioridad a un aprovisionamiento responsable y local, y creando, a tal efecto, nuevas gamas de productos. Además, se realizó un análisis de cumplimiento de las Directrices OCDE.</p>

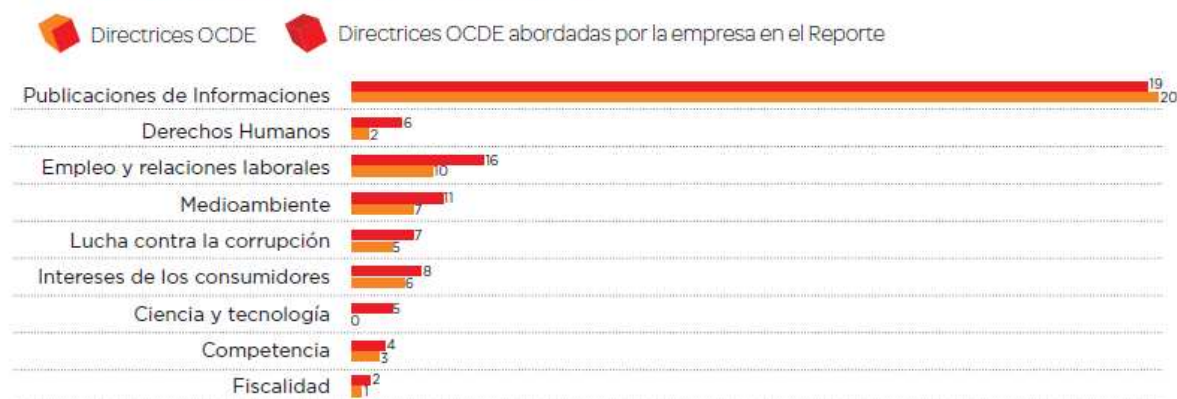
## Directrices OCDE

La gestión de Sustentabilidad de Carrefour Argentina fue evaluada para verificar el cumplimiento de las Líneas Directrices de la OCDE para empresas multinacionales. Para ello se consideraron las acciones informadas en el Reporte de Sustentabilidad 2010.

De dicho análisis surgió que el reporte aborda casi el 70% de las Directrices. Para de las deficiencias observadas no responden a carencias de ejecución sino simplemente a una omisión en la comunicación.

Esto está relacionado con que ciertos aspectos de las directrices no disponen de indicadores GRI relacionados, considerando que la empresa utiliza este lineamiento internacional para la elaboración de su reporte. Las observaciones realizadas en el estudio fueron consideradas e incluidas en el Reporte de Sustentabilidad 2011. Publicamos más información sobre nuestra gestión de sustentabilidad en relación a cada capítulo de las Líneas Directrices OCDE e incluimos el capítulo de Derechos Humanos.

### Resultados evaluación Directrices OCDE



## Prevenir los riesgos

Existe en cada uno de los países en los que está presente Carrefour una Dirección de Prevención de Riesgos que responde de la seguridad del patrimonio material e inmaterial de la empresa y garantiza la seguridad de las personas presentes en los centros. Una de sus principales encomiendas consiste en dotarse de los medios humanos, organizativos y técnicos necesarios para afrontar los riesgos, ya tengan origen accidental o intencionado (catástrofes naturales, malevolencia o robo).

Por último, Carrefour actualiza y perfecciona periódicamente su cartografía para prevenir los riesgos a los que están sometidas sus actividades.

Discernir y prevenir los potenciales riesgos a los que se enfrenta nuestro negocio y contar con los medios y herramientas necesarias para gestionar mejor las situaciones de crisis, son aspectos esenciales de nuestra gestión de Desarrollo Sostenible.

La gestión de riesgos al negocio se basa en iniciativas de prevención coordinada entre todos los sectores de la compañía.

Nuestro Comité de Crisis, conformado por el Comité Ejecutivo y coordinado por la Dirección de Asuntos Corporativos, se mantiene alerta a todo potencial factor de crisis de manera de contar con una perspectiva transversal para poder evaluar el escenario y tomar la mejor decisión.

En 2009, creamos el Manual de Comunicación de Crisis, en el cual se establecen las pautas de comportamiento en diversas situaciones, así como también se establecen los roles y procedimientos a tomar dentro de la Compañía. Este manual se encuentra disponible en todas las tiendas, y en manos del Comité de Crisis Local.

En 2010 y 2011 dicho manual fue sometido a revisión y actualización de los posibles escenarios de crisis para Carrefour Argentina como riesgos ambientales, operativos, humanos, jurídicos, financieros, informáticos, seguridad, ética, en los productos, salud, políticos sociales, tecnológicos, proveedores, etc.

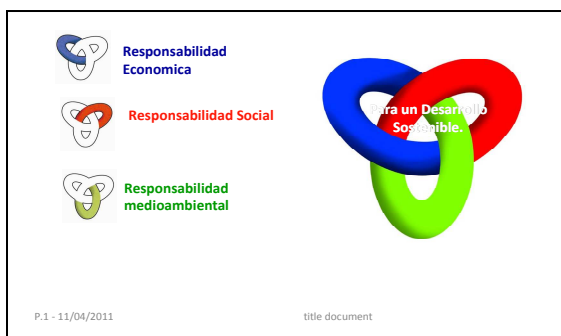
En 2012, se presento y capacito a todos los directivos y a los Comité de Crisis Local, en el Manual de Crisis y como actuar ante diversos escenarios.

En 2013 se realizo la actualización de Mapa de Riesgos del país y se procedió a capacitar a un suplente para cada una de las células de crisis y a los nuevos integrantes del Comité Ejecutivo de la Compañía.

## 2 Gestión técnica de la sustentabilidad

### 2.1 Desarrollo Sustentable de Carrefour en el tiempo

### 2.2 Estrategia de Desarrollo Sustentable en Carrefour



**Nuestra mirada puesta en el largo plazo, en el desarrollo sustentable, implica alcanzar la sustentabilidad de la sociedad en su conjunto y del planeta.** La toma de conciencia respecto a la responsabilidad social de las organizaciones y su contribución al desarrollo sustentable está creciendo en el mundo y en nuestro país. Para nosotros esto implica escuchar y comprender las más amplias expectativas de la sociedad. Entendemos que las decisiones y actividades de nuestro negocio, pueden ser una contribución valiosa al desarrollo sostenible.

Siendo una empresa líder en la industria del retail, analizamos los temas relevantes y materiales para nuestra esfera de influencia y cómo impactan todas nuestras acciones en las comunidades donde estamos presentes.

A través de nuestras “10 convicciones”, reafirmamos nuestro compromiso de incorporar el Desarrollo Sustentable en la estrategia del negocio, creando valor y beneficio para todos los grupos de interés.

Por esto nuestro enfoque de trabajo implica la generación de valor permanente tanto económico, como social y ambiental en todas nuestras acciones. Ofreciendo productos novedosos, contribuyendo con el desarrollo de nuestra gente, de las comunidades locales, respetando la protección de los derechos humanos dentro de nuestra esfera de influencia, reduciendo el consumo de energía, contribuyendo al uso responsable de los recursos naturales, buscando siempre garantizar el éxito el negocio basado en el equilibrio económico, social y ambiental.

Esta política de desarrollo sostenible contribuye a su ambición y se articula alrededor de tres vectores de compromiso:

- Proponer una oferta responsable y asequible.
- Actuar como distribuidor responsable.
- Movilizar a mujeres y hombres de Carrefour.

Estos compromisos se sustentan en los tres pilares del desarrollo sostenible: económico, medioambiental y social.

#### **Nuestros ejes de compromiso:**

##### **1. Proponer una oferta responsable y accesible.**

Carrefour trabaja desde hace ya varios años en sus procesos de aprovisionamiento a nivel local y a nivel mundial con el objetivo de minimizar su impacto sobre los medios naturales y la biodiversidad, aumentar los beneficios sociales y reforzar la sostenibilidad económica de sus actividades.

De esta voluntad nació la política de aprovisionamiento responsable de Carrefour, que va dirigida en particular a sus proveedores, para que la adopten y desarrollen su propia política.

El compromiso de Carrefour también se ve reforzado por unos criterios ineludibles que son la calidad y la seguridad alimentaria, el ADN del Grupo desde su origen.

Como líder europeo de la gran distribución y número 2 a nivel mundial del sector, en contacto con miles de proveedores y millones de clientes, el Grupo favorece a través de su oferta de productos Carrefour un consumo responsable de calidad al mejor precio.

##### **2. Actuar como distribuidor responsable**

Desde hace 30 años, nos propusimos actuar como un distribuidor responsable en cada comunidad donde estamos presentes.

Estudiamos y desarrollamos soluciones alternativas, para reducir el impacto de nuestras actividades comerciales (tiendas, centros de distribución, y transporte)

A través de nuestras tiendas, utilizándolas como canales de comunicación eficaces, ayudamos a que nuestros clientes, para que reduzcan su impacto a través de campañas de concientización y diferentes acciones y/o programas

Asimismo, buscamos contribuir al desarrollo local a través de proyectos solidarios y respetuosos de las comunidades, siempre buscando generar valor compartido.

##### **3. Movilizar a hombres y mujeres de Carrefour**

Orgulloso de nuestros valores y compromisos, buscamos desarrollar con nuestros colaboradores una política de recursos humanos socialmente responsable.

El objetivo es movilizar a los colaboradores para mejorar los resultados y nuestra orientación hacia el cliente.

El desarrollo de las competencias de nuestros colaboradores, la eficacia de nuestros equipos y organizaciones y la responsabilidad social constituyen la base.



**Para nosotros la sustentabilidad se traduce, sobre todo en la motivación e involucramiento de nuestros colaboradores.**

### 2.3 Plan Trienal de Sustentabilidad

En 2011 y por primera vez a nivel mundial, se desarrolló el Plan Trienal en materia de Sustentabilidad (2011/2013) elaborado en conjunto con los miembros del Comité de Sustentabilidad y presentado por el Comité Ejecutivo a los miembros del Directorio del Grupo y al Secretario General del Grupo.

El Plan Trienal, está compuesto por ejes estratégicos, compromisos corporativos y prioridades. Incluye la manera en que trabajamos la sustentabilidad de nuestros productos, tiendas, y colaboradores, garantizando la transversalidad en todas las áreas de la empresa, de manera integral.

Las prioridades establecidas en este Plan son: **la calidad y seguridad en nuestros productos, nuestros proveedores, el calentamiento global, la responsabilidad social interna, los residuos y deforestación**, entre otros temas.

Ambición	Ejes estratégicos	Prioridades	Compromisos corporativos
<b>Diferenciación</b> & una activa comunicación*	Buenos productos que respeten el planeta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable del MDC de abastecimiento.</li> <li>• MDC "Deforestación cero"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% de los proveedores de CBP utilizarán la herramienta de autoevaluación al final de 2012.</li> <li>• OMG sin alimentos CBP (Europa) en 2010, ninguna de las especies de mariscos en peligro crítico (en el G4).</li> <li>• Packaging de los productos de marca propia reciclable y fácilmente separable, certificación FSC de madera exótica para muebles de jardín y 100% certificación de aceite de palma sostenible (si no sustituibles) para el año 2015.</li> </ul>
<b>Paridad con el mejor en la clase</b> & una comunicación pasiva**	Tiendas respetando el planeta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Residuos y Reciclaje.</li> <li>• El calentamiento global.</li> <li>• "Deforestación cero"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reciclaje del 70% (G4) de nuestros residuos en 2020, y dejar de distribuir bolsas de plástico desechables para el año 2012.</li> <li>• Reducción de emisiones de CO2 (G4) en un 40% frente a 2009 y del consumo de energía por m2 en un 30% frente a 2004 en 2020 (Grupo).</li> <li>• Utilizar 100% de fibras recicladas o certificadas en el papel que se utiliza para los folletos comerciales en 2012.</li> </ul>
<b>Buen ciudadano</b> & comunicación interna especializada	Una compañía social y económicamente comprometida	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La RSE en relación a nuestros proveedores.</li> <li>• MDC de seguridad y calidad.</li> <li>• Responsabilidad social interna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualización de las auditorías sociales en 100 centros de producción de MDC en 2012, y favorecer a los proveedores locales.</li> <li>• Alcanza el nivel 2 de seguridad de calidad en 2011.</li> <li>• Recursos Humanos: cf. compromisos internos.</li> </ul>



### RSE ESTRATEGIA RESPALDADAS EN LA NORMA ISO 26000

En julio de 2010, un diagnóstico de las responsabilidades del Grupo Carrefour se ha hecho sobre la base de las siete materias fundamentales propuesta por la ISO 26.000. El Grupo ha optado por este marco internacional para aclarar la estrategia, en aras de la transparencia y la comparabilidad. Presentado en forma de un diagrama con siete ramas correspondientes a las siete materias fundamentales, el diagnóstico identifica todos los proyectos relacionados con la protección de los derechos humanos, protección del medio ambiente, la ética, la integración y el suministro de productos y servicios.

A partir de este diagnóstico el grupo Carrefour está trabajando para desarrollar una visión de negocio global de distribución.

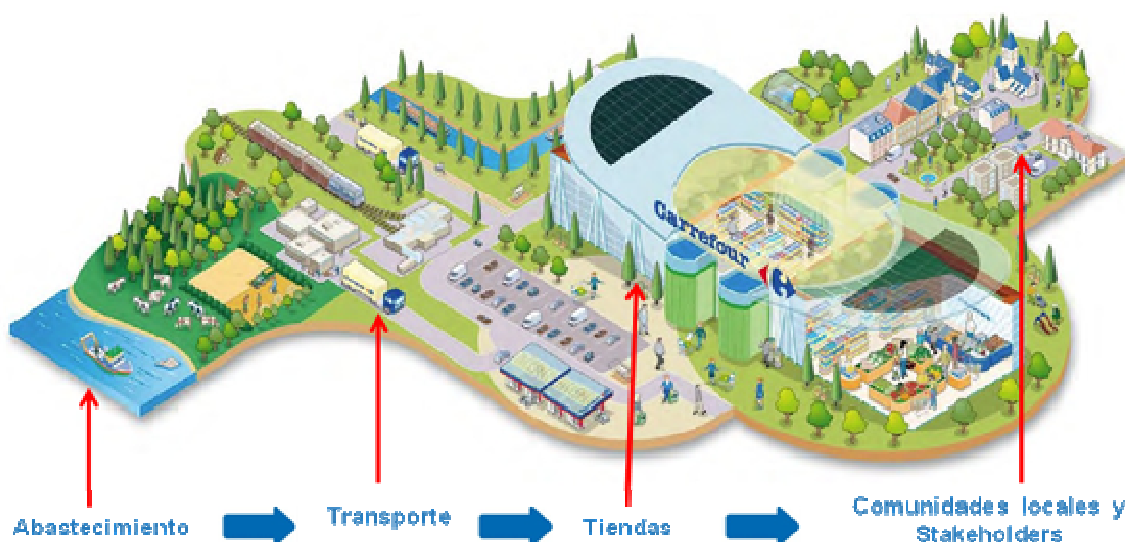
Los problemas y desafíos que están trabajando el grupo Carrefour muchos: las condiciones sociales y ambientales de la producción productos y relaciones con los proveedores, la reducción el impacto ambiental y la contaminación relacionada con sus actividades el transporte y la operación de sus tiendas, las condiciones de trabajo calidad para sus empleados, así como la compensación equitativa y motivadora, la promoción del consumo responsable; promoción de empleo local, la integración en la comunidad local y el trabajo con las comunidades locales, surgen a raíz de la adopción de la norma.

### Objetivo sustentabilidad: remuneración variable

Desde 2011, uno de los objetivos de RSC está incluido en la remuneración variable anual de directivos y gerentes. En 2012, se fundó la evaluación el compromiso de los empleados y reducir el consumo energía. En 2013, los objetivos estuvieron relacionados al Plan Anti Derroche que consto de 5 iniciativas entre las que se encuentran los desperdicios, la energía, la reducción de bolsas plásticas, la optimización de la logística, etc.

### Integración transversal de la Sustentabilidad

Trabajamos por la integración de la sustentabilidad en todas nuestras actividades y sectores: desde el abastecimiento, transporte, tiendas hasta el relacionamiento con comunidades locales y grupos de interés. Asumimos nuestras responsabilidades en los vínculos que desarrollamos con cada grupo de interés ya que entendemos que esta es la forma en que podemos crear valor desde nuestro negocio y generar beneficios para todas las partes involucradas.



- **Abastecimiento:** Relaciones sostenibles con nuestros proveedores; promover a proveedores y productos locales; suministro responsable (teniendo en cuenta las condiciones sociales y medioambientales de fabricación).
- **Transporte:** Optimización de la cadena logística; reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero; promoción de la logística sostenible.
- **Tiendas:**

- Tiendas: Reducción del consumo de energía y de los recursos naturales; clasificación de los residuos y promoción del reciclado; incorporación de criterios medioambientales a la construcción y/o edificación de nuestras tiendas.
  - Productos: Gran oferta de productos; garantizar la calidad y seguridad en nuestros productos; ofrecer una oferta de productos que promuevan en los clientes un consumo responsable; ofrecer precios que se ajusten a los distintos niveles adquisitivos de todos nuestros clientes.
  - Colaboradores: Respeto de la diversidad de género; seguridad del personal en nuestros establecimientos; promover la escucha activa de nuestros colaboradores; promover el desarrollo interno.
  - Clientes: Informar y concientizar a nuestros clientes sobre el desarrollo sostenible en la tienda; fomentar en los clientes la reducción, separación y reciclaje de residuos; escucha y satisfacción de las expectativas de los clientes; fomentar un consumo responsable.
- **Comunidades locales y grupos de interés:** Promoción del empleo local; diálogo con las comunidades locales; obras de patrocinio y solidaridad a través de la Fundación Carrefour; ejecución de programas y/o acciones a través de nuestro programa “Sumando Voluntades”.

## 2.4 Diálogo con nuestros Grupos de Interés

Estamos comprometidos a identificar, dialogar, escuchar y comprender a nuestros grupos de interés sea directamente o como miembros de las organizaciones a las que pertenecemos.

Para poder considerar y responder las expectativas de nuestras partes interesadas necesitamos identificarlas, analizar la naturaleza de la relación y los temas por los cuales nos relacionamos. El diálogo es el eje de este trabajo, que nos ayuda a abordar la responsabilidad social con una base fundamentada sobre las decisiones que tomamos.

El Mapeo de Clasificación de Grupos de Interés fue realizado por el Comité de Sustentabilidad en el año 2010 y 2011 donde se analizaron variables que arrojaron como resultados mapas de relación de cada grupo y subgrupo respecto de la empresa para la gestión de esos vínculos.

Nuestra esfera de influencia		
PARTES INTERESADAS DIRECTAS	¿QUIÉNES SON?	¿CÓMO NOS RELACIONAMOS?
<b>CLIENTES</b>	Personas de diferentes provincias que visitan nuestras tiendas y consumen nuestros productos y servicios.	Estudios de satisfacción, paneles, atención al consumidor, página web, 0800.Fan Page de Carrefour. <a href="http://www.carrefoursustentable.com">www.carrefoursustentable.com</a>
<b>CONSUMIDORES</b>	Todas aquellas personas que podrían adquirir los productos y servicios que nosotros ofrecemos.	Paneles, Focus Groups, Encuestas, Teléfono Rojo, página web, 0800, Fan Page de Carrefour.
<b>COLABORADORES</b>	18.059 colaboradores en todo el país.	Escuchas al personal, intranet, cartelera internas, noticiero interno, gestión de competencias, encuesta de clima laboral, Great Place to



		Work, Briefings, 0800 ACTUAR, Compromiso Mutuo, Encuesta Mundial de Clima
<b>PROVEEDORES</b>	Empresas multinacionales, PYMES y profesionales independientes que nos proveen de productos y servicios.	Sistema exclusivo on line, Encuentro Anual de Proveedores, Entrevistas Permanentes.
<b>SOCIEDAD</b>	ONG's, Sindicatos, Federaciones, Cámaras y cualquier otra Organización Profesional, Asociación Social ó empresa que esté ligada directamente a nuestra operatoria.	La relación con este grupo de interés se gestiona por las diferentes direcciones de negocio, según el tipo de asociación.
	Medios de comunicación: Radio, TV y Medios Gráficos, tanto de información general, económica, social, medioambiental y/o cultural.	La relación con los medios se centra en la Dirección de Comunicaciones, a través de nuestra agencia de prensa. Se realizan eventos y encuentros con periodistas y líderes de opinión.
	Todas las comunidades argentinas donde estamos presentes.	Desarrollamos proyectos concretos relacionados con educación, capacitación, nutrición, cuidado del medioambiente, entre otros.
<b>GOBIERNO</b>	Interlocutores municipales, provinciales y nacionales de organismos gubernamentales.	La relación con el gobierno se gestiona en la Dirección de Comunicaciones, a través de nuestra agencia de Asuntos Públicos. Junto a las explotaciones, realizamos reuniones mensuales a fin de afianzar el vínculo con las comunidades donde estamos presentes.
<b>MEDIO AMBIENTE</b>	Debido a la necesidad y a la importancia que el Medio Ambiente tiene en nuestros objetivos en materia de sostenibilidad y en nuestras acciones cotidianas, consideramos que debe ser tomado en cuenta como un grupo de interés.	Las acciones que se llevan adelante buscan concientizar sobre el cuidado del medio ambiente, y contribuir a la lucha contra el cambio climático relacionándonos en este tema con todos los grupos de interés que tienen alguna relación o influencia. <i>(Ver Capítulo Desempeño Ambiental)</i> .

## Alianzas

Trabajamos en alianza con diferentes organizaciones y cámaras del país, para generar sinergias en favor del desarrollo sustentable. Entre algunas de ellas, apoyamos y formamos parte de:

- Pacto Mundial de Naciones Unidas. Integrates de la Mesa Directiva y de la Secretaria Ejecutiva de la Red del Pacto Mundial Argentina
- Red de Empresas contra el Trabajo Infantil –CONAETI, Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación
- Red de Empresas Jóvenes con Futuro- Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social de la Nación
- Comisión de Relaciones Laborales- Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social de la Nación.
- CEADS ( Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible)
- IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria)
- ASU (Asociación Supermercados Unidos)
- Cámara Argentina de Comercio
- Cámara de Comercio Franco Argentina.

En 2013, participamos en 5 encuentros organizados por diferentes organismos e instituciones donde dimos a conocer nuestro compromiso con el desarrollo sostenible.

A partir de ese primer análisis de identificación con los grupos de interés, continuamos en una segunda etapa, en la que realizamos una instancia de consulta con diferentes grupos, para escuchar sus expectativas respecto de nuestros reportes de sustentabilidad.

La Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, recomienda impulsar el diálogo con las partes interesadas para, entre otras cosas, evaluar la idoneidad y eficacia del contenido, frecuencia y alcance de la comunicación de responsabilidad social, de modo que pueda mejorarse si fuese necesario. Esta fue nuestro objetivo de la consulta. Escuchar y comprender las expectativas de nuestros grupos de interés sobre los reportes de sustentabilidad de la empresa e identificar oportunidades de mejora.

## 3 Desempeño económico y comercial

### 3.1 Desempeño económico

#### ***Compromiso Carrefour: el precio más bajo garantizado***

Creemos que el acceso de nuestros consumidores a todos los productos contribuye a su calidad de vida, y a un desarrollo de la sociedad. Es por eso que tenemos el compromiso de contar con “el precio más bajo garantizado” en la totalidad de nuestros productos. Para ello, comparamos a diario los precios de más de 5.000 productos con los de la competencia, dentro de los cuales se encuentran los 800 productos de consumo básico familiar.

Es así que buscamos crear valor para todas las personas para lo cual trabajamos permanentemente para hallar nuevos modos de proporcionar mejor calidad de productos y servicios, a los mejores precios.

#### ***Variedad de tiendas para clientes con necesidades diferentes***

Durante 2013, abrimos 88 tiendas a lo largo del territorio argentino. Esta multiplicidad de formatos de tiendas, sumado al alcance nacional de las mismas, nos permite llegar a todos nuestros clientes y fomentar el desarrollo socioeconómico de las comunidades donde estamos presentes.

<b>Formatos de tiendas para satisfacer las necesidades de nuestros clientes</b>					
	<b>Descripción</b>	<b>Tiendas en Provincia de Buenos Aires</b>	<b>Tiendas en Ciudad Autónoma de Buenos Aires</b>	<b>Tiendas en provincias del Interior</b>	<b>TOTAL de tiendas</b>
<b>HIPERMERCADOS</b>	Hasta 11.000 m <sup>2</sup> , nuestra esencia todo bajo un mismo techo	13	4	10	<b>27</b>
<b>MINI HIPERMERCADOS</b>	De 2.500 a 6.000 m <sup>2</sup> , una opción completa y ágil.	16	6	25	<b>47</b>
<b>MARKET</b>	Hasta 2500 m <sup>2</sup> , tienda de cercanía y gran desarrollo de productos frescos	27	34	67	<b>128</b>
<b>EXPRESS</b>	100/300 m <sup>2</sup> , el negocio básico de cercanía.	70	236	9	<b>315</b>
<b>MAXI CARREFOUR</b>	Supermercado mayorista.	3	-	-	<b>3</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>129</b>	<b>280</b>	<b>111</b>	<b>520</b>

### ***Marca propia Carrefour***

El desarrollo de marcas propias responde a la necesidad de acercarnos más al cliente y a su familia, ampliando la oferta que encontrarán en nuestras tiendas.

Contamos con más de 2.000 productos en distintas categorías (Bebidas, Perfumería e Higiene, Almacén, Desayuno, Refrigerados y congelados), 150 productos frescos y más de 870 artículos de bazar. También contamos con una línea de alta gama, bajo el nombre de Carrefour Selección, que incluye dulces artesanales, galletitas, embutidos, turrone, encurtidos y yerba, entre otros.

Nuestros proveedores de marca propia son PYMES y empresas líderes del mercado, con el más estricto control de calidad. La marca propia Carrefour es un eje estratégico para la Compañía y seguiremos desarrollando esta gama de productos, teniendo en cuenta las necesidades de los consumidores.

**Con el sello Carrefour****TeX**

Línea de ropa para bebés, niños, hombres y mujeres que apuesta a la producción nacional.

**Carrefour home** **BLUESKY**

Marcas de electrodomésticos y electrónica de Carrefour.

**Producto Carrefour**

Alimentos, bebidas, perfumería y limpieza, congelados, entre otros, elaborados con la máxima calidad.

**muebles de jardín**

Línea de productos mobiliarios para casas y jardines, accesorios y herramientas de jardinería.

**Servicios a disposición de los clientes**

Ofrecemos diferentes servicios para que nuestros clientes puedan resolver todas sus necesidades en el mismo lugar.

- **Tarjeta Carrefour:** Es una tarjeta de crédito para aquellos que no pueden acceder a financiación bancaria o que necesitan otro medio de financiación.
- **Recarga Celular:** sistema rápido de recarga de crédito de celular, disponible en nuestras cajas al momento de la compra.
- **Pago de servicios:** Contamos con un sistema propio de cobro de facturas de servicios, también con la posibilidad de utilizar terminales de autoservicio.
- **Envío a domicilio:** Ofrecemos el servicio de envío a domicilio de las compras realizadas en 114 tiendas.
- **Servicio de instalación básica de electrodomésticos:** Servicio personalizado de instalación y puesta en marcha.
- **Garantía extendida:** Acceso a una extensión de la garantía original de fábrica.
- **Cambio directo:** Posibilidad de cambio directo del electrodoméstico por uno nuevo, en caso de que presente algún inconveniente en su funcionamiento, durante los tres primeros días posteriores a la compra.

Desempeño económico	2010	2011	2012	2013
<b>Ventas</b>				
Cantidad de tickets de venta (en millones)	125,6	126,7	138,1	158
Facturación total (millones de pesos)	14.135	17.065	21.1	26.6
Ventas netas	11.367	13.717	17.003	22.356

<b>Presencia Nacional</b>				
Cantidad de provincias	22	22	22	22
Cuota de mercado	21,1%	19,8%	19,3%	22,7%
<b>Otros</b>				
Inversiones (millones de pesos)	206,4	366,7	488.6	885

### Investigación y Desarrollo

**Carrefour Argentina** apuesta año tras año en la importación y desarrollo de tecnología aplicada al retail. Los esfuerzos de investigación y desarrollo se concentran en la generación de nuevas tecnologías de ventas y marketing, así como el aprovechamiento de los últimos avances de la industria de las comunicaciones, transportes, almacenamiento, manejo de materiales y tecnologías de información. Paralelamente, se pone foco en aumentar la expansión de tiendas a nivel nacional, mejorando la infraestructura ya existente y desarrollando nuevos formatos de negocios.

Con el objetivo de mantener este liderazgo, nuestra empresa invierte anualmente en el desarrollo de sistemas de información, abastecimiento, distribución y almacenamiento de productos, sistemas de préstamos a clientes, sistemas de ventas, exhibición de productos y desarrollo de importantes planes de capacitación y formación de nuestro personal.

## 3.2 Prácticas justas de negocio

### 3.2.1 Transparencia y conducta corporativa

Garantizar el desarrollo ético de sus actividades y respetar la legalidad forman parte de los principios fundamentales del Grupo. Carrefour vela por ello con un dispositivo reforzado de gestión ética.

#### Código de Conducta Profesional

En su Código de Conducta Profesional, Carrefour se compromete especialmente a desarrollar prácticas comerciales limpias y transparentes de cara a sus proveedores.

A cambio, Carrefour espera una conducta ética en las actividades propias de sus proveedores. Estas exigencias se formalizaron en dos documentos.

Una organización debe, sin duda, conducirse de manera transparente en la toma de sus decisiones y en las actividades que sabe impactan en la sociedad y en el medio ambiente. De esta forma, su comportamiento debiera estar basado en valores de honestidad, equidad e integridad que impliquen su preocupación por las personas, animales y medio ambiente.

En este sentido, el Código de Conducta Profesional del Grupo Carrefour establece los criterios sobre los cuales ejercemos nuestra actividad comercial y el marco ético en el que nuestros colaboradores deben ejercer su actividad profesional diaria, dando prioridad al respeto de la ética y la legalidad.

Todos los colaboradores del Grupo Carrefour una vez que ingresan a la compañía, se comprometen a respetar este Código y los “**Principios de Actuación y Comportamiento**”, que comprenden temáticas como el respeto por la legalidad, la contribución a un entorno de trabajo saludable y seguro, la confidencialidad, el rechazo a toda forma de corrupción, las prácticas leales y transparentes, entre otras. El Código se basa, a su vez, en principios básicos e iniciativas universales adoptados por el Grupo Carrefour, entre los cuales se encuentran:

- ✓ La Declaración Universal de los Derechos Humanos,

- ✓ Los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo, especialmente en lo que respecta a la prohibición del trabajo infantil y del trabajo forzoso,
- ✓ Las directrices de la OCDE, especialmente en lo que respecta a la lucha contra la corrupción,
- ✓ Los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Desde 2010 contamos con el **Comité Ético** de Carrefour Argentina, que reporta al Presidente, Daniel Fernández y cuyas funciones son:

- Velar por la difusión del Código de Conducta profesional y asegurarse que sean utilizadas todas las herramientas disponibles para su buen conocimiento, comprensión y respeto por el conjunto de los colaboradores del país.
- Controlar el buen funcionamiento de los dispositivos de alerta o canales de comunicación de denuncias de conductas antiéticas.
- Comunicar al Presidente sobre toda cuestión relativa a la aplicación y respeto del Código de Conducta Profesional y sus eventuales desvíos.
- Examinar y dar respuesta a las distintas situaciones que involucren cuestiones referidas a la ética en el país y que estén establecidas en el Código de Conducta Profesional.
- Asegurar la difusión de las buenas prácticas en materia de ética.
- Controlar y evaluar la eficacia del dispositivo implementado.

Cualquier colaborador de la empresa tiene acceso a consultar al Comité Ético para el caso de irregularidades o incumplimiento del Código de Conducta Profesional.

Los miembros del Comité Ético deben tratar y resolver estos asuntos con un tratamiento honrado, leal, imparcial y objetivo de los casos que se presentan a través de los diferentes canales de comunicación puestos a disposición de los colaboradores para realizar denuncias, con confidencialidad absoluta garantizada. El Comité se reúne por lo menos dos veces al año y presenta al Director Ejecutivo País un informe semestral sobre el respeto de los valores y los principios fundamentales en el país, sobre las dificultades y las mejoras que hay que adoptar. Durante 2013, el Comité Ético, analizo 3 casos siendo resueltos todos en su totalidad.

Asimismo, el Comité de Ética ha recibido capacitaciones sobre lavado de dinero, compliance, y anticorrupción en 2013

Integrantes Comité Ético 2011/2012	
Leonardo Scarone	Director de Asuntos Corporativos y RRHH
Pablo Lorenzo	Director de Convenience y Mayorista
José García Hamilton	Director Jurídico
Juan Igarzabal	Director Seguridad y Prevención de Riesgos

### Canal de denuncias anónimas

A través de **0800 ACTUAR**, todos nuestros colaboradores puedan denunciar de manera anónima, cualquier conducta que consideren antiéticas y que afecten la transparencia y actuar de la Compañía.

Quando se recibe una denuncia por teléfono o mail, se pone en marcha un procedimiento establecido por el Comité Ético donde quien recibe el llamado abre un expediente o carpeta, para comenzar luego una investigación con el sector que corresponda. El responsable del sector involucrado deberá armar un plan de acción para resolver la situación denunciada sobre el cual se hará luego un seguimiento de los resultados.

Denuncias recibidas ( 0800 ACTUAR)			
Año	2011	2012	2013
Casos	301	203	278
Resueltos	223	203	177
Casos endeble(1)	78	0	101
(1) Los casos endeble son aquellos cuyos datos han sido brindados en forma escasa y de dificultosa corroboración			

## Carta Social y Ética para Proveedores.

En 2013, lanzamos la Carta Social y Ética para Proveedores en pos de expresar el efectivo reconocimiento y respeto por Carrefour y sus proveedores respecto a las normas internacionales de Derechos Humanos contenida en la Declaración Universal de los derechos Humanos y los instrumentos de la OIT. Esta carta esta adherida a todos los contratos, y habla sobre los principios éticos, respeto a la libertad de asociación y reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva, Prohibición del Trabajo Infantil, Prohibición del trabajo forzoso, Prohibición de la discriminación, el acoso y el abuso, Salud y Seguridad, entre otros temas. Esta Carta debe ser firmada por todos los proveedores de Carrefour, y sobre el cual Carrefour tiene la facultad de poder realizar auditorías sociales.

### 3.2.2 Compromiso con la cadena de valor

Trabajamos para generar relaciones éticas con todas las organizaciones con las que nos relacionamos: gobierno, socios, proveedores, contratistas, clientes, competidores y asociaciones.

Carrefour busca asumir plenamente sus responsabilidades sociales respecto a sus proveedores y sus empleados constituye uno de los principios clave de la iniciativa de aprovisionamiento responsable.

De esta manera involucramos a nuestros proveedores de productos de marcas propias a través de diversos compromisos

- Responsabilizarse sobre el respeto de los derechos laborales y de sus empleados, acompañándolos en su progreso
- Comprometerse en una iniciativa de desarrollo sostenible y establecer con ellos relaciones duraderas.

Esta política de colaboración crea valor para todos, contribuye a la eficiencia social medioambiental y económica de Carrefour, así como la de sus proveedores.

Indicadores de proveedores	2011	2012	2013
Cantidad de proveedores activos	4.230	4435	4435
Pago a proveedores (en mil millones de pesos)	14,89	18,93	24.1

Porcentaje de proveedores nacionales y extranjeros activos	
Nacionales	99%
Extranjeros	1%



Por las características de nuestro negocio, la relación con los proveedores resulta crucial para poder ofrecer una amplia variedad de productos a nuestros clientes. Contamos con **210** proveedores activos distribuidos en todo el país, con quienes hemos operado durante 2013. Sabemos que por el tamaño de nuestra Compañía, nuestras decisiones de compras ejercen un impacto considerable sobre el desarrollo socioeconómico de los proveedores con los que decidimos operar. Es por eso que buscamos continuar mejorando nuestras prácticas de compra, asegurando el pago de precios justos, plazos de entrega adecuados y contratos estables.

En cuanto a la selección de nuestros proveedores, la misma se realiza sobre la base de la competencia justa, la transparencia e imparcialidad, en coherencia con nuestro compromiso de generar relaciones de confianza duraderas y equitativas.

Es importante señalar que no existe un plazo establecido y diferenciado en base al tamaño o tipo de empresa, ya que cada sector negocia con cada proveedor en forma individual el plazo de pago más beneficioso para ambas partes.

Asimismo, trabajamos para promover la Sustentabilidad en nuestra cadena valor. En este sentido, todo proveedor que comienza a trabajar con Carrefour Argentina, firma un acuerdo comercial en el que se incluyen normativas relacionadas a:

- **Aspectos ambientales:** gestión de residuos, gestión de agua, impacto sobre el medio ambiente y desinfección.
- **Responsabilidad social:** políticas, revisión por la dirección, planificación y desarrollo, control de proveedores y sub-proveedores, identificación de problemas y adaptación de medidas correctivas, comunicación externa, acceso a la información y registros.
- **Cláusulas destinadas a no permitir el trabajo infantil, ni el trabajo forzado:** sanidad y seguridad, libertad de asociación, no discriminación, control de horarios, remuneración básica y satisfactoria a los colaboradores.

Para asegurar el cumplimiento de los aspectos mencionados, llevamos a cabo auditorías mediante el cual monitoreamos el comportamiento respecto a las prácticas laborales y medioambientales y velamos por el cumplimiento de las reglas establecidas. Implementamos, además de las auditorías técnicas, las auditorías sociales en productos alimenticios y no alimenticios bajo licencia Disney.

#### Herramienta de Autodiagnostico sobre Desarrollo Sustentable para proveedores de marca propia

En 2013 volvimos a lanzar la Herramienta de Autodiagnóstico sobre Desarrollo Sustentable en la cadena de valor, que abarca temas como la gestión ambiental, social y económica y cuenta con ejemplos sobre acciones realizadas en otros países que se pueden utilizar para ayudar a resolver diferentes temas. Realizamos una jornada de inducción en esta temática dirigida a nuestros proveedores de marca propia, quienes tuvieron dos meses para completar la herramienta.

Este año, la utilización de la herramienta fue voluntaria y enviada a más de 200 proveedores. Luego de finalizado el plazo para que la completaran, seleccionamos a los proveedores a los que se le realizó la auditoría.

Un total de 210 proveedores completaron la herramienta en un 100%.

Carrefour Argentina ha sido el primer país a nivel mundial en el cual el 100% de sus proveedores han completado la herramienta de Autodiagnostico.

Auditorías a proveedores de marca propia				
	2010	2011	2012	2013
• PFT (Productos frescos tradicionales)	21	43	32	25
• PGC (productos de gran consumo)	147	162	150	162
• Textil	17	42	27	18
• Electro	1	2	1	0
• Bazar	20	24	19	0
<b>Total auditorías Sistemas de Calidad</b>	<b>206</b>	<b>273</b>	<b>229</b>	<b>220</b>
<b>Auditorías sociales (1)</b>	<b>30</b>	<b>74</b>	<b>197</b>	<b>133</b>
(1) Corresponde a auditorías relacionadas a trabajo infantil, discriminación, horarios de trabajo, remuneración, libertad de asociación, acceso a la información, salud y seguridad en el trabajo.				(2)



## Escucha activa

Contamos con los siguientes canales de comunicación para relacionarnos con nuestros proveedores:

- **Encuentro anual de proveedores.** Este encuentro permite reforzar las relaciones a largo plazo con nuestros proveedores, a los que le manifestamos nuestro compromiso de trabajar juntos para generar una oferta de calidad, competitiva y productiva, respetando el medio ambiente y los derechos humanos. También definimos objetivos comunes para el año para desarrollar un plan de trabajo conjunto para maximizar los resultados para ambas partes.
- **Herramientas online.** Contamos con un sistema online para proveedores, que permite acceder de forma personalizada a información sobre sus cuentas corrientes, configurar la información que desea recibir y obtener indicadores de gestión que muestran tendencias de la cuenta, entre otros servicios. Actualmente contamos con más de 1.500 usuarios registrados.
- **0800-ACTUAR.** Desde 2011 contamos con un canal de denuncias anónimas exclusivo para proveedores que cuenta con una línea telefónica y un correo electrónico. Se puede denunciar cualquier conducta o hecho que esté fuera de las normas éticas, luego de lo cual se pone en marcha un Procedimiento de denuncias, se abre un expediente, se realiza una investigación, se pide al responsable del sector involucrado que arme un plan de acción y luego se realiza un seguimiento sobre la ejecución de dicho plan.

## Asuntos de consumidores

### *Cuidando la salud y la seguridad de los consumidores*

En Carrefour, la calidad es un elemento clave en todas las etapas de la vida de un producto. Es por eso que nuestro proceso de fabricación y elaboración utiliza la más alta tecnología y se realiza bajo estrictos procedimientos de control de calidad. Nuestro Departamento de Calidad lleva adelante las siguientes acciones para garantizar una salud óptima y la seguridad e inocuidad de los productos:

- **Análisis** por medio de laboratorios internos y externos: análisis microbiológicos y físico-químicos a productos de marca propia de alimentos; pruebas de seguridad eléctrica, migración de sustancias tóxicas en los recipientes plásticos, firmeza de color de las prendas y/o encogimiento con el lavado sobre productos no alimenticios de marca propia.
- **Auditorías** en las plantas elaboradoras.
- **Sistema de Intranet** para el retiro de la venta de productos no conformes.
- **Paneles sensoriales** con un grupo de expertos sobre productos de marca propia.
- **Fichas técnicas**, firmadas por el proveedor, por comercial y el sector de Calidad.  
Se incorporaron nuevos ítems en la ficha, para identificar Organismos Genéticamente Modificados (GMO), el uso de sustancias alergénicas y aceite de palma.
- **Degustaciones y encuestas a clientes** en nuestras tiendas.
- **Recepción de sugerencias** por medio de la línea de Atención al Cliente.

Con todos estos aportes, llevamos un registro de nuestro historial de calidad. Los productos seleccionados son controlados a través de un plan de seguimiento anual y toda la información se registra en una base de datos que también incluye los comentarios de nuestros clientes y consumidores.

**Reducción del riesgo de aparición de enfermedades transmitidas por los alimentos**

En 2011 iniciamos un largo proceso para nuestros alimentos de marca propia, desarrollando planes tendientes a asegurar la provisión de alimentos sanos a nuestros clientes. Entendemos que minimizar los riesgos y asegurar los procesos es fundamental para brindar al consumidor alimentos sanos y generar confianza.

El trabajo apunta fundamentalmente a reducir el riesgo de aparición de las enfermedades transmitidas por los alimentos (ETA). En este sentido, nos hemos propuesto que nuestros proveedores certifiquen voluntariamente alguna norma avalada por *Global Food Safety Initiative* (GFSI) para los años 2013 y 2014. Este año nos reunimos con el 50% de nuestros proveedores de marca propia de alimentos, donde expusimos, junto con una consultora internacional sobre auditorías y certificaciones, los conceptos básicos sobre dichas certificaciones, sus beneficios y los próximos pasos que nuestra Compañía tomará en esta materia.

En 2012 hemos trabajado en la unificación de criterios y en la capacitación con el resto de los proveedores, para que todos estén alineados hacia el mismo objetivo. Asimismo se realizó el 1er Foro de Seguridad Alimentaria, en las 9 novenas Jornadas de ASU (Asociación de Supermercados Unidos) y el Workshop para proveedores con el fin de ayudarlos en el proceso de certificación.

***La trazabilidad de los productos de Carrefour.***

En lo que respecta a los productos frescos, el 100% de los productos son etiquetados desde el origen, la etiqueta contiene toda la información necesaria para poder realizar la trazabilidad identificando cada etapa desde la producción hasta la góndola (Nº de Lote, Vencimiento, etc.).

Las etiquetas son controladas continuamente para garantizar la trazabilidad en los productos entregados por los proveedores en la plataforma de Frutas y Verduras, en los Frigoríficos y en la recepción de las Tiendas. En las visitas/auditorías a los proveedores se verifican los registros (Ej. Libro de Campo) y se hacen simulaciones de rastreo de mercadería.

A través de la etiqueta podemos rastrear la mercadería y en caso de algún problema de productos defectuosos podemos realizar un Recall mediante el uso del sistema ALERTNET. Están conectados a nivel nacional en este sistema El Departamento de Calidad Carrefour, las Tiendas y las plataformas.

En el caso de detectarse productos defectuosos, el Departamento de Calidad a través de la página web ALERTNET comunica a las Tiendas el retiro de la mercadería No conforme indicando la información contenida en la etiqueta (EAN, Producto, Nº de Lote, vencimiento, etc.), al mismo tiempo desde nuestras plataformas se frena la distribución de esta mercadería a las Tiendas.

***Trabajando junto a nuestros proveedores por una mejor calidad en materia frutihortícola.***

Comenzamos a trabajar con los proveedores frutihortícolas para que certifiquen voluntariamente la norma Global Gap, para ello hicimos reuniones con nuestros proveedores en el mes de octubre donde presentamos una consultora contratada por Carrefour, para acompañar, brindar apoyo, asesoría y guiar a los proveedores en este camino. Con esta iniciativa, nuestros productores frutihortícolas estarán alineados a la política de Carrefour asegurando productos sanos a nuestros consumidores y el cuidando del medioambiente.

***Alimentación saludable***

Ofrecemos en nuestras góndolas, productos diseñados especialmente para personas con necesidades y preferencias especiales en relación a la alimentación:

- **Productos Kosher:** desarrollamos productos kosher bajo nuestra marca Etiqueta Negra.

- **Productos para Celíacos:** Exhibimos góndolas para celíacos con más de 180 productos avalados por Acela (Asistencia al Celíaco en la Argentina). Cuentan con señalización especial para orientar a aquellos consumidores celíacos. Asimismo, trabajamos junto a la Asociación Celíaca de Entre Ríos.
- **Productos Orgánicos:** Dentro de la gran variedad de productos Marca Propia Carrefour, ofrecemos productos orgánicos como confituras, polenta, fideos, entre otros.

***Regulación publicitaria***

En Carrefour respetamos y aplicamos todas las reglamentaciones públicas en materia publicitaria. Buscamos que la información que publicamos sobre productos y promociones sea completa, que incluya los precios y términos en condiciones aplicables y no sea engañosa.

## 4 Desempeño Social

### 4.1 Derechos Humanos

Tomando conceptos de la Norma ISO 26000:2011, entendemos que los derechos humanos son los derechos básicos que le corresponden a cualquier ser humano por el hecho de serlo entre los cuales estarían incluidos los derechos económicos, sociales y culturales que incluyen derechos como el derecho al trabajo, el derecho a la alimentación, el derecho al máximo nivel alcanzable de salud, el derecho a la educación y el derecho a la seguridad social.

Desde el Grupo Carrefour hemos asumido la gestión de nuestro negocio en base a acuerdos internacionales basados en principios universales de respeto por los derechos humanos y en lineamientos internacionales de aplicación voluntaria que promueve el respeto por los derechos humanos en todas sus formas. Estas son algunas de esas iniciativas y declaraciones universales a las que el Grupo se ha comprometido:

- ✓ **DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS.** El Grupo Carrefour es miembro fundador del GSCP (Programa Mundial de Cumplimiento Social), para armonizar las normas y las herramientas existentes para la responsabilidad social en la cadena de suministro entre distribuidores y fabricantes internacionales.
- ✓ **PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS.** Desde el año 2001, el Grupo Carrefour a nivel mundial se adhirió al Pacto Mundial de Naciones Unidas y desde el año 2010 lo hizo aquí en Argentina. Con este marco de referencia la empresa se compromete a cumplir con los 10 principios relativos a los derechos humanos, normas laborales, ambientales y la lucha contra la corrupción propuestos por esta iniciativa internacional. En 2011 Carrefour Argentina ingresó como miembro de la Mesa Directiva de la Red Argentina del Pacto Mundial, dentro de la cual asume funciones en la Secretaría Ejecutiva.
- ✓ **FIDH (Federación Internacional para los Derechos Humanos).** Desde el año 1997 el Grupo Carrefour mantiene un acuerdo de cooperación con esta Federación, con la que busca respetar y garantizar el respeto a sus proveedores de los derechos fundamentales establecidos por la Organización Internacional del Trabajo.
- ✓ **ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE TRABAJO.** EL Grupo Carrefour firmó en el año 2001 un Memorando de Entendimiento con UNI (Unión Network International) a través del cual se comprometió a velar por la aplicación de los principios de la OIT en todos los países donde esté presente. En la Declaración sobre los principios y derechos en el trabajo la OIT se promueven principios y derechos que incluyen la libertad de asociación y reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva, sobre la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio, la abolición efectiva del trabajo los niños y la eliminación de la discriminación en el empleo.
- ✓ **DIRECTRICES DE LA OCDE.** El Grupo Carrefour incluye las directrices de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo), en su Código de Conducta Profesional dirigido a todos los colaboradores de Carrefour a nivel mundial. Estos principios, tienen como función ayudar a las empresas multinacionales a actuar de conformidad con las políticas del gobierno y las expectativas de la sociedad y cubren todas las principales áreas de la ética empresarial.
- ✓ **GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI).** Los lineamientos de GRI proveen un marco internacional destinado a ayudar a las organizaciones y sus grupos de interés para evaluar el desempeño de sus actividades en términos de los derechos económicos, sociales, ambientales y de la sociedad entre los que se incluye el respeto de los derechos humanos. Desde el año 2010, Carrefour se basa en estos lineamientos para la elaboración de sus reportes de sustentabilidad.
- ✓ **ISO 26000. NORMA INTERNACIONAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL** que promueve bajo principios y recomendaciones la adopción de criterios de responsabilidad social basada en 7 materias fundamentales entre las cuales se encuentra el respeto por los derechos humanos.

Desde el año 2011 hemos iniciado el camino de adoptar estos principios y recomendaciones en nuestra gestión de sustentabilidad.

- ✓ **DERECHOS LABORALES.** Carrefour en 2012, y a través del Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social de la Nación, se adhirió al Programa de No violencia Laboral, que lleva a cabo la Oficina de Asesoramiento sobre Violencia Laboral, ya que la Violencia Laboral configura una violación a los derechos humanos y laborales, y atenta contra la integridad de las personas afectando su salud psico-física, su vida laboral y social, lo cual resulta contrario a lo establecido por diversas normas del Derecho Internacional así como legislación y normativa nacional y sectorial, en pos de promover dentro de su esfera de influencia estos principios. Del rubro retail fue la única que al momento se adhirió.

#### **4.1.1 Derecho humano a la alimentación.**

Reconocemos el derecho de toda persona a tener acceso a alimentos sanos y nutritivos, en consonancia con el derecho a una alimentación apropiada y con el derecho fundamental de toda persona a no padecer hambre. Como uno de las compañías líderes en *retail*, entre lo que incluimos alimentos y bebidas, asumimos la responsabilidad de trabajar en pos de la alimentación saludable y en contra de la desnutrición.

Es por eso que desarrollamos programas tales como “Sumando Voluntades para Alimentarse y Aprender”, concientizando a alumnos de todo el país, colaboramos con el programa de Becas de la Fundación CONIN, promovemos el consumo responsable entre clientes mediante un menú económico y nutritivo y apoyamos iniciativas relacionadas a esta temática desarrolladas por la Red de Banco de Alimentos y UNICEF.

#### **4.1.2 Derechos Humanos en la cadena de valor.**

Carrefour Argentina incluye en todos sus contratos comerciales con proveedores, aspectos sociales y éticos respecto al cumplimiento de los derechos humanos, la libertad de asociación sindical, la prohibición del trabajo infantil y forzoso, cualquier forma de discriminación, la preservación del impacto en el medio ambiente y la promoción de los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, entre otros puntos.

Para velar por el cumplimiento de las cláusulas sociales en nuestros contratos, Carrefour realiza auditorías sociales a proveedores de Marca Propia, con el fin de velar por el cumplimiento de los derechos humanos, entre ellos, la libertad de asociación sindical, el no trabajo infantil ni forzoso, la no discriminación, entre otros temas.

Durante el año 2012, realizamos un proceso de capacitación en responsabilidad social y sustentabilidad a 235 proveedores de Marca Propia. Nuestra herramienta de auto-diagnóstico de sustentabilidad dirigida a estos proveedores, contiene un capítulo dentro del criterio social, dirigido al respeto por los derechos humanos, la libertad sindical, y la erradicación del trabajo infantil entre otros puntos.

En 2013, lanzamos la Carta Social y Ética para Proveedores, en pos de continuar trabajando junto a nuestros proveedores en el respeto por los Derechos Humanos, Laborales y de Anticorrupción.

Desde 2010, Carrefour Argentina se adhirió, como miembro de la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil acompañando la iniciativa de la CONAETI (Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil).

En 2013, la compañía se sumó a la campaña “**Limpiar con Trabajo Infantil Mancha**” con la intención de concientizar sobre la importancia de garantizar la erradicación de este flagelo en toda la cadena de valor.

La Red de Empresas contra el Trabajo Infantil constituye un modelo pionero de articulación público y privado a nivel mundial. Empresas y Estado sumando esfuerzos y recursos para prevenir el Trabajo Infantil y erradicarlo.

#### 4.1.3 Promover el respeto por las comunidades rurales y aborígenes

Carrefour Argentina llevó a cabo desde 2010, junto a Fundación **Planet Finance**, Fundación Pro Yungas y Fundación Carrefour el programa “Emprendiendo Juntos: Misión Yungas”, que tiene como finalidad el desarrollo económico y social de los habitantes de las comunidades rurales de la zona conocida como Alto Bermejo.

Estas comunidades llevan a cabo emprendimientos de apicultura, producción de dulces orgánicos, artesanías y turismo rural comunitario bajo la marca “Producto Yungas”. Este proyecto, que tuvo una duración de 24 meses, se despliega en las comunidades ubicadas en los pueblos San Francisco - Provincia de Jujuy - y Los Toldos -Provincia de Salta-. En 2012, se invirtieron 390.000 pesos en estas dos comunidades.

**Carrefour busca promover en sus tiendas el comercio justo y el respeto por las comunidades rurales y aborígenes de nuestro país.**

#### 4.2 Prácticas Laborales

Una de las mayores contribuciones sociales y económicas de nuestra Compañía es la generación de empleo para más de 20.000 colaboradores distribuidos a lo largo del territorio nacional. Sabemos que un trabajo con condiciones justas y favorables contribuye ampliamente al desarrollo humano y por eso asumimos la responsabilidad de crear un entorno laboral equitativo, diverso, seguro y que potencie las capacidades y el desarrollo profesional de las personas.

De esta manera, aspiramos a que los colaboradores se sientan parte de Carrefour y aporten lo mejor de sí al desarrollo de los objetivos corporativos y el crecimiento sustentable de nuestra organización.

Nuestras tiendas generan un valor económico regional significativo, ya que constituyen una fuente de puestos de trabajo en las zonas urbanas periféricas sensibles: el 90% de las personas que trabajan en las tiendas son reclutados a nivel local y procedente de la esfera de influencia de la tienda.

Es importante destacar que el **100% de los contratos laborales son permanentes**, reflejo del compromiso a largo plazo que tenemos con nuestros colaboradores.

Empleado	Jefe	Analista	Gerente	Director	Director SD	Total
17.778	1.655	256	354	51	23	20.117

#### 4.2.1 Atracción de Talento

Nuestro objetivo de contar con el mejor talento, se ve reflejado en el esfuerzo que ponemos para atraer a las mejores personas a nuestra organización. Dirigimos nuestras acciones a estudiantes universitarios con alto potencial, para lo cual realizamos intensivas campañas de comunicación en diversos medios:

- Presencia en 15 ferias universitarias
- Participación en 2 exposiciones Virtuales multidisciplinarias
- Presencia de nuestros referentes de RRHH en medios y charlas universitarias

Un total de más de 100.000 *currículums vitae* forman parte de nuestra base de datos, demostrando el interés de las personas en ser parte de Carrefour.

#### Programa de oportunidades internas

Como forma de potenciar y desarrollar nuestro talento interno, llevamos a cabo un programa de búsquedas internas. Esto promueve las oportunidades de crecimiento profesional hacia el interior de nuestro equipo. Más del 95% de nuestras búsquedas administrativas han sido cubiertas a través de búsquedas internas.

#### 4.2.2 Apoyo a la libertad de asociación

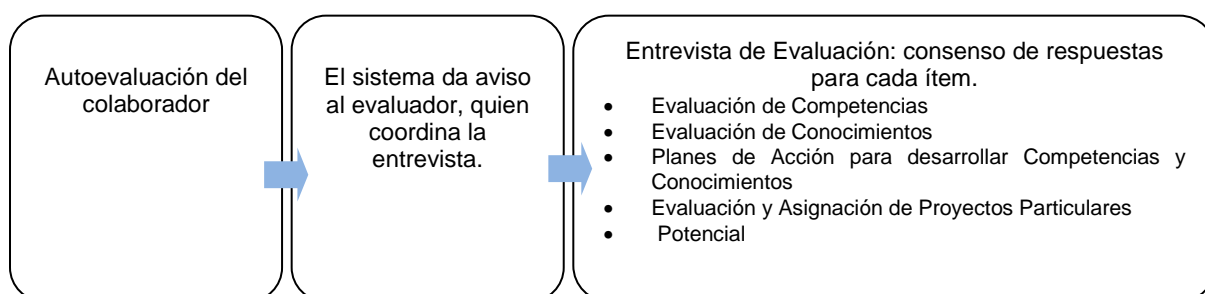
En Carrefour Argentina, respetamos y apoyamos el derecho a la libertad de asociación vigente en la legislación argentina y sus diferentes manifestaciones y le exigimos mismo respeto a nuestros proveedores y a las empresas que prestan servicios en nuestras tiendas. Prueba de ello es que casi el 90% de nuestros colaboradores se encuentra adherido al Sindicato que rige nuestra actividad que es el Sindicato de Empleados de Comercio.

#### 4.2.3 Evaluación de Desempeño.

En 2013, los Analistas, Jefes, Gerentes y Directores de Carrefour (colaboradores fuera de convenio) contaron con su propia evaluación de desempeño, con un porcentaje de cumplimiento del 92%

Asimismo anualmente, realizamos la evaluación de desempeño a todos los empleados dentro de convenio, alcanzando un porcentaje total de entrevistas realizada del 95,93% sobre el total de empleados de dicha categoría.

#### Proceso de evaluación de desempeño





## **Desarrollo Profesional en Carrefour**

### **Comité de Carrera**

Mediante el Comité de Carrera, buscamos generar un ámbito de comunicación, donde los colaboradores puedan discutir junto con los responsables de cada Dirección, su potencial y las posibilidades de desarrollo de su carrera dentro de la Compañía. De esta manera, buscamos identificar a aquellas personas con alto potencial, para designarlos en niveles de jefatura y gerencia.

También contamos con un Comité de Carrera de Directores, en los que se analizan los cuadros de reemplazo para los puestos más altos de nuestra organización. Estos resultados son aprobados por nuestra casa matriz en Francia, ya que integra el plan de sucesión de Carrefour a nivel global.

En 2013, los Comités de Carrera tuvieron un 100% de nivel de cumplimiento en la sede y las explotaciones de todo el país.

### **Programas de Capacitación Interna**

Con el objetivo de contribuir con el desarrollo personal y profesional de todos aquellos que forman parte de nuestra Compañía, contamos con un Centro de Formación Carrefour, con capacidad para el entrenamiento de más 200 personas, equipamiento para *e-learning*, biblioteca y una sala de esparcimiento y recreación. Este Centro nos permite contar con un espacio dedicado exclusivamente para la formación y capacitación de nuestros recursos humanos, difusión de nuestra cultura, política y valores, así como el intercambio de experiencias.

**Continuamos cediendo las salas de nuestro Centro de Formación a organizaciones civiles para que puedan utilizar el espacio para dictar talleres y difundir su trabajo. En 2013 se realizaron 10 encuentros de diferentes organizaciones de la sociedad civil.**

**En 2013, las horas de formación en todos los niveles de mando de la compañía arrojó .946 con un total del 94% de asistencia.**

#### **4.2.3 Relacionamento y comunicación con colaboradores**

Sabemos que una relación de confianza con nuestros colaboradores, sólo es posible si existen canales de comunicación disponibles que permitan encontrar soluciones que tomen en cuenta sus prioridades y necesidades. En este sentido, contamos con diversas herramientas para mantener un diálogo abierto y transparente.

<b>Canales de comunicación con colaboradores</b>
<b>Boletín Mensual Informativo</b>
<b>Carrefour Nuestras Noticias</b>
<b>Carteleros físicos y virtuales</b>
<b>Noticiero Televisivo bimestral “Todos y Cada Uno”.</b>
<b>Line Open con George Plassat</b> (Director General del Grupo Carrefour). Esta línea se encuentra disponible para todos los colaboradores, quienes a través de la intranet de Carrefour, pueden realizar cualquier consulta por escrito al Director General.
<b>Chat online con Daniel Fernández</b> (Presidente de Carrefour Argentina) Por medio del chat online que se realiza en forma trimestral, los Directores Senior, Directores de Sede, Directores de Hipermercado y Gerentes a cargo de tienda, acceden a un espacio de intercambio con nuestro Presidente, donde se puede realizar preguntas y obtener respuestas instantáneas, de forma fluida y personal. En 2012 la participación total de los tres encuentros fue superior al 85%



**RRHH POSITIVO**

Centro de atención para empleados. Busca centralizar todas las consultas rutinarias, para que podamos dar respuestas en forma rápida y precisa a las dudas y preocupaciones del personal. Se puede acceder al mismo por medio de la Intranet, llamando al número gratuito 0810-122-RRHH (7744) o enviar un correo electrónico a [ar\\_rrhh\\_positivo@carrefour.com](mailto:ar_rrhh_positivo@carrefour.com).

**4.2.4 Clima organizacional**

Por medio de la encuesta de clima laboral “Compromiso Mutuo”, buscamos medir la satisfacción de nuestros colaboradores con las condiciones laborales de Carrefour e indagar sobre la alineación de los mismos con las conductas y valores que promovemos. La encuesta se basa en seis aspectos clave:

- **Compromiso:** satisfacción del personal y su identificación con los valores de Carrefour.
- **Personas:** liderazgo, competencias y desempeño.
- **Prácticas:** comunicación interna, clima y cultura organizacional, estrategias y procesos que mejoren la gestión de RRHH.
- **Calidad de vida:** procesos de trabajo y balance de vida.
- **Oportunidades:** altos potenciales y planes de sucesión y desarrollo.
- **Trabajo:** asegura los medios para desarrollar la tarea.

Al igual que todos los años, realizamos la encuesta de Compromiso Mutuo, que se realiza a nivel local, para poder continuar midiendo y dándole seguimiento al clima laboral interno. En 2013, la participación fue del 92%.

**4.2.5 Beneficios Carrefour – Programa de Beneficios**

Nuestro programa integral de Calidad de Vida, contempla un programa integrado por diferentes beneficios que ofrecemos a todos los que forman parte de Carrefour.

- Descuentos para compras en nuestras tiendas
- Información de ofertas comerciales que se difundirán al mercado
- Prepaga sin costo para colaboradores fuera de convenio.
- Comedor en planta con costo diferencial
- Política de traslados, posibilidad de radicación en otras ciudades.
- Obsequio por boda y/o nacimiento.
- Actividades recreativas en grupo (deportes, esparcimiento, etc.)
- Eventos para reforzar el encuentro familiar. Actividades especiales para hijos.

- Programas de nutrición, recomendaciones y menús balanceados en nuestros comedores
- Charlas de tabaquismos y otras adicciones como así también preventivas de enfermedades.
- Extensión de licencia por paternidad (una semana)
- Licencia por maternidad para el caso de adopción (45 días)
- Sostén especial en situaciones de emergencias. Soluciones de cobertura médica, facilidad de radicación en otro lugar por tratamientos, contención y préstamos sin interés.
- Distribución de entradas gratuitas para parques temáticos o eventos familiares
- *Workshops* anti-stress.

#### **Planificación Previsional**

Durante 2013 siguió vigente el programa de beneficios para colaboradores que se encuentren próximos a jubilarse. A través de una consultora especialista en temas previsionales, brindamos asesoramiento que les permite a los colaboradores:

- Conocer y prever acciones para obtener el mayor haber que les corresponda.
- Ejercer y gozar de su derecho desde el primer día que les corresponda.
- Planificar su futuro con conocimiento del proyectado de su renta futura.

**43 colaboradores a nivel nacional han sido asesorados en temas previsionales en 2013**

#### **Diversidad**

La diversidad forma parte integral del modelo económico de desarrollo de Carrefour.

De hecho, desde su creación, el Grupo Carrefour a nivel mundial ha tratado de reflejar la diversidad de la sociedad civil y de las comunidades en las que opera.

Los equipos de Carrefour Argentina, están compuestos por hombres y mujeres de todas las edades, orígenes y trayectorias muy diferentes.

En materia de diversidad, el programa Mujeres Líderes, que llevamos a cabo, tiene por objetivo promover una mayor igualdad en los equipos directivos, para ello se conformo un Comité de Mujeres Líderes el cual idea, planifica y lleva a cabo diversas acciones tendientes a generar conciencia sobre dicha problemática como así también facilitar a través de acciones que más mujeres puedan ocupar puestos directivos.

#### **4.2.6 Cuidado de la salud y seguridad de nuestros colaboradores**

La seguridad, la salud y el bienestar en el trabajo forman parte de las prioridades de Carrefour. Buscamos implementar acciones innovadoras para favorecer una cultura de trabajo eficaz y respetuoso con nuestros colaboradores.

#### **La salud y la seguridad preocupaciones permanentes**

**Garantizar la salud y seguridad de nuestros colaboradores constituye la base de cualquier política de Recursos Humanos.**

La visión de crear un mejor día a día para nuestros colaboradores incluye la mejora de las condiciones laborales y la creación de lugares de trabajo seguros y saludables con el fin de conseguir un alto nivel

de seguridad y salud en el trabajo. Desde Carrefour buscamos esforzarnos día a día para desarrollar políticas basadas en la prevención.

La tasa de incidencia de accidentes laborales es similar a la del año anterior, manteniendo así la reducción del 20% lograda en los últimos 4 años.

En Carrefour mantenemos un fuerte compromiso con la promoción de una mejor calidad de vida, que contemple el bienestar físico, mental y social de nuestros trabajadores. Con este propósito, desarrollamos las siguientes acciones dentro del ámbito laboral:

**Inducción en Seguridad e Higiene.** Todos los nuevos colaboradores ingresan en Carrefour, recién un curso de inducción acerca de las medidas y procedimientos para asegurar la Seguridad e Higiene en nuestra labor diaria.

**Simulacros de evacuación.** Este ejercicio se realiza cada 6 meses, y tiene como objetivo preparar a nuestros colaboradores para tomar decisiones en momentos de crisis. En abril, realizamos un simulacro masivo en todos los establecimientos de Carrefour, contando con la participación de más de 12.000 personas y servicios de emergencias como bomberos, defensa civil, ambulancias, policía, etc.

**Brigada de lucha contra incendios.** Brindamos capacitaciones prácticas y teóricas sobre la extinción de principios de incendio con elementos menores.

**Capacitaciones sobre tareas específicas.** Realizamos talleres de capacitación para aquellos colaboradores en puestos con tareas específicas, como el manejo seguro de autoelevadores, riesgos en oficina, elementos de protección personal y primeros auxilios, entre otros.

Se está confeccionando, para ser lanzado en 2014, un manual de ergonomía para mandos medios con la finalidad de documentar las buenas prácticas en relación a las posturas seguras de trabajo, el movimiento manual de cargas y la disposición correcta en los diferentes puestos. Las lesiones producidas por el manejo manual de cargas y malas posiciones de trabajo son la primera causa de accidentes alcanzando un 30% del total.

Se realizaron los dos primeros módulos de capacitación en formato e-learning. Los temas elegidos fueron "Primeros auxilios y RCP" e "Inducción para formato Express". El primero por ser un tema que incluye a todos los empleados y el segundo por ser el formato con mayor crecimiento en los últimos dos años y la dificultad de capacitar al personal por la atomización del formato.

Se relanzó la campaña de prevención de accidentes viales, particularmente de motos y bicicletas fomentando el uso de casco y chaleco de visualización. Se entregaron más de 1000 chalecos (Provisos por la aseguradora de riesgos del trabajo) en 20 tiendas con mayor siniestralidad por esta causa.



### **Simulacro de extravío de personas**

Carrefour Argentina realizó simulacros para actuar ante extravíos de personas. Como parte de su compromiso con la comunidad y conforme a su política internacional de seguridad, Carrefour Argentina llevó a cabo el miércoles 9 de mayo en forma simultánea en todas sus tiendas del país, simulacros destinados a establecer los procedimientos adecuados ante el extravío de personas dentro de una tienda. El objetivo principal de esta acción es reforzar el Plan de Emergencia General de la compañía.

### **Carrefour junto a Red Solidaria realizó un simulacro de extravío de personas**

En 2013, Carrefour Argentina llevó a cabo en la sucursal de Vicente López un simulacro de búsqueda de personas en conjunto con la Red Solidaria con el objetivo de trabajar en la elaboración de un protocolo destinado a encontrar niños o adultos en situación de extravío, teniendo en cuenta los procedimientos utilizados por la compañía.

El operativo consistió en la simulación de una situación de extravío de un menor dentro de la sucursal, a partir de allí se puso en funcionamiento el procedimiento que contempló la correcta recopilación de información para iniciar la búsqueda, el reconocimiento por parte del personal de los roles a asumir, el acompañamiento y apoyo a las personas involucradas, la rapidez en la comunicación del hecho a través del audio del local para alertar a los colaboradores asignados a que se involucren en la búsqueda, el cierre de las puertas de acceso de la tienda y del estacionamiento, la comunicación al sistema de emergencia policial, entre otras cuestiones que contribuyen a la eficaz resolución de un hecho de estas características.

Con la misión de estar preparados para actuar en forma rápida y organizada ante estos episodios, las acciones de esta iniciativa incluyen también la realización de prácticas bajo los procedimientos de Carrefour adaptados en establecimientos educativos y otros centros comerciales.

La puesta en marcha de simulacros sirve para adaptar todos los procedimientos preventivos y ajustar los mecanismos de búsqueda de personas ante un eventual hecho de estas características.

## **4.3 Participación activa y desarrollo en nuestra comunidad**

Carrefour, en calidad de comerciante minorista, se adapta y contribuye al ecosistema local en todos sus países de acción.

Sus principios de acción se basan en el diálogo con todas las partes interesadas locales, en el respeto a las culturas y modos de vida, así como en la solidaridad con las comunidades que acogen a Carrefour.



Empresa responsable y cívica, el Grupo Carrefour se articula no solamente a escala internacional, sino también nacional, regional y local en función de dos ejes:

- Contribuir al desarrollo de las regiones.
- Dar un apoyo solidario a las comunidades locales.

Nuestra presencia con tiendas a lo largo de todo el país, nos hace “locales” en una gran variedad y cantidad de comunidades. Esta es una oportunidad única para involucrarnos con todas las personas y

organizaciones que se encuentran en nuestro área de influencia, y así generar vínculos, acciones, programas y proyectos duraderos que generen valor para nuestra Compañía y calidad de vida para la sociedad en general. Una comunidad desarrollada económica, social y ambientalmente es una de las metas que tenemos como organización líder en Argentina.

Con dicho propósito, nuestro Programa Nacional “Sumando Voluntades” busca promover la **inclusión social y profesional**, concientizar sobre el cuidado del **medio ambiente** y colaborar con la **nutrición** de quienes más lo necesitan.

Para más información sobre nuestro programa y acciones ingresar a [www.carrefoursustentable.com](http://www.carrefoursustentable.com) o [www.carrefour.com.ar](http://www.carrefour.com.ar)



Los tres ejes de acción de nuestro programa de acción en la comunidad “Sumando Voluntades” son:

- 1) Promover la **INCLUSIÓN SOCIAL Y PROFESIONAL**
- 2) Colaborar con la **NUTRICIÓN** de quienes más lo necesitan
- 3) Concientizar acerca de la importancia del cuidado del **MEDIO AMBIENTE**.

Principales Acciones con la comunidad.			
Programa	Eje	Objetivo	Beneficiarios
Mundo al Rescate	Medio Ambiente	Con el propósito de continuar concientizando a las generaciones futuras sobre la importancia de proteger al medio ambiente, el Programa Educativo “Mundo al Rescate” que se impulsa desde 2007 el mensaje hacia el reciclado para transmitir a los niños que los residuos pueden ser de gran ayuda a la hora de colaborar con el planeta si se sabe qué hacer con ellos y de qué manera reutilizarlos.	100.000 niños y niñas
Encrucijada	Medio Ambiente/ Inclusión Social.	El “Proyecto Encrucijada” es una iniciativa encabezada por ARCA, una de las organizaciones sociales premiadas por Carrefour Argentina en la 1ª Convocatoria Nacional de Proyectos Sostenibles que la compañía lanzó en 2011 con la finalidad de financiar programas que contribuyan al Desarrollo Sustentable. En este caso, la compañía realizó una inversión de 390 mil pesos para desarrollar un modelo de micro emprendimiento social productivo a partir de la instalación de eco tecnologías que permiten transformar residuos plásticos en productos de Eco Diseño. Para el desarrollo de esta iniciativa se incluyeron a dos entidades sociales encargadas de recolectar los residuos plásticos de las sucursales Carrefour involucradas, para luego clasificarlos y transformarlos en Eco Productos junto a ARCA. Se trata de la Cooperativa El Ceibo, quien realiza el retiro en el Hipermercado de Paseo Alcorta y la Cooperativa escolar “Creciendo Juntos”, que lo hace en Carrefour Moreno. El Proyecto Encrucijada no solo permite generar “empleos verdes”, sino que además logrará transmitir a la comunidad un circuito integral de generación de Residuos que en vez de ser enterrados en basurales, retorna al mismo espacio, Carrefour, transformados en Eco Productos sociales.	Cooperativa el Ceibo y Cooperativa Creciendo Juntos.
Emprendiendo o Juntos “Misión Yungas”	Inclusión social	Contribuir al desarrollo sustentable de la zona conocida como Alto Bermejo y mejora las condiciones de vida de sus habitantes a través de capacitación, acceso a microcréditos, comercialización de productos y promoción del patrimonio ambiental de la región. A través de Planet Finance, otorgamos micro créditos a través de fondos de créditos autogestionados por las comunidades, para aumentar su capacidad de inversión y como herramienta de desarrollo de emprendimientos. En 2013 obtuvieron ganancias por más de 10.00 pesos	2 comunidades rurales Los Toldos y San Francisco.
Negocios Inclusivos	Inclusión social	En busca de promover la inclusión económica y social y acompañamos a distintas ONG’s brindando espacios gratuitos en nuestras tiendas para que den a conocer su misión. Ofrecemos a los productores locales la oportunidad de	50 organizaciones

		comercializar sus productos al público en ferias instaladas dentro de nuestras tiendas de distintos puntos del país. Esta iniciativa se lleva a cabo en conjunto con diferentes organismos de gobierno. En 2013, obtuvieron ganancias por 2.2 millones de pesos	
<b>Alimentarse y Aprender</b>	<b>Nutrición</b>	Junto a Fundación CONIN y con el apoyo de la Fundación Carrefour, desarrollamos el programa de educación nacional "Sumando Voluntades para Alimentarse y Aprender". Esta propuesta, destinada a alumnos de 4º a 6º grado de las escuelas públicas de todo el país, tiene como finalidad concientizarlos sobre la importancia de incorporar una alimentación saludable y actividad física en sus vidas.	<b>66.000</b>
	<b>Programa de Becas</b>	Con el aporte de la Fundación Carrefour, apoyamos el Programa de Becas que la Fundación CONIN desarrolla. Esta propuesta realiza un abordaje integral de la problemática social y propone un trabajo con las familias en conjunto para poder promover entre otras cosas, hábitos de salud, higiene y alimentación, como así también, poder brindarles asistencia médica y nutricional. La compañía colabora con este proyecto desde 2008 y hasta el momento ya llevan invertidos más 1.700.000 euros.	<b>130 familias</b>
<b>Tu cambio puede cambiar vidas</b>	<b>Educación</b>	En alianza con UNICEF, desde 2007 llevamos a cabo el programa "Tu cambio puede cambiar vidas". De esta manera, nuestros clientes pueden donar una parte de su vuelto en efectivo para colaborar con los proyectos de educación. En 2013, se recaudaron 1.5 millones de pesos	<b>25.000 niños, niñas y adolescentes.</b>
<b>Red Bancos de Alimentos</b>	<b>Nutrición</b>	<b>Con la Red del Banco de Alimentos Carrefour mantiene un fuerte vínculo desde hace ya varios años, a través del Programa Rescate de Mermas y las Colectas Anuales de Alimentos.</b>	<b>200.000 personas. 1300 organizaciones</b>

### Compromiso con la Comunidad

Además de los programas que llevamos a cabo a nivel nacional, Carrefour colabora y participa de diferentes acciones en cada comunidad en donde está presente. A modo de ejemplo en 2013 se llevaron a cabo las siguientes acciones con la comunidad.

### LA HORA DEL PLANETA

Carrefour Argentina se sumó como sponsor a la campaña organizada por Fundación Vida Silvestre Argentina e invita a clientes, empleados, proveedores y a toda la comunidad a apagar las luces durante una hora el sábado 23 de marzo.

Carrefour Argentina acompañó una vez más a la iniciativa de World Wildlife Fund (WWF) - coordinada en la Argentina por Fundación Vida Silvestre. Esta campaña tiene como finalidad demostrar en forma simbólica que sumando voluntades de gobiernos, empresas e individuos, la sociedad tiene la oportunidad para actuar de forma conjunta contra el cambio climático. Es por eso que el sábado 23 de marzo de 20:30 a 21.30 hs, bajo la consigna "Despertate, algo está pasando en el mar", miles de argentinos apagaron las luces durante una hora para demostrar su compromiso con el medio ambiente.

Como sponsor de la campaña, Carrefour Argentina participó activamente apagando las luces de la cartelería exterior de todas las sucursales, el 40% del salón de ventas y luces no esenciales interiores como depósitos y oficinas. Además, a través de distintas iniciativas impulsó la participación de sus



diferentes grupos de interés formados por clientes, consumidores, proveedores, gobierno, medios de comunicación y especialmente a sus más de 20.000 colaboradores de todo el país.



## Solidaridad

### Inundaciones en la plata, Provincia de Buenos Aires

El día 03 de Abril la provincia de Buenos Aires fue azotada por un fuerte temporal que afectó a la Ciudad de Buenos Aires, La Plata y otros distritos del Gran Buenos Aires.

La tormenta causó grandes destrozos en las casas, inundaciones, caídas de árboles, calles anegadas, cortes en el suministro de electricidad, agua, graves daños materiales y miles de evacuados. Con Más de 51 víctimas fatales la ciudad de La Plata fue una de las más afectadas y en donde se registraron la mayor cantidad de muertos.

Carrefour Argentina puso en marcha un plan de contención para las familias afectada y destinó la cantidad de 12 camiones a La Ciudad de La Plata con mercadería (alimentos no perecederos, artículos de higiene y limpieza, colchones, frazadas, etc.)

A los colaboradores de la CIA. que también fueron afectados, se les entregó mercadería y una línea de crédito personal.

Desde nuestro Programa de Voluntariado Corporativo “Sumando Voluntades”, se llevaron adelante iniciativas en diferentes tiendas: colectas de alimentos no perecederos, ropa, art. de higiene y limpieza, etc. que fueron canalizados a través de distintas ONGs referentes en nuestro país y de nuestra Fundación Carrefour Argentina.

Asimismo se solicitó ayuda a Fundación Carrefour para que con su valioso aporte lleguemos a quienes más lo necesitan. El total de la mercadería entregada en concepto de donación alcanzó los \$ 688.491,95

## Por un Planeta más Vivo.

Carrefour Argentina junto a Fundación Vida Silvestre lanzaron la campaña, por “Un Planeta Vivo” productos de merchandising de Fundación Vida Silvestre Argentina se comercializaron en tiendas de Capital y Provincia de Buenos Aires.

Carrefour apoya el desarrollo de actividades sustentables y se une a la Fundación Vida Silvestre a favor del planeta. En este sentido, la compañía ofrece desde el 10 de junio, en sus tiendas de Salguero, (Jerónimo Salguero 3212, C.A.B.A.), La Plata (Con. Gral. Belgrano e/ 514 y 517, La Plata), Vicente López (Av. del Libertador 215, Vicente López) y San Fernando (Ruta 202 y Panamericana – Ramal Tigre, San Fernando) un espacio en sus góndolas con productos de la Fundación Vida Silvestre Argentina.

Los productos que se comercializan son tazas, remeras y bolsas reutilizables con el famoso logo de la fundación y se ubican en el interior de las sucursales, más precisamente en el pasillo central entre los sectores de textil y bazar.

Todo lo recaudado fue donado a Vida Silvestre. De esta forma, Carrefour junto a Vida Silvestre apuestan a un futuro más sustentable y brindan a clientes y consumidores la inmejorable posibilidad de colaborar con la misión de la Fundación de trabajar por la conservación de la naturaleza y la promoción del uso sustentable de los recursos naturales. En la actualidad llevan recaudados mas de 56.000 pesos argentinos.

## Carrefour Argentina concientiza sobre la prevención del cáncer en el mes de la mujer

Con motivo del Día Internacional de la Mujer, la compañía realizó por 7º año consecutivo una campaña de concientización para la detección precoz del cáncer de mama y cuello de útero, durante el mes de marzo.

**TEX**, la marca de indumentaria de Carrefour Argentina, Revista Positiva, Sumando Voluntades, el programa nacional de RSE de la compañía, y el Centro de Diagnóstico Dr. Enrique Rossi desarrollaron una campaña para contribuir a la detección precoz del cáncer de mama y de cuello de útero.

Con motivo de celebrarse el Día Internacional de la Mujer, los días viernes, sábado y domingo, desde el 8 al 24 de marzo de 17 a 21 hs en Carrefour Paseo Alcorta (Jerónimo Salguero 3212, C.A.B.A.), se repartieron folletos informativos para colaborar con la lucha de estas enfermedades que tanto afectan a las mujeres.

Además, nuestras clientas encontraron en cada prenda de ropa interior de marca TEX un folleto que brinda la información que toda mujer debe conocer sobre síntomas, factores de riesgo, la importancia de realizar controles ginecológicos periódicos y aconseja qué estudios realizar para la detección precoz de los tumores mamarios y pelvianos. Para más información, ingresar a [www.carrefour.com.ar](http://www.carrefour.com.ar)

### 4.3.1 Voluntariado Corporativo

Esta iniciativa nos permite incentivar a nuestros colaboradores, a realizar acciones que los acerquen a la comunidad cercana a los lugares donde trabajan, y de la que también ellos forman parte. Algunos de nuestros colaboradores son designados embajadores de las acciones que llevamos adelante en todo el país. Actualmente, contamos con más de 250 embajadores.



Contamos con la “Línea Embajador”, una línea telefónica exclusiva para nuestros colaboradores que participan del Programa de Voluntariado Corporativo para que puedan realizar cualquier tipo de consultar y brindar sugerencias.



Adicionalmente, contamos con el Manual del Embajador que incluye información y consejos útiles para tener en cuenta a la hora de realizar una acción solidaria, presentar un proyecto o tener información clara acerca de todas las acciones de Sumando Voluntades y de Carrefour.

<b>Resultados Voluntariado Corporativo</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Embajadores de Sumando Voluntades	240	250	250
Horas de voluntariado	17.000	18.000	19.300
Total de Acciones de voluntariado	1.000	1500	1.800
<i>Medio ambiente</i>	200	250	200
<i>Inclusión social y profesional</i>	250	300	600
<i>Solidaridad</i>	350	650	800
<i>Alimentación</i>	200	300	200

### **Fundación Carrefour**

Desde 1982, desarrollamos una activa política de relaciones con la comunidad, que se manifiesta tanto en el apoyo a instituciones gubernamentales y organizaciones sin fines de lucro, como en donaciones directas y organización de campañas con fines de bien público.

Nuestra Compañía ejerce un rol fundamental en el desarrollo económico, social y ambiental de nuestro país, y la Fundación Carrefour participa de dicho objetivo poniendo sus recursos y las competencias de sus colaboradores al servicio de la solidaridad. Los aportes de la Fundación se realizan gracias a la valiosa contribución de la Fundación Internacional Carrefour (o Fondation Carrefour).

La Fundación Carrefour trabaja sobre 4 ejes estratégicos, que se encuentran alineados a nuestra política de Sustentabilidad: Alimentación, Inserción Social y Profesional, Medio Ambiente y Solidaridad.

*En 2013, la inversión social fue de mas de 600.000 pesos argentinos.*

*Para más información sobre la Fundación Carrefour Argentina ingrese a [www.carrefour.com.ar](http://www.carrefour.com.ar)  
Para más información sobre Fondation Carrefour ingrese a [www.fondationcarrefour.com](http://www.fondationcarrefour.com).*

## Desempeño Ambiental

Comprometidos con el cuidado de nuestro entorno, en Carrefour Argentina llevamos a cabo iniciativas para minimizar los impactos que generamos asociados al uso de los recursos, a la generación de contaminación y residuos, y a las actividades de nuestra Compañía sobre los hábitats naturales.

### 5.1 Prevención de la contaminación y gestión de residuos

Contamos con una política de gestión de residuos en diferentes niveles, abarcando la optimización y la disminución de los residuos, el menos uso de bolsas plásticas y la promoción del reciclaje tanto en las tiendas como en nuestros clientes y consumidores.

#### *Sistema de Gestión de residuos*

En Carrefour utilizamos el enfoque de las 4 R 's para la gestión de residuos y reciclaje: Reducir, Reutilizar, Reciclar y Recuperar. En primer lugar llevamos a cabo una clasificación de nuestros residuos para poder reciclarlos de manera apropiada.

A lo largo del año continuamos participando de forma voluntaria en el Programa de Gestión Integral de Reciclado (PGIR) del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (GCBA), a través del cual se autoriza únicamente a cooperativas registradas a retirar el material reciclable. 35 tiendas de Carrefour Argentina ya se encuentran trabajando en esta iniciativa.

En el año en curso se han realizado en forma conjuntas con otras formaciones, capacitaciones sobre la Gestión responsable de los Residuos Patogénicos, Peligrosos y Aceites Vegetales Usado.

Siendo capacitados hasta el momento 542 colaboradores, entre los que contamos con Directores, Gerentes, Jefes de Tiendas y Empleados de los diferentes formatos.

**En 2013 logramos la disminución en la cantidad de residuos generados en un 2%**

#### *Reciclado de aceite vegetal y animal*

Desde Carrefour Argentina fomentamos el reciclado de aceite vegetal y animal en las tiendas que poseen rotisería. Su recolección y acopio trae aparejadas una serie de ventajas como la producción de biodiesel como combustible y el evitado de su vertido en las cloacas ocasionando inundaciones y contaminación.

En total 51 tiendas, entre el área de Ciudad de Buenos Aires y Provincia de Buenos Aires.

<b>Reciclado de aceite vegetal y animal</b>		
<b>Año</b>	<b>Aceite vegetal</b>	<b>Aceite Animal</b>
2011	11.305 litros	17.225 kilos
2012	15.070	12.800
2013	18360	14050

#### *Residuos Patogénicos y Peligrosos*

- **Residuos Patogénicos:** Contempla a los algodones, gasas, vendas usadas, objetos cortantes o punzantes, materiales descartables y elementos impregnados en sangre. En nuestras tiendas se originan en la atención primaria de los servicios médicos. De un total de 26 tiendas que disponen de Servicio Médicos - en el área de Ciudad de Buenos Aires y Provincia de Buenos Aires - que realizan atención primaria, se retiraron al mes de octubre del 2013, un total de 1480 Kg. de Residuos Patogénicos para su posterior tratamiento y disposición final, según legislación vigente.

- **Residuos Peligrosos:** Es todo material que resulte objeto de desecho o abandono y que puede perjudicar en forma directa o indirecta a seres vivos o contaminar al agua, el suelo, la atmósfera o el ambiente en general.

De un total de 83 tiendas - en el área de Ciudad de Buenos Aires y Provincia de Buenos Aires, se retiraron al mes de octubre del 2013, un total de 21174 Kg. de Residuos Peligrosos, para su posterior tratamiento y disposición final.

Estos residuos se originan por las tareas de mantenimiento de los activos de la tienda, ejemplo: tubos fluorescentes, aceites minerales, pinturas, cilindros de freón, baterías, etc.

En el año en curso se han realizado en forma conjuntas con otras formaciones de la Gerencia de Higiene, Seguridad y Medio Ambiente, capacitaciones sobre la Gestión responsable de los Residuos Patogénicos, Peligrosos y Aceites Vegetales Usado. Siendo capacitados hasta el momento 720 colaboradores, entre los que contamos con Directores, Gerentes, Jefes de Tiendas y Empleados de los diferentes.

### ***Reciclado de Residuos Tecnológicos***

Desde 2004, llevamos a cabo un plan de actualización tecnológica de los distintos activos desafectados en las tiendas. La venta de estos activos por medio de remates públicos, genera un ingreso extraordinario, y colabora con el cuidado del medio ambiente al no generar impactos ambientales negativos en la destrucción de los mismos.

### ***Fomento del uso de nuestras Bolsas Reutilizables***

Durante 2012 continuamos promoviendo el uso de nuestra Bolsa Reutilizable, disponible en todo el país, a clientes y consumidores con el objetivo de minimizar el uso de las bolsas plásticas, que generan más contaminación y residuos.

Fabricada bajo estándares internacionales por una PyME Nacional, esta bolsa está conformada por un material rígido, aportándole mucha durabilidad, y posee una capacidad de carga de cinco bolsas plásticas.

En el marco del festejo por el Mes del Medio Ambiente en junio, llevamos a cabo diferentes acciones en todas las tiendas del país para concientizar a nuestros clientes sobre la importancia de no utilizar bolsas plásticas.

En 2013 logramos la reducción de un 5% en el uso de bolsas plásticas,

### ***Entregamos 4.7 bolsas reutilizables entre 2009 y 2013, que equivalen a 23.5 millones de bolsas plásticas menos.***

Por otro lado, desde 2010 contamos con más de 10 cajas ecológicas a nivel nacional, creadas y designadas por cada Embajador de nuestro Programa de Voluntariado Corporativo. En dichas cajas no se entregan bolsas plásticas y se ofrece a los clientes, al igual que en el resto de las cajas, la posibilidad de utilizar opciones que ellos mismos propongan, como changuitos o la posibilidad de comprar la bolsa reutilizable.

Las cajas ecológicas contaron con una gran aceptación por parte de nuestros clientes, y se encuentran ambientadas de color verde con un estilo más sustentable para ser identificadas fácilmente por los mismos. Al comenzar esta iniciativa, las cajas se habilitaron únicamente los fines de semana, pero dado a su éxito, y a pedido de los clientes, todos los días hay al menos una de ellas abierta al público.

## **CHANGUITOS**

En nuestras tiendas Carrefour Express y para dar otra opción a los clientes, promoviendo el uso de medios alternativos de transporte de mercaderías, se puso a disposición de los clientes el alquiler de changuitos, para transportar las mercaderías hasta el domicilio

### ***Promoción de prácticas de reciclado***

En busca de generar conciencia en nuestros clientes, a través de diferentes alianzas estratégicas con proveedores y organizaciones civiles, promovemos y fomentamos el reciclado de diferentes residuos en nuestras tiendas.

### **La posta del reciclado**

En noviembre 2011 y en alianza con Unilever y con Fundación Reciduca llevamos a cabo un programa para reducir el impacto ambiental generando inclusión social. Se trata de "La posta del reciclado", ubicado en Carrefour Vicente López en la Provincia de Buenos Aires. Bajo la premisa "Transforma un envase vacío en un aula llena", invitamos a los clientes a depositar sus residuos de PET, cartón y papel con el fin de que jóvenes de 18 a 24 años de zonas vulnerables y que no hayan terminado sus estudios secundarios, puedan clasificar y reciclar residuos y de esta forma financiar sus estudios. Llevamos recolectados 10.000 kilos de PET, cartón y papel.

### **Centros de Recepción de envases Tetra Brik**

Junto con Tetra Pak, empresa líder en el procesamiento y envasado de alimentos, implantamos en 40 tiendas de Buenos Aires centros de recepción de envases tetra brik, en donde invitamos a los clientes a sumar su voluntad de reciclar envases.

Asimismo en 10 tiendas de Buenos Aires instalamos góndolas informativas realizadas con material reciclado que buscan concientizar sobre la utilización de materiales provenientes de bosques certificados.

## **5.2 Uso sustentable de los recursos**

Estamos comprometidos en progresar hacia el uso sustentable de los recursos, utilizando materiales, energía, combustibles y agua de manera responsable.

### ***Eficiencia energética***

En Carrefour continuamos trabajando intensamente para lograr nuestro objetivo a nivel mundial de mejorar la eficiencia energética, reduciendo el consumo en un 30% en 2020 respecto de 2004.

El Programa de Eficiencia Energética está basado en el desarrollo de tecnologías innovadoras en las tiendas que permita promover el uso inteligente de la energía eléctrica a través de la implementación de cambios en la infraestructura y la incorporación de nuevas tecnologías, mediante las cuales buscamos reducir nuestro consumo.

En 2013, redujimos un 5 % el consumo de energía eléctrica, gracias principalmente a las siguientes iniciativas:

Las iniciativas de eficiencia energética en el periodo 2013, se enfocaron en el recambio de luminarias, optimización de las centrales de frío alimentario y Automatismo.

### **Recambio de luminarias:**

Continuando con la política de ahorro energético 2012, el departamento de Compras impulso en el año 2013, 21 nuevas sucursales con recambio total de luminarias, las mismas poseen características

técnicas más eficientes reduciendo el impacto ecológico que generan los artefactos actualmente instalados, en un 50% sobre el consumo de iluminación.



#### **Autocontenidos:**

En el periodo 2013, se ampliaron las tiendas respecto del 2012 a 44 nuevas sucursales, la iniciativa consiste en el recambio de pozos de congelado que dependen de la central de frío de la sucursal, por unidades autónomas denominadas “Auto-Contenidos”, esta implementación genera un fuerte impacto en la central de frío reduciendo en algunos casos al 60% su funcionamiento, generando a su vez una disminución significativa de los fluidos refrigerantes.

Los “Auto-Contenidos” son unidades individuales que utilizan el compuesto líquido “Freón 404 a”, iluminadas internamente por LEDs, por lo que no requieren el compuesto líquido “Freón R22” para su funcionamiento, esto fue un requerimiento importante que contribuye al impacto ecológico en el medio ambiente.



#### **Proyecto Control Eficiente de Energía**

Con el objetivo de continuar con la reducción de consumo, se llevó a cabo el proyecto de eficiencia energética en la sede administrativa de Carrefour Argentina, el cual consiste bajo el concepto de “Edificio Inteligente” en la racionalización de la energía en función de su demanda. Logrando una optimización del funcionamiento de las instalaciones.

Asimismo, continuamos con:

- Instalación de ecotubos con láminas refractarias, que buscan compensar la eliminación de los tubos convencionales, los cuales disminuyen en casi un 50 % la potencia en iluminación y un 15% sobre el total del consumo.
- Instalación de tubos LEDS en todas las aperturas de los Carrefour Express, situados en la ciudad de Buenos Aires, como así también en nuestro formato Carrefour Maxi. En la actualidad más de 150 tiendas poseen esta tecnología. Este tipo de tecnología permite la reducción del 60% de Kwh sobre la iluminación y un 18% sobre el consumo total de la tienda.
- Automatización domótica: Permite el control de potencia y automatiza el encendido y apagado de iluminación y aire acondicionado, como así también el control de las temperaturas de las heladeras, permitiendo una baja de 12% del consumo total de la tienda.

### **Construcción sustentable de nuestras tiendas**

Carrefour Argentina cuenta con más de 400 tiendas a nivel nacional, por lo que la continua búsqueda de materiales de construcción y/o refacción que minimicen el impacto ambiental es de suma importancia en la estrategia de sustentabilidad.

En 2011 en nuestra primera tienda mayorista, se implementó un sistema de control inteligente que busca reducir la demanda eléctrica y el consumo de agua a través de controles neumáticos. Además, se utilizaron lucarnas para aprovechar la luz natural y tubos fluorescentes de alto rendimiento que redujeron un 20% el consumo de energía. Asimismo, en nuestra segunda tienda mayorista, se implementó un sistema de control inteligente que busca reducir la demanda eléctrica y el consumo de agua a través de controles neumáticos.

#### **Tienda Eco Amiga**

Diseñada y equipada teniendo en cuenta criterios de sustentabilidad y minimización del impacto medioambiental, nuestra tienda Eco Amiga busca promover el consumo consciente y ser un espacio de movilización de actitudes responsables.

Entre sus principales características se encuentran:

- Sistema de iluminación Led, que reduce en un 65% el consumo de energía eléctrica, siendo la primera en Latinoamérica en contar con esta tecnología.
- Separación de residuos en origen.
- Presencia de góndolas informativas realizadas con material reciclado que buscan concientizar sobre la utilización de materiales provenientes de bosques certificados e invita a los clientes a sumar su voluntad de reciclar acercando sus envases tetra brick al centro de recepción.
- Señalización de los productos "Eco Amigos", que contribuyen a la protección y el cuidado ambiental.

### **Gestión del Gas y el Agua**

<b>Consumo de gas y agua</b>				
	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Consumo de gas (en m3 )	8.545.457	6.928.634	5.727.434	5.451.088
Consumo de agua (en m3)	1.966.659	1.987.815	1.989.367	1.950.223

### 5.3 Lucha contra el Cambio Climático

En Carrefour Argentina luchamos para contrarrestar los efectos negativos del cambio climático por medio de la gestión y el consumo responsable de nuestros recursos de energía y del sistema de transporte y logística.

La fuga de fluidos refrigerantes representa la segunda causa de emisiones de efecto invernadero para Carrefour a nivel mundial, después de la electricidad, y la primera en términos de emisiones directas

Por ello a partir de 2008, el Grupo Carrefour trabajó fuertemente en una estrategia para disminuir la fuga de refrigerantes en todas las tiendas. Cada año, aproximadamente 2 millones de toneladas de CO<sub>2</sub> se escapan y se dirigen a la atmósfera. Estos gases se encuentran en los sistemas de refrigeración como las heladeras y los aires acondicionados.

Más allá de su impacto ambiental, somos conscientes de nuestra responsabilidad y del impacto ambiental que generamos. Por ello, implementamos una estrategia para la identificación de las fugas de refrigerantes en las tiendas y sus causas, y desarrollamos una estrategia para reducir el consumo de los mismos.

Algunas de las iniciativas llevadas fueron:

- Instalación de válvulas reguladoras de presión en Centrales de Frío Alimentario en 9 tiendas.
- Instalación de PRE enfriadores de condensación por aspersión de agua a alta presión en los aires acondicionados para bajar la presión de trabajo de los compresores haciendo disminuir su consumo energético, y reemplazo de compresores semi- herméticos por los del tipo Scroll.

#### ***Optimización del sistema de transporte, distribución y logística***

En Carrefour Argentina establecemos como eje central la planificación del transporte para lograr, así, la optimización de costos y la minimización de la contaminación, siendo un eje fundamental para luchar contra el cambio climático. Esto se debe a la extensión de nuestro país y la distribución geográfica de nuestras tiendas, como así también los grandes volúmenes de mercaderías que son enviadas diariamente a nuestras tiendas

Por ello, promovemos la optimización de nuestros camiones para reducir los kilómetros de viaje y limitar así su impacto. Trabajamos permanentemente midiendo y comparando los indicadores de ocupación, a fin de optimizar la cantidad de bultos despachados por camión y, como consecuencia, disminuir la cantidad de camiones enviados por tonelada de mercadería. Esto ocasiona como resultado una reducción en las emisiones de CO<sub>2</sub>.

Trabajamos en coordinación con nuestras tiendas para optimizar la logística inversa para la devolución de contenedores y mercadería. De esta manera, reducimos la cantidad de camiones que se utilizan para esta operación y se realizan retiros multipunto.

Además, desde los Centros de Distribución, contribuimos a minimizar el impacto sobre el medio ambiente reciclando papel, cartón y film stretch. Y de la mano de nuestros operadores DHL e ID, proponemos la utilización responsable del agua, papel, impresiones y consumo de energía eléctrica, mediante calcomanías dentro de las instalaciones. Esto es acompañado por indicadores que miden la utilización mensual para comparar consumos.

#### **Sistema de Backhauling**

Desarrollamos acciones para optimizar el uso de camiones con los proveedores, aprovechando el flujo de retorno hacia los centros de distribución. Mediante el incremento en los viajes obtenemos ahorros en el gasto de transporte y reducciones en la emisión de CO<sub>2</sub> por combustión.



**Indicadores de transporte a través del Sistema Backhauling**

Año	2010	2011	2012	2013
Cantidad de viajes de camiones	707	811	661	691

**Iniciativas sustentables en los Centros de Distribución:**

Llevamos a cabo iniciativas para disminuir el impacto ambiental que generamos en nuestros Centros de Distribución, trabajando en alianza con nuestros proveedores y clientes.

Las principales acciones llevadas a cabo fueron:

- Reciclaje de Film Stretch y Cartón en todos los centros de distribución.
- Recupero y reutilización de los pallets de madera.
- Ahorro de energía en todos los Centros de Distribución a través de:
  - ✓ Cambio del sistema de iluminación en el Centro de Munro para mejorar el uso de luz natural.
  - ✓ Equipos de aire acondicionado regulados en 24°C y apagado automático durante la noche.
  - ✓ Reducción de los tiempos de descarga de proveedores en el Centro de Distribución de Munro.
  - ✓ Carga de camiones a granel para tiendas del interior con mercadería de Línea Blanca desde el Centro de Tortuguitas, permitiendo disminuir un 20% la cantidad de camiones despachados y reducción del uso de pallets de madera.
  - ✓ Administración de aerosoles en forma separada al resto de la mercadería en el Centro de Distribución de Esteban Echeverría.

**CARPOOLING.**

En 2012, lanzamos un proyecto de Carpooling en nuestras oficinas. Este proyecto permite a los empleados de la empresa gestionar las solicitudes de remises y taxis a través de un sistema online que respete los procesos vigentes de gestión, apto para servidores para que los empleados puedan gestionar sus pedidos de una manera simple a través de Internet.

A través del uso de esta herramienta se generan los siguientes beneficios:

- Disminuir el volumen de viajes del personal.
- Evitando la duplicación de viajes con destinos y horarios similares.
- Generando un uso consciente y responsable a través de la sistematización de las políticas.
- Reportes que incluyen kilometraje aproximado de cada recorrido.
- Disminución de emisiones de CO<sub>2</sub>, ya que se optimiza la movilidad, ya que la plataforma permite establecer políticas para fomentar los viajes compartidos en remis entre empleados de la empresa.

**Líquidos Refrigerantes****Medidas adoptadas en 2013 para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y limitar las fugas de líquido refrigerante.**

En el periodo 2013 se llevaron a cabo iniciativas en reducción de fluidos refrigerantes en sucursales del interior del país, en las cuales se obtuvo una disminución de los fluidos refrigerantes en el orden del 30%. Esto se encuentra asociado a la concientización de los equipos de Mantenimiento y premiación a los jefes regionales de mantenimiento que contribuyen con acciones complementarias a la disminución de fluidos refrigerantes.

El objetivo del año 2013 fue llegar a un nivel de reducción del 40% en la categoría de frío alimentario.

## 5.4 Preservación de recursos y biodiversidad

En Carrefour Argentina luchamos por la preservación de la biodiversidad y de los recursos naturales. Somos conscientes que para preservar nuestros recursos debemos ser responsables en nuestro consumo y en el uso de los mismos para convertirlos en bienes y servicios. Dado la naturaleza de nuestro negocio, encontramos como amenazas a la biodiversidad, problemáticas como la deforestación, el uso irracional de agua y de energía, la silvicultura, y la pesca entre otros.

### *El aceite de palma y la deforestación*

La deforestación es una importante fuente emisiones de gases de efecto invernadero, que representa alrededor del 18% de las emisiones anuales de CO<sub>2</sub> antropogénicas. También se está convirtiendo en uno de los temas clave en las negociaciones sobre el cambio climático a nivel mundial. El grupo Carrefour ha fijado un objetivo a nivel mundial de “Deforestación Cero”.

Asimismo, diversos productos alimenticios y de higiene personal, contienen aceite de palma que por la multiplicidad de sus usos se ha convertido en el primer aceite producido el mundo, con más de 45 millones de toneladas por año aproximadamente. En 2012, Carrefour Argentina, a través del sector de Calidad y Desarrollo Sostenible ha realizado un relevamiento junto a sus más de 200 proveedores que elaboran la Marca Propia de Carrefour a fin de realizar un análisis de la situación de sus productos. Esta experiencia arrojó como resultado que el 99% de nuestros proveedores no utiliza aceite de palma para la elaboración de los productos de Marca Propia de Carrefour, y el 1% restante utiliza aceite de palma certificado.

### *Uso Responsable del Papel*

Trabajamos desde hace años para optimizar la logística de distribución de folletos en Capital y Federal y Gran Buenos Aires, evitando la superposición de zonas por distintos proveedores y exceptuando zonas desfavorables. Para esto, se reagruparon las tiendas en base a la proximidad geográfica, armando grupos regionales y realizando un control riguroso de la productividad de los proveedores. Asimismo, en las grandes publicaciones utilizamos papel con certificación FSC (*Forest Stewardship Council*).

Por otro lado, eliminamos momentáneamente la distribución masiva de folletos fuera de las tiendas, reemplazándose por el envío del mismo vía e-mail y enviando una mínima cantidad del folleto impreso a las tiendas.

En 2013 hemos reducido un 20% más la impresión de folletos comerciales.

### *Silvicultura Sustentable*

Más del 90% de nuestros muebles de la marca **Jardín&Deco** son provistos por Butzke y Sancom International AS, cuyos productos poseen certificación FSC (**Forest Stewardship Council**), organización internacional independiente que fomenta el uso responsable y económicamente productivo de los bosques del mundo.

De este modo, nos aseguramos que la mayoría de los muebles se realicen con materia prima que no causa un impacto negativo a las selvas tropicales de donde provienen, conservando el equilibrio natural ecológico.

En pos del cuidado ambiental, buscamos comercializar una menor cantidad muebles de madera, como así también no vendemos muebles realizados en madera exótica. Solo el 13% de los muebles que comercializa Carrefour Argentina son de madera mientras el 87% restante son de materiales que no generan impacto negativo ambiental.

Además, trabajamos en promover el uso sustentable de bosques junto a otro socio estratégico,

Tetra Pak, empresa líder en el procesamiento y envasado de alimentos, quién también posee la certificación FSC (*Forest Stewardship Council*) que valida la silvicultura responsable y distingue a los productos que provienen de bosques certificados. De esta forma, Carrefour Argentina, ha incluido el sello de dicha certificación en algunos de los envases de los productos de Marca Propia elaborados con Tetra Brik.

### **Leña Sustentable.**

*De la mano del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), la compañía se convierte en el primer retailer en comercializar Leña en Blanco en sus góndolas, un producto de uso sustentable de los bosques nativos de la región chaqueña.*

Carrefour Argentina promueve el **consumo responsable entre sus clientes**, ofreciendo en más de 30 sucursales del país\*, leña proveniente de **bosques nativos que son manejados de manera sustentable** por el proyecto Leña en Blanco.

Esta iniciativa es desarrollada por el **Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA)** – desde su estación experimental de Santiago del Estero - y avalada por **Fundación Vida Silvestre Argentina** a través de su **Red de Comercio Forestal Argentina**. Aborda simultáneamente un manejo adecuado de los bosques de la región chaqueña semiárida, la generación de trabajo legal respetando las condiciones de seguridad necesaria y la información al consumidor sobre el origen de la leña. De esta forma, la compañía, reafirma su compromiso de reflejar su estrategia de sustentabilidad en todos los niveles de su actividad.

Se estima que el 30% del volumen total de la madera de bosques nativos que se comercializa en nuestro país es ilegal. En consecuencia, estas prácticas reducen el valor de mercado de los productos forestales y representan una amenaza para quienes operan de manera legal y responsable. Con el objetivo de fortalecer la legalidad en toda la cadena de valor del sector forestal y promover el manejo responsable de los bosques nativos e implantados, Vida Silvestre impulsa la Red de Comercio Forestal y acciones de estas características.

A través de Leña en Blanco, la compañía ofrece a sus clientes la posibilidad de adquirir un producto que tiene origen en **bosques que nunca dejarán de ser bosques**, ya que los mismos son manejados para mantener sus condiciones naturales. Además, esta iniciativa garantiza empleo formal, salarios dignos, seguridad y salubridad para su personal en toda la cadena de producción.

El producto es presentado en trozos o en astillas para el asado o cocción y es envasado en bolsas de papel doble pliego. Las especies forestales que componen el producto son maderas duras del Chaco Semiárido argentino como el quebracho, algarrobo, mistol y garabato. Cada bolsa de leña posee una Nota de Origen en su interior, con datos del bosque del cual proviene.

### **Pesca Sustentable**

El consumo de productos de mar ha aumentado notablemente durante los últimos 50 años. Aproximadamente el 75% de las reservas de pescado comercializado están sobreexplotados o al límite de lo sostenible.

Para dejar océanos saludables a las futuras generaciones, se tiene que garantizar la explotación sostenible de sus recursos y la supervivencia de sus especies consumiendo de otra forma.

Por ello nuestro abastecimiento de pescado se realiza a través de proveedores que en su mayoría son distribuidores tanto de pescados congelados a granel, como fresco. Estos, además de cumplir con todos los requisitos legales para llevar a cabo dicha actividad, deben agregar los controles de SENASA, organismo responsable de garantizar y certificar la sanidad y calidad de la producción agropecuaria, pesquera y forestal, previstos para el desarrollo de la actividad.

A través de estas prácticas aseguramos la sustentabilidad de las especies capturadas, estableciendo calibres mínimos de compra para colaborar en la no captura de especies juveniles.

Asimismo, en la mayoría de los casos nos abastecemos de proveedores que son exportadores habilitados del Grupo Carrefour Francia por la Comunidad Europea, asegurando el cumplimiento de controles adicionales.

Asimismo, cabe destacar, que el 100% de los mariscos comercializados en nuestras tiendas, no se encuentran en peligro de extinción, ya que la mayoría son de cultivo.

