RS

2013 / 2014

# REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

LA RURAL
Predio Ferial de Buenos Aires

**Marcelo Zarco**,
Director de Operaciones
IN MEMORIAM

# MENSAJES
## DE LOS DIRECTIVOS

# CARTA DEL DIRECTOR GENERAL

Con gran entusiamo les presentamos una nueva edición del Reporte de Sustentabilidad, que consolida el compromiso que asumimos ante nuestros públicos de gestionar el negocio en forma responsable. Además, en este documento damos a conocer nuestra Comunicación del Progreso (COP) ante el Pacto Global de Naciones Unidas, las empresas miembro y nuestros grupos de interés.

Durante el período reportado, continuamos consolidándonos en el mercado. En 2013 y 2014, **organizamos 20 ferias propias, fuimos sede de 47 ferias de terceros y recibimos 156 congresos, convenciones y seminarios**. A su vez, colaboramos en la realización de tres exposiciones en el exterior y desembarcamos en el Uruguay con el proyecto del **Centro de Convenciones y Predio Ferial de Punta del Este**, que demandó una inversión estimada de **USD 30 millones**. Además, volvimos a participar como coordinadores del **Rally Dakar 2013-2014** y fuimos testigos en 2013 de uno de los eventos deportivos más importantes del año: Por primera vez en La Rural se montó un estadio de tenis para la despedida de David Nalbandián, de la que participaron Novak Djokovic y Rafael Nadal ante 30.000 espectadores.

Además, continuamos afianzando un modelo responsable de negocio a partir de los tres grandes ejes: **social, educativo-cultural y ambiental.** Estamos convencidos de que desarrollar una gestión responsable es un proceso de largo plazo que debe involucrar a todos los que formamos parte de La Rural y que hacemos posibles los logros mencionados. El trabajo en equipo y una firme convicción son fundamentales para concretar nuevos proyectos y continuar con las iniciativas de años anteriores.

Anunciamos en este reporte varias metas alcanzadas. En materia **social** sumamos nuevas fundaciones al **Programa Cesión Solidaria de Espacios** y profundizamos nuestra política de accesibilidad, promoviendo la inclusión con el programa **La Rural Accesible**. Además, gracias al programa **La Rural te cuida**, organizamos acciones para velar por la salud de nuestros colaboradores, la comunidad, los clientes y el público en general. Finalmente, fuimos centro de acopio para las inundaciones de Luján y La Plata, consolidando el trabajo en equipo a partir del aporte de nuestros colaboradores como voluntarios.

En lo **educativo-cultural**, continuamos acompañando a los artistas emergentes a través de nuestro programa **Impulsarte** en la feria arteBA, en la que en 2014 cumplimos 5 años de proyecto y que festejamos exponiendo la obra completa. A su vez, en el marco de la Feria del Libro acercamos a **más de 1.000** chicos a la lectura con **Palermo Lee realizando** actividades lúdicas y didácticas con el objetivo de crearles el hábito de leer.

Por último, vinculado con el eje **ambiental**, con nuestro programa **La Rural Recicla**, superamos las expectativas de recuperación y donación de materiales reutilizables. Asimismo, desarrollamos nuestras actividades de acuerdo con una estrategia de reducción del impacto ambiental, lo que nos permitió ahorrar un **20,96%** en el consumo de gas, **7,48%** de energía y **8,64%** de papel.

No quiero despedirme sin antes agradecerles a todas las personas que hicieron posibles estos resultados. Ser agentes del cambio y generar valor para lograr mayor bienestar social, económico y ambiental es un gran desafío. Y me enorgullece que elijan asumirlo cada día. Así, los invito a leer la tercera edición de este Reporte y los convoco a seguir construyendo un negocio verdaderamente sustentable.

**Claudio Dowdall**
Director General de La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires

# Carta del Director de Relaciones Institucionales

Durante 2013 y 2014 trabajamos para gestionar nuestro negocio en forma sustentable, una meta permanente que permitió reforzar todas las acciones y los resultados que incluimos en este tercer Reporte de Sustentabilidad de La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires.

Para su confección, migramos por primera vez a los lineamientos de la nueva Guía G4 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI), cumpliendo con la opción "de conformidad" esencial. Además, presentamos la Comunicación del Progreso (COP) reportando nuestro compromiso con el Pacto Global de Naciones Unidas.

Ser miembros del Pacto Global es un paso muy importante para lograr que la sustentabilidad sea parte de nuestro negocio en forma transversal. Concretamente, nos compromete a aunar esfuerzos y a intercambiar experiencias con las compañías socialmente responsables para fomentar las buenas prácticas en el ámbito empresarial.

Este tercer reporte incluye logros muy importantes que nos permitieron profundizar las buenas prácticas que llevamos a cabo en el marco de nuestro Plan de Responsabilidad Social, con el foco puesto siempre en la comunidad y en la gestión diaria de la sustentabilidad. Comparto algunos ejemplos:

Gracias al programa "La Rural Recicla", durante el período reportado recuperamos más de 123.000 kilos de materiales en desarmes de ferias. Además, recolectamos unos 4.000 kilos de papel y casi 60 kilos de tapitas plásticas para el Programa de Reciclado de la Fundación Garrahan.

Gracias al **programa "Impulsarte"**, en ArteBA 2013 y 2014 adquirimos nueve nuevas piezas que se sumaron a nuestra colección con el objetivo de potenciar a artistas locales emergentes. Durante la Feria Internacional del Libro, el Programa **"Palermo LEE"** le dio la bienvenida a más de 3.000 alumnos de escuelas primarias de la ciudad. Además, contribuimos para que se concretaran ocho pasantías educativas en oficios para alumnos del Instituto 13 de Julio.

En 2014, con el fin de afianzar nuestro compromiso con la sustentabilidad, lanzamos la marca **Mejores Vecinos**, bajo la cual enmarcamos cada acción y programa de sustentabilidad. Además, sumamos cuatro nuevas fundaciones a las 22 que ya eran parte del **"Programa Cesión Solidaria de Espacios"**, y que le permitió a las 26 organizaciones participantes, recolectar más de $45 millones para fines de bien común.

De la mano del programa **"La Rural te cuida"**, organizamos para nuestros colaboradores acciones de prevención contra la gripe, calendario de vacunación, capacitaciones en primeros auxilios y RCP, y campañas de uso de caso y de prevención contra el cáncer de mama. En 2013, y ante el drama de las inundaciones en La Plata, nos convertimos en un centro de acopio de Cáritas con nuestro programa "Solidarios Somos Todos" del que participaron 154 voluntarios externos y 80 voluntarios internos, quienes recibieron y agruparon las donaciones para los damnificados. Asimismo, durante la 128º Exposición Rural recibimos la certificación de accesibilidad de ALPI, lo que nos motivó a continuar mejorando nuestro predio.

Por último, quiero destacar que este Reporte es fruto de la intensa dedicación de distintas áreas que trabajaron en forma coordinada, lideradas por la Dirección de Relaciones Institucionales. Ellas son las responsables de plasmar todo lo que hemos hecho en el ámbito de la sustentabilidad, un activo clave de nuestro negocio. Espero que se sientan tan satisfechos como nosotros por todo lo que hemos logrado.

**Juan Pablo Maglier**
Director de Relaciones Institucionales
de La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires

# PROCESO

## DE ELABORACIÓN DEL REPORTE

# APLICACIÓN A LA GUÍA G4 DE GRI

Para la elaboración de nuestro Reporte de Sustentabilidad 2013-2014, **migramos al marco G4**, la última versión de la guía de la Iniciativa de Reporte Global (GRI, por sus siglas en inglés). Además de cumplir con sus criterios, principios y contenidos, profundizamos el ejercicio de análisis de materialidad con el fin de identificar y comunicar aquellos asuntos de naturaleza económica, social o ambiental relevantes para nuestro negocio y nuestros grupos de interés clave.

Nos guiamos por los principios de elaboración de memorias para determinar el contenido del Reporte propuesto por GRI: participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad, materialidad y exhaustividad. Así, a través de este documento, transmitimos a los mercados, nuestros grupos de interés y la sociedad en su conjunto los avances para lograr un desarrollo sustentable del negocio, profundizando en las temáticas prioritarias para ellos.

# PROCESO PARA DETERMINAR LA MATERIALIDAD

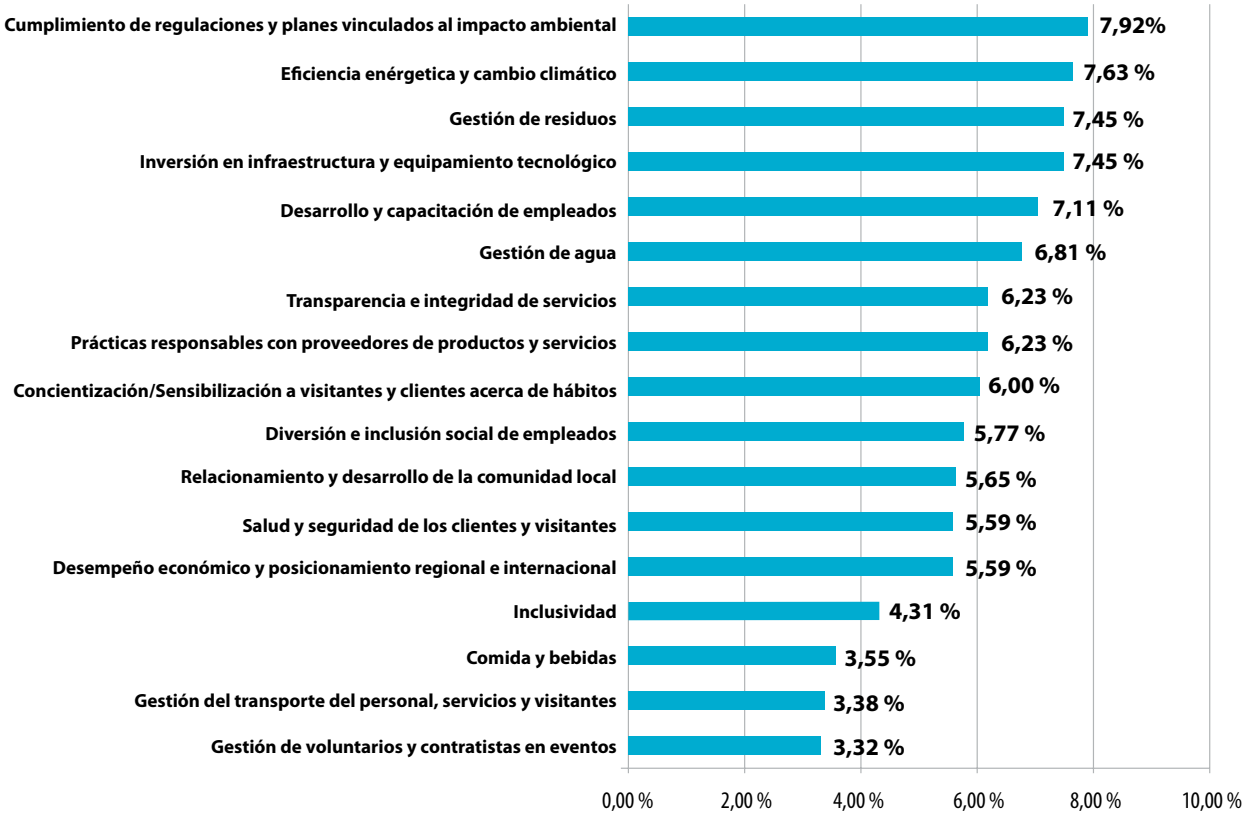
El análisis de materialidad realizado nos permitió definir los temas por reportar adaptados a la realidad del negocio y a las características de nuestra compañía.

Como primer paso, realizamos un estudio sobre los riesgos, oportunidades y desafíos del sector de organización de eventos a nivel local e internacional. Identificamos las tendencias mundiales en materia de sustentabilidad a partir de un *benchmarking* e investigación de las mejores prácticas en la industria. Además, consideramos los 46 aspectos específicos definidos por GRI en su Guía para la elaboración de Informes de Sustentabilidad, y en el suplemento sectorial de esta Guía sobre Organización de Eventos.

A partir de los resultados obtenidos, priorizamos los asuntos sobre la base de la importancia para las operaciones de la compañía, y las expectativas y preocupaciones de nuestros grupos de interés. Así, obtuvimos un listado de 17 temas materiales para La Rural. Luego, y para incluirlos en este Reporte, el Comité Ejecutivo y los gerentes de nuestra compañía ordenaron estos temas según su importancia. Como resultado se obtuvo la siguiente ponderación:

VER CUADRO (EN PÁGINA SIGUIENTE)

# TEMAS RELEVANTES 2013-2014




Estos resultados fueron compartidos para su validación interna en reuniones con los integrantes del Grupo de Trabajo, conformado para elaborar el Reporte de Sustentabilidad. Además, los asuntos y contenidos de este documento fueron aprobados por el Director de Relaciones Institucionales y, luego, la validación final estuvo a cargo de la Dirección General.

## Listado de asuntos materiales

Presentamos un mapa de asuntos materiales con la relación entre los temas identificados y los asuntos GRI, que además especifica si el impacto del aspecto se dio dentro o fuera de la compañía.

| TEMAS RELEVANTES PARA LA RURAL | ASUNTOS GRI RELACIONADOS (1) | IMPACTO EN LOS GRUPOS DE INTERÉS |
|---|---|---|
| Desempeño económico y posicionamiento regional e internacional | EC Desempeño Económico<br>EC Presencia en el mercado<br>EC Consecuencias económicas indirectas<br>EN General | Impacto interno y externo |
| Prácticas responsables con proveedores de productos y servicios: selección, capacitación, evaluación | EC Prácticas de adquisición<br>EN Evaluación ambiental de los proveedores<br>LA Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores<br>HR Evaluación de los proveedores en materia de Derechos Humanos<br>SO Evaluación del impacto social de los proveedores<br>HR Evaluación | Impacto externo |
| Inversión en infraestructura y equipamiento tecnológico | EO Legados soft y hard | Impacto interno y externo |
| Eficiencia energética y cambio climático | EN Energía<br>EN Emisiones | Impacto interno y externo |
| Gestión de agua | EN Agua | Impacto interno y externo |
| Gestión de residuos | EN Efluentes y residuos | Impacto interno y externo |
| Gestión del transporte del personal, servicios y visitantes -Promoción de utilización de medios de transporte sustentables | EN Transporte | Impacto interno y externo |
| Desarrollo y capacitación de empleados | LA Capacitación y educación | Impacto interno |
| Diversidad e inclusión social de empleados | LA Empleo<br>LA Diversidad e igualdad de oportunidades | Impacto interno y externo |
| Gestión de voluntarios y contratistas en eventos | LA Empleo<br>LA Salud y seguridad en el trabajo | Impacto externo |
| Relacionamiento y desarrollo de la comunidad local | SO Comunidades locales | Impacto externo |
| Transparencia e integridad de servicios | HR No discriminación<br>SO Lucha contra la corrupción<br>SO Cumplimiento regulatorio<br>PR Cumplimiento regulatorio | Impacto interno y externo |
| Inclusividad- Iniciativas para crear un evento socialmente inclusivo y accesible | EO Inclusividad | Impacto interno y externo |
| Salud y seguridad de los clientes y visitantes | PR Salud y seguridad de los clientes | Impacto externo |
| Comida y bebidas - Acceso a comida y bebidas que cumplen con regulaciones y políticas del organizador | EO Comida y bebidas | Impacto interno y externo |
| Concientización/sensibilización a visitantes y clientes acerca de hábitos sustentables | EO Legados soft y hard<br>PR Etiquetado de los productos y servicios | Impacto externo |
| Cumplimiento de regulaciones y planes vinculados al impacto ambiental | EN Cumplimiento regulatorio | Impacto interno y externo |

(1) Especificación de las siglas utilizadas: EC - Economía, EN - Medio Ambiente, SO - Sociedad, LA - Prácticas laborales y trabajo digno, HR - Derechos Humanos, PR - Responsabilidad sobre productos, EO - Suplemento Organización de eventos.

# ALCANCE DE NUESTRO REPORTE

El presente documento abarca las acciones y actividades realizadas por nuestra compañía durante el período 2013-2014. Además, incluye información de años anteriores, 2011 y 2012, con el objetivo de facilitar la comparación y presentar la evolución temporal de los datos recopilados.

Desarrollamos este reporte conforme la última versión de la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI, utilizando el suplemento sectorial de Organización de Eventos, y cumpliendo con la opción **"de conformidad"** esencial de la guía.

Además, a través del reporte, damos a conocer nuestra **Comunicación sobre el Progreso (COP),** informando nuestro compromiso y las acciones realizadas para cumplir con los diez Principios del Pacto Global de Naciones Unidas sobre Derechos Laborales, Derechos Humanos, Lucha contra la Corrupción y Cuidado del Medio Ambiente.

# PERFIL DE NUESTRA COMPAÑÍA

# QUIÉNES SOMOS

Con más de 135 años de trayectoria, somos el principal centro de ferias, congresos y eventos de la Argentina y una compañía pionera de la industria en América Latina. Contamos con una superficie de 12 hectáreas para la realización de cualquier tipo de encuentro en un lugar privilegiado en el centro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Creamos un auténtico polo de atracción cultural, empresarial, turístico y social, siendo un motor de crecimiento para la ciudad y el país. Cada año, más de **4 millones** de visitantes recorren nuestras instalaciones en busca de esparcimiento, actividades culturales o nuevos negocios.

Cumplimos un rol social y económico como generadores de oportunidades, siendo un puente que acerca oferta y demanda. Trabajamos para que la expansión de nuestro negocio no pierda de vista el compromiso con la comunidad y el medio ambiente.

# MISIÓN Y VALORES QUE GUÍAN NUESTRO ACCIONAR

## Misión

Consolidarnos como el principal centro de atracción cultural, empresarial y turístico y el motor de desarrollo comercial de Buenos Aires, Argentina y Latinoamérica.

## Valores

- Honestidad
- Calidez y sencillez
- Cumplimiento de las leyes
- Actitud de servicio
- Trabajo en equipo
- Desarrollo personal y profesional
- Rentabilidad

# NUESTRO PRESENTE: VANGUARDIA Y DIVERSIFICACIÓN

Los siete pabellones, salas de convenciones, "El Central" y el Auditorio Principal suman **45.000** $m^2$ y están equipados con la última tecnología a nivel internacional. Además, contamos con **10.000** $m^2$ de espacio al aire libre y un estacionamiento subterráneo con capacidad para **1.000** autos.

Nuestro liderazgo se caracteriza por apostar siempre a nuevos negocios y mercados, proyectando oportunidades, siendo vanguardistas en nuestro sector e invirtiendo en innovación y crecimiento.

Afianzamos nuestro proceso de internacionalización al posicionarnos como una plataforma global, tanto desde la búsqueda de nuevos mercados como desde la generación de un ámbito de integración en el que participen asistentes de todo el mundo. Así, exportamos nuestro *knowhow* en ferias internacionales, llegando a eventos como **MoWeek** y **VisteStgo**, **y desarrollando un centro de Convenciones de Punta del Este junto a otros socios.**

Además, trascendimos la percepción de La Rural como un espacio fuertemente vinculado al campo, a los temas agropecuarios y a la tradicional Exposición Rural, para presentarnos como un punto de referencia en la organización de todo tipo de eventos.

En medio de un contexto socio-económico desafiante, somos apasionados por descubrir oportunidades. En este sentido, iniciamos un proceso de diversificación del negocio, posicionándonos también como un anfitrión y organizador de grandes eventos deportivos y musicales, y ferias relacionadas con la sustentabilidad.

A lo largo de este período el portafolio de nuestras actividades superó las 230 ferias, congresos y eventos, con la visita de más de 8 millones de visitantes. Así, nos constituimos como una empresa líder del sector y exportadora de conocimiento a ferias internacionales.

# ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES EN 2013 Y 2014

- Colocamos cajeros de cobro automáticos, a fin de brindar más opciones y comodidad a los visitantes, logrando que el procedimiento de pago sea más ágil. Además, instalamos un sector exclusivo de estacionamiento en el Pabellón Rojo para nuestros colaboradores, brindando un mejor ordenamiento de los espacios. Este sector se encuentra delimitado por barreras para su funcionamiento.

- Llevamos a cabo reformas edilicias en los pabellones Frers y Ocre, y renovamos el Restaurante Central del predio, denominado a partir de septiembre de 2014 Terrazas Bistró.

- Nos posicionamos como plataforma para la realización de eventos relacionados con la sustentabilidad, incluyendo: Sustainable Brands, Seminarios RSC, y CIRS – Congreso Internacional de Responsabilidad Social.

- Realizamos el encuentro de tenis más importante del año en la despedida de David Nalbandian con las presencias de Rafael Nadal y Novak Djokovic, frente a más de 30.000 espectadores.

- Humanizamos la marca institucional a través de la campaña "Nos Encontramos", premiada en los Eikon 2013 en la categoría Publicidad Institucional. Este galardón nos invita a seguir adelante en la aproximación al público como un singular y productivo punto de encuentro.

- Fuimos seleccionados como sub-sede de los Juegos Olímpicos de la Juventud 2018, un hito en el que se conjugará la sinergia entre La Rural y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires como capital anfitriona.

- En 2014, sumamos un nuevo producto dentro del portfolio de la compañía, Celebration New Year 2015[1], en el que familias y amigos reciben el año en una fiesta inolvidable. Un verdadero encuentro cosmopolita con lo mejor de nuestras tradiciones y la bienvenida a turistas de todo el mundo.

[1] Más información en: http://www.celebration.com.ar/newyear/

# NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Reconocemos la importancia del detalle y la calidad del servicio en cada una de nuestras cuatro unidades estratégicas:

- Ferias propias.
- Ferias de terceros.
- Congresos, convenciones y eventos.
- Desarrollo de nuevos negocios.

A partir de esta oferta de productos y servicios, acompañamos el crecimiento de las distintas industrias del país y nos posicionamos como nexo en el entramado social. Cada sector se desempeña de forma independiente y cuenta con un equipo de profesionales que suma vocación y trayectoria para lograr la excelencia que nos caracteriza.

Con respecto a ferias y exposiciones, nos presentamos como un puente que une oferta y demanda, proporcionando información y siendo el vehículo difusor de las últimas tendencias.

# AVANCES HACIA LA PRODUCCIÓN INTEGRAL DE EVENTOS

Durante este período trabajamos para lograr la producción integral de congresos, convenciones y seminarios. En este sentido, desarrollamos eventos de la comunidad médico científica, incluyendo el Congreso Argentino de Cardiología, el Pre-Congreso Instituto Cardiovascular de Buenos Aires (ICBA), el Congreso Mundial del Dolor y el Congreso BioArgentina. También fuimos sede de eventos del sector agroindustrial  como: el III Foro de Inocuidad Alimentaria, el III Congreso Internacional de Agronegocios y el Congreso Mundial de Agricultores, entre otros.

# EXPANSIÓN REGIONAL

A lo largo de 2013 y 2014 continuamos trabajando para posicionar a la Argentina como uno de los 17 principales destinos del mundo en el turismo de reuniones (*).

Así, exportamos nuestros servicios como organizador profesional de excelencia, al brindar nuestra experiencia para la realización de 5 ferias en el exterior en 2013, y 3 en 2014.

## URUGUAY

- Ganamos la licitación presentada en conjunto con Fénix Entertainment Group y socios uruguayos, para controlar la gestión y operación del nuevo centro de Convenciones de Punta del Este, que estará situado en la zona del Jagüel, departamento de Maldonado, y que ocupará una superficie de 12 hectáreas.
- Continuamos nuestra alianza con la Asociación Rural del Uruguay, que nos permitió la representación comercial del Pabellón Argentino en Expo Prado.
- Volvimos a sumar a MoWeek, la Semana de la Moda en Montevideo, a nuestra cartera de ferias propias.

## CHILE

- Realizamos el evento VisteStgo en Chile, en 2013, a través del convenio con el predio de exposiciones CasaPiedra. Durante 2014 continuamos exportando nuestro *know how* para este evento.

## SANTA FE - ARGENTINA

- Organizamos el Dakar Rosario, por lo cual gran parte del equipo de la compañía se trasladó hasta la ciudad para su realización.

## SANTIAGO DEL ESTERO - ARGENTINA

- Brindamos nuestra expertise como realizadores del evento Test de la Fórmula 1 de motos (Moto GP), en el autódromo de Termas de Río Hondo, Santiago del Estero.

## MISIONES - ARGENTINA

- Aplicamos nuestro sello de calidad en la Exposición Ganadera de Misiones.

## ARGENTINA - FERIAS PROPIAS:

- Bafweek Otoño – Invierno / Primavera - Verano
- Nuestros Caballos
- Nuestros Perros
- Batimat Expovivienda
- Argentina Franquicias
- Espacio Mujer
- Feria Internacional de Artesanías
- Exposición Rural
- Vinos & Bodegas

(*) Fuente: AOCA

# NUESTRA PRESENCIA EN LAS ASOCIACIONES MÁS IMPORTANTES DEL SECTOR

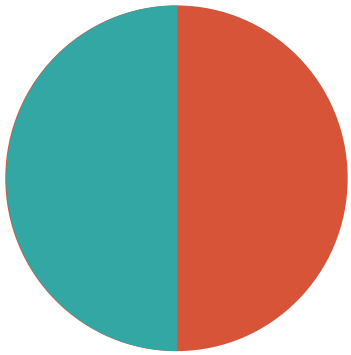
A fines de 2014, nuestro Director de Relaciones Institucionales, Juan Pablo Maglier, fue nombrado Presidente del Capítulo Latinoamericano y miembro de la Comisión Directiva de la Unión Internacional de Ferias (UFI, por sus siglas en inglés). Esta asociación, líder a nivel mundial, nuclea a organizadores feriales, recintos, centros de convenciones, asociaciones nacionales de ferias y prestadores de servicios.

Los resultados de la elección fueron presentados en San Petersburgo durante un Seminario Abierto del que participaron todos los miembros de la institución. Tras su designación, nuestro Director de Relaciones Institucionales presidió por primera vez en octubre el Congreso de la UFI celebrado en Bogotá, encuentro que reunió a los principales referentes de la industria ferial en el mundo. Gracias a esta designación, La Rural S.A representa a la industria ferial de Argentina, brindándonos la oportunidad de estrechar vínculos con actores internacionales y dialogar sobre la actualidad y las tendencias del sector.

A su vez, la Dirección de Relaciones Institucionales de La Rural S.A, también ocupa la Vicepresidencia de la Asociación Internacional de Ferias de América (AFIDA), institución que promueve el rol de las ferias y exhibiciones, transmite conocimiento y facilita la interacción entre sus asociados a través de redes de trabajo.

# GOBIERNO DE NUESTRA COMPAÑÍA

**Composición accionaria de La Rural S.A.**



50%
**Sociedad Rural Argentiina**

50%
**Entertainment Holding S.A.***

(*) Una sociedad de Alto Palermo S.A y Fénix Entertainment Group.

# DIRECTORIO

El Directorio, máximo órgano de gobierno de la compañía, lidera el proceso y ordenamiento estratégico de nuestra organización. Está integrado por cuatro miembros de origen argentino: Presidente, Vicepresidente, y dos Directores Titulares. Se reúne en asambleas periódicas trimestrales para resolver y aprobar en su mayoría temas societarios y estructurales. Durante 2013 y 2014, se reunió 8 veces. En estas reuniones, participa el Director General, que actúa como nexo entre la compañía, los empleados y los accionistas.

El Directorio ejerce tres tipos de competencias: gobierno, gestión y representación. Conlleva funciones de naturaleza estratégica y de control de la gestión ordinaria. Son tareas típicas de gobierno:

- La designación y destitución de los altos directivos.
- La aprobación de los planes estratégicos de la sociedad y de las operaciones más relevantes (por ejemplo: grandes adquisiciones o enajenaciones, fusiones, etc.).
- La valoración periódica de la gestión realizada por los directivos y el control contable y de legalidad de la gestión.

**Composición del Directorio de La Rural S.A.** [2] (A diciembre de 2014)

**Presidente:** Gastón Lernoud[3]
**Vicepresidente:** Nicolás Pino[4]
**Director titular:** Marcelo F. Figoli[5]
**Director titular:** Abel Guerrieri[6]

[2] Durante el período de septiembre 2013 a septiembre 2014, Marcelo F. Figoli ocupó el cargo de Presidente; Nicolás Pino, el de Vicepresidente; y Gastón Lernoud y Abel Guerrieri, los puestos de Directores titulares.
[3] Abogado. Director de IRSA propiedades comerciales. Gerente corporativo de legales (IRSA y CRESUD S.A.C.I.F.y A.).
[4] Productor agropecuario.
[5] Empresario. Presidente de Fénix Entertainment Group.
[6] Abogado, productor agropecuario. Actual Secretario de la SRA y Director de Acción gremial de la SRA.

# COMITÉ EJECUTIVO

El Comité Ejecutivo es el órgano encargado de la dirección y administración de la compañía. Integrado por el Director General y por los responsables de las Direcciones Comercial, Operaciones, Relaciones Institucionales y de Administración y Finanzas, se reúne semanalmente para resolver y evaluar asuntos estratégicos de la compañía. Asimismo, transmite los lineamientos a los gerentes para resolver temas de índole económico y socio ambiental. Todos sus miembros son argentinos y no independientes, y tienen una edad que varía entre los 40 y 47 años, con una antigüedad en la compañía de entre 5 y 8 años.

Durante 2013 y parte de 2014, se hizo una reunión por mes del Comité Ejecutivo. A partir de octubre 2014 se institucionalizaron los días jueves, convirtiéndolas en reuniones semanales. En total, este comité llevó a cabo 35 reuniones en 2013 y 37 en 2014.

El Director General es el nexo de comunicación entre el Directorio y los empleados de nuestra empresa. Además, es quien transmite al Directorio consultas, preocupaciones y novedades del día a día vinculadas con temas económicos, sociales y ambientales. Si bien durante 2013 no se realizaron encuentros específicos entre el Director General y todos los empleados, la política de puertas abiertas brindó el espacio para que cualquier empleado que necesitara hablar con la máxima dirección pudiera hacerlo. Por otra parte, en 2014 el Director General mantuvo ocho reuniones de trabajo con los gerentes y con los jefes de cada área por separado con el objetivo de ordenar las responsabilidades de cada integrante de la compañía, maximizar resultados y optimizar el recurso.

A su vez, se realizaron periódicamente reuniones semanales de coordinación en las que participaron los directores y todos los gerentes de la empresa con el fin de exponer aquellos temas económicos, sociales y ambientales de importancia.

Tanto el Directorio como la alta dirección participan de forma activa y comprometida en la aprobación de nuestras políticas y objetivos. Además, velan para que estas últimas se cumplan de acuerdo con nuestros principios fundamentales.

# ESTRUCTURA OPERATIVA DE LA COMPAÑÍA

DIRECTOR GENERAL

- DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS *
  - GERENTE DE ADMINISTRACIÓN
  - GERENTE DE FINANZAS
  - GERENTE DE SISTEMAS
- DIRECTOR COMERCIAL
  - GERENTE COMERCIAL DE FERIAS PROPIAS
  - GERENTE COMERCIAL DE FERIAS TERCEROS
  - GERENTE COMERCIAL DE CONGRESOS, CONVENCIONES Y EVENTOS
  - GERENTE TÉCNICO Y DESARROLLO DE NUEVOS NEGOCIOS
- DIRECTOR DE OPERACIONES
  - GERENTE DE OPERACIONES
  - GERENTE DE PARKING
  - GERENTE DE SERVICIOS FERIALES
- DIRECTOR DE RELACIONES INSTITUCIONALES
  - GERENTE DE SEGURIDAD

(*) Interinamente la Dirección de Administración y Finanzas está a cargo del Director Gral.

## HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

El Directorio, a través del Comité Ejecutivo y la Dirección General, analiza los procesos en forma preventiva o correctiva en relación con cada tema que tenga impacto en los diferentes grupos de interés. La forma más frecuente en la que se interactúa con ellos es a través de reuniones, donde se manifiestan inquietudes y en las cuales comunicamos directivas y decisiones.

Además, realizamos anualmente la memoria comercial de nuestra compañía, la cual, una vez confeccionada, queda a disposición de todo el personal, como así también de los clientes, proveedores y aquellos organismos interesados en conocer nuestro desempeño económico.

## GESTIÓN DE LA SUSTENTABILIDAD

Dada la naturaleza del negocio y el tamaño de la organización, todos los temas económicos, ambientales y sociales son analizados y revisados en reuniones de distinta periodicidad tanto por el Directorio como por el Comité Ejecutivo y el Comité Gerencial. Durante 2013 y 2014, entre los temas tratados, se abordó el desempeño financiero semanal y el nivel de gastos y ventas. Además, se realizaron alianzas con organismos públicos para la optimización y separación de residuos en origen; y el sentido de circulación de calles circundantes. A su vez, se presentaron los planes de sustentabilidad en el marco de las ferias, acciones con la comunidad y se abordó la temática de personas en situación de calle en los perímetros del predio.

La Dirección de Relaciones Institucionales coordina la gestión responsable del negocio; de esta área se desprende una Jefatura de Comunicación y RSE.

## EVOLUCIÓN DE NUESTRO NEGOCIO

En 2013 organizamos 11 ferias propias, fuimos sede de 22 ferias de terceros, recibimos 88 congresos, convenciones y seminarios y realizamos 115 eventos sociales y empresariales.

Durante 2014, realizamos 9 ferias propias, 25 ferias de terceros, 68 congresos, convenciones y seminarios, 106 eventos empresariales, y 25 eventos sociales. En el período reportado, participaron más de 13.500 expositores. Además, brindamos nuestro *know how* para la realización de tres ferias en el exterior afianzando el modelo de exportación de servicios y posicionándonos como organizador de eventos de excelencia.

Por otro lado, a lo largo de estos años consolidamos nuestros negocios en el Uruguay con la operación del futuro Centro de Convenciones y Predio Ferial de Punta del Este, que demandó una inversión estimada de USD 30 millones.

Fuimos escenario de importantes congresos mundiales, afianzando nuestro prestigio internacional. Reforzamos nuestra identidad como espacio cultural y de entretenimiento a partir de la realización de shows internacionales. Y presentamos una innovadora propuesta para que los porteños y sus visitantes celebren el Año Nuevo, al igual que en las grandes capitales del mundo: Celebration New Year.

2013

11 FERIAS PROPIAS | 22 FERIAS DE TERCEROS | 88 CONGRESOS

98 EVENTOS EMPRESARIALES | 17 EVENTOS SOCIALES

2014

9 FERIAS PROPIAS | 25 FERIAS DE TERCEROS | 68 CONGRESOS

106 EVENTOS EMPRESARIALES | 25 EVENTOS SOCIALES

MÁS DE 13.500 EXPOSITORES

| PRINCIPALES MAGNITUDES | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| **Resultados financieros** | | | | |
| Ventas netas | 113.999.066 | 131.970.535 | 153.417.009 | 205.793.518 |
| Impuestos y tasas | 8.743.863 | 9.823.433 | 11.433.842 | 12.896.796 |
| Sueldos/Cargas sociales/ Gratificaciones / Indemnizaciones | 20.219.091 | 25.396.140 | 34.485.407 | 45.137.626 |
| Pago a proveedores | 54.951.612 | 62.379.079 | 57.708.769 | 85.716.159 |
| Resultado operativo del ejercicio | 35.444.600 | 34.196.873 | 33.935.593 | 42.360.862 |
| **Total activo** | **221.775.323** | **171.863.964** | **178.572.515** | **181.624.830** |
| **Cantidad de eventos** | | | | |
| Ferias propias | 12 | 13 | 11 | 9 |
| Ferias en el exterior | 3 | 4 | 5 | 3 |
| Ferias de terceros | 32 | 19 | 22 | 25 |
| Congresos, convenciones y eventos | 63 | 72 | 88 | 68 |
| Eventos sociales | 34 | 42 | 17 | 25 |
| Eventos empresariales | 97 | 85 | 98 | 106 |
| Espectáculos | 0 | 1 | 0 | 0 |
| **Total** | **241** | **236** | **241** | **236** |
| **Cantidad de visitantes/ asistentes** | | | | |
| Congresos; convenciones y eventos | 45.659 | 36.585 | 49.319 | 166.680 |
| Eventos empresariales | 85.395 | 212.146 | 107.201 | 111.636 |
| Eventos sociales | 14.856 | 18.312 | 6.590 | 10.641 |
| Espectáculos | 0 | 1.800 | 0 | 0 |
| Ferias propias | 1.381.872 | 1.218.912 | 4.256.063 | 1.119.977 |
| Ferias en el exterior | 2.898.950 | 1.941.699 | 433.500 | 420.000 |
| Ferias de terceros | 584.314 | 476.860 | 2.642.916 | 2.091.900 |
| **Total** | **5.011.046** | **3.906.314** | **7.495.589** | **3.920.834** |

# TRANSPARENCIA, ÉTICA E INTEGRIDAD

A través de la inducción que cada Gerente realiza con los ingresantes de su área, transmitimos los valores y principios que guían nuestro accionar. La honestidad, la calidad y la sencillez, y el cumplimiento de las leyes, entre otros, encierran en sí mismos nuestros parámetros de conducta y ética. Asimismo, cada sector administrativo y operativo del predio cuenta con un cartel que incluye todos los principios y valores que la empresa enarbola. Actualmente nos encontramos en la etapa de elaboración del Código de Ética de nuestra compañía.

El asesoramiento sobre el comportamiento ético y legal se brinda desde los niveles superiores hacia los inferiores durante el desarrollo de las tareas. Cada Gerente, en su función de Gerente de Recursos Humanos de su área, vela por el correcto desempeño del personal que tiene a cargo, como así también por dar apoyo a sus dependientes.

A su vez, estamos confeccionando el Manual de Procedimientos de La Rural, que tiene como finalidad describir y detallar las tareas involucradas en los procesos que se llevan a cabo dentro de la gestión integral de nuestra empresa, como así también profundizar la mejora institucional orientando la gestión a los resultados.

En cuanto a los mecanismos externos, contamos con el asesoramiento legal de un estudio jurídico que le sugiere a cada área las mejores alternativas a la hora de la toma de decisiones de ese tipo.

# NUESTRAS ALIANZAS

Trabajamos junto a cámaras, asociaciones, organizaciones empresariales, iniciativas púbicas y de la sociedad civil, en pos de promover el intercambio entre empresas, Gobierno y organizaciones sociales, uniendo esfuerzos y generando sinergias positivas.

## Redes nacionales e internacionales de las que somos miembros activos:

- Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones y Congresos (AOCA)
- Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA)
- Asociación Internacional de Ferias de América (AFIDA)
- Buenos Aires Convention & Visitors Bureau
- Cámara Argentina de Comercio (CAC)
- Cámara Argentina de Comercio de los Estados Unidos (Amcham Argentina)
- Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo (AAAVyT)
- Consejo Interamericano de Comercio y Producción (CICYP)
- Fundación ExportAR
- Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA)
- Union of International Fairs (UFI)
- Pacto Global de las Naciones Unidas
- Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS)
- Cámara Argentina de Comercio (grupo de trabajo sobre la temática de Responsabilidad Social Empresaria)
- Miembro adherente de Empresas Amigas de Ciudad Verde (Gobierno de la Ciudad Buenos Aires)
- Comité de Sustentabilidad del Instituto para el Desarrollo Empresarial Argentino (IDEA)
- Comité de Sustentabilidad de Cámara de Comercio de los Estados Unidos en Argentina (AMCHAM)
- Sustainable Events Alliance
- Cámara Argentina de Empresas de Nutrición Animal
- Asociación de Veterinarios Especializados en Animales de Compañía Argentina
- Cámara Argentina de Fabricantes de Maquinaria Agrícola

### Sociedad civil

- ALPI-Centro de rehabilitación de enfermedades neuromotoras
- Asociación Civil Sin Fines de Lucro Ayres de Esperanza
- Biblioteca pública William Morris
- CILSA ONG
- Cooperativa El Ceibo
- Fundación arteBA
- Fundación Compromiso
- Fundación El Libro
- Fundación Garrahan
- Fundación Huésped
- Fundación Juanito
- Fundaciones, asociaciones y ONGs participantes del programa Cesión Solidaria de Espacios – Ver capítulo “Compromiso con la Comunidad”

### Sector privado

- Aique
- Albatros
- Atlántida
- AZ
- Catapulta
- Cejas Editorial
- Centro Editor Cont
- Ciccus
- Coca Cola Femsa
- Colihue
- Crecer Creando
- De La Flor
- Del Eclipse
- Del Naranjo
- Estrada
- Gran Aldea
- Heliasta
- Hola Chicos
- Iamiqué
- Imaginador
- Kapelusz
- La Brujita
- Lea
- Libros Zorro Rojo
- Macmillan
- Okebon
- Paper Mate
- Paulinas
- Petersen Cocineros
- Pictus
- Puerto de Palos
- Siglo XXI
- Signar
- Sudamericana

### Sector público

- Agencia de Protección Ambiental de la Ciudad (APRA)
- CEAMSE
- Centros de Gestión y Participación (CGP)
- Comuna 14 (Palermo), Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Dirección de Tránsito del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
- Dirección Gral. de Habilitaciones y Permisos del GCBA
- Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA)
- Miembro adherente de Empresas Amigas de Ciudad Verde (Gobierno de la Ciudad Buenos Aires)
- Ministerio de Ambiente y Espacio Público de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Ministerio de Educación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Ministerio de Turismo de la Nación
- Municipalidad de San Isidro.
- Secretaría de la Provincia de Buenos Aires
- Sistema de Atención Médica de Emergencias (SAME)
- Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires

# COMPROMISO

## CON EL DESARROLLO SUSTENTABLE

# GESTIÓN SUSTENTABLE DE NUESTRO NEGOCIO

Nos comprometemos a desarrollar nuestro negocio dentro de un marco de responsabilidad, ética y transparencia, gestionando nuestros impactos económicos, sociales y ambientales en las comunidades donde desarrollamos nuestra actividad.

Desde 2006 contamos con una Estrategia de Sustentabilidad y con un Plan de Responsabilidad Social a cargo de la Dirección de Relaciones Institucionales, con la participación de todas las áreas de nuestra compañía logrando una verdadera transversalidad del negocio en pos del desarrollo sustentable.

Comunicamos todas las acciones de sustentabilidad de manera interna a través del newsletter trimestral, vía mail y en carteleras. En cuanto al público externo, trabajamos con comunicados de prensa, que son difundidos en medios gráficos, digitales y audiovisuales; acciones de relacionamiento con periodistas; redes sociales, especialmente la cuenta de Mejores Vecinos en Twitter (@MejoresVecinos); sitio web institucional; micrositio; Reporte de Sustentabilidad; postulación en premios; newsletter externo; folletería y cartelería en el predio.

**DESARROLLO SOCIAL**
Facilitar la relación entre los distintos actores del predio

**EDUCATIVO CULTURAL**
Promover la utilización del predio y sus servicios como herramientas de aprendizaje.

**AMBIENTAL**
Contribuir al desarrollo sustentable de la comunidad que nos rodea.

# DESARROLLAMOS LA MARCA "MEJORES VECINOS"

La marca "Mejores Vecinos" surgió de la necesidad de concentrar todos los programas de sustentabilidad que realizamos con los diferentes públicos con los que convivimos, entre ellos, proveedores, clientes, comunidad y colaboradores. Esto nos permitió brindarle un marco delimitado y específico a nuestra estrategia.

"Mejores Vecinos" incluye varias iniciativas que promueven la reciprocidad, la comunicación permanente y el accionar entre la compañía y sus públicos. Cada una de ellas está pensada para crear un mejor lugar para vivir en comunidad.

Para su lanzamiento, se desarrollaron las siguientes piezas:

- **Imagen de marca:** un nuevo logo, aplicado en todas nuestras piezas de comunicación (folletería, flyers digitales, redes sociales).

- **Una estética adecuada para cada programa:** PalermoLEE, Impulsarte, La Rural Recicla, La Rural Te Cuida, Cesión Solidaria de Espacios, entre otros.

- **Micrositio:** se lanzó con el objetivo de concentrar en una única plataforma todas las acciones y los resultados alcanzados en cada programa. De esta forma, los interesados pueden obtener información, videos y fotos de cada una de los programas que se realizan bajo la estrategia de sustentabilidad.

# NUESTRO COMPROMISO CON LOS 10 PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS

En julio de 2013 adherimos voluntariamente como miembro del Pacto Global de las Naciones Unidas, lo que significó un compromiso de toda la compañía para cumplir con los 10 principios de la organización sobre Derechos Laborales, Derechos Humanos, Anticorrupción y Cuidado del Medio Ambiente.

En 2014, presentamos nuestra primera Comunicación de Progreso (COP) a nuestros grupos de interés, lo que reflejó el trabajo que hicimos para involucrar los principios en nuestras actividades, así como el compromiso de continuar la labor para lograr un negocio sostenible en el tiempo, respetando la integridad del entorno.

Red Pacto Mundial Argentina

# NUESTRO COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Definimos a nuestros grupos de interés identificando a aquellas personas, instituciones, organizaciones y empresas con las cuales nos relacionamos y sobre las cuales pretendemos influir positivamente. Son ponderados de acuerdo con el impacto que tienen nuestras operaciones, ya sea directa o indirectamente.

El diálogo permanente con estos públicos nos permite identificar las necesidades, opiniones y expectativas de cada uno de ellos; evaluar el impacto de nuestras acciones; y encontrar respuestas positivas y resultados favorables para ambas partes.

Disponemos de canales de comunicación específicos para cada grupo de interés –siempre con la premisa de "puertas abiertas"– que facilitan y agilizan la recepción y el envío de información, y que nos permiten construir vínculos cada vez más sólidos y focalizar los esfuerzos en las acciones que lo requieren. En los últimos años, con el auge de las redes sociales también se puso especial atención a la comunidad *online*, donde identificamos audiencias de nuestro interés.

COLABORADORES
VISITANTES
EXPOSITORES Y ORGANIZADORES
PROVEEDORES
COMUNIDAD

| GRUPOS DE INTERÉS | CANALES DE COMUNICACIÓN (1) |
|---|---|
| **Colaboradores** | |
| | - Encuesta de clima laboral.<br>- Reuniones presenciales del Director General con jefes.<br>- Evaluación de desempeño 180° para puestos jerárquicos.<br>- ***Newsletter* trimestral La Rural News.**<br>- Manual de inducción.<br>- Carteleras.<br>- Permanente contacto con el área de RRHH.<br>- La Rural por Vos - beneficios y descuentos para empleados.<br>- Casilla de correo. |
| **Visitantes** | |
| | - **Tótems informativos:** se instalaron 4, que le permitieron a visitantes acceder tanto a material institucional, como a información sobre las actividades vigentes.<br>- Prensa/ publicidad en medios.<br>- Club La Rural.<br>- Formulario de contacto en sitio web.<br>- Casilla de correo.<br>- Redes sociales.<br>- Sitio web.<br>- Línea telefónica.<br>- Libro de quejas.<br>- Micrositio Mejores Vecinos. |
| **Expositores y organizadores** | |
| | - **Tótems informativos:** utilizados para difundir las novedades del expositor respecto al evento.<br>- **Plataforma Comercial *Online* y Descargable.**<br>- **Micrositio para generar acreditaciones *online.***<br>- Memoria Comercial.<br>- Reporte de Sustentabilidad.<br>- *Brochure* Institucional.<br>- Reuniones técnicas (previas y de cierre).<br>- Atención de servicios feriales.<br>- Formulario de contacto en sitio web.<br>- Encuestas de evaluación de la exposición.<br>- Casilla de correo.<br>- Sitio web.<br>- Línea telefónica.<br>- Libro de quejas. |
| **Proveedores** | |
| | - **Reuniones operativas.**<br>- Memoria Comercial.<br>- Reporte de Sustentabilidad.<br>- Auditorías.<br>- Atención de servicios feriales.<br>- Capacitaciones.<br>- Charlas informativas.<br>- Manual de procedimientos.<br>- Circulares con normativas del predio.<br>- Casilla de correo.<br>- Sitio web.<br>- Línea telefónica.<br>- Libro de quejas. |
| **Comunidad** (ONGs, sector público, empresas, cámaras y prensa) | |
| | - Casilla de correo.<br>- Redes sociales.<br>- Sitio web.<br>- Línea telefónica.<br>- Libro de quejas.<br>- Micrositio Mejores Vecinos.<br>- Reuniones periódicas.<br>- Club La Rural. |

(1) En negrita se destacan los canales incluidos en este período.

# EVOLUCIÓN EN LA ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES

Como parte de nuestra gestión sustentable, desarrollamos una estrategia en redes sociales que está integrada a la gestión corporativa y de negocio. El intercambio y contacto permanente con nuestras audiencias *online* nos permite conocer nuestro desempeño y ofrecer una mayor calidad y una mejor atención de nuestros servicios.

Disponemos de 6 canales en redes sociales que nos permiten difundir nuestras acciones, comunicarnos con nuestras audiencias y mantener un vínculo fluido. Estos son:

- Facebook
- Twitter institucional y Mejores Vecinos
- Youtube
- Google+
- Linkedin

La cuenta Mejores Vecinos de Twitter se creó con el objetivo específico de difundir acciones relacionadas con la sustentabilidad. Además, busca:

- Difundir las iniciativas de responsabilidad social de La Rural y de todas las organizaciones que realizan actividades con fines solidarios en el predio.

- Mantener informada a la comunidad de las posibilidades de uso de los salones para fines solidarios, a través del programa Cesión Solidaria de Espacios.

- Interactuar en la comunidad de actores y beneficiarios de acciones de sustentabilidad en general.

A lo largo del 2014 la cuenta @MejoresVecinos duplicó la cantidad de seguidores. El perfil de los mismos se encuentra alineado con la temática de sustentabilidad, siendo estos líderes de opinión, asociaciones sin fines de lucro, entre otros.

# ENCUESTA DE REDES SOCIALES

En 2014 llevamos a cabo una encuesta sobre nuestra estrategia de redes sociales, para recopilar información que pudiera ser de utilidad para nosotros. A partir de esta, obtuvimos datos sobre varios aspectos, tales como las ferias más valoradas, el conocimiento de nuestro programa de sustentabilidad y la oportunidad para vender entradas *online*, entre otros. Obtuvimos 164 respuestas.

## NUESTRAS REDES SOCIALES EN NÚMEROS

WWW.

1.653.496 VISITAS A NUESTRO SITIO WEB

68.896 VISITAS MENSUALES PROMEDIO A NUESTRO SITIO WEB

5.193.265 PÁGINAS INTERNAS VISITADAS, Y UN PROMEDIO DE 216.386 MENSUALES.

82% DE INCREMENTO EN LA VISITAS A NUESTRA PÁGINA WEB.

F

65.000 "FANS" EN NUESTRA FAN PAGE DE FACEBOOK FACEBOOK.

T

13.114 SEGUIDORES EN NUESTRO TWITTER INSTITUCIONAL.

228 SEGUIDORES EN EL TWITTER MEJORES VECINOS.

105.000 USUARIOS DE GOOGLE+

1.334 SEGUIDORES EN LINKEDIN.

45 VIDEOS CARGADOS, 7 VINCULADOS A CONTENIDOS DE SUSTENTABILIDAD Y 70.402 REPRODUCCIONES EN YOUTUBE.

# GESTIÓN PARA MEJORAS Y SUGERENCIAS

En el caso de ferias propias, les enviamos a los expositores una encuesta posterior a la exposición y les pedimos que evalúen aspectos positivos y negativos del evento. Dicha encuesta incluye una clasificación según parámetros definidos de los servicios ofrecidos, entre ellos: atención al expositor, organización general, sede del evento, ambientación y gastronomía. Esta herramienta nos sirve además, para recolectar información sobre aspectos por modificar o incluir en próximas ediciones.

A su vez, las redes sociales, el *mail* y la línea telefónica funcionan como canales de comunicación reactivos que nos permiten tener una comunicación abierta y fluida con nuestros grupos de interés. Sobre todo, en el caso de los vecinos de la comunidad lindante, que suelen manifestar su disconformidad por ruidos molestos durante el armado de los eventos, por el olor en determinadas ferias y por disturbios y colapso en el tránsito. A su vez, son herramientas disponibles para la comunidad proteccionista, en el caso de ferias de moda o exposiciones en las que participan animales.

Para minimizar el impacto generado por nuestra actividad, al momento de comenzar con la organización de un evento, contamos con un listado de proveedores oficiales que conocen las normativas del predio. Además, organizamos reuniones con los clientes para informarles sobre éstas. Respecto del sonido, los proveedores no pueden superar los 85 decibeles establecidos por ley. Para evitar perjudicar el tránsito y minimizar los ruidos molestos de los camiones de carga y descarga de materiales para ferias a través de una gestión realizada con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, se definió cambiar la mano de circulación de una cuadra de la calle Cerviño favoreciendo a la comunidad vecinal.

A su vez, por ser un espacio verde con parte de su superficie descubierta, próximo al Zoológico de Palermo y al Jardín Botánico, nuestro predio es un punto elegido para el abandono de animales, especialmente gatos, que muchas veces se encuentran enfermos o preñados. Esta situación generó numerosas quejas y pedidos de ambientalistas y de miembros de la comunidad para que nos hiciéramos cargo de su salud y bienestar. Ante los reiterados pedidos, trabajamos para dar una respuesta. Así, junto con la División Ciudad Verde-Mascotas del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires emprendimos una campaña de control sanitario animal. Como resultado, se realizaron 21 castraciones y 26 atenciones clínicas sólo en 2014.

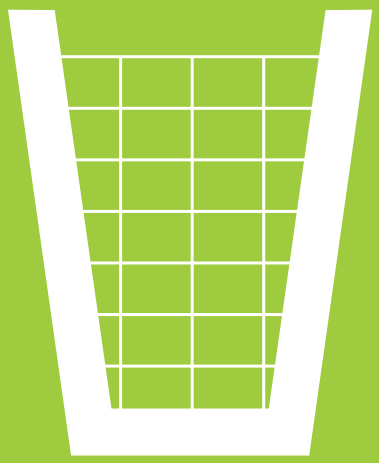
Por otra parte, con motivo de la organización del evento Celebration New Year en 2014, que incluía un show de fuegos artificiales, un grupo de ambientalistas inició una petición de “Pirotecnia cero” para evitar dañar a los animales domésticos y del zoológico, aledaños al predio. La misma se generó a través de Change.org y obtuvo 40.000 adeptos. En respuesta a esta solicitud, se consensuó con el Gobierno de la Ciudad la suspensión del espectáculo.

Gracias a la reputación obtenida a lo largo de nuestra trayectoria, contamos siempre con aliados estratégicos que nos avalan y que colaboran para que podamos hacer de nuestro negocio una actividad más sustentable y minimizar su impacto. Tanto organizaciones sin fines de lucro como secretarías del Gobierno de la Ciudad y cámaras empresarias han sido articuladores que nos han permitido desarrollar distintas acciones durante 2013-2014. El objetivo: generar un entorno más amigable y dar respuesta a las inquietudes de la comunidad.

Todas estas iniciativas y mejoras surgieron de nuestros canales de comunicación con la comunidad y son el resultado de la política de “puertas abiertas” que mantenemos en La Rural.

## RECONOCIMIENTOS A NUESTRA GESTIÓN SUSTENTABLE

- “Distinción RSC de la Década” por el programa “Reutilización de Recursos”, recibida en la 10ª edición de las Distinciones RSC, 2013.
- Mención especial del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, por nuestra iniciativa en división de residuos, 2013.
- EIKON Campaña Institucional “Nos encontramos”, 2013.
- Finalista en UFI *Sustainable Development Award*, en la categoría de “Mejor Reporte sobre Sustentabilidad”, 2013.
- Certificación de accesibilidad otorgada por ALPI, julio 2014.



# COMPROMISO CON LA SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL

# DESTACADOS DEL PERÍODO

**100%** DE NUESTRAS INSTALACIONES CUENTAN CON **CONTENEDORES FIJOS** PARA LA SEPARACIÓN DE RESIDUOS.

**20,96%** DE AHORRO EN EL CONSUMO DE **GAS**

**7,48%** DE AHORRO EN EL CONSUMO DE **ENERGÍA ELÉCTRICA**

**8,64%** DE REDUCCIÓN EN EL CONSUMO **DE PAPEL**

# POLÍTICA DE GESTIÓN AMBIENTAL

Desde el comienzo, desarrollamos nuestras operaciones de manera integrada con el entorno, profundizando cada vez más nuestra estrategia de reducción del impacto ambiental como parte del compromiso con la comunidad. En 2014, por ejemplo, presentamos un estudio de ruidos para establecer los niveles de emisión de sonidos dentro del predio.

| INVERSIÓN PLAN AMBIENTAL (EN PESOS ) | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Mediciones acústicas | 8.000 | 65.720 | 49.270 | 27.346 |
| Luminarias de bajo consumo/LED | 39.000 | 26.000 | 62.170 | 262.726 |
| *Plan de división de residuos* | | | | |
| Equipamiento necesario | 81.125 | 101.155 | 0 | 88.795 |
| *Transporte de residuos* | | | | |
| Húmedos reciclables | 192.779 | 213.809 | 656.819 | 1.029.846 |
| Patogénicos | 2.951 | 2.731 | 2.760 | 4.684 |
| Peligrosos | 7.164 | 5.400 | 2.683 | 2.271 |
| Aguas con grasas | 26.350 | 18.700 | 20.691 | 67.300 |
| Honorarios externos | 5.800 | 25.600 | 46.575 (2) | 43.664 (2) |
| Impuestos (1) | 31.050 | 37.260 | 16.575 | 58.219 |

(1) Gobierno Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
(2) La Rural abona impuestos por generador de residuos húmedos de manera trimestral, correspondientes a 1.000 litros por día

Por otro lado, contamos con un Manual de Gestión Ambiental de residuos, cuyo fin es regular la generación, recolección, almacenamiento y transporte de los residuos sólidos y sustancias peligrosas generadas por nuestras operaciones. Para su redacción, tomamos como referencia el Reglamento de Ecogestión y Ecoauditoría, la Norma ISO 14001:2005. Actualmente, estamos trabajando para actualizar y mejorar este documento, dentro del nuevo Manual de Procesos de nuestra compañía.

# CAMBIO CLIMÁTICO

Evaluamos la problemática ambiental e identificamos posibles riesgos en el mediano plazo asociados al calentamiento global, por ejemplo, restricciones en el suministro de energía, agua, gas y combustibles no renovables.

En este contexto, incluimos en nuestra política de sustentabilidad el compromiso de implementar acciones preventivas y correctivas. Estas iniciativas buscan contribuir con la mejora ambiental, representan un compromiso con las generaciones futuras y nos diferencian como organización. Para nosotros significan, además, una inversión en el mediano y largo plazo y una oportunidad para realizar innovaciones tecnológicas y para actualizar nuestro equipamiento.

## LA EJECUCIÓN DE NUESTRO PLAN DE GESTIÓN AMBIENTAL PREVÉ UNA INVERSIÓN DE USD 700.000 HASTA 2020.

**Durante este período, el proceso de cambio climático nos obligó a repensar el funcionamiento de los desagües pluviales en el predio. Así, llevamos adelante obras por un valor de casi $ 100.000 + IVA:**

**- Construimos aliviadores para los desagües de Plaza Italia y del Pabellón 9 /Verde/ Amarillo/Rojo y Blanco.**

**- Reforzamos todos los puntos de anclaje en los desagües de los techos de los pabellones y colocamos una cuerda de acero de seguridad.**

**- Instalamos salidas de aire en los troncales principales de los desagües para evitar turbulencias en el agua.**

# GESTIÓN DE RESIDUOS

Llevamos adelante una gestión responsable de nuestros residuos. Esto se traduce en una correcta separación y disposición de los diferentes tipos, posibilitando así su recuperación, reciclado o tratamiento, según corresponda. Asimismo, trabajamos para reducir el uso de insumos.

Por otra parte, compramos 21 contenedores para la separación de los desechos y nos inscribimos como generadores especiales en el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. También instalamos campanas para clasificar los residuos de vidrio y los de plástico.

Además, nos reunimos con la Agencia de Protección Ambiental (APRA) y le planteamos nuestra inquietud respecto de la paja que se utiliza para las camas de los animales, un desecho 100% biodegradable y orgánico. En respuesta, el APRA y una unidad especial del CEAMSE articularon con éxito la optimización del residuo.

| GESTIÓN DE RESIDUOS | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| **Total de residuos peligrosos recuperados (kg)** | | | | |
| Patogénicos | 42 | 39 | 36 | 24 |
| Pilas y baterías | 270 | 5 | 8 | 11 |
| Envases de pintura/tóners | 25 | 50 | 14 | 90 |
| Tubos fluorescentes y lámparas de bajo consumo | 100 | 40 | 150 | 115 |
| Garrafas de gas freón | Sin registros | 45 | 14 | 14 |
| Desechos electrónicos | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Residuos no peligrosos (kg)** | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Residuos secos reciclables | 46.300 (1) | 51.000 | 55.320 | 65.000 |
| Papel(2) | 4.644 | 3.935 | 2.107.50 | 2.102.50 |
| Tapas de plástico(2) | 53,5 | 128 | 32.5 | 26.3 |
| Recortes de materiales(2) | 8.650 | 13.050 | 77.750 | 47.700 |
| **Residuos húmedos no reciclables (kg)** | 360.000 | 340.000 | 330.000 | 325.000 |
| **Aceites y grasas (kg)** | | | | |
| AVU | 1.830 | 1.330 | 610 | 1.330 |
| Grasas | 220 | 630 | 1.590 | 630 |
| Aguas con grasa orgánica | 31.000 | 22.000 | 25.000 | 30.000 |

(1) Se identificó que, desde el Reporte de 2011, se arrastró un error en el cálculo del indicador. Se lo corrigió, y se invirtieron los datos de tapas de plástico y de residuos secos reciclables.
(2) Para conocer en detalle las acciones de reciclado de papel y de tapas de plástico, ver el capítulo “Compromiso con la comunidad”.

| ORGANIZACIÓN QUE GESTIONA LOS RESIDUOS | MATERIAL GESTIONADO | INICIO DE GESTIÓN |
|---|---|---|
| Empresa AESA(1) | Retiro localizado de vidrio | 2009 |
| CLIBA | Retiro localizado de vidrio | 2014 |
| Empresa DELTACOM y SERVIZI | Residuos húmedos no reciclables | 2006 |
| Fundación Garrahan (2) | Tapas y papel | 2006/2009 |
| Cooperativa el Ceibo | Tapas y papel | 2006/2009 |
| Compañía RBA Ambiental | Aceites de origen vegetal | 2009 |
| Empresas ISS y P.T.O. S. A. (Planta de Tratamientos Orgánicos) | Líquidos con grasas orgánicas | 2006 |

(1) La empresa AESA se mantuvo hasta 2014, y hacia fines de ese año comenzamos a trabajar con CLIBA.
(2) A partir de 2014, las tapitas las comenzó a retirar la Cooperativa El Ceibo.

PARA CONOCER LAS ACCIONES REALIZADAS EN EL MARCO DEL PROGRAMA LA RURAL RECICLA, VER EL CAPÍTULO "COMPROMISO CON LA COMUNIDAD", EJE AMBIENTAL, EN LA PÁGINA 76 DEL REPORTE.

# GESTIÓN DE RECURSOS

## Consumo de agua

Todas las semanas, el personal a cargo de la Dirección de Operaciones supervisa el medidor provisto por AySA. Ellos también se encargan del mantenimiento diario de la infraestructura sanitaria. Para promover el uso eficiente del agua, contamos con válvulas de seguridad y corte automático que permite un correcto uso del recurso, además de dispositivos economizadores.

| AGUA (PROVISTA POR AYSA) | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Consumo de agua en m3 | 62.359 | 28.770 | 47.382 | 57.719 |
| Resultados bienales | 91.129 | | 105.101 | |
| Ahorro/aumento del periodo | Ahorro: 27.880 $m^3$ | | Aumento: 13.972 $m^3$ | |

## Consumo de energía

Continuamos con nuestro Plan de Economía y Reutilización de Recursos, con el objetivo de racionalizar el consumo interno. Además, llevamos adelante acciones concretas mediante un Plan de Racionalización de Consumos.

Para lograr una mejor optimización energética, avanzamos con el proceso de migración progresiva a productos de tecnologías ecoeficientes en nuestras instalaciones.

Durante 2013 y 2014 reemplazamos **100** y **150 lámparas** dicroicas por lámparas de LED respectivamente.Esto representa el 40% del total de la instalación.

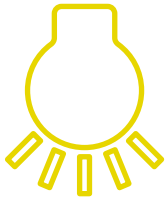
Por otro lado, en el Pabellón Ocre finalizamos el reemplazo de **todas las lámparas** de mercurio halogenado por lámparas de bajo consumo de 105 watt. En los pabellones Azul, Verde, Amarillo y 9, reemplazamos **100 lámparas** de mercurio halogenado por lámparas de bajo consumo de 105 watt, y logramos una migración del **21%** del total instalado.

Asimismo,

• Optimizamos los horarios de encendido y apagado de luces y equipos de aire acondicionado a través de un **sistema centralizado de control de las instalaciones.**

• En días de altas temperaturas y eventos de gran afluencia de público, encendemos con antelación los equipos para **ganar inercia térmica** y dosificar luego de manera **óptima el parque total de equipos.**

• Sectorizamos los circuitos eléctricos para el manejo **diferenciado** por uso.



| CONSUMO DE ENERGÍA | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Gas (provisto por Metrogas) | 120.984 | 88.092 | 85.479 | 79.776 |
| Resultados bienales | 209.076 | | 165.255 | |
| Ahorro/aumento del período | Ahorro: 32.892 m3 | | Ahorro: 43.821 $m^3$ | |
| Porcentaje de ahorro | 27% | | 20,96% | |
| Gas *oil* en litros | 6.190 | 10.191 | 7.803 | 4.767 |
| Resultados bienales | 16.381 | | 12.570 | |
| Ahorro/aumento del período | Aumento: 777 litros | | Ahorro: 3.811 litros | |
| Porcentaje de ahorro (si aplica) | - | | 23,26% | |
| Energía Eléctrica en MW/h (provisto por EDENOR) | 11.834 | 10.191 | 10.431,2 | 9.946,7 |
| Resultados bienales | 22.025 | | 20.377,9 | |
| Ahorro/aumento del período | Ahorro: 434 MW/h | | Ahorro: 1.647,1 MW/h | |
| Porcentaje de ahorro (si aplica) | 2% | | 7,48% | |
| **Consumo total de energía en julios o múltiplos** | **88.643.924,85 MJ (Mega julios)** | | **80.739.570 MJ (Mega julios)** | |

Por otra parte, dentro del marco del Plan de Optimización de Insumos y Recursos, llevamos a cabo la migración a Gas Ecológico en los aires acondicionados. Así, mitigamos la generación de emisiones contaminantes a la atmósfera.

Con las tres primeras etapas completas, iniciamos la cuarta parte de este plan.

## MIGRACIÓN A GAS ECOLÓGICO EN AIRES ACONDICIONADOS

| ETAPAS DE CONVERSIÓN | DESCRIPCIÓN | % DE LA INSTALACIÓN | ESTADO |
|---|---|---|---|
| Etapa I | Cambio de unidades de climatización menores a 1 toneladas de refrigeración. | 1% | Completo en 2010 |
| Etapa II | Cambio de unidades de climatización del pabellón 8 - Ópera Pampa | 3% | Completo en 2011 |
| Etapa III | Cambio de unidades de climatización hasta 7 toneladas de refrigeración | 7% | Completo en 2012 |
| Etapa IV | Cambio de unidades del tipo Roof top Fase II | | Período 2013-2015: Nos encontramos en un 10% del plan estipulado |
| Etapa V | Cambio de unidades del tipo Roof top Ocre y Frers | | 2016 |
| Etapa VI | Cambio de unidades del tipo enfriadora de líquido | | 2017 |
| Etapa VII | Cambio de unidades del El Central | | 2018 |

## CONSUMO DE PAPEL

PARA CONOCER LAS ACCIONES REALIZADAS EN EL MARCO DEL PROGRAMA LA RURAL RECICLA, VER EL CAPÍTULO "COMPROMISO CON LA COMUNIDAD", EJE AMBIENTAL, EN LA PÁGINA 76 DEL REPORTE.

| CONSUMO DE PAPEL | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Papel (copias impresas) | 500.043 | 592.000 | 441.463 | 556.245 |
| Resultado bienal | 1.092.043 | | 997.708 | |
| Ahorro del período | 14.520 | | 94.335 | |
| % del ahorro | | | | |
| | 1% | | 8,64 % | |

# SOMOS UNA EMPRESA AMIGA DE CIUDAD VERDE

En 2009 nos convertimos en una de las primeras empresas que firmaron el programa **“Empresas Amigas de la Movilidad Sustentable”**, impulsado por la Subsecretaría de Transporte del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

En 2012 reforzamos la alianza estratégica con el Gobierno de la Ciudad sumándonos a la iniciativa **“Ciudad Verde”** para trabajar en acciones orientadas a la movilidad sustentable, división de residuos y ahorro de energía, entre otras iniciativas. De esta manera, nos comprometimos a trabajar para lograr una **ciudad más amigable** con el medio ambiente, a promover prácticas de movilidad sustentable entre nuestros empleados y clientes, a impulsar el consumo responsable de energía y de agua, y a separar residuos en origen.

A partir de esta alianza, orientamos nuestras acciones en tres ejes:

## 1. MOVILIDAD SUSTENTABLE

Fomentamos entre nuestros colaboradores el **uso de la bicicleta** como medio de transporte económico, ágil, no contaminante y saludable, que contribuye, además, con la disminución de las emisiones del efecto invernadero.

También contamos con tres parkings de bicicletas exclusivos que pueden ser utilizados por colaboradores y por quienes vienen a La Rural para asistir a ferias, exposiciones y eventos. Los mismos tienen una capacidad para 60 bicicletas y cuentan con seguridad las 24 horas. Los accesos son: Av. Sarmiento, Calle Cerviño y en el ingreso a nuestras oficinas por el subsuelo.  Además, en el predio contamos con espacios de vestuario y duchas para que los empleados, que se transportan en bicicleta, puedan asearse y vestirse para seguir con su jornada laboral.

## 2. DIVISIÓN DE RESIDUOS

A partir del lanzamiento de nuestro **Manual de Gestión Ambiental de Residuos** en 2009, efectuamos rutinas diferenciadas de retiro de residuos. Esto nos permite separarlos en “peligrosos” y “no peligrosos”, y definir su reutilización final. Además, contamos con cestos de basura distribuidos en el predio, espacios comunes (oficinas y comedores), puntos de gastronomía y durante las ferias.

En 2013 separamos **305.000 kilos de material reciclable** y los destinamos a El Ceibo; de esta manera, evitamos que llegaran a los rellenos sanitarios. En 2014, en tanto, a partir de la alianza con **Fundación Compromiso, Quanta y El Ceibo**, sumamos la división en origen y el reciclado de PET para la fabricación de mobiliario de plástico para colegios y jardines de infantes de la zona de Palermo.

Así, **La Rural Recicla PET** comenzó internamente en junio y se amplió al público externo a partir de la Exposición Rural en julio. Para su implementación, invertimos en **cestos de residuos** con identificación para cada material, informamos a la cadena de valor y al público interno a través de circulares, cartelería y flyers digitales, y capacitamos a la empresa de limpieza del predio para que estuviera al tanto de la nueva modalidad.

También durante la Exposición Rural, cedimos un espacio al Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires para generar conciencia entre los visitantes respecto de la separación de residuos. Además de colocar imágenes alusivas en contenedores, cestos y campanas, entre otros, en el espacio realizaron talleres, juegos y trivias logrando difundir el mensaje del cuidado del medio ambiente a más de **111.000 contactos** durante los 13 días que duró la exposición.

# 3. CONSUMO RESPONSABLE

◦ Activamos una señal en la PC de cada colaborador solicitando apagar el equipo al finalizar la jornada laboral.

◦ Programamos cada computadora para que, luego de un determinado tiempo sin uso, se ponga en modo “Ahorro de energía”.

◦ En las oficinas del predio, más de un 70% de las PC cuentan con monitores LED y estamos en proceso de migración para alcanzar el 100%.

◦ Utilizamos equipos multifunción conectados en red y con el sello EnergyStart.

◦ Todos los espacios comunes del predio tienen cartelería y señalización con recomendaciones sobre el uso eficiente de la energía.

◦ Reemplazamos todas las lámparas del tipo HQI por las de bajo consumo.

◦ Monitoreamos el consumo eléctrico y establecemos umbrales máximos para los eventos a través de un software especializado. De esta manera, controlamos el encendido de equipos y bombas.

Durante 2013 y 2014, reforzamos todas estas acciones con piezas de comunicación en salas de reuniones, comedores, baños y en otros espacios comunes. En todos los casos, pedimos que se apaguen las luces cuando no queda nadie en el lugar.

*"Como predio, además de cumplir con la función de agente económico inserto en el contexto del mercado de feria mundial, somos una entidad que se encuentra expuesta continuamente a la opinión pública. Es por esto que en gran medida somos formadores de opinión, y lo consideramos una responsabilidad que debe usarse para inspirar a otros.*

*Creo que es sumamente importante el hecho de adquirir tecnologías de bajo impacto ambiental, porque de esta forma hacemos una importante contribución con nuestra única "aldea global" para reducir nuestra huella de carbono.*
*Espero que la incorporación de estos elementos y la mejora constante de los mismos sean de inspiración para que otros entes o empresas deseen verter sus esfuerzos en sumarse a esta visión.*

*Es un camino lento, pero el único posible si nosotros, como especie, queremos que nuestros hijos puedan tener un hogar, una vida plena y un futuro".*

**Adrián Hoogendyk**,
Equipo de Operaciones,
Encargado de pabellón.

# COMPROMISO

## CON LOS COLABORADORES

## DESTACADOS DEL PERÍODO

**1°** Encuesta de **Clima Interno** realizada en 2013

**5.005** horas hombre de **capacitación** a colaboradores en 2013 y 2014

**84%** de nuestros colaboradores participaron de la primera **Encuesta de Clima**

# UN EQUIPO DE COLABORADORES QUE INSPIRA

Nuestros colaboradores son fundamentales para que podamos crecer en forma sustentable. Por eso, innovamos para generar un ambiente de trabajo en el que puedan desarrollarse como profesionales y como personas, dentro de un marco de igualdad de oportunidades y respeto por el ambiente laboral

| INDICADORES DE COLABORADORES | 2011 | 2012 | 2013 | | | 2014 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | HOMBRES | MUJRES | TOTAL | HOMBRES | MUJRES | TOTAL |
| Personal de La Rural S.A. | 139 | 135 | 92 | 68 | 160 | 86 | 68 | 154 |
| Por categoría | | | | | | | | |
| Director y Gerente | 10% | 11% | 6% | 3% | 9% | 7% | 3% | 9% |
| Jefe | 9% | 11% | 4% | 7% | 11% | 5% | 6% | 10% |
| Supervisor | 9% | 11% | 8% | 0% | 8% | 8% | 0% | 8% |
| Personal | 71% | 68% | 39% | 33% | 72% | 36% | 36% | 72% |
| Por edad | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 33% | 31% | 16% | 21% | 38% | 12% | 22% | 34% |
| Entre 30 y 50 años | 47% | 48% | 27% | 16% | 43% | 27% | 16% | 43% |
| Más de 50 años | 20% | 21% | 15% | 4% | 19% | 18% | 5% | 23% |
| Por tipo de empleo | | | | | | | | |
| Tiempo completo | 99% | 99% | 56% | 39% | 96% | 56% | 41% | 97% |
| Tiempo parcial | 1% | 1% | 1% | 3% | 4% | 0% | 3% | 3% |
| Por tipo de contrato | | | | | | | | |
| Contrato indefinido o permanente | (2) | (2) | 96% | 94% | 91% | 97% | 93% | 90% |
| Contrato de duración determinada o temporal (1) | (2) | (2) | 4% | 6% | 9% | 3% | 7% | 10% |
| Por empleo | | | | | | | | |
| Mano de obra contratada | (2) | (2) | 4% | 6% | 9% | 3% | 7% | 10% |
| Otros indicadores | | | | | | | | |
| Empleados bajo convenio colectivo de trabajo | 62% | 65% | 43% | 21% | 64% | 43% | 21% | 64% |

(1) La nómina de empleados contratados por tiempo determinado varía según los eventos propios que se desarrollan en el predio.
(2) Indicadores no presentados porque empezaron a sistematizarse en este período.

| COLABORADORES POR CATEGORÍA Y GRUPOS DE EDAD | 2013 | | | 2014 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | MENOS DE 30 AÑOS | ENTRE 30 Y 50 AÑOS | MAYORES DE 50 AÑOS | MENOS DE 30 AÑOS | ENTRE 30 Y 50 AÑOS | MAYORES DE 50 AÑOS |
| Director y Gerente | 0,00% | 6,25% | 2,50% | 0,00% | 5,19% | 3,90% |
| Jefe | 2,50% | 6,88% | 1,88% | 1,95% | 5,84% | 1,95% |
| Supervisor | 0,63% | 4,99% | 2,50% | 0,65% | 4,55% | 3,25% |
| Personal | 33,75% | 25,63% | 12,50% | 31,17% | 27,27% | 14,28% |
| **Total** | **36,88%** | **43,75%** | **19,38%** | **33,77%** | **42,85%** | **23,38%** |

# CÓMO SELECCIONAMOS A NUESTROS COLABORADORES

Contamos con una rigurosa política de incorporación de personal que nos permite sumar y desarrollar a los mejores talentos. Además, a la hora de generar oportunidades de trabajo, les damos prioridad a quienes ya integran nuestro equipo o a personas de la comunidad local.

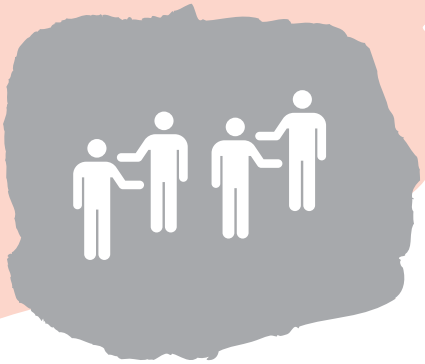
**Nuestro proceso de selección se centra en dos tipos de búsquedas:**

- **Personal permanente:** Cada Gerente o Director de nuestra compañía es el responsable de cubrir las vacantes que se generen en su área, ya sea por la renuncia o la desvinculación de un colaborador, o debido a cambios estructurales dentro del departamento. Durante este proceso, el equipo de Recursos Humanos le brinda soporte a través de su base interna de CVs y del contacto con consultoras especializadas.

Finalizada la búsqueda, los candidatos preseleccionados asisten a una entrevista con el Gerente del área y con Recursos Humanos. Una vez seleccionado el candidato, el responsable de Recursos Humanos se pone en contacto con él para coordinar la realización de los estudios médicos preocupacionales [1] Con los estudios aprobados, el Gerente envía a Recursos Humanos un mail con las condiciones y los datos de la persona, incluyendo la autorización del Director del área y el formulario ABM. A continuación, Recursos Humanos envía esa información al Departamento de Sistemas para crear el usuario y los permisos necesarios para acceder a los archivos alojados en el servidor de la compañía.

- **Personal eventual para ferias y exposiciones:** El área interesada en contratar personal eventual –puntos fijos, promotoras, personal de soporte– completa un formulario con los datos necesarios para la incorporación. Una vez que el formulario es firmado por el Gerente del área, se envía a Recursos Humanos, donde es revisad y luego, se procede a la contratación.

Contamos con una base de datos de CVs que se nutre de postulaciones espontáneas realizadas en nuestra página web. También firmamos convenios con algunas universidades, las cuales nos ofrecen la posibilidad de incorporar pasantes, quienes, en muchos casos, solemos efectivizar. Asimismo, cuando se presenta una vacante para puestos de niveles jerárquicos altos o si el perfil deseado resulta muy específico para una búsqueda en el mercado, nos apoyamos en consultoras especializadas.



(1) A partir de la alianza con Fundación Huésped, La Rural S.A no realiza el test de VIH en los exámenes preocupacionales de sus empleados.

| ROTACIÓN DEL PERSONAL | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Desvinculaciones | 11 | 21 | 13 | 12 |
| **Por género** | | | | |
| Mujeres | 73% | 81% | 69% | 58% |
| Hombres | 27% | 19% | 31% | 42% |
| **Por edad** | | | | |
| Menos de 30 años | 64% | 71% | 54% | 50% |
| Entre 30 y 50 años | 36% | 29% | 38% | 42% |
| Más de 50 años | 1,43% | -6,60% | 8% | 8% |

| TASA DE ROTACIÓN | 2013 | 2014 |
|---|---|---|
| Tasa de rotación | 3.79% | -1.79% |
| **Por género** | | |
| Mujeres | 3.1% | -1.07% |
| Hombres | 0.34% | -0.71% |
| **Por edad** | | |
| Menos de 30 años | 3.4% | 0.35% |
| Entre 30 y 50 años | 0.68% | -0.79% |
| Más de 50 años | -0.34% | -0.35% |

| ALTAS DE EMPLEADOS | 2013 | 2014 |
|---|---|---|
| Cantidad total de altas | 21,88% | 14,29% |
| **Por género** | | |
| Mujeres | 16,25% | 9,74% |
| Hombres | 5,63% | 4,55% |
| **Por edad** | | |
| Menos de 30 años | 20,63% | 12,34% |
| Entre 30 y 50 años | 1,25% | 0,65% |
| Más de 50 años | 0% | 1,30% |

# PROGRAMA DE DESARROLLO PROFESIONAL

Para que nuestro equipo pueda desarrollarse en forma continua, brindamos oportunidades de capacitación y formación dentro de la empresa y en instituciones educativas.

Nuestros planes de entrenamiento ofrecen valiosas herramientas para la gestión diaria según el nivel de desarrollo, las competencias y las habilidades de cada colaborador. El objetivo: que perfeccionen sus capacidades profesionales para impulsar su trayectoria laboral. Así, otorgamos medias becas para estudios de posgrado y para capacitaciones técnicas. Además, durante 2013 y 2014 brindamos un total de 428 horas de entrenamiento en idiomas.

Por otro lado, todos nuestros colaboradores tienen acceso a las capacitaciones, ya sean técnicas, de informática o de idiomas. En 2013 capacitamos a 61 empleados y, en 2014, a 55.

428 HS. DE ENTRENAMIENTO EN IDIOMAS

2013 CAPACITAMOS A 61

2014 CAPACITAMOS A 55

| PROGRAMA DE CAPACITACIÓN | 2013 | 2014 |
|---|---|---|
| **Cantidad de cursos** | | |
| Capacitaciones técnicas (en horas) | 368 | 60 (1) |
| Capacitaciones en informática (en horas) | 160 | 320 |
| **Capacitación en idioma inglés** | | |
| Cantidad de clases | 70 | 80 |
| Cantidad de empleados | 28 | 31 |
| Cantidad de horas semanales | 3 | 3 |
| Cantidad de horas anuales | 2.032 | 2.193 |

(1) La disminución en este indicador se debe a que, por un tema de calendario, no se pudieron llevar a cabo las capacitaciones en el área de operaciones, donde hay más personal que en el resto de los departamentos. Planeamos realizar estas capacitaciones en 2015.

LAS CAPACITACIONES TÉCNICAS SON ESPECÍFICAS PARA CADA PUESTO DE TRABAJO. POR EJEMPLO, EN 2013 LAS CAPACITACIONES EN OFICIOS ESTUVIERON VINCULADAS CON JARDINERÍA, PINTURA Y HERRERÍA; EN CAMBIO, EN 2014, EL FOCO ESTUVO PUESTO EN EL MANEJO DE LAS EMOCIONES Y EN CURSOS PARA EJECUTIVOS DE VENTAS, ENTRE OTROS.

*"Hasta 2013 inclusive cursé la Licenciatura en Marketing en UCES. Gracias al programa de becas, pude perfeccionarme profesionalmente en una carrera alineada con la posición que ocupo en La Rural. A su vez, conté con el apoyo de la compañía, no sólo en lo económico sino también en la flexibilidad y comodidad que me brindaron para poder cumplir con el estudio y al mismo tiempo con el trabajo.*
*Agradezco esta oportunidad, que fue de gran importancia para mi futuro profesional".*

**Verónica Villar,**
Jefe de Producto - Ferias Propias

| HORAS HOMBRE DE CAPACITACIÓN | 2013 | 2014 |
|---|---|---|
| Total de horas hombre de capacitación | 2.560 | 2.445 |
| **Por género** | | |
| Hombres | 1.160 | 745 |
| Mujeres | 1.400 | 1.700 |
| **Por categoría de empleado** | | |
| Cantidad de horas anuales | (2) | 24 |
| Jefe | 1.100 | 300 |
| Personal (1) | 1.460 | 2.121 |

(1) Incluye la categoría de Supervisor.
(2) Llevamos a cabo principalmente capacitaciones técnicas, por lo cual se priorizaron otras categorías para impartir los cursos debido a sus temáticas.

# MEDIMOS NUESTRO DESEMPEÑO

Llevamos adelante una política de evaluación de desempeño desde 2008. La misma, está dirigida a Directores, Gerentes y Jefes y nos permite identificar sus competencias, conocimientos y su potencial, y compartir las expectativas que tenemos sobre ellos, con equidad y transparencia.

La evaluación se realiza en forma anual e incluye la autoevaluación del empleado, una reunión de valoración con su superior directo y la definición en conjunto de objetivos para el año siguiente. Luego, y de manera no formal, los demás colaboradores son evaluados por los Directores. En 2013, 31 Directores, Gerentes y Jefes participaron de la evaluación de desempeño. En 2014, lo hicieron 29.

| INDICADORES DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO | 2013 | | | 2014 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | HOMBRES | MUJERES | TOTAL | HOMBRES | MUJERES | TOTAL |
| Directores | 3 | 0 | 3 | 3 | 0 | 3 |
| Gerentes | 6 | 4 | 10 | 6 | 4 | 10 |
| Jefes | 7 | 11 | 18 | 7 | 9 | 16 |

## PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS LABORALES

Respetamos la libre asociación sindical. Cada año, además, aumenta la cantidad de colaboradores contemplados en convenios colectivos de trabajo. En 2013 y 2014, **64%** estuvieron bajo convenio.

Nuestro compromiso con los derechos de nuestros empleados se traduce en los canales de diálogo que hemos establecido con representantes sindicales. Dos miembros de nuestro equipo nos representan ante el Sindicato de Empleados de Comercio, con cuyos delegados nos reunimos asiduamente.

## COMUNICACIÓN INTERNA

Con el fin de estrechar vínculos de calidad con nuestros empleados, utilizamos en forma permanente diferentes canales de comunicación interna.

- Atención en las oficinas de Recursos Humanos
- Boletín Larural.news
- Carteleras
- Casilla de correo: comunicacioninstitucional@larural.com.ar y recursoshumanos@larural.com.ar
- Comunicados internos
- Manual de inducción para ingresantes
- Reuniones

## BENEFICIOS PARA NUESTROS COLABORADORES

Contamos con una política de beneficios dirigida a todos nuestros empleados, que parte del deseo de reconocer su esfuerzo y su dedicación.

### Política de gratificaciones anuales

- **Teléfono** móvil y gastos de línea para todo el personal.
- **Gestoría** previsional para aquellos empleados en condiciones de jubilarse.
- Atenciones en diversos **acontecimientos**, como cumpleaños, casamientos, escolaridad de los hijos, nacimientos, fallecimiento y fin de año, entre otros.
- **Parking** gratuito.
- **Entradas sin cargo** a exposiciones para el colaborador y su familia.
- **Programa La Rural por vos:** Plan de beneficios y descuentos en locales de distintos rubros con los que mantenemos convenios estratégicos.
  - **El Central:** Descuento en el menú ejecutivo.
  - **Whirlpool:** Hasta 30% de descuento en la línea blanca.
  - **Cencosud:** Descuento del 15% en los hipermercados Vea, Disco y Jumbo.
  - **SMG:** Prepaga para los empleados fuera de convenio y para su grupo familiar directo.
  - **Small Hotels:** Descuentos en hoteles asociados en la Argentina.
  - **Cotishop:** 20% de descuento en el total de la compra.

## PRIMERA ENCUESTA DE CLIMA

En 2013, y por primera vez, realizamos una Encuesta de Clima, que nos permitió trabajar para mejorar los distintos puestos de trabajo y en políticas relacionadas con un proceso de ordenamiento. De la misma participaron el **84%** de nuestros colaboradores.

RESULTADOS

59 % SATISFACCIÓN
43 % CLIMA
67 % COMPROMISO
46 % CONTEXTO

# SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

Entre 2013 y 2014, elaboramos un Plan de Evacuación para el área de Parking, con 14 responsables. Así, y para establecer una comunicación clara y evitar accidentes, diseñamos diferentes planos y los ubicamos en las salidas de emergencia. También colocamos extintores, hidrantes y contactos de emergencia ubicados estratégicamente en los distintos espacios del predio.

Además, realizamos dos simulacros de evacuación por año, en los que participaron **151** personas en 2013 y **122** en 2014. Estos se sumaron a dos capacitaciones que hicieron foco en el uso de los elementos de protección personal y de extintores dirigidas a todos los colaboradores.

Asimismo realizamos dos capacitaciones específicas de protección craneana, ocular y facial, respiratoria, auditiva, y de manos y pies, dirigidas al equipo de Operaciones.

| INDICADORES DE EMPLEADOS | 2013 | | | 2014 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | HOMBRES | MUJERES | TOTAL | HOMBRES | MUJERES | TOTAL |
| Tasa de lesiones por accidente (TLA) | 6,20 | 2,06 | 8,27 | 2,18 | 0,72 | 2,91 |
| Cantidad de víctimas mortales | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Tasas de ausentismo por enfermedades profesionales | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Tasa de días perdidos por enfermedades profesionales | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

# NUESTRO COMPROMISO CON EL VIH/SIDA

En 2012, pasamos a formar parte de la iniciativa que promueve **Fundación Huésped** con el apoyo de la Red Argentina del Pacto Global de Naciones Unidas y ONUSIDA. Tras firmar la declaración iberoamericana **"Empresas Comprometidas en la respuesta al VIH/sida"**, abrimos un espacio de concientización entre nuestros empleados.

En **2013**, además, colaboramos con las siguientes acciones:

- Reforzamos la comunicación del **Evento Anual de Empresas y VIH/sida** a través de Facebook y Twitter.

- Cedimos la Sala Ceibo a la Fundación Huésped para la realización de dicho evento, en el marco de nuestro programa de **Cesión Solidaria de Espacios.**

En **2014**, sumamos nuevas iniciativas:

- Difundimos un **manual de procedimiento interno** para los nuevos empleados acerca de cómo manejarse en el ámbito laboral frente al VIH/sida.

- Difundimos un cuadernillo digital con la información básica del VIH/sida para todo el personal.

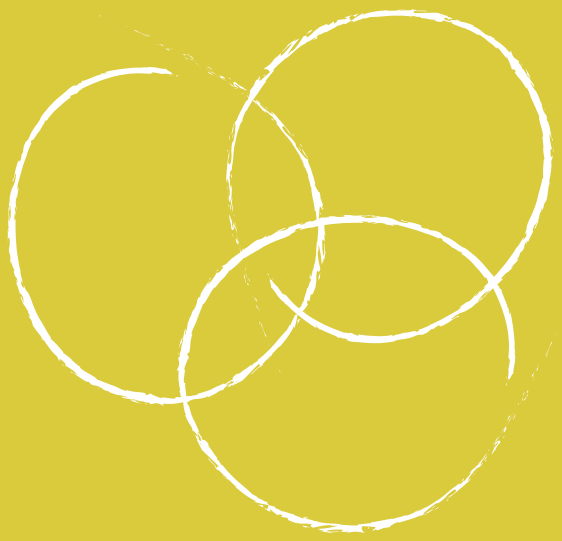
- Difundimos la campaña **"Sello de Lazo Rojo"** en empresas de nuestra cadena de valor, a las que invitamos a firmar la declaración **"Empresas Comprometidas en la respuesta al VIH/sida"**.

- La Rural se sumó a las empresas que conforman la bolsa de empleo de la Fundación Huésped. Las personas interesadas en buscar empleo en La Rural pueden acceder desde la web de la Fundación Huésped y dejarnos su CV.

- Estas últimas acciones, nos permitieron alcanzar el reconocimiento de **"Sello de Plata"** entregado por la fundación por ser miembros activos de la iniciativa.

*"La Rural ha sido una de las organizaciones que ha demostrado su compromiso con el VIH/sida desde el año 2012. El predio se declaró como una empresa libre de discriminación por VIH/sida y compartió este compromiso con el total de sus empleados. Además, facilitó recursos materiales para poder realizar eventos con otras empresas e invitó a empresas miembro de su cadena de valor a sumarse al compromiso social frente al VIH/sida"*

**Arturo Mercado Gurrola,**
Coordinador, Empresas comprometidas en la respuesta al VIH/sida.



# COMPROMISO CON CADENA DE VALOR

# DESTACADOS DEL PERÍODO

**100%** DE NUESTROS **PROVEEDORES SON NACIONALES**

**184.004** **OPORTUNIDADES LABORALES** GENERADAS DE MANERA DIRECTA E INDIRECTA

MÁS DE **8 MILLONES** DE PERSONAS ASISTIERON A NUESTROS **EVENTOS**

**31** **TONELADAS DE MATERIAL** RECICLABLE RECUPERADAS TRAS DESMONTAR EL SALÓN INTERNACIONAL DEL AUTOMÓVIL 2013

# NUESTROS PROVEEDORES

Trabajamos en forma continua para optimizar los procesos de selección y de evaluación de nuestros proveedores, con el fin de reforzar el compromiso que tenemos con la sustentabilidad. También profundizamos el diálogo y establecemos relaciones de largo plazo con pequeñas, medianas y grandes empresas. A la hora de incorporar nuevos proveedores, tenemos en cuenta diversos factores, entre ellos, la calidad del servicio que ofrecen, su capacidad y su tamaño, fundamentales para reconocer la posibilidad de respuesta.

Todos nuestros proveedores son nacionales. Las categorías más importantes, tomando como criterio la facturación son: Infraestructura, Limpieza, Seguridad, Servicio médico y Equipamiento técnico.

| PRINCIPALES RUBROS | FACTURADO POR EL PROVEEDOR |
|---|---|
| Servicios de Terceros INFRAESTRUCTURA | $27.318.461,09 |
| Servicios de Terceros / Equip. Técnico de Comunicación / Telefonía / Internet / Wi-Fi / Audio, Iluminación y Video / Disc Jockey | $8.326.873,77 |
| Seguridad | $4.838.999,66 |
| Servicio Medico | $4.597.205,58 |
| Servicios de Terceros LIMPIEZA | $1.661.987,99 |

| PROVEEDORES | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Proveedores activos | 668 | 773 | 546 | 597 |
| Proveedores oficiales | 92 | 83 | 81 | 72 |

EN 2013
INVERTIMOS
$ 57.708.769
EN 2014
$ 85.716.159
EN PAGOS
A PROVEEDORES

## CRITERIOS Y POLÍTICAS DE CONTRATACIÓN

Nuestro proceso de selección de proveedores tiene como base las Condiciones Generales de Contratación, incluidas en todos los contratos. Este documento establece las condiciones tanto para la contratación de trabajos o servicios como para la compra de productos.

Para definir nuestros proveedores oficiales, tenemos en cuenta diferentes factores, entre los que se encuentran la calidad del servicio que prestan, el reconocimiento que tienen en el mercado, la capacidad de absorción de los trabajos y el seguimiento del servicio de posventa.

## METODOLOGÍA DE SELECCIÓN

Nuestros proveedores atraviesan un proceso de selección minucioso, que incluye la presentación de una carpeta con información sobre su actividad, su trayectoria y su capacidad para desarrollar grandes propuestas, entre otros datos.

Luego de esta primera instancia, pactamos una entrevista con un responsable, y solicitamos la documentación legal y fiscal pertinente. Después de finalizar estos pasos, procedemos a la firma del contrato de Proveedor Oficial del Predio.

## POLÍTICA DE COMPRAS

Para adquirir un producto o servicio, cada área de la compañía debe presentar tres propuestas de proveedores. Así, garantizamos una selección justa y equitativa y además, conocemos más opciones de servicios en el mercado.

## ESTÁNDARES DE CALIDAD

Proveemos servicios de manera directa e indirecta y, a través de ellos, respondemos a las necesidades para la puesta en marcha y para el desarrollo de cada evento. En todos los casos, lo hacemos con los más altos estándares de calidad. Para ello, seleccionamos a nuestros proveedores oficiales con rigurosidad técnica y comercial. Esto nos permite estar al tanto de todos los detalles.

## CLÁUSULA DE DERECHOS HUMANOS

Escuchamos las necesidades de nuestros grupos de interés, y a partir de estas, en 2011 incluimos en los contratos con proveedores y en las cesiones solidarias de espacios a organizadores y expositores una cláusula especial vinculada con la protección de los Derechos Humanos.

Así, la cláusula cuarta, que está en línea con el espíritu de los Principios de DD. HH. y Empresas de la ONU, compromete a nuestros proveedores a respetar los Derechos Humanos de las personas, evitando la discriminación, el acoso, el abuso y la intimidación en cualquiera de sus formas.

# CÓMO NOS COMUNICAMOS CON NUESTROS PROVEEDORES

Contamos con los siguientes canales de diálogo permanente:

- **Reuniones periódicas:** Mantenemos dos reuniones anuales con todos nuestros proveedores y, si es necesario, efectuamos algunas individuales.
- **Entrevistas de seguimiento:** Dos anuales y algunas individuales.
- **Responsable directo de Atención al Expositor.**
- **Línea telefónica:** 4777-5520 o 4779-5076.
- **Encuesta** de satisfacción de proveedores.
- **Visitas** a las plantas de los proveedores.
- **Sitio web**.
- **Memoria comercial.**
- **Reporte de Sustentabilidad.**
- **Auditorías**.
- **Atención de servicios feriales.**
- **Capacitaciones**.
- **Manual** de procedimientos.
- **Circulares** con normativas del predio.
- **Libro de quejas**.

# AMPLIAMOS NUESTRO COMPROMISO CON LA SUSTENTABILIDAD

## EN 2014

**incorporamos a los proveedores de los rubros de iluminación y sonido a nuestra política de sustentabilidad.**

## EL OBJETIVO

**Que tomaran conciencia de la reducción del consumo eléctrico en el predio.**

**Además, y en el marco de la iniciativa "Ciudad Verde" del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, capacitamos al personal de limpieza sobre la problemática de la basura y sobre las acciones que emprendemos para tratarla.**

**Así, organizamos charlas sobre residuos reciclables y sobre cómo manejarlos dentro del predio. De estas participaron un promedio de CIEN EMPLEADOS entre limpieza y gastronomía.**

# GENERAMOS OPORTUNIDADES LABORALES

Somos conscientes de la generación de empleo que resulta de la organización, la administración y el soporte logístico de ferias, eventos y congresos. Al respecto, analizamos las acreditaciones en ferias, exposiciones y eventos, y determinamos que, en 2013 y 2014, la proyección de empleo alcanzó

**184.004**
**OPORTUNIDADES LABORALES**
**DE MANERA DIRECTA E INDIRECTA.**

| PROYECCIÓN DEL EMPLEO GENERADO POR LA ACTIVIDAD DE LA RURAL | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Personal de La Rural S. A. | 139 | 135 | 135 | 137 (*) |
| Personal fijo organizadores | 326 | 3.233 | 1.211 | 1.432 |
| Personal temporario organizadores | 703 | 1.496 | 1.891 | 2.237 |
| Personal expositores | 29.266 | 25.408 | 39.489 | 41.930 |
| Personal de armado y construcción de stands | 11.864 | 6.128 | 23.322 | 19.081 |
| **Personal proveedores de servicios** | | | | |
| Personal de seguridad | 1.810 | 1.257 | 2.106 | 3.019 |
| Personal de limpieza | 1.352 | 1.810 | 2.454 | 3.104 |
| Otros servicios (acreditaciones, control de acceso, sonido, técnica,etc.) | 3.926 | 3.828 | 14.514 | 9.322 |
| Personal de gastronomía | 11.933 | 9.438 | 9.356 | 9.399 |
| **Total** | **61.319** | **52.733** | **94.343** | **89.661** |

(*): Este valor no contempla al personal temporario y las pasantías remuneradas.

Hacia fines de 2013 se implementó un sistema de control de acceso (Cronos) para que los proveedores de limpieza y seguridad registraran su huella digital. Este tiene el objetivo de ordenar y llevar registro de las horas reales brindadas por cada uno de los proveedores para evitar la sobrefacturación de los servicios.

# PROGRAMA DE CONTROL DE NUESTROS PROVEEDORES GASTRONÓMICOS

Para evaluar y controlar la calidad del servicio de nuestros proveedores gastronómicos y, así, asegurar un estándar de por lo menos el 80%, definimos y utilizamos diferentes medidas de control.

Por un lado, implementamos medidas preventivas, entre las cuales se encuentran las visitas mensuales a las plantas de elaboración de nuestros proveedores oficiales para controlar que cumplan con las normas preestablecidas en todas sus instalaciones. A su vez, a principio de año, asistimos a reuniones con las autoridades de las empresas gastronómicas para planificar, efectuar evaluaciones y trazar objetivos anuales.

Además, con el fin de capacitar a nuestros proveedores, organizamos charlas de concientización con el área de Gastronomía y con nuestro Jefe de Seguridad e Higiene. También solicitamos a los operadores que separen los residuos para reducir el volumen de basura y, de esta manera, colaborar con el medio ambiente.

Por otro lado, incorporamos el sistema Micros, una máquina registradora que permite un mayor control de la facturación de los operadores gastronómicos. Y, con el fin de mejorar la calidad del servicio que ofrecemos y que ofrecen nuestros proveedores oficiales, realizamos auditorías.

# CÓMO EVALUAMOS A NUESTROS PROVEEDORES

A fin de año, evaluamos a nuestros proveedores de limpieza, seguridad, emergencias médicas y gastronomía para determinar su continuidad. Para ello, tenemos en cuenta su desempeño, el trato con los clientes, el cumplimiento de las obligaciones con sus empleados y, a partir de 2013, los resultados de las auditorías realizadas durante ese año. Luego, la Gerencia de Servicios Feriales se reúne con algunos para revisar puntos de mejora, mientras que aquellos que no cumplen con los estándares de calidad son removidos del listado oficial.

También realizamos un seguimiento anual de las actividades de los proveedores oficiales en materia ambiental, de prácticas laborales, Derechos Humanos y la comunidad; y, en caso de encontrar alguna irregularidad o incongruencia respecto de nuestras políticas, les informamos que, para continuar perteneciendo a nuestra lista de Proveedores Oficiales, deben modificarla. Al finalizar el año, evaluamos si tuvieron en cuenta nuestras sugerencias y si las ejecutaron. Aquellos que no implementaron mejoras o cambios, también son dados de baja del listado oficial.

# DESARROLLO SUSTENTABLE CON LA CADENA DE VALOR

Los materiales que utilizamos para la comunicación institucional –folletería, Memoria comercial, Reporte de Sustentabilidad– provienen de imprentas con certificación FSC. Esto garantiza que los productos tienen su origen en bosques bien gestionados, que proporcionan beneficios ambientales, sociales y económicos.

# NUESTROS CLIENTES

Quienes visitan las ferias, las convenciones y los eventos que se realizan dentro del predio, así como los organizadores y los expositores, todos son nuestros clientes. Estamos convencidos de que, para crecer en forma sustentable, tenemos que asegurar el bienestar y la confianza de todos ellos. Por eso, asumimos el compromiso de ofrecerles un servicio integral y una atención de excelencia, y trabajamos en la mejora continua de nuestras facilidades y de nuestras prestaciones para satisfacer sus necesidades.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Visitantes** | | | | |
| Ferias y exposiciones | 4.865.136 | 3.637.471 | 7.332.479 | 3.631.877 |
| Congresos, convenciones y eventos | 45.659 | 36.585 | 49.319 | 166.680 |
| Eventos empresariales y sociales | 100.251 | 230.458 | 113.791 | 122.277 |
| Espectáculos | 0 | 1.800 | 0 | 0 |
| **Organizadores** | | | | |
| Ferias y exposiciones | 47 | 36 | 38 | 37 |
| Congresos, convenciones y eventos | 63 | 72 | 88 | 68 |
| Eventos empresariales y sociales | 131 | 128 | 115 | 131 |
| Espectáculos | 0 | 1 | 0 | 0 |
| **Expositores** | | | | |
| Ferias y exposiciones | 10.029 | 7.998 | 7.001 | 6.695 |

## EN 2013

creamos el área de **Auditorías** para profundizar nuestro conocimiento del estado y la atención general de nuestros proveedores oficiales, y, de esta manera, mejorar la calidad de nuestro servicio y el de ellos.

## EN 2014

implementamos un **nuevo sistema** que nos permitió acreditar de manera ordenada, prolija y en menor tiempo a todos los expositores de la Exposición Rural, por ejemplo.

# VISITANTES

## PROGRAMA DE BENEFICIOS "CLUB LA RURAL"

Con el fin de ofrecerles un valor adicional a nuestros clientes y a nuestros visitantes frecuentes, y para establecer relaciones duraderas con ellos, desarrollamos un programa de beneficios. Así, los 7.610 socios del Club La Rural pudieron gozar de invitaciones especiales, promociones y descuentos dentro del predio y en otros comercios:

- 10% de descuento en el **parking** de La Rural.
- 10% de descuento en el restaurante **Terrazas Bistró.**
- 10% de descuento en los locales **Pizza Cero** y **La Brioche Doreé** de La Rural.
- Almuerzo de cumpleaños en **Terrazas Bistró**.
- **2x1** en las entradas para ferias, exposiciones y eventos en La Rural.

## LA RURAL ACCESIBLE

Todos los ingresos y egresos del predio están adaptados para las personas con movilidad reducida. En los eventos y en las ferias propias, ofrecemos sillas de ruedas a quienes las necesitan. Asimismo, los visitantes que presentan el carnet de discapacidad, ingresan en forma gratuita con un acompañante. Para notificar estas acciones, colocamos carteles en los puntos de informes. En caso de evacuación del edificio, *parking* y pasillos técnicos, las personas con movilidad reducida son acompañadas por los líderes de áreas, los últimos en salir del lugar.

# EXPOSITORES

## PROGRAMA "LA RURAL RECICLA"

A partir del programa "La Rural Recicla", que llevamos adelante desde 2006 junto con la Fundación Compromiso, invitamos a los expositores, organizadores y armadores a participar en los desarmes una vez culminadas las ferias.

**EL OBJETIVO:** recolectar los recortes de material para que distintas organizaciones sociales puedan utilizarlos para reparar viviendas o fabricar, por ejemplo, pupitres de escuelas, mesas, sillas y juegos didácticos.

Durante 2013, con el apoyo del Instituto Argentino del Petróleo y del Gas (IAPG), compartimos la iniciativa e invitamos a los expositores de la **Argentina Oil & Gas Expo 2013** a donar el material de descarte de su stand una vez finalizada la feria. Como resultado de la acción se recuperaron más de **6 toneladas** de material, entre maderas, alfombras, y panelería.

En el marco de la feria **Vinos y Bodegas 2014**, desarrollamos una campaña de reciclado de vidrio y cartón junto con las bodegas participantes. Así, **21 empresas** del rubro separaron sus botellas y cajas de cartón y recuperamos más de **950 kilos de vidrio y 370 kilos de cartón**, que fueron donados a la **Cooperativa El Ceibo.**

Por último, y con el fin de resguardar la seguridad personal de quienes intervienen en el operativo de desarme, nuestro departamento de **Seguridad e Higiene** dicta capacitaciones para las instituciones adheridas al programa y les provee los elementos de seguridad requeridos, esto es, guantes, cascos, zapatos de seguridad y uniformes.

## RECUPERAMOS 31.000 KILOS DE MATERIALES DEL 6TO SALÓN INTERNACIONAL DEL AUTOMÓVIL 2013

Junto con la **Asociación de Fábricas de Automotores** (ADEFA), organizadora de la feria, y la Fundación Compromiso, promovimos la reutilización de las partes de los stands de las automotrices. Así, recolectamos un récord de **31.000 kilos de material**, entre placas de madera, estanterías, hierros y alfombras.

Lo recolectado fue destinado a seis instituciones –**Otto Krause, la Escuela Técnica N.º 36, la Legión de la Buena Voluntad, el Hospital Alvear, el Hospital Infanto Juvenil C. Tobar García y la Fundación Sagrada Familia**–, en donde se reutilizó para la construcción de mesas, sillas y bibliotecas, entre otros muebles. Luego del evento, se informó a todos los participantes acerca del éxito del programa.

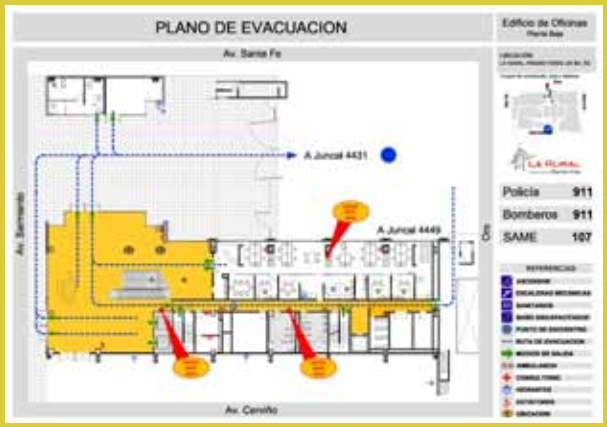
PARA MÁS INFORMACIÓN SOBRE ACCIONES DE RECICLADO, VER EL CAPÍTULO DE "COMUNIDAD" Y DE "MEDIO AMBIENTE", EN LAS PÁGINAS 76 Y 38, RESPECTIVAMENTE.

# ORGANIZADORES

**Plan de Seguridad e Higiene**

Para asegurar el bienestar de nuestros visitantes y clientes, y el cumplimiento de las leyes relacionadas, diseñamos diferentes planes de acción. Nuestro programa de Control Operativo - Seguridad e Higiene incluye la solicitud, el control y el seguimiento de los siguientes elementos:

- Planes y planos de evacuación en eventos.
- Matriculado eléctrico para instalaciones.
- Cálculo de la estructura con matriculado para entrepisos y estructuras resistentes.
- Ignifugado de elementos en eventos.
- Vías de escape de los edificios.
- Presencia médica con móvil de traslado en los eventos.
- Seguridad privada homologada por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Normas generales de armado en eventos.
- Restricción de la utilización de gases y elementos pirotécnicos.
- Restricción de los niveles de emisión de sonidos.



# COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

## DESTACADOS DEL PERÍODO

**50** CESIONES SOLIDARIAS DE ESPACIOS
ORGANIZADAS EN 2013-2014

**87,5** PUNTOS
PUNTOS ALCANZADOS EN EL RELEVAMIENTO DE ACCESIBILIDAD AL PREDIO REALIZADO POR ALPI

**MÁS DE 3.000** ALUMNOS SE ACERCARON A LA LECTURA A PARTIR DEL PROGRAMA PALERMO LEE

# Política de apoyo a la comunidad

Tenemos un estilo y una filosofía que apuntan a una gestión humana, productiva y socialmente responsable. En esta línea, ofrecemos un modelo de sustentabilidad orientado hacia el valor humano de la comunidad y con características transferibles a los diversos sectores de la vida económica del país.

Nuestra estrategia de sustentabilidad está basada en los ejes **Social, Ambiental** y **Educativo-Cultural**. Tiene la innovadora particularidad de entrelazar estas instancias para facilitar el empoderamiento de las personas, ya sea a través del cambio en la cultura empresarial y en pos de optimizar la calidad de vida de nuestros empleados y públicos visitantes, como así también en favor de causas sociales que trabajan con los sectores más postergados de la sociedad.

Estamos comprometidos con la comunidad y con el cuidado del medio ambiente. Cada año renovamos este compromiso y nos esforzamos para garantizar la sostenibilidad de nuestras iniciativas y proyectos.

## Cerca de nuestra comunidad

Nuestra estrategia de relacionamiento con la comunidad incluye acciones e iniciativas que nos permiten fortalecer los vínculos con instituciones, organizaciones y actores clave de nuestro entorno. Nos consideramos un articulador que acerca a las diferentes partes generando oportunidades sociales y de negocio. Asimismo, evaluamos los resultados de nuestras iniciativas para detectar oportunidades de mejora.

Todos los programas y actividades que llevamos a cabo contemplan nuestros valores organizacionales. Asimismo, desarrollamos vínculos positivos con los diversos actores sociales y tratamos de dejar una huella sustentable. Concretamente, realizamos donaciones y cedemos nuestros espacios a organizaciones sin fines de lucro para que estas puedan difundir sus acciones y realizar actividades y capacitaciones. Además, minimizamos el impacto ambiental en ferias y realizamos la división de residuos en origen, entre otras iniciativas.

Nuestra Dirección de RR.II. está integrada por el área de Relaciones Institucionales y Prensa, y por el área de Comunicación Institucional y RSE. Esta última es responsable de llevar adelante la estrategia de sustentabilidad y de implementar las iniciativas. Así, trabajamos para generar acciones que faciliten la reciprocidad, la comunicación permanente y el accionar con nuestros públicos.

## Inversión en RSE

EN 2013 DESTINAMOS

**21,05%**

DEL PRESUPUESTO DE LA DIRECCIÓN DE RR. II.

AL PLAN INTEGRAL DE RSE

ESTO ES **$382.661**

EN 2014 DESTINAMOS

**19,94%**

ESTO ES **$379.656**

# Eje Social

## Programa Cesión Solidaria de Espacios (CSE)

Cedemos nuestros salones y espacios a fundaciones y entidades de bien público que se encuentran alineadas a nuestros pilares de RSE para que realicen sus eventos solidarios. Así, ayudamos a estas organizaciones a financiar sus iniciativas y nos convertirnos en aliados estratégicos para apoyarlas en sus proyectos de largo plazo. También desarrollamos acciones de prensa para difundir sus eventos y las asesoramos en materia de producción y realización de eventos.

En 2014, sumamos cuatro nuevas fundaciones a las 22 que ya eran parte del programa. Además, ese mismo año, implementamos el envío de una encuesta para incorporar mejoras, obteniendo un 34% de participación.

*"El Programa de Cesión Solidaria de Espacios de La Rural nos parece original, muy bien diseñado y fácil de acceder. El alcance que tiene es muy amplio porque al orientarse a distintas ONGs con sus variados objetivos sociales, ya sea enfocados en salud, educación o cultura, se multiplica exponencialmente la cantidad de individuos con distintas necesidades que se benefician indirectamente del programa."*

### Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes

*"Consideramos que la Cesión Solidaria es un programa muy importante para el sector, ya que acerca a las Organizaciones de la Sociedad Civil, la posibilidad de acceder a un servicio de primerísima calidad a un costo accesible. El colegio Buen Consejo realizó su primer evento de cena en La Rural gracias a esta posibilidad y, de esta forma, pudo convocar donantes con capacidad contributiva que era lo que necesitaba. Además, nos permitió atenderlos con calidad pero sin ostentación, y así valorar su aporte de la mejor manera."*

### Colegio El Buen Consejo

*"Hace 6 años participamos de este programa y organizar el evento en el Salón Central de la Rural es uno de los únicos temas que jamás se plantean al organizar el encuentro. Es por lo que ofrece, por la calidad, la ubicación y por considerar a La Rural como parte de La Familia. Esta es una fiesta que consideramos una Familia que se junta para ayudar y la Rural es pieza clave en esa ayuda."*

### Familia Cristiana del Polo

| PROGRAMA CSE | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Cantidad de espacios | 22 | 26 | 24 | 26 |
| Metros cuadrados | 43.115 | 35.830 | 36.905 | 35.235 |
| Valorización de los salones en pesos para Cesión Solidaria de Espacios | 139.600 | 288.200 | 304.650 | 404.152 |

## FUNDACIONES POR EJES 2013-2014

## TOTAL: 31 FUNDACIONES

### 2013

- **24 fundaciones en total**, 4 de ellas corresponden a dos ejes a la vez

- **Desarrollo Social:** 13 fundaciones
- **Ambiental:** 1 fundación
- **Educativo Cultural:** 12 fundaciones

### 2014

- **26 fundaciones en total**, 3 de ellas corresponden a dos ejes a la vez

- **Desarrollo Social:** 16 fundaciones
- **Ambiental:** 2 fundaciones
- **Educativo Cultural:** 11 fundaciones

## Fundación Juanito

En 2013 propusimos a esta fundación para que fuera beneficiaria de una donación de los organizadores del Six O' Clock Tea. Esta iniciativa, además de participar en el **Programa CSE,** donó el **30%** de lo recaudado a la entidad en 2013 y en 2014. El monto total donado fue **$ 39.625.**

**DESDE 2013 HASTA DICIEMBRE DE 2014, EL PROGRAMA CSE LES PERMITIÓ A LAS ENTIDADES PARTICIPANTES RECAUDAR MÁS DE $45 MILLONES**

## Arte y Esperanza

Desde 1990 hasta 2010, un grupo de artesanos aborígenes y criollos, convocados por la Asociación Arte y Esperanza, pudieron contar con un espacio en nuestro Pabellón de Artesanías de la Exposición Ganadera. A partir de 2012 se volvió a trabajar en alianza, logrando que esta asociación participara nuevamente en diversas exposiciones dentro de nuestro predio.

Esta cooperación significa un enorme apoyo a su capacitación en la producción artesanal y un excelente recurso para todos los productores. Estos grupos de familias de artesanos encuentran en nuestras exposiciones, tanto en la **Ganadera** como la de **Perros y Caballos**, un excelente punto de venta de sus productos, que en muchos casos alcanza entre un 25% y un 30% de lo que pueden vender en todo el año.

En la actualidad, Arte y Esperanza acompaña a 36 comunidades pertenecientes a ocho etnias diferentes y varios grupos de artesanos criollos con dificultades de comercialización. Esto significa un apoyo social y económico a más de 500 familias de las comunidades Kolla, Wichi, Qom-Toba, Mbya-Guaraní, Pilagá, Chané, Diaguita Calchaquí y Mapuche.

## Área Responsable

Durante 2013 realizamos una cesión de espacios especial para Área Responsable y su ciclo "Charlas abiertas a la comunidad: Superarse es ganar". El espacio, auspiciado por el Ministerio de Educación de la Ciudad de Buenos Aires y organizado por Área Responsable, estaba dirigido al público adolescente. Junto con Sebastián Armenault[1] , orador principal, se buscó promover los valores, incentivar el compromiso de los jóvenes y rescatar el potencial de cada uno de ellos. De las charlas participaron 153 alumnos de 6 colegios.

1 Sebastián Armenault es un ultramaratonista solidario que se ha convertido en el primer argentino en correr en los siete continentes con fines benéficos. A través de su experiencia, les transmite a los chicos el mensaje de que con educación, esfuerzo y dedicación "todo es posible".

# Espacios cedidos en 2013

| Entidad | Evento | Monto de la recaudación | A qué fue destinado el dinero recaudado en el evento puntualmente |
|---|---|---|---|
| CIMIENTOS | XIII Cena Anual Cimientos | $ 754.000,00 | Fondo de becas que permite que más niños tengan la oportunidad de acceder a la educación secundaria. |
| Asociación Conciencia | La Noche Ciudadana Asociación Conciencia | $ 627.988,00 | Implementación de programas educativos. |
| Casita del Niño | 1° Cena de Recaudación de Fondos | $ 500.000,00 | Cubrir gastos anuales del funcionamiento de la asociación, como sueldos, compras de alimentos y mantenimiento de la sede de Tigre. Habilitación de un baño ubicado en el sector donde se brinda apoyo escolar a los chicos. |
| SIx O´Clock Tea | Six O'Clock Tea, de Carminne Dodero | $16.000 | La Rural seleccionó como beneficiaria del SIx O´Clock Tea a Fundación Juanito. |
| Banco de Alimentos | Comida de Recaudación de Fondos | $ 1.749.945,00 | Brindar ayuda a los que padecen hambre solicitando, almacenando y distribuyendo alimentos aptos para el consumo. Se buscó incorporar 50 organizaciones que se encontraban en lista de espera. |
| Fundación Huésped | Evento Anual de Empresas comprometidas en la respuesta al VIH/sida | $ 0 | Evento de concientización, no se recaudó dinero. |
| Un Techo para mi País | Comida de Recaudación de Fondos: “5ta Gala” | $ 1.409.430 | Construcción de 114 viviendas de emergencia y 5 salones comunitarios. |
| Potencialidades | Comida de Recaudación de Fondos Potencialidades | $ 520.000,00 | Desarrollo y sostenimiento de los programas de la organización. |
| Fundación Cuba | VII Cena Anual a beneficio | $ 443.986,93 | Sostenimiento de tres programas en las zonas de Fátima y Villa de Mayo:<br>• Programa Deporte y Valores: 450 chicos de entre 6 y 18 años practican fútbol y hockey.<br>• Programa Familia Educadora: 80 madres de familia reciben una beca mensual para gastos escolares.<br>• Programa Oficios: Capacitación técnica con títulos oficiales, especialmente en el área de electricidad. |
| ITBA | IX Cena de Recaudación de Fondos | $ 1.713.463,00 | Fondo Académico Integral, que tiene como destino becas, investigación y desarrollo e innovación para laboratorios equipados y docentes investigadores. |
| Valores para Crecer | 3° Cena Anual de Recaudación de Fondos Valores para Crecer | $ 1.065.906,00 | Más de 480 talleres para 12.000 docentes y alumnos en 2013 y en 2014, y ampliación de la actividad en escuelas. |
| Endeavor Argentina | 4º Experiencia Endeavor | $ 486.648,00 | Cubrir los gastos del evento y seguir cumpliendo la misión de la fundación, que se basa en inspirar, capacitar y conectar emprendedores. |
| Universidad San Andrés | Cena en apoyo al fondo de becas de Universidad San Andres | $ 5.700.000 | Gestión de 75 becas universitarias. |
| Fundación Compromiso | Jornada Nacional Fundación Compromiso | $ 0 | Evento de concientización, no se recaudó dinero. La jornada nacional de articulación público-privada es un espacio de concientización y debate sobre temas de interés para la sociedad civil. |
| Fundación Haciendo Camino | 4° Comida Anual Fundación Haciendo Camino | $ 449.793,00 | Sostenimiento de sus 5 programas desarrollados en sus 5 Centros de Prevención de Desnutrición Infantil y Promoción Humana, en la provincia de Santiago del Estero. |
| ALPI-Asociación Civil | Cena de Recaudación de Fondos “Gala Anual Solidaria” | $ 588.900,00 | Construcción del nuevo centro de internación y rehablitación pediátrica. |
| Fundación Cruzada Patagónica | Cena Anual a beneficio de los Programas de la Fundación Cruzada Patagónica | $ 592.532,00 | Fortalecer todos los proyectos. Concretamente, en lo referido al programa de padrinazgos, pasaron de 40% de alumnos apadrinados a casi 70%. |
| COAS | Cena de Recaudación de fondos | $ 800.000,00 | Colaborar en el equipamiento de aparatología de última generación en los hospitales públicos dependientes del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. |
| Junior Achievement | Cena de Recaudación de Fondos | $ 500.000,00 | Dictado de los programas educativos de la fundación. |
| Fundación Universidad Torcuato Di Tella | Cena de Recaudación de Fondos | $ 10.000,00 | Reforzar el Programa de Becas y Ayuda Financiera. |
| Hospital Alemán | Cena de Recaudación de Fondos | $ 993.000,00 | Restaurar, modernizar y digitalizar los quirófanos. |
| CAACUPE + El Arca | Cena de Recaudación de Fondos | $ 170.000,00 | Sostenimiento de los programas sociales de ambas organizaciones. |
| Familia Cristiana de Polo | Cena anual de recaudación de fondos | $ 500.000,00 | Mejorar la educación y la salud del país. Provisión de computadoras para los alumnos de la escuela primaria del Colegio Cervantes en la Tablada, partido de La Matanza. |
| Sur Solidario | Cena anual de recaudación de fondos | $ 200.000,00 | Construcción de un comedor en Villa Benquez, Banfield, de 120 metros cuadrados con ventiladores, cocina, baño y cerámica. Capacidad diaria: 120 niños. |
| **24** | | **$ 18.366.161,93** | |

# Espacios cedidos en 2014

| Entidad | Evento | Monto de la recaudación | A qué fue destinado el dinero recaudado en el evento puntualmente |
|---|---|---|---|
| F.L.O.R | Lanzamiento del libro | $ 0 | Solo se vendieron libros. No se recaudó dinero. |
| CIMIENTOS | XIV Cena Anual Cimientos | $ 1.103.080 | A todos los proyectos de Cimientos que permiten que más chicos en situación de vulnerabilidad puedan terminar la escuela secundaria y puedan proyectar su futuro con más oportunidades. |
| Asociación Conciencia | Noche de Conciencia | $ 1.800.000 | Se fortaleció el trabajo de las sedes que se encuentran en el interior del país, los programas propios y la comunicación institucional. |
| Casa del Niño Nueva Familia | 2° Cena de Recaudación de Fondos | $ 540.000 | Gastos anuales de funcionamiento de la asociación: sueldos, compra de alimentos para almuerzos, desayunos y meriendas para 135 chicos todos los días. Mantenimiento edilicio de la sede de Rincón de Milberg, Tigre. Construcción de nuevas instalaciones para el funcionamiento del apoyo escolar del secundario. |
| ITBA | X Cena Anual de Recaudación de Fondos | $ 1.656.711 | Investigación y desarrollo e innovación para laboratorios equipados y docentes investigadores. |
| TECHO | Comida de Recaudación de Fondos: "7º Gala" | $ 2.263.240 | Construcción de viviendas de emergencia e implementación de planes focalizados en el desarrollo comunitario de los barrios en los que trabaja la ONG. |
| Fundación CUBA | VIII Comida Anual a Beneficio | $ 440.000 | Atender a 450 chicos y sus familias a través del Programa Deporte y Valores, y a 80 familias y a 200 alumnos desde el Programa Familia Educadora. También capacitaron a más de 70 jóvenes y adultos en diversos oficios. |
| Valores para crecer | 4° Cena Anual de Recaudación de Fondos Valores para crecer | $ 1.255.898 | Mejorar la calidad de la educación y la formación de jóvenes en escuelas de la ciudad de Buenos Aires, Gran Buenos Aires e interior del país. |
| Banco de Alimentos | XIV Cena Anual | $ 2.322.477 | Programa de Rescate de Alimentos, que se ocupa de captar y almacenar productos aptos para el consumo, que luego se clasifican y se distribuyen entre las organizaciones sociales. |
| Universidad de San Andrés | XXIII Cena Anual en apoyo al fondo de becas | $ 8.200.000 | 82 becas. |
| Potencialidades | 8º Noche Solidaria a Beneficio de Potencialidades | $ 501.049 | Programas y proyectos puntuales que tiene que ver, por ejemplo, con infraestructura. Los destinatarios son alrededor de 700 niños y jóvenes que asisten a diario a las ludotecas, y los 25 coordinadores de estas. |
| Fundación Helios | Gala Solidaria 2014 | $ 25.000 | Calefacción de 2 hogares que apadrina la fundación y 500 folletos y preservativos para prevención. |
| AAMNBA | Comida anual de recaudación de fondos | $ 2.356. 000 | Contribuir al crecimiento de las colecciones y colaborar en sus actividades de conservación, exhibición y difusión del arte argentino e internacional. |
| Fundación Compromiso | Jornada Nacional Fundación Compromiso | $ 953.338 | Fortalecimiento de las organizaciones de la sociedad civil. |
| Fundación Cruzada Patagónica | La Noche de la Patagonia. Cena Anual a beneficio de Fundación Cruzada Patagónica. | $ 1.360.000 | Programas de la fundación en educación y desarrollo rural. |
| Fundación Caminando Juntos | XIV Encuentro Regional Latinoamericano | $ 0 | Promover la capacidad de las comunidades para mejorar su calidad de vida, priorizando la salud y la educación en la primera infancia y la inclusión laboral de jóvenes. |
| Colegio Buen Consejo | Cena Anual a Beneficio | $ 2.100.000 | Reparar y adecuar las instalaciones del edificio de mujeres y construir dos aulas en el colegio de varones. |
| Six O'Clock Tea | Six O'Clock Tea, de Carminne Dodero | $ 23.625 | Fundación Juanito. |
| Junior Achievement | Cena Anual "Noche de los Héroes" | $ 810.382 | Desarrollo general de programas educativos de la fundación. |
| CAACUPÉ | Cóctel institucional | $ 300.000 | Promover el desarrollo integral de las familias que viven en asentamientos precarios de la ciudad de Buenos Aires. |
| COAS | Comida Anual Solidaria | $1.320.000 | Compra de 24 cardiodesfibriladores de diversos tipos para los hospitales públicos. |
| Dale Vida! | La Noche de Rojo | $ 60.000 | Informar y alentar a las personas para que se conviertan en donantes voluntarios de sangre, para desactivar así el sistema de donación actual para reposición. |
| Temaikén | Cena Anual de Recaudación de Fondos | $ 1.866.200 | Proyectos de investigación, programas de conservación, programas de educación, la Reserva Natural Osununú, el Centro de Reproducción de Especies Temaikén y el Bioparque Temaikén. |
| Hospital Alemán | Gala Benéfica Anual | $ 1.184.125 | Remodelar, modernizar y digitalizar quirófanos. |
| Flia. Cristiana del Polo | Cena Anual de Recaudación de Fondos | $ 650.000 | 9 ONG. |
| Sur Solidario | Cena Solidaria | $ 516.000 | Construcción de una sede/comedor en el barrio Villa Independencia. |
| **26** | | **$ 29.995.227** | |

# Programa La Rural Te Cuida

Organizamos iniciativas de prevención y cuidado de la salud dirigidas a nuestros colaboradores y a la comunidad, clientes y público en general. Por ejemplo, realizamos acciones de prevención contra la gripe, calendario de vacunación, capacitaciones en primeros auxilios y RCP. En algunos casos, trabajamos en conjunto con el Ministerio de Salud del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

- **Campaña de uso de casco:**
  Para garantizar la seguridad de nuestros colaboradores y visitantes, continuamos fomentando el uso del casco en los momentos de armado y desarme de eventos. Todos nuestros colaboradores cuentan con un casco que pueden utilizar libremente en el predio. A los armadores y expositores externos, les solicitamos que usen un casco propio o uno provisto por la compañía.

- **Campaña de prevención contra el cáncer de mama:**
  En 2014 dispusimos tótems informativos en las recepciones de todos los pisos. Así, invitamos a visitantes y a colaboradores a adherirse a la Semana de la Lucha contra el Cáncer, y les entregamos cintas rosas para que pudieran colocárselas en la ropa.

# Programa La Rural Accesible

Con el objetivo de continuar profundizando la política de accesibilidad del predio, trabajamos junto con ONGs para promover la inclusión y para que nuestros visitantes, clientes y colaboradores puedan desplazarse por el predio con seguridad. Se trata de un proceso que comenzamos en 2010 a partir del relevamiento arquitectónico del predio y de las mejoras edilicias que hasta hoy continuamos realizando.

En la 127° Exposición Rural, ofrecimos nuestros folletos informativos en sistema braille con un mapa que incluye las adaptaciones en el predio para personas con discapacidad, esto es, el detalle de rampas, ascensores y baños adaptados. Este material está disponible en todas las ferias propias. Para solicitarlo, la persona interesada debe asistir a los puntos de informes que se encuentran identificados con cartelería específica.

Además, durante la Exposición Rural de 2013,y gracias al aporte de Cilsa, contamos con cinco sillas de ruedas adicionales para que los visitantes con capacidades reducidas pudieran desplazarse cómodamente por el recinto. Estas se sumaron a las cinco sillas que ofrecemos permanentemente en el predio.

Durante esa exposición, también le cedimos a Cilsa un espacio para colocar un stand a partir del cual pudiera difundir su mensaje. Desde allí, Cilsa recibió a unas 6.000 personas, difundió información sobre las adaptaciones y dictó talleres sobre la discapacidad auditiva y visual. Los participantes reflexionaron respecto de la importancia del uso de la lengua de señas argentina y del sistema braille, y aprendieron cómo deben usarlos para interactuar con personas con discapacidad, en caso de ser necesario.

Cilsa también brindó una charla de sensibilización, “Aprendiendo a incluir”, en el Auditorio del Pabellón Azul, e invitó al público a ponerse en el lugar de las personas con discapacidad.

Otras iniciativas con Cilsa: En 2013 y en 2014 coordinamos un taller de sensibilización para casi

**70 EMPLEADOS**

y le cedimos un salón dentro del predio para que realizaran la entrega de

**37 ELEMENTOS ORTOPÉDICOS**

a niños y a adultos con discapacidades y sin recursos.

Por otro lado, en 2014, durante la 128º Exposición Rural, recibimos la certificación de accesibilidad de ALPI. Tras un relevamiento exhaustivo de todo el predio, esta asociación civil–dedicada a la rehabilitación neuromotora–conoció nuestras instalaciones, facilidades generales y servicios.

La certificación puso de manifiesto nuestro marcado y profundo compromiso social con la integración e inclusión de todas las personas que nos visitan anualmente. Sobre un total de 100 puntos, obtuvimos 87.5, lo que representa la certificación de accesibilidad en la categoría “Lugar adaptable”. El resultado, si bien fue muy importante, nos motivó a asumir el desafío de continuar mejorando la accesibilidad de nuestro predio en los próximos años.

*"Desde nuestra ONG CILSA, trabajamos por la inclusión de personas con discapacidad en alianza con La Rural desde el año 2008. Los valores sociales que promueve la empresa son bien claros y firmes a la hora de encarar una acción de responsabilidad social y eso es lo que nos permite continuar una alianza en el tiempo y con logros concretos para realizar cambios reales.*
*Trabajamos en conjunto para contribuir con un mundo mejor a través de prácticas empresariales verdaderamente sustentables".*

**Silvia Mauricia Carranza,**
**Presidenta de CILSA ONG.**

# Programa Solidarios Somos Todos

Se trata de nuestro programa de voluntariado corporativo, que promueve la participación voluntaria y abierta de todos los colaboradores. Gracias a la iniciativa, en 2013 nos convertimos en un centro de acopio de Cáritas para recibir las donaciones destinadas a los damnificados en las inundaciones de La Plata. Así, 154 voluntarios externos y 80 voluntarios internos recibieron en nuestro predio más de 14.000 kilos de alimentos, 2.500 paquetes con ropa, 75.000 litros de productos de limpieza y 40.000 artículos de productos de higiene personal. También se recolectaron electrodomésticos, blanquería y útiles escolares. Con todo ello, cargamos siete camiones de acopio.

Asimismo, ayudamos a los damnificados por las inundaciones en Luján. A partir de la ayuda de nuestros colaboradores, donamos 1.426 litros de agua, 232 unidades de pañales y 2 kilos de ropa.

Detalle de lo recaudado con motivo de inundaciones en Luján

**AGUA:**
**1.426 L**

**ROPA**
**2 KG**

**PAÑALES**
**232 UNIDADES**

# Donaciones

En 2013, donamos equipos informáticos a la Fundación Equidad: 8 impresoras, 25 monitores y 78 CPU; y 226 libros a la Biblioteca Popular William C. Morris, en la ciudad de Buenos Aires. En 2014, donamos libros y 250 paquetes de galletitas a la Fundación Ayres de Esperanza. Además, realizamos e imprimimos mil folletos institucionales, y gestionamos 65 almuerzos que fueron enviados directamente a la fundación. A fin de año, entregamos cajas navideñas a la Parroquia Sagrada Eucaristía, en la ciudad de Buenos Aires.

En 2013 y en 2014, compramos equipos para el SAME: un desfibrilador externo automático, una tabla larga plástica de inmovilización espinal y traslado, un termotanque eléctrico, 12 mantas aluminizadas y tela.

# Eje ambiental

## Programa La Rural Recicla

En 2014 unificamos dentro del programa todas las iniciativas para reducir el impacto ambiental de los residuos generados en el predio. Así, promovimos la reutilización de recortes de materiales –madera, vidrio, metales, aglomerados y cerámico– que se produjeron luego de los eventos y ferias para la construcción de instrumentos didácticos y mobiliarios para escuelas y organizaciones sociales, o para la reparación de viviendas en barrios de emergencia.

El objetivo en 2014 fue superar los **35.000 kilos** de materiales reutilizables en **seis operativos**. Y lo logramos. Además, reforzamos el contacto con los expositores en las ferias propias, les informamos sobre el programa y los invitamos a participar. Durante la 128° Exposición Rural, el área de Relaciones Institucionales junto con Servicios Feriales, se contactaron con todos los expositores para sumarlos al programa. El impacto fue muy bueno: se recuperó un **164% más respecto de la edición 2013.**

En 2013, recolectamos y donamos
**75.750 kilos**
de materiales reutilizables y,
en 2014 **47.700 kilos.**

| | N° DE OPERATIVOS | CANTIDAD DE INSTITUCIONES BENEFICIARIAS | CANTIDAD DE PERSONAS CAPACITADAS | CANTIDAD DE MATERIAL RECUPERADO | DESTINO DEL MATERIAL | INSTITUCIONES BENEFICIARIAS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2011 | 13 | 11 | 80 | 46.300 | Reparación de viviendas precarias, juegos didácticos, mobiliario escolar, armado o reparación de muebles de madera de comedores comunitarios | Ver planilla La Rural Recicla, adjuntada para planilla comunidad |
| 2012 | 9 | 11 | 50 | 51.000 | Reparación de viviendas precarias, juegos didácticos, mobiliario escolar, armado o reparación de muebles de madera (principalmente muebles y alacenas) | Ver planilla La Rural Recicla, adjuntada para planilla comunidad |
| 2013 | 6 | 13 | 62 | 77.750 | Elaboración de bibliotecas, sillas, juegos didácticos. | Ver planilla La Rural Recicla, adjuntada para planilla comunidad |
| 2014 | 6 | 10 | 57 | 47.700 | Elaboración de bibliotecas, sillas, juegos didácticos. | Ver planilla La Rural Recicla adjuntada para planilla comunidad |

## 2013

| FERIA | N° DE OPERATIVOS | FECHA DEL OPERATIVO | INSTITUCIÓN BENEFICIARIA | CANTIDAD DE PARTICIPANTES | CANTIDAD DE MATERIAL RECUPERADO |
|---|---|---|---|---|---|
| PRESENTES OTOÑO | 1 | 18 de marzo | Camino a Jerico | 3 | 3.500 |
| FERIA DEL LIBRO | 2 | 14 y 15 de mayo | Instituto 13 de Julio<br>Otto Krause<br>ET Nº36<br>Fundación Don Bosco<br>IRTE | 23 | 6000<br>6.000<br>6.000<br>3.500<br>3.000 |
| SALÓN DEL AUTOMÓVIL | 2 | 1 y 3 de julio | ET N.º36<br>Hospital Alvear/Hospital Tobar García<br>Legión de la Buena Voluntad<br>Otto Krause<br>Sagrada Familia | 18 | 31.500 |
| EXPO RURAL | 1 | 1 de agosto | Sagrada Familia | 3 | 5.000 |
| HOTELGA | 1 | 6 de septiembre | Hospital Tobal García | 4 | 4.000 |
| FIT | 1 | 18 se septiembre | Sagrada Familia | 5 | 3.500 |
| OIL &GAS | 2 | 11 de octubre | Covi y Pecohue | 6 | 5.750 |
| TOTALES | 6 operativos | | 13 | 62 | 77.750 |

## 2014

| FERIA | N° DE OPERATIVOS | FECHA DEL OPERATIVO | INSTITUCIÓN BENEFICIARIA | CANTIDAD DE PARTICIPANTES | CANTIDAD DE MATERIAL RECUPERADO |
|---|---|---|---|---|---|
| FERIA DEL LIBRO | 2 | 13 y 14 de mayo | ET N.º 32, Otto Krause, COVI y Sangrada Familia | 18 | 12.500 |
| BATIMAT | 1 | 9 de junio | Refugio San Vicente | 3 | 3.000 |
| GANADERA | 2 | 28 y 29 de julio | El Ceibo, ADULAM, Refugio San Vicente, Legión de la Buena Voluntad, Museo IMPA | 17 | 13.200 |
| HOTELGA | 1 | 5 de septiembre | Otto Krause | 6 | 3.500 |
| FIT | 1 | 29 de octubre | Otto Krause | 4 | 3.500 |
| D&A | 1 | (1) | | (1) | 6.000 |
| CIRS | 1 | 15 de noviembre | | 9 | 6.000 |
| TOTALES | 9 operativos | | 9 | 57 | 47.700 |

(1) Acción especial coordinada con armador para retirar material de desarme de su depósito

EN 2013, RECOLECTAMOS **2.105,5 KILOS** DE PAPEL Y **32,5 KILOS** DE TAPITAS PLÁSTICAS PARA EL PROGRAMA DE RECICLADO DE LA FUNDACIÓN GARRAHAN. UN AÑO MÁS TARDE, JUNTAMOS **2.102,5 KILOS** DE PAPEL Y **26,3 KILOS** DE TAPITAS.

A través de la iniciativa "División de Residuos", implementamos rutinas de retiro de residuos diferenciados (Peligrosos o No peligrosos). También contamos con cestos de basura identificados para Reciclables, No Reciclables y PET, distribuidos en los espacios comunes, puntos de gastronomía y durante las ferias.

El reciclado de botellas plásticas de PET se implementó por primera vez a nivel externo en 2014, durante la Exposición Rural, y nos permitió recolectar **527 kilos** de ese material. Esta iniciativa trasciende el eje Ambiental, ya que impulsa el desarrollo de las organizaciones que trabajan con este tipo de plástico. Además, los programas de desarme representan un valor cultural y educativo gracias a las capacitaciones en seguridad e higiene que se realizan antes de los operativos.

También nos adherimos a la campaña **La Hora del Planeta.** Comprometidos con un futuro sostenible, por cuarto año consecutivo invitamos a todos nuestros colaboradores y a los ciudadanos del país a apoyar esta iniciativa con medidas que contribuyen al ahorro de la energía eléctrica y a la preservación del medio ambiente.

# Eje Educativo-Cultural

## Visitas guiadas La Rural, Joyas del Centenario

En 2010, celebramos el Bicentenario de nuestra Patria compartiendo la riqueza arquitectónica e histórica del predio con nuestra comunidad. Así, lanzamos este programa de visitas guiadas gratuitas, que en el período 2013-2014 recibió a más de **200 personas**. En 2013, durante la **Semana de Palermo**, organizamos una visita guiada especial, en la que participaron **36 personas**.

## Impulsarte

Creamos este programa con el objetivo de estimular la obra de artistas argentinos contemporáneos y de promover el mercado del arte y la feria arteBA, profundizando su proyección regional e internacional. Así, en cada edición de arteBA, un comité de adquisición selecciona piezas para nuestra colección. En 2013 adquirimos **cinco obras** por un valor de **$ 38.500**; y, en 2014, **cuatro piezas** por un valor de **$76.000**. Desde su inicio en arteBA09, el programa ha trazado como meta la consolidación de un espacio que propicia el desarrollo de nuevos talentos en el campo de las artes plásticas mediante la adquisición de obras para potenciar su crecimiento profesional.

Durante 2014, en el espacio de Impulsarte expusimos todas las obras adquiridas en los últimos cinco años; una oportunidad para que los visitantes conocieran la colección completa del programa. A su vez, realizamos una alianza estratégica con DArA (Diseñadores de Interior Argentinos Asociados), en quienes confiamos la estética del espacio.

Las diseñadoras a cargo se inspiraron en la idea de “la luz detrás de las cosas”. Los visitantes pudieron disfrutar la colección en el Pabellón Verdea través de un recorrido cronológico por las más variadas técnicas de piezas de arte bidimensionales.

**Juan Pablo Maglier**, Director de Relaciones Institucionales de La Rural, Predio Ferial de Benos Aires, junto a las curadoras del programa Impulsarte, **Eva Grinstein y Victoria Verlichak**.

# Palermo Lee

En el marco de la Feria Internacional del Libro, este programa tiene por objetivo propiciar el acercamiento a la lectura de los alumnos primarios de escuelas de la ciudad de Buenos Aires. PalermoLEE incluye una invitación a la feria, transporte e ingreso sin cargo, un recorrido guiado y la participación en actividades educativas. Además, gracias al aporte de editoriales y empresas, todos los chicos reciben textos de regalo para ampliar sus bibliotecas y una merienda para disfrutar al cierre de la tarde.

## Resultados del programa

**Instituciones participantes**
15 → 2013
12 → 2014

**Editoriales participantes**
3 → 2013
27 → 2014

**Jornadas totales**
11 → 2013
10 → 2014

**Alumnos**
1.976 → 2013
1.047 → 2014

# Programa de Pasantías Educativas en Oficios

Hicimos posible **cuatro pasantías** educativas durante 2013 para alumnos del Instituto 13 de Julio, **dos en herrería** y **dos en carpintería**. En 2014, coordinamos **cuatro pasantías educativas** para jóvenes de la misma institución, **una en herrería y tres en carpintería.**

# Programa Mejores Vecinos

Consideramos a los vecinos como un público muy importante para nuestro desarrollo; ellos son los principales protagonistas del entorno en donde se realizan nuestras actividades. En 2014, lanzamos el micrositio del programa: una plataforma online donde los usuarios pueden acceder de manera simple a todos nuestros programas, conocer los principales resultados y visitar las novedades corporativas en materia de sustentabilidad.

Queremos colaborar con la construcción de una comuna mejor. Por eso, utilizamos diferentes canales para escuchar y responder a las necesidades de nuestros vecinos, y para mejorar el relacionamiento con nuestro entorno:

- Casilla de correo: mejoresvecinos@larural.com.ar
- Comunicados por correo postal
- Twitter: @mejoresvecinos

# Apoyo a organizaciones

Estas son las instituciones que acompañamos en 2013 y en 2014:

- Fundación Hospital de Clínicas
- Fundación Vida sin Violencia
- Fundación INECO
- Make a Wish
- Fundación Juanito
- Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC)
- Fundación Global
- Cáritas
- Red Solidaria
- Fundación Ayres de Esperanza
- Biblioteca Popular William C. Morris
- Fundación Equidad
- Fundación Padres

# TABLA GRI (G4)

| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES | | |
|---|---|---|
| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES | PÁGINA Y/O RESPUESTA | PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS |
| **Estrategia y análisis** | | |
| G4-1: Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia. | 4 | |
| G4-2: Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades | 4, 5, 21-22, 26-27 | |
| **Perfil de la organización** | | |
| G4-3. Nombre de la organización. | 4 | |
| G4-4: Principales marcas, productos y servicios. | 14-17 | |
| G4-5: Localización de la sede principal de la organización. | 14 | |
| G4-6: Número de países en los que opera la organización. | 17 | |
| G4-7: Naturaleza de la propiedad y forma jurídica. | 19 | |
| G4-8: Mercados servidos. | 15-17, 61 | |
| G4-9: Dimensiones de la organización. | 22, 47. Nota1 | |
| G4-10: Desglose de empleados de la organización. | 47. Nota 2 | Principio 6 |
| G4-11: Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo. | 47 | Principio 3 |
| G4-12: Descripción de la cadena de suministros de la organización. | 57 | |
| G4-13: Cambios significativos durante el periodo cubierto por el Reporte en el tamaño, estructura, propiedad y cadena de suministros de la organización. | Nota 3 | |
| G4-14: Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución. | 26-27, 35-36 | |
| G4-15: Principios o programas económicos, sociales y ambientales desarrollados externamente. | 11, 41, 68-72 | |
| G4-16: Principales asociaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya. | 18, 23 | |
| **Aspectos materiales y cobertura** | | |
| G4-17: Listado de entidades cubiertas por los estados financieros de la organización. | Nota 4 | |
| G4-18: Proceso de definición del contenido y cobertura del Reporte. | 8-9 | |
| G4-19: Listado de aspectos materiales. | 10 | |
| G4-20: Cobertura de los aspectos materiales dentro de la organización. | 10 | |
| G4-21: Cobertura de los aspectos materiales fuera de la organización. | 10 | |
| G4-22: Efecto de la reexpresión de información de reportes anteriores. | Nota 5 | |
| G4-23: Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance y cobertura del Reporte. | Nota 6 | |
| **Participación de los grupos de interés** | | |
| G4-24: Relación de grupos de interés que la organización ha incluido. | 28 | |
| G4-25: Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete. | 28 | |

| | | |
|---|---|---|
| G4-26: Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés. | 8, 28-31, 51, 59, 67 | |
| G4-27: Aspectos de interés surgidos a través de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización. | 8-10, 30-31, 51 | |
| **Perfil de la memoria** | | |
| G4-28: Período cubierto por la información contenida en el Reporte. | 11 | |
| G4-29: Fecha del Reporte anterior más reciente. | Nota 7 | |
| G4-30: Ciclo de presentación de reportes. | Nota 8 | |
| G4-31: Punto de contacto para cuestiones relativas al Reporte o su contenido. | Retiración de contratapa. | |
| G4-32: Nivel alcanzado, Tabla GRI de indicadores y referencia a la verificación externa del Reporte. | 11, 105 | |
| G4-33: Política y práctica sobre verificación externa. | Nota 9 | |
| **Gobierno** | | |
| G4-34: Estructura de gobierno de la organización y sus comités. | 19-20 | |
| G4-35: Proceso de delegación de autoridad en temas económicos, ambientales y sociales del máximo órgano de gobierno hacia los altos ejecutivos y otros empleados. | 19, 21 | |
| G4-36: Designación de una posición ejecutiva o no ejecutiva con responsabilidad en temas económicos, ambientales y sociales, y si la misma reporta directamente al máximo órgano de gobierno. | 19, 21 | |
| G4-37: Procesos de consulta entre los grupos de interés y el máximo órgano de gobierno, en temas económicos, ambientales y sociales. | 19, 21 | |
| G4-38: Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités. | 19 | |
| G4-39: Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo. | Nota 10 | |
| G4-40: Procesos de nominación y selección para el máximo órgano de gobierno y sus comités, y criterio utilizado para la nominación y selección de los miembros del máximo órgano de gobierno. | Nota 11 | |
| G4-41: Procedimientos para evitar y gestionar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno. | 22 | |
| G4-42: Rol del máximo órgano de gobierno y altos ejecutivos en el desarrollo, aprobación y actualización de las declaraciones sobre el propósito, valores, misión, estrategias, políticas y objetivos de la organización, relacionados con impactos económicos, ambientales y sociales. | Nota 12 | |
| G4-44: Procedimientos para evaluar el desempeño del máximo órgano de gobierno con respecto a la gobernanza de los temas económicos, ambientales y sociales. | Nota 13 | |
| G4-45: Rol del máximo órgano de gobierno en la identificación y gestión de impactos, riesgos y oportunidades en temas económicos, ambientales y sociales. | 19, 21 | |
| G4-46: Rol del máximo órgano de gobierno en la revisión de la eficacia de los procesos organizacionales de gestión del riesgo de temas económicos, ambientales y sociales. | 19, 21 | |
| G4-47: Frecuencia de supervisión del máximo órgano de gobierno sobre impactos, riesgos y oportunidades económicas, ambientales y sociales. | 19, 21 | |
| G4-48: Máximo comité o posición que revisa y aprueba formalmente el reporte de sostenibilidad de la organización y asegura que todos los aspectos materiales estén cubiertos. | 9 | |
| G4-49: Proceso para comunicar preocupaciones críticas al máximo órgano de gobierno. | 19, 21 | |
| G4-51: Políticas remunerativas para el máximo órgano de gobierno y altos ejecutivos. | Nota 14 | |
| **Ética e integridad** | | |
| G4-56: Declaraciones de misión, valores y códigos de conducta. | 14, 22, 26 | Principio 10 |
| G4-57: Mecanismos internos y externos para el asesoramiento sobre comportamiento ético y legal, y asuntos relacionados con la integridad organizacional, tales como líneas de ayuda. | 22 | Principio 10 |

| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ASPECTOS MATERIALES | INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES | PÁGINA Y/O RESPUESTA | OMISIONES | PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS |
| **Económía** | | | | |
| **Desempeño Económico** | Enfoque de gestión | 4, 8-10, 21, 26-27 | | |
| | G4-EC1: Valor económico directo generado y distribuido. | 22, 67 | | |
| | G4-EC2: Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático | 36 | | Principio 7 |
| | G4-EC3: Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a su plan de prestaciones. | Nota 15 | | |
| **Presencia en el Mercado** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 47-48 | | |
| | G4-EC6: Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas. | Nota 17 | | Principio 6 |
| **Consecuencias económicas indirectas** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 59, 67 | | |
| | G4-EC7: Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios. | 8. Nota 18 | | |
| | G4-EC8: Impactos económicos indirectos significativos, y alcance de los mismos. | 59-60 | | |
| **Prácticas de adquisición y abastecimiento** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 57-59 | | |
| | G4-EC9: Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales. | 57 | | |
| | G4-EO9: Tipo y desempeño en sustentabilidad de las iniciativas de Compras y Abastecimiento | 57-59. Nota 19 | | |
| | G4-EO10: Tipo, cantidad e impacto de beneficios, financieros y en especie, recibidos de proveedores. | Nota 20 | | |
| **Medio ambiente** | | | | |
| **Energía** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 35-36, 39, 41 | | |
| | G4-EN3: Consumo energético interno. | 39 | | Principios 7 y 8 |
| | G4-EN5: Intensidad energética. | Nota 21 | | Principio 8 |
| | G4-EN6: Reducción del consumo energético. | 39 | | Principios 8 y 9 |
| | G4-EN7: Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios. | 39 | | Principios 8 y 9 |
| **Agua** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 35, 38 | | |
| | G4-EN8: Captación total de agua según la fuente. | 38 | | Principios 7 y 8 |
| | G4-EN9: Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua. | Nota 22 | | |
| | Nota 23 | Principio 8 | | |
| | G4-EN10: Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada. | Nota 22 | Nota 24 | Principio 8 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Emisiones** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 35-36, 39, 41 | | |
| | G4-EN15: Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1) | Nota 25 | | Principios 7 y 8 |
| | G4-EN19: Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero. | 39-40 | | Principios 8 y 9 |
| | G4-EN21: NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas. | Nota 26 | | Principios 7 y 8 |
| **Efluentes y residuos** | G4-EN22: Vertido total de aguas, según su calidad y destino. | Nota 22 | Nota 23 | Principio 8 |
| | G4-EN23: Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento. | 37 | | Principio 8 |
| | G4-EN24: Número y volumen total de los derrames significativos. | Nota 22 | Nota 23 | Principio 8 |
| | G4-EN25: Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que | Nota 22 | Nota 23 | Principio 8 |
| | se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III Y VIII del convenio de basilea, | | | |
| | y porcentaje de residuos transportados internacionalmente. | 37 | | Principio 8 |
| | G4-EN26: Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentia procedentes de la organización. | Nota 22 | Nota 23 | Principio 8 |
| | G4-EN26: Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentia procedentes de la organización. | Nota 22 | Nota 23 | Principio 8 |
| **Cumplimiento regulatorio** | Enfoque de gestión | 8-10, 22, 26-27 | | |
| | G4-EN29: Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental. | Nota 27 | | Principio 8 |
| **Transporte** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 35, 41 | | |
| | G4-EN30: Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal. | 41 | Nota 28 | Principio 8 |
| **General** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 35 | | |
| | G4-EN31: Desglose de los gastos y las inversiones ambientales. | 35 | | Principios 7, 8 y 9 |
| **Evaluación ambiental de los proveedores** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 57-58, 60-61 | | |
| | G4-EN32: Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios Ambientales. | 60-61 | Nota 29 | Principio 8 |
| **Desempeño social: practicas laborales y trabajo digno** | | | | |
| **Empleo** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 47-48 | | |
| | G4-LA1: Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región. | 49. Nota 30 | | Principio 6 |
| | G4-LA2: Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad. | 51 | | |
| | G4-LA3: Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo. | Nota 31 | | Principio 6 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Salud y Seguridad en el trabajo** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 52-53, 73 | | |
| | G4-LA5: Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral. | Nota 22 | Nota 32 | |
| | G4-LA6: Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo. | 52 | Nota 33 | |
| | G4-LA7: Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad. | Nota 22 | Nota 34 | |
| **Capacitación y educación** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 49-50 | | |
| | G4-LA9: Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral. | 50. Nota 30 | | Principio 6 |
| | G4-LA10: Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales. | 49-50 | | |
| | G4-LA11: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional. | 50. Nota 30 | | Principio 6 |
| **Diversidad e igualdad de oportunidades** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 47-48 | | |
| | G4-LA12: Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad. | 19, 47 | | Principio 6 |
| **Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 57-58, 60-61 | | |
| | G4-LA14: Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales. | 58, 60-61, Nota 35 | Nota 29 | |
| | G4-LA15: Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto. | Nota 36 | | |
| | G4-LA15: Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto. | Nota 36 | | |
| **Desempeño Social: Derechos Humanos** | | | | |
| **No discriminación** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 47-48, 57-58 | | |
| | G4-HR3: Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas. | Nota 37 | | Principio 6 |
| **Evaluación de los proveedores en materia de Derechos Humanos** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 57-58, 60-61 | | |
| | G4-HR10: Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos. | 58, 60-61, Nota 38 | Nota 29 | Principio 2 |
| | G4-HR11: Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas adoptadas. | Nota 36 | | Principio 2 |
| **Desempeño Social: Sociedad** | | | | |
| **Comunidades locales** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 67 | | |
| | G4-SO1: Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local. | 67 | | Principio 1 |
| | G4-EO4: Expresiones de desacuerdo por tipo, número, escala y respuesta. | 31 | | |
| **Lucha contra la corrupción** | Enfoque de gestión | 8-10, 22, 26-27 | | |
| | G4-SO4: Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción. | 22 | | Principio 10 |
| | G4-SO5: Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas. | Nota 39 | | Principio 10 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Cumplimiento regulatorio** | Enfoque de gestión | 8-10, 22, 26-27 | | |
| | G4-SO8: Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa. | Nota 40 | | |
| **Evaluación de la repercusión social de los proveedores** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 57-58, 60-61 | | |
| | G4-SO9: Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social. de suministro, y medidas adoptadas. | | | |
| | 58, 60-61, Nota 35 | Nota 29 | | |
| | G4-SO10: Impactos negativos significativos y potenciales para la sociedad en la cadena | | | |
| | Nota 36 | | | |
| **Inclusividad** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 62, 74 | | |
| | G4-EO6: Tipo e impactos de las iniciativas para crear un ambiente accesible | 62, 74 | | |
| **Desempeño Social: Responsabilidad sobre productos** | | | | |
| **Salud y Seguridad de los clientes** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 57-58, 60-61, 63 | | |
| | G4-PR1: Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras. | 57-58, 60-61, 63 | | |
| | G4-PR2: Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | Nota 41 | | |
| | G4-EO7: Número y tipo de lesiones, muertes e incidentes declarados de asistentes, y otras partes interesadas. | Nota 42 | | |
| **Etiquetado de los productos y servicios** | Enfoque de gestión | 8-10, 22, 26-27 | | |
| | G4-PR3: Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos. | Nota 43 | | |
| | G4-PR4: Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado. | | | |
| | Nota 41 | | | |
| **Cumplimiento regulatorio** | Enfoque de gestión | 8-10, 22, 26-27 | | |
| | G4-PR9: Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios. | | | |
| | Nota 41 | | | |
| **Alimentos y bebidas** | Enfoque de gestión | 8-10, 26-27, 60 | | |
| | G4-EO8: Porcentaje y acceso a los alimentos y bebidas que cumplen las políticas del organizador o normas locales, nacionales o internacionales | 60 | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Legado soft y hard** | Enfoque de gestión | 8-10, 15, 26-27, 41-42, 49-50, 62-63, 73-74, 76-77, 79-81 | | |
| | G4-EO11: Número, tipo e impacto de las iniciativas de sustentabilidad en cuanto a la concientización, intercambio de información y generación de cambios de comportamiento | 15, 41-42, 49-50, 62-63, 73-74, 76-77, 79-81 | | |
| | G4-EO12: Naturaleza y el alcance de la concientización de las mejores prácticas y las lecciones aprendidas. | 39, 41-42, 59 | | |
| | G4-EO13: Número, el tipo y el impacto de los legados físicos y tecnológicos. | 15, 69-72, 75 | | |

**Nota 1:** No se informa el desglose de la capitalización por razones de confidencialidad.

**Nota 2:** No se presenta el desglose por región por no ser relevante, ya que la compañía opera en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

**Nota 3:** No hubo cambios significativos en el tamaño, estructura, ni propiedad de nuestra empresa. Se realizaron bajas y altas a distintos proveedores oficiales. En 2013 se dieron de baja 6 proveedores y de alta 4. En 2014 se dieron de baja a 10 proveedores y de alta a 1.

**Nota 4:** Tanto la Memoria y Balance Comercial como este Reporte de Sustentabilidad abarcan las misma compañía y operaciones.

**Nota 5:** En el caso de existir reexpresiones de información de reportes anteriores, las mismas se aclaran con una nota en la página correspondiente de este Reporte.

**Nota 6:** No se presentan cambios significativos en el alcance y cobertura del Reporte.

**Nota 7:** Reporte de Sustentabilidad 2011-2012

**Nota 8:** La presentación de reportes se realiza bianualmente.

**Nota 9:** Este documento no se encuentra verificado externamente.

**Nota 10:** El Presidente de nuestra compañía no ocupa un cargo ejecutivo dentro de la misma.

**Nota 11:** Anualmente los accionistas nombran sus representantes en el Directorio, teniendo en cuenta a su propio arbitrio la experiencia y representatividad en todas las áreas de incumbencia en la gestión de la compañía.

**Nota 12**: El Directorio y el Comité Ejecutivo son los encargados de aprobar y actualizar todas las políticas y declaraciones en temas económicos, sociales y ambientales de nuestra compañía.

**Nota 13:** Los miembros del Directorio llevan a cabo una evaluación general de la gestión y, además, se autoevalúan en base a objetivos propuestos. También se realiza una auditoría contable, administrativa y jurídica de forma anual, realizada por un estudio externo e independiente a La Rural.

**Nota 14:** Toda la compañía está alcanzada por una retribución fija y un bono anual en relación al cumplimiento de sus objetivos y su evaluación de desempeño.

**Nota 15:** En la actualidad únicamente contamos con una política de jubilaciones para personal fuera de convenio.

**Nota 16:** Durante este período no se recibieron ayudas económicas del Gobierno.

**Nota 17:** El 100% de los altos directivos de la compañía son de origen argentino.

**Nota 18:** Tenemos la firme convicción que el accionar de la empresa no puede realizarse por fuera del compromiso con el entorno social, económico y ambiental. Es la única vía para promover una sociedad y un entorno mejor para todos. Creamos sinergia con las organizaciones de la comunidad a través de los diversos programas implementados. Estamos convencidos de que nuestro negocio no puede disociarse de la cadena de valor y es a través de nuestra inversión social que buscamos el fortalecimiento de las relaciones con los públicos de interés con los que nos vinculamos para contribuir a su desarrollo social. El impacto estará dado únicamente a través de la continuidad de los programas de RSE que siempre ha generado resultados positivos.

**Nota 19:** En el caso de los materiales de comunicación, se busca que todas las imprentas contratadas trabajen con la certificación FSC, lo cual garantiza que los productos tienen su origen en bosques bien gestionados que proporcionan beneficios ambientales, sociales y económicos.

**Nota 20:** Durante el período se recibieron beneficios de proveedores en cuanto a: descuento en armados de stands institucionales en ferias y eventos, beneficio cubierto diferencial y descuentos en gastronomía, y otros descuentos y beneficios en servicios y productos de proveedores oficiales.

**Nota 21**: Intensidad energética: 1.520 j/m2, tomando como denominador a 122.962 m2 superficie.

**Nota 22:** Este indicador no aplica para La Rural.

**Nota 23**: Por la naturaleza del negocio de La Rural, este indicador no es material para sus operaciones.

**Nota 24:** El predio no utiliza otras fuentes de agua que no sean de red.

**Nota 25:** La principal emisión que produce el predio se desprende de la quema de combustibles fósiles (Gas Oil) la cual arroja un total de 33.561,9 kg de $CO_2$. Para este cálculo se tomó como referencia de combustible (Gas Oil) la formula química $C_{12}H_{23}$, con una densidad promedio de 0,85 kg/l a 15 grados centígrados de temperatura ambiente.

**Nota 26:** No se generan este tipo de emisiones en La Rural.

**Nota 27:** No se registraron incidentes en el período.

**Nota 28:** Desarrollamos acciones para fomentar el uso de transporte público en nuestros colaboradores y, principalmente, en nuestros visitantes. En este sentido, nos sumamos a la iniciativa Ciudad Verde del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, impulsando iniciativas de movilidad sustentable. No contamos con herramientas de sistematización de impactos de transporte debido a la cantidad de empleados y la ubicación de nuestro predio.

**Nota 29:** Se trabajará para sistematizar la cantidad de nuevos proveedores evaluados en estas temáticas. Se incluirá esta información en los próximos reportes.

**Nota 30:** No hay voluntarios que participen en las operaciones de La Rural.

**Nota 31:** 4 mujeres tuvieron derecho y ejercieron su licencia por maternidad, y el 100% volvió a trabajar luego de la misma. 3 hombres tuvieron derecho y ejercieron su licencia por paternidad, y el 100% volvió a trabajar luego de la misma.

**Nota 32:** Debido a la naturaleza de nuestro negocio desde La Rural no contamos con un Comité de Seguridad y Salud. Desarrollamos acciones específicas en temas de salud y seguridad según necesidades puntales de nuestras actividades. Las mismas están detalladas en la página 52, 53 y 73 de este Reporte.

**Nota 33:** Trabajamos para sistematizar los índices de seguridad ocupacional de nuestros contratistas, para incluirlos en los próximos reportes.

**Nota 34:** No existe en nuestra compañía un puesto que ponga en riesgo la salud de los empleados.

**Nota 35:** Al 100% de los proveedores se les requiere el cumplimiento de la normativa vigente y el formulario 931 de AFIP, la declaración jurada de los aportes y contribuciones a la seguridad social de los trabajadores en relación de dependencia y sus respectivos pagos mensuales.

**Nota 36:** Durante este período, solo a un proveedor se lo debió dar de baja del listado, luego de que durante 3 meses corridos no acredito las cargas sociales de su personal dependiente.

**Nota 37:** No se registraron casos de discriminación.

**Nota 38:** El 100% de los proveedores son evaluados en función a criterios relativos a los derechos humanos. Todos los proveedores cuentan en su contrato con una cláusula de derechos humanos, comprometiéndose a respetar los DDHH de las personas, evitando la discriminación, el acoso, el abuso y/o intimidación en cualquiera de sus formas.

**Nota 39:** No se registraron casos de corrupción.

**Nota 40:** Durante 2013-2014, registramos tres multas y sanciones en los cuales se le imputa a la compañía el siguiente incumplimiento de leyes y/o regulaciones:
(i) I.N.C.A.A. s/Acta de infracción Nro. 740/2013. Presunta infracción a Ley 17.741. Sin valor monetario.
(ii) Ministerio de Economía y Finanzas c/LRSA y ENUSA. Presunta Infracción a Resolución S.C.D y D.C. Nº 7/2002 reglamentaria de la Ley de Lealtad Comercial Nº 22.802. Valor monetario: $8.000.
(iii) Denuncia Contravencional por ruidos molestos. Presunta infracción al Art. 82 del Código Contravencional del GCBA. Sin valor monetario.

**Nota 41:** No se registraron incidentes en el período.

**Nota 42:** Intervenciones por urgencias ocurridas: 37 en 2013 y 30 en 2014, debido a las siguientes causas:
- Alarmas de incendio: 8.
- Incendios: 16.
- Auxilios de personas: 17.
- Prevenciones: 16.
- Ascensor detenido: 7.
- Otros servicios: 3.

En 2013 hubo 7 personas con lesiones, principalmente relacionadas a: traumatismos, reacción alérgica aguda, síndrome serotoninérgico, edema y quemaduras. En 2014 hubo 11 personas con lesiones, principalmente relacionadas a: heridas, hipertensión, traumatismos, TEC, politraumatismo, ACV, y crisis epiléptica.

**Nota 43:** La normativa con la que nos regimos en el predio con respecto a seguridad e higiene es la Ley 19.587, Decreto 351/79.

# LA RURAL

# SUSTAINABILITY REPORT 2013-2014

## LETTERS FROM THE BOARD

### LETTER FROM THE CEO

We are pleased to present a new edition of the Sustainability Report, which portrays our commitment to manage the business responsibly. Furthermore, this document also discloses our Communication on Progress (COP) to the United Nations Global Compact, business participants and stakeholders.

In the period comprised in this report, we further consolidated our position in the market. In 2013 and 2014, we organized 20 in-house trade fairs, 47 third-party exhibitions, and hosted 126 congresses, conventions, and seminars. Likewise, we participated in three expos overseas and made headway in Uruguay with the Punta del Este Convention Center and Trade Fairground, an investment worth approximately 30 million dollars. In addition, we again participated in the coordination of the 2013-2014 Rally Dakar, whilst in 2013 we were in the front row to one of the most notable sporting events of the year: For the first time in the history of La Rural, a tennis court was built to host David Nalbandian's farewell exhibition matches against Novak Djokovic and Rafael Nadal, which received an audience of 30,000 spectators.

Moreover, we continued to strengthen our responsible business model on three main pillars: Social, educational-cultural and environmental. We are positive that developing a responsible management is a long-term process that must encompass everyone in our team, everyone that makes La Rural projects possible. Teamwork and a strong conviction are essential in making our new projects come to life as well as continuing with our work from previous years.

In this report we announce several goals met. In the social arena, new partner foundations signed up for the Cesión Solidaria de Espacios Program (Lending Spaces in Solidarity) and we improved our accessibility policies, promoting inclusion via the La Rural Accesible program (La Rural is Accessible). Additionally, thanks to the La Rural te cuida program (La Rural Cares), we organized actions to look after our associates, customers, audience and the community. Finally, during the floods in Luján and La Plata, we served as a relief center collecting donations and consolidating our teamwork spirit thanks to the voluntary contributions of our associates.

We are still committed to Cultural-Educational initiatives, supporting emerging artists through our Impulsarte program during the arteBA fair, which celebrated its fifth anniversary in 2014 by presenting the full art collection. Likewise, as part of the Book Fair, more than 1,000 children participated in workshops with Palermo Lee (Palermo Reads) where they played and learned with the goal of bringing them closer to reading.

Lastly, our environmental program La Rural Recicla (La Rural Recycles) exceeded all expectations in terms of reusable material recovery and donation. We also conduct our business in compliance with our environmental impact reduction strategy that allowed us to save 20.96% in natural gas, 7.48% in power and 8.64% in paper.

Before my closing remarks, I would like to thank everyone that contributed to accomplish these results. Becoming agents of change and creating value for a greater social, economic and environmental wellbeing is a substantial challenge. And I am proud you chose to rise to the occasion day and day out. I would like to invite you to read the 3rd edition of this report and be part to the construction of a truly sustainable business.

**Claudio Dowdall**
General Director of La Rural Exhibition Center, Buenos Aires

### LETTER FROM THE DIRECTOR OF INSTITUTIONAL RELATIONS

In 2013 and 2014, we strove to manage a sustainable business, an ongoing goal that drove every action and result included in the third Sustainability Report La Rural Exhibition Center, Buenos Aires.

For the first time, in making this report we relied on the new G4 Sustainability Reporting Guidelines (GRI), complying with the core "in accordance" criteria. In addition, we submitted the Communication on Progress (COP), reporting our commitment to the United Nations Global Compact.

Becoming members of the Global Compact is paramount in creating sustainability throughout our business. Specifically, it compels us to join forces and share our experience with socially responsible companies in order to encourage good practices in the private sector.

The third report comprises some major accomplishments that set us on the road to further the good practices we started rolling out in the framework of our Social Responsibility Plan, always focusing on the community and our daily sustainability management. Allow me to share a few examples with you:

If compared with the 2012-2013 period, we managed to save 20.96% in natural gas and 7.48% in power. Furthermore,

we used 8.64% fewer paper and we installed 21 containers for waste sorting. Teamwork Recycles, in 2013 we salvaged and donated 75,750 kilos of reusable material, whereas in 2014 that figure rose to 47,700 kilos. In addition, we collected 4,000 kilos of paper and almost 60 kilos in plastic bottle caps for the Programa de Reciclado de la Fundación Garrahan (Fundación Garrahan Recycling Program).

Our guided tour La Rural, Joyas del Centenario (La Rural, Centennial Jewels) entertained over 200 guests. And 36 visitors went on the special tours during the Semana de Palermo (Palermo Week). Thanks to the Impulsarte program, during the ArteBA 2013, we purchased five works of art in the amount of AR$ 38,500, and in 2014 four pieces worth a total AR$ 76,000. During the International Book Fair, the Palermo Lee Program welcomed over 3,000 of the city's grade school students. Moreover, we contributed to make eight internships possible for the students of the 13 de Julio School. We also launched a microsite for the Better Neighbors Program which allows users to access all of our programs, main results and corporate news in the sustainability area.

On the other hand, in 2014, four new foundations joined the 22 that already participate in the Cesión Solidaria de Espacios. This initiative allowed them to raise more than AR$45 millions. With La Rural Cares, we organized flu-prevention activities, a vaccination campaign, first aid and CPR training as well as breast cancer case studies and prevention campaigns. Likewise, during the 128th Rural Expo we were awarded the ALPI accessibility certification, encouraging us to keep improving our facilities. In 2013, during the floods in La Plata, we acted as a Cáritas relief collection center. We totaled seven truckloads with 14,000 kilos of food, 2,500 bundles of clothes, 75,000 liters of cleaning products and 40,000 personal hygiene items along with home appliances, linen and school items. The donations were received and sorted by 154 external and 80 in-house volunteers.

Lastly, I would like to underscore that this Report is the result of the hard work from various areas that joined efforts and were led by the Institutional Relations Office. They are responsible for putting everything we do in terms of sustainability into practice, which is a key asset in our business. I hope you are as pleased as we are with our accomplishments.

**Juan Pablo Maglier**
Director of Institutional Relations - La Rural Exhibition Center, Buenos Aires.

## MIGRATION TO THE GRI G4 GUIDE

In drafting our 2013-2014 Sustainability Report, we migrated to the G4 framework, the latest version of the Global Report Initiative guidelines (GRI). In addition of complying with its criteria, principles and contents, we made a more in-depth assessment of material aspects with the goal of identifying and reporting the relevant economic, social or environmental aspects in our business and key stakeholders.

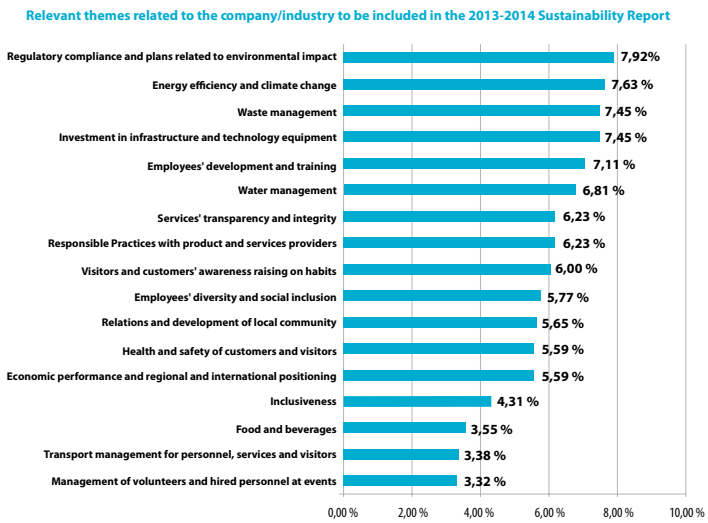
We based our draft on the Reporting Principles in order to determine the Reporting contents suggested by GRI: stakeholder inclusiveness, sustainability context, Materiality and Completeness. In this document, we report our progress towards a sustainable business and improvements in what the market, our stakeholders and society in general consider key areas.

## MATERIALITY DEFINITION PROCESS

The materiality assessment allowed us to define the issues this report should comprise, adjusted to our business context and the characteristics of our company.

First of all, we conducted a risk, opportunity and challenge assessment in the event planning industry, both domestic as well as internationally. We identified international trends in sustainability basing on benchmarking and researching our industry's best practices. Moreover, in drafting this report, we took into account 46 aspects defined by the GRI in their Sustainability Report Guidelines, and in the Event Organizers Sector Supplement (EOSS).

Stemming from the results, we prioritized our approach basing on the operational relevance for the company, expectations and stakeholders' concerns. We listed 17 material aspects for La Rural. Afterwards, and in order to include them in this report, the Board and managers sorted these issues basing on their relevance. The list is as follows:



# COMPANY PROFILE

## ABOUT US

Established over 135 years ago, we are Argentina's main Congress, Conference and Fair Center and pioneer across Latin America. Our venue covers over 12 hectares to host any kind of event in a prime location in the heart of the City of Buenos Aires. We are a genuine attraction in the worlds of culture, business, tourism, and social activities, in addition to being a driving force for growth in the City of Buenos Aires and the country in general. Every year, over 4 million visitors walk through our doors looking for entertainment as well as cultural or business oriented content.

We are social and economic driver, bridging the gap between supply and demand. We focus on keeping our expansion from overshadowing our commitment to our community and the environment.

## MISSION AND VALUES THAT GUIDE OUR WORK

**Mission**

Consolidate our position as the main cultural, business and tourism hub, in addition to being a driving force for growth in the City of Buenos Aires, the country and Latin America.

**Values**

- Honesty
- Warmth and simplicity
- Regulatory compliance
- Spirit of service
- Teamwork
- Personal and professional development
- Profitability

## WHERE WE STAND: THE AVANT-GARDE AND DIVERSIFICATION

Our seven spaces, convention center, "El Central" and the Main Auditorium extend over 45,000 m2 equipped with state-of-the-art technology. In addition, our facilities comprise 10,000 m2 of outdoor space and an underground parking lot for 1,000 vehicles.

Our leadership style is defined by the intention to develop new businesses and markets, create new opportunities, be at the top of our industry and invest in innovation and growth of both our Company and sector.

We strengthened our internationalization process by positioning La Rural as a global platform, both in terms of the search for new markets and the generation of an integration-oriented environment which people from all over the world take part in. This is how we manage to export our know-how to international fairs, participate in events like MoWeek and VisteStgo, and develop the Punta del Este Convention Center jointly with our partners.

Moreover, we transformed La Rural's image from a venue associated with the agricultural sector and the traditional Rural Expo to a focal point in the organization of any kind of event.

In the midst of a challenging socio-economic context, we are passionate about finding new opportunities. With this end in sight, we started a business diversification process to position our Company as organizer and venue of major sports and music events as well as sustainability-related fairs.

In this period, our portfolio increased to over 230 annual fairs, congresses and events, receiving more than 8 million visitors. This path led our Company to be an industry leader and know-how exporter.

**2013 and 2014 Major Events**

- We installed eight Ticket Vending Machines, which made our visitor's stay more comfortable by making the payment process simpler. In addition, we allocated a parking space for our associates in the Red Area creating a more organized layout. Access to these spaces is restricted by barrier gates.
- As of September 2014, the Frers and Ocre pavilions underwent renovations as well as Terrazas Bistró, the main restaurant.
- We positioned ourselves as a platform for sustainability-related events, including: Sustainable Brands, SCR Seminars, and the International Conference on Social Responsibility (CIRS in Spanish).
- We also hosted the most important tennis match of the season for David Nalbandian's farewell tournament in which Rafael Nadal and Novak Djokovic played for an audience of 30,000 spectators.
- We brought a human touch to our brand with the "Nos Encontramos" campaign ("Let's get together"), that received an honorary mentioned at the 2013 Eikon Awards in the Institutional Advertising category. The award has encouraged us to continue with our intention of bringing the public closer to this uniquely productive meeting place. The campaign has allowed us to shift into a meeting point as well as to strengthen social perception.
- We were selected as a sub-venue for the 2018 Youth Olympic Games, a milestone which will confirm the synergy between La Rural and the City of Buenos Aires as the host capital of the event..
- In 2014, we added yet another product to the Company's portfolio, Celebration New Year, opening our venue for families and friends to receive the New Year with a party for the ages . A true cosmopolitan gathering with the best of our traditions, welcoming tourists from around the world.

## PRODUCTS AND SERVICES

We acknowledge the importance of details and the quality of the services we provide in each of our four strategic units:

- In-house Fairs
- Third-party exhibitions.
- Congresses, conventions and events.
- New business ventures.

Through these products and services, we support the growth of Argentina's industries and position ourselves as a bonding agent in the social fabric. Each of our sectors works independently and has a team of professionals that bring their dedication and experience to the table in order to achieve the excellence that characterizes our organization.

In terms of fairs and expos, we present ourselves as a bridge between supply and demand, providing information and reporting the latest trends.

Strides towards a comprehensive event management solution

During this period we worked to offer a comprehensive event management solution for congresses, convention and seminar organization. With this new service, we organized events for the medical community
including the Argentine Congress of Cardiology, the Pre Congress for the Buenos Aires Cardiovascular Institute (ICBA), the World Congress on Pain and the BioArgentina Congress. We also hosted events from the agricultural sector, including agribusiness congresses, the 3rd Food Safety Forum and the World Farmers' Organization General Assemby, among others.

## REGIONAL EXPANSION

Throughout 2013-2014, we continued working towards positioning Argentina in the top 17 destinations for business tourism (*).

In our capacity as professional organizers, we exported our services and professional expertise in the organization of 5 fairs overseas in 2013 and 3 in 2014.

Participation in the industry's most important associations

In late 2014, our Director of Institutional Relations, Juan Pablo Maglier, was appointed Chairman of the Latin American Chapter and member of the Board of UFI, The Global Association of the Exhibition Industry. This world-leading organization gathers fairground, business and convention centers organizers, Argentine fairground associations and service providers.

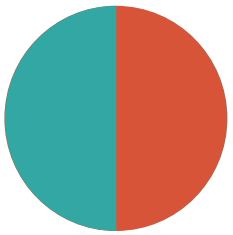
[1]For more information log on to: http://www.celebration.com.ar/newyear/
(*) Source: AOCA

The results of the election were made public in Saint Petersburg during an open seminar where all the institution's members participated. After his appointment, Maglier presided for the first time the UFI Congress held at Bogotá in October, with the main industry representatives in attendance. Thanks to this appointment, we represented the Argentine fair industry and now have the opportunity to expand our networking with international stakeholders and open a line of dialog about our industry's current situation and trends.

In addition, Maglier also works at VP at the International Association of Exhibitions in Latin America (AFIDA, as per its Spanish acronym), an institution that promotes the role of fairs and expos, spreads knowledge and facilitates the interaction between its members.

## COMPANY GOVERNANCE

### Shareholder Composition



50% Sociedad Rural Argentiina

50% Entertainment Holding S.A.*

### Board

The Board, our company's highest governing body, leads the organization's strategic process. The board has four Argentine members: Chairman, vice-chairman and two directors. The board holds some quarterly meetings to discuss and approve company structure issues. Between 2013 and 2014, eight Board meetings were held. The CEO takes part in this meetings and acts as liaison between the Company, staff members and shareholders.

The Board's responsibilities include: governance, management and representation. The Board carries out strategy and day-to-day management. Governance tasks include:

- Appointment and dismissal of high management.
- Approval of the Company's most relevant strategic planning and operational aspects (e.g.: major acquisitions, alienations, mergers, etc.).
- The Board regularly assesses managers' performance, oversees accounting statements and legal aspects of management.

**La Rural S.A. Board members**
(as of December 2014)

Chairman: Gastón Lernoud[3]
Vice-chairman: Nicolás Pino[4]
Director: Marcelo F. Figoli[5]
Director: Abel Guerrieri[6]

## EXECUTIVE COMMITTEE

The Executive Committee is in charge of day-to-day and management operations. Made up by the General, Commercial, Operations, Institutional Relations and Administration Directors, it meets to decide on and evaluate the Company's strategic matters. Additionally, it passes on guidelines to managers in regards to financial and socio-environmental matters. All Committee members are Argentinean and not freelancers; their ages range between 40 and 47 and have been with the company for 5 to 8 years.

In 2013-2014, the Executive Committee met on a monthly basis. As of October 2014, meetings are held on a weekly basis, every Thursday. Overall, 35 meetings were held in 2013 and 37 in 2014.

[2] Between September 2013 and September 2014, Marcelo T. Figoli served as chairman; Nicolás Pino, vice-chairman; Gastón Lernoud and Abel Guerreri, Directors.
[3] Attorney at Law Director at IRSA Commercial Real Estate. Corporate Manager, Legal Department (IRSA and CRESUD S.A.C.I.F.y A.).
[4] Farmer
[5] Businessman. Chairman Fénix Entertainment Group.
[6] Attorney at Law, Farmer Current officer at SRA and SRA's Trade Union Director.

The CEO is the liaison between the Board and the Company's staff. Moreover, he relays questions, concerns and news relating to the everyday financial, social and environmental operations to the Board. Even if in 2013 there were no general staff meetings to this effect, the Company has an open door policy in place, allowing employees to approach the CEO. On the other hand, in 2014, the CEO met with managers and department heads individually in order to devise each person's role in the Company, maximize results and optimize resources.

In addition, weekly coordination meetings were held regularly which included directors and managers with the objective of discussing relevant financial, social and environmental issues.

Both the Board and the Senior Management actively participate with their commitment in approving our policies and goals. Furthermore, they monitor operations so that policies and goals are met in compliance with our core values.

### Communication

The Board, through the Executive Committee and the CEO's office, preemptively or for rectification purposes, evaluate processes related to aspects that are relevant for our stakeholders. The most frequent interaction with our stakeholders is in meetings, where questions are raised and directives and decisions are communicated. In March 2014, a meeting was held between all of our suppliers and the CEO, the Operations Director and the Fair Services Director. It is in this spirit that the CEO holds regular meetings with customers.

In addition, every year we submit our Annual Report, which is made available to our staff, clients, suppliers and any entity interested in learning about our status.

### Sustainability Management

Given the nature and size of our business, all financial, environmental and social matters are assessed and reviewed in meetings, with varying degrees of periodicity, by the Board, Executive Committee and Managers' Committee. In 2013 and 2014, among other financial issues, the weekly financial performance, expenditures and sales figures were discussed. In the environmental arena, several partnerships were signed with public sector organizations aiming at waste sorting and optimization, as well as discussing traffic in the neighboring streets. From the social standpoint, several sustainability plans were presented in the framework of the fairs and actions with the community, and the issue of homelessness in the surrounding areas was also discussed.

The Department of Institutional Relations is in charge of the responsible management of business; this department also oversees the Communication and CSR departments.

## BUSINESS EVOLUTION

In 2013, we organized 11 in-house trade fairs, 22 third-party fairs, and were the venue chosen for 88 congresses, conventions, and seminars.

In 2014, we organized 9 in-house fairs; hosted 25 third-party fairs; 68 congresses, conventions and seminars, 106 corporate events; and 25 social events. Overall, more than 13.5000 exhibitors participated. Additionally, we provided our know-how in organizing three fairs overseas; thus cementing our service exporting model and positioning the company as a quality event organizer.

Likewise, over the past few years, we manage to consolidate our business in Uruguay with the Convention Center and Trade Fairground in Punta del Este, an investment worth approximately 30 million dollars.

We hosted world-class congresses consolidating our international prestige. By organizing international shows, we strengthened our identity as a cultural and entertainment venue. We also recently presented a new and innovative alternative for locals and tourists to welcome the New Year, like they would in the main capital cities around the world: Celebration New Year.

| MAIN FIGURES | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| **Financial Results** | | | | |
| Net Sales | 113,999,066 | 131,970,535 | 153,417,009 | 205,793,578 |
| Taxes and fares | 8,743,863 | 9,823,433 | 11,433,842 | 12,896,796 |
| Salaries/Social Security/Bonuses/Severance Pay and Compensation | 20,219,091 | 25,396,140 | 34,485,407 | 45,137,626 |
| Payments to suppliers | 54,951,612 | 62,379,079 | 57,708,769 | 85,716,159 |
| Net operating balance • | 35,444,600 | 34,196,873 | 33,935,593 | 42,360,862 |
| Total assets | 221,775,323 | 171,863,964 | 178,572,515 | 181,624,830 |
| **Number of events** | | | | |
| In-house Fairs | 12 | 13 | 11 | 9 |
| Fairs overseas | 3 | 4 | 5 | 3 |
| Third-party fairs | 32 | 19 | 22 | 25 |
| Congresses, conventions and events | 63 | 72 | 88 | 68 |
| Social Events | 34 | 42 | 17 | 25 |
| Corporate Events | 97 | 85 | 98 | 106 |
| Shows | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Total | 241 | 236 | 241 | 236 |
| **Number of visitors** | | | | |
| Congresses, conventions and events. | 45,659 | 36,585 | 49,319 | 166,680 |
| Corporate Events | 85,395 | 212,146 | 107,201 | 111,636 |
| Social Events | 14,856 | 18,312 | 6,590 | 10,641 |
| Shows | 0 | 1,800 | 0 | 0 |
| In-house Fairs | 1,381,872 | 1,218,912 | 4,256,063 | 1,119,977 |
| Fairs overseas | 2,898,950 | 1,941,699 | 433,500 | 420,000 |
| Third-party fairs | 584,314 | 476,860 | 2,642,916 | 2,091,900 |
| Total | 5,011,046 | 3,906,314 | 7,495,589 | 3,920,834 |

## National and Internacional networks

- Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones y Congresos (AOCA)
- Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA)
- Asociación Internacional de Ferias de América (AFIDA)
- Buenos Aires Convention & Visitors Bureau
- Cámara Argentina de Comercio (CAC)
- Cámara Argentina de Comercio de los Estados Unidos (Amcham Argentina)
- Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo (AAAVyT)
- Consejo Interamericano de Comercio y Producción (CICYP)
- Fundación ExportAR
- Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA)
- Union of International Fairs (UFI)
- Pacto Global de las Naciones Unidas
- Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS)
- Cámara Argentina de Comercio (grupo de trabajo sobre la temática de Responsabilidad Social Empresaria)
- Miembro adherente de Empresas Amigas de Ciudad Verde (Gobierno de la Ciudad Buenos Aires)
- Comité de Sustentabilidad del Instituto para el Desarrollo Empresarial Argentino (IDEA)
- Comité de Sustentabilidad de Cámara de Comercio de los Estados Unidos en Argentina (AMCHAM)
- Sustainable Events Alliance
- Cámara Argentina de Empresas de Nutrición Animal
- Asociación de Veterinarios Especializados en Animales de Compañía Argentina
- Cámara Argentina de Fabricantes de Maquinaria Agrícola

### Civil partnerships

- ALPI-Centro de rehabilitación de enfermedades neuromotoras
- Asociación Civil Sin Fines de Lucro Ayres de Esperanza
- Biblioteca pública William Morris
- CILSA ONG
- Cooperativa El Ceibo
- Fundación arteBA
- Fundación Compromiso
- Fundación El Libro
- Fundación Garrahan
- Fundación Huésped
- Fundación Juanito
- Fundaciones, asociaciones y ONGs participantes del programa Cesión Solidaria de Espacios – Ver capítulo “Compromiso con la Comunidad”

### Private sector

- Aique
- Albatros
- Atlántida
- AZ
- Catapulta
- Cejas Editorial
- Centro Editor Cont
- Ciccus
- Coca Cola Femsa
- Colihue
- Crecer Creando
- De La Flor
- Del Eclipse
- Del Naranjo
- Estrada
- Gran Aldea
- Heliasta
- Hola Chicos
- Iamiqué
- Imaginador
- Kapelusz
- La Brujita
- Lea
- Libros Zorro Rojo
- Macmillan
- Okebon
- Paper Mate
- Paulinas
- Petersen Cocineros
- Pictus
- Puerto de Palos
- Siglo XXI
- Signar
- Sudamericana

### Public sector

- Agencia de Protección Ambiental de la Ciudad (APRA)
- CEAMSE
- Centros de Gestión y Participación (CGP)
- Comuna 14 (Palermo), Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Dirección de Tránsito del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
- Dirección Gral. de Habilitaciones y Permisos del GCBA
- Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA)
- Miembro adherente de Empresas Amigas de Ciudad Verde (Gobierno de la Ciudad Buenos Aires)
- Ministerio de Ambiente y Espacio Público de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Ministerio de Educación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Ministerio de Turismo de la Nación
- Municipalidad de San Isidro.
- Secretaría de la Provincia de Buenos Aires
- Sistema de Atención Médica de Emergencias (SAME)
- Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires

## TRANSPARENCY, ETHICS AND INTEGRITY

By having an introductory period every manager takes their new employees through, we manage to instill our guiding values and principles. Honesty, warmth, simplicity and respect for the law, among others, represent our behavior and ethical guidelines. Likewise, every administrative and operational area displays a sign with the principles and values the Company holds. We are currently developing the Company's Code of Ethics.

Counseling on ethical and legal behavior is top to bottom during the everyday work. Each manager is in charge of HR in their respective areas and has to oversee their staff's performance, as well as provide the necessary support.

Similarly, we are drafting La Rural's Handbook of Procedures, which aims at describing in detail the tasks involved in the processes that are part of the Company's comprehensive event organization, as well as strengthening the institutional improvements that bring us closer to a results-based management.

In terms of external agents, we have a law firm in retainer to counsel each area.

# COMMITMENT TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT

## SUSTAINABLE BUSINESS MANAGEMENT

We are fully committed to developing our business responsibly, ethically and transparently, managing whatever financial, social or environmental impact might result from our actions.

Since 2006, we have a Sustainability Strategy and a Social Responsibility Plan in place. These plans are managed by the Institutional Relations Department and involve the participation of different sectors of our company, thus accomplishing a true company-wide effort towards a sustainable development.

Our Sustainability Strategy is based on three pillars with specific goals:

- Social Pillar: facilitate the relation between the fairground stakeholders.
- Educational-Cultural Pillar: Promote the use of the fairground and its services as a learning tool.
- Environmental Pillar: Contribute to the environmentally aware development of our community.

All sustainability actions are reported for the in-house public via our quarterly newsletter, mailing lists and message boards. And for the general public, we issue press releases posted on printed, digital and audiovisual media; we interact with journalists, social media, specially the Mejores Vecinos Twitter account (@ MejoresVecinos); our website; microsite; Sustainability Report; Award Candidacies; general newsletter; brochures and message boards throughout the facilities.

## "MEJORES VECINOS" BRAND DEVELOPMENT

The Mejores Vecinos brand was conceived out of the need to tconsolidate the sustainability plans we carry out with the public, including suppliers, customers, the community and our associates. This allowed us to define the scope of a specific framework for our strategy.

Mejores Vecinos (Better Neighbors) comprises several initiatives that promote reciprocity, ongoing communication and actions between the company and the public. Every initiative is designed to create a better community.

To launch it, the following items were devised:

- Brand image: new logo, used in all of our communications (brochures, fliers, social media).
- An image crafted for each plan: Palermo LEE, Impulsarte, La Rural Recicla, La Rural Te Cuida, Cesión Solidaria de Espacios, among others.
- Microsite: it was launched in order to consolidate all the initiatives, actions and results from every plan on one platform. This allows our stakeholders to receive information, videos and pictures from the plans under our sustainability strategy.

Our commitment to the 10 principles of the United Nations Global Compact

In July 2013, we became signatories to the United Nations Global Compact, which led to a company wide commitment to the 10 principles on labor and human rights, human rights, the environment and anti-corruption.

In 2014, we submitted our first Communication on Progress (COP) to our stakeholders, which reflected our efforts to include the principles into our actions as well as the commitment to further such initiatives in order to have a sustainable business over time, respecting the integrity of our environment.

## COMMITMENT TO OUR STAKEHOLDERS

Our stakeholders include people, organizations and firms with which we interact and wish to have a meaningful impact on. They are taken into consideration according to the impact they have over our operations, whether direct or indirect.

Having a permanent channel of communication with our public allows us to know their needs, opinions and expectations; assess the impact of our actions; and find answers and results on both sides.

We communicate with each stakeholder individually -we have an "open door" policy in place- thus facilitating and expediting the exchange of information, building strong bonds and allocating our efforts in the initiatives where they are most needed. In the last few years, with the increasing influence of social media, we put special focus on the online community, where we can reach our target audience.

| STAKEHOLDERS | COMMUNICATION CHANNELS |
|---|---|
| **Associates** | |
| | - Employee Climate Survey<br>-Face-to-face meeting between the CEO and Department heads<br>-180º performance evaluation for high management<br>-Quarterly La Rural Newsletter.<br>-Company Handbook for new employees.<br>-Message boards.<br>-Ongoing interaction with the H.R. Department.<br>-La Rural por Vos (La Rural for you), employee benefits and discounts.<br>-Email |
| **Visitors** | |
| | - Four Totem Information Displays were installed to provide visitors with institutional content and activity information.<br>-Press/Advertising<br>-Club La Rural.<br>-Website contact form<br>-Email<br>-Social Media<br>-Website<br>-Telephone number<br>-Complaint Forms.<br>-Mejores Vecinos Microsite |
| **Exhibitors and organizers** | |
| | - **Tótems informativos:** utilizados para difundir las novedades del expositor respecto al evento.<br>-**Plataforma Comercial *Online* y Descargable.**<br>-**Micrositio para generar acreditaciones *online.***<br>-Memoria Comercial.<br>-Reporte de Sustentabilidad.<br>-*Brochure* Institucional.<br>-Reuniones técnicas (previas y de cierre).<br>-Atención de servicios feriales.<br>-Formulario de contacto en sitio web.<br>-Encuestas de evaluación de la exposición.<br>-Casilla de correo.<br>-Sitio web.<br>-Línea telefónica.<br>-Libro de quejas. |
| **Suppliers** | |
| | -Operational Meetings.<br>-Annual Report<br>-Sustainability Report<br>-Audits.<br>-Fairground Services Support<br>-Training Sessions.<br>-Informative talks.<br>-Handbook of Procedures.<br>-Notices with the fairgrounds regulations.<br>-Email<br>-Website<br>-Telephone number |
| **Community** (NGO, public sector, firms, chambers and press) | |
| | - Email<br>-Social Media<br>-Website<br>-Telephone number<br>-Complaint Forms.<br>-Best Neighbors Microsite<br>-Regular meetings.<br>-Club La Rural. |

(1) Channels included in this period are in bold letters.

## Social Media Strategy Development

As part of our sustainable management, we plotted a social media strategy integrated with the corporate and business management. The ongoing interaction and exchange with our online audience allows them to send their feedback about our performance and, as a result, we can offer a better quality of service and customer care.

We opened 6 social media communication channels to communicate our actions, dialog with our audience and keep the flow of information. The channels are:

- Facebook
- Institutional and Mejores Vecinos Twitter accounts
- Youtube
- Google+
- Linkedin

The Mejores Vecinos Twitter account was created specifically to spread information related to our sustainability actions. In addition it aims at:

- Informing about La Rural's social responsibility initiatives as well as other organization's charitable efforts carried out at the fairgrounds.
- Keep the community informed about the availability of our spaces for charitable purposes, under the Program Cesión Solidaria de Espacios (Lending Spaces in Solidarity).
- Interact with the community of key players and beneficiaries of sustainability actions.

Throughout 2014, the @MejoresVecinos account doubled its followers from 126 in January to 228 in December.

## Social Media Polls

In 2014, we conducted a poll on our performance on social media in order to gather useful information. The poll allowed us to determine several things including visitors' opinions on the fairs and the echo of our sustainability plans; it also gave us the opportunity to sell tickets online. We received 164 responses.

### Complaints management

For in-house fairs, the exhibitors received the poll after the expo asking them to evaluate the positive and negative aspects of the event. The poll includes rating of preset parameters for services offered, including: exhibitor care, general organization, location, decor and catering. With this tool we gather information about things to improve or add for upcoming events.

Social media, emails and telephone are reactive communication channels that allow us to have an open exchange of ideas with our stakeholders. Specially, with our neighboring community, which often expresses their discontent about loud noises during the preparation for events, the smells emanating from some fairs, misconducts and traffic jams. Likewise, these are tools made available to the protectionist community in the event of fashion shows or expos involving animals.

In order to minimize the impact generated by our actions, at the time of organizing an event, we have a list of official suppliers that are aware of the fairgrounds regulations. In addition, we organize meetings with the customers to inform them about such regulations. In terms of noise levels, suppliers are warned that they cannot go over 85 decibels, as established by law. In order to avoid traffic jams and loud noises from trucks loading and unloading fair props, in a joint effort with the Government of the City of Buenos Aires, we have managed to change the way traffic runs along one block on Cerviño street.

Simultaneously, since we are a green, outdoor space, close to the Palermo Zoo and the Botanic Garden, our venue is chosen to abandon animals, particularly cats, which are often times sick or pregnant. This gave way to a large number of complaints and demands from environmentalists and the community at large for us to take responsibility for the health and wellbeing of these animals. In response to this large number of complaints, we devised a solution. Jointly with the Green City-Pets Division of the Government of the City of Buenos Aires, we launched an animal health control campaign. This resulted in 21 castrations and 26 professional consultations in 2014 alone.

On the other hand, during the organization of the Celebration New Year 2014, which included a fireworks show, a group of environmentalists started a petition under the motto “Zero Fireworks” aimed at protecting house pets and the animals at the neighboring zoo. The petition was started on Change.org and reached 40,000 supporters. In light of this petition, we agreed with the City officials to cancel the fireworks.

Thanks to the reputation we made for ourselves over decades of work, we can always count with the support of strategic partners to vouch for us and contribute in this endeavor we have embarked on to make our business more sustainable and minimize the ensuing impact. Non for profit organizations as well as several ministries in the City Government and business chambers acted as facilitators allowing us to conduct our activity in 2013-2014. The goal: create a friendlier environment and respond to the community’s concerns.

These initiatives and improvements stemmed from our communication with the community and are a direct result of La Rural’s “open door” policy.

## PRAISE OF OUR SUSTAINABLE MANAGEMENT

- “CSR Distinction of the Decade” awarded by the program “Resource Reutilization”, received at the 10th CSR Distinctions 2013.
- Special Mention from the City of Buenos Aires, for our waste sorting initiative, 2013.
- EIKON 2013 ”Campaña Institucional Nos encontramos,” (“Let’s Meet” Campaign).
- Runner-up at the UFI Sustainable Development Award, in the category Best Sustainability Report, 2013.
- ALPI Accessibility Certification, July 2014.

# COMMITMENT TO ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY

### Highlights from the period

- 100% of our facilities have fixed containers for waste sorting.
- 20.96% savings in natural gas.
- 7.48% savings in power.
- 8.64% reduction in paper use.

## ENVIRONMENTAL MANAGEMENT POLICY

From the start, we developed our operations in harmony with our environment, furthering our commitment to the community by reducing our environmental impact. In 2014, for example, we presented a noise study in order to set a baseline for sound emissions in the fairgrounds.

On the other hand, we drafted a Waste Management Handbook to regulate the generation, collection, storing and transport of solid waste and hazardous material from our operations. In drafting it, we based on the Eco-Management and Audit Scheme and the ISO 14001:2005 Standard. Currently, we are working to update and improve this document as part of the Company's new Handbook of Procedures.

## CLIMATE CHANGE

We evaluated the environmental issues and identified potential risks in the medium term associated with global warming such as: restrictions in the supply of power, water, natural gas and non-renewable energy.

In light of these issues, we included preemptive and corrective actions in our sustainability policies. These initiatives seek to improve the environment; they represent our commitment to future generations and differentiate our organization. For us, they also mean an investment in the medium and long term as well as an opportunity

to accomplish technology innovations and acquire modern equipment.

HIGHLIGHT Implementing our Environmental Management Plan will require an investment of USD 700,000 until 2020.

### Table

During this period, the phenomena of climate change forced us to rethink how the fairgrounds' storm drains work. This led us to invest almost AR$ 100,000 + VAT on the following works:

-Back up drains in Plaza Italia and in pavilion Number 9/Green/Yellow/Red and White.
- Reinforcing all the anchorage points on rooftop storm drains and placing a security steel line.
- Installing air outlet valves in the main drains so as to avoid water turbulence.

## WASTE MANAGEMENT

We manage our waste responsibly. This translates into waste sorting and correct disposal, enabling its recovery, recycling or treatment, depending on type. Likewise, we work to reduce the amount of materials used.

On the other hand, we purchased 21 containers for waste sorting and we registered with the City as special waste generators. In addition, we met with the Environmental Protection Agency (APRA) and we posed the question of what to do with the hay used for animal beds, which is 100% biodegradable and organic. APRA and a special CEAMSE unit facilitated the waste disposal. We also installed special containers for glass and plastic waste.

| WASTE MANAGEMENT | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| **Amount of hazardous waste recovered (kg)** | | | | |
| Pathogenic waste | 42 | 39 | 36 | 24 |
| Batteries | 270 | 5 | 8 | 11 |
| Toner/paint containers | 25 | 50 | 14 | 90 |
| Fluorescent and energy efficient lighting | 100 | 40 | 150 | 115 |
| Freon gas can | No records | 45 | 14 | 14 |
| Electronic waste | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Non hazardous waste (kg)** | | | | |
| Dry waste recycling | 46,300 (1) | 51,000 | 55,320 | 65,000 |
| Paper(2) | 4,644 | 3,935 | 2,107.50 | 2,102.50 |
| Plastic bottle caps(2) | 53.5 | 128 | 32.5 | 26.3 |
| Material cuttings(2) | 8,650 | 13,050 | 77,750 | 47,700 |
| **Non recyclable organic waste (kg)** | 360,000 | 340,000 | 330,000 | 325,000 |
| **Oils and fats (kg)** | | | | |
| UVO | 1,830 | 1,330 | 610 | 1,330 |
| Fats | 220 | 630 | 1.590 | 630 |
| Organic fatty water | 31,000 | 22,000 | 25,000 | 30,000 |

(1) We noticed that, since the 2011 Report, a calculation mistake has been carried over. It has been corrected and the figures corresponding to plastic bottle caps and recyclable dry waste were reversed.
(2) To learn more about paper and plastic bottle cap recycling go to the chapter "Commitment to the Community".

## RESOURCE MANAGEMENT

### Water Consumption

| WATER (SUPPLIED BY AYSA) | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Water consumption in m³ | 62,359 | 28,770 | 47,382 | 57,719 |
| Resultados bienales | 91,129 | | 105,101 | |
| Savings/increase in the period | Savings: 27,880 m³ | | Increase: 13,972 m³ | |

Every Week, the fairgrounds' Operations team monitors the meter installed by AySA They are also in charge of the everyday maintenance of the plumbing infrastructure. In order to promote efficient water consumption, we installed security and automated shut off valves to avoid spillage, in addition to water saving devices.

### Power Consumption

We continued with our Financial and Resource Reutilization Plan with the aim of raising awareness about internal consumption. In addition, we carried out specific actions under the umbrella of the Consumption Reduction Plan.
In order to reduce power consumption the facilities lighting is gradually migrating towards more eco-efficient technologies.

Throughout 2013 and 2014, the company replaced 100 and 150 dichroic reflector lamps with LED respectively. This is 40% of the total amount.

On the other, the replacement of the halogen mercury lamps for 105 watt efficient lamps has been completed in the Ocre Pavilion. In the Blue, Green, Yellow and 9th pavilions, the Company replaced 100 halogen mercury lamps for 105 watt efficient lamps. 21% of the total lamps are now energy efficient.

### Likewise:

- Lighting and air conditioner On/Off times have been restricted by installing a central command unit.
- In warm days and during events with a large number of visitors, the air conditioner

is turned on ahead of time as to gain cooling momentum and later ration out the equipment's output to the optimum level.
• The switchboard is sectored as to allow for separate handling.

| POWER CONSUMPTION | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Natural Gas (supplied by Metrogas) | 120,984 | 88,092 | 85,479 | 79,776 |
| Biennial results | 209,076 | | 165,255 | |
| Savings/increase in the period | Savings: 32,892 m³ | | Savings: 43,821 m³ | |
| Savings percentage | 27% | | 20.96% | |
| Gasoil in liters | 6,190 | 10,191 | 7,803 | 4,767 |
| Biennialresults | 16,381 | | 12,570 | |
| Savings/increase in the period | Increase: 777 liters | | Savings: 3,811 liters | |
| Savings percentage (if applicable) | - | | 23.26% | |
| Electricity in MW/h (Supplied by EDENOR) | 11,834 | 10,191 | 10,431.2 | 9946.7 |
| Biennial results | 22,025 | | 20,377,9 | |
| Savings/increase in the period | Savings: 434 MW/h | | Savings: 1647.1 MW/h | |
| Savings percentage (if applicable) | 2% | | 7.48% | |
| **Total Power Consumption in Joules or multiples** | **88,643,924.85 MJ (Megajoules)** | | **80,739,570 MJ (Megajoules)** | |

| CONSUMO DE PAPEL | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Paper (printed copies) | 500,043 | 592,000 | 441,463 | 556,245 |
| Biennial result | 1,092,043 | | 997,708 | |
| Period savings | 14,520 | | 94,335 | |
| Savings % | 1% | | 8,64 % | |

## WE ARE A PARTNER COMPANY OF CIUDAD VERDE

In 2009, we became one of the first signatories to the "Empresas Amigas de la Movilidad Sustentable" (Sustainable-Mobility Friendly Companies) Plan in charge of the Transport Department of the City of Buenos Aires.

In 2012, we strengthened that strategic alliance with the City by joining the "Ciudad Verde" (Green City) initiative to address issues such as sustainable mobility, waste sorting and energy saving, among others. This reflects our commitment to a more environmentally friendly city, to promoting sustainable mobility practices among our staff and customers, to encourage the responsible use of power and water and to on-site waste sorting.

After signing the partnership, we focused on three areas:

### 1. Sustainable Mobility

We encourage our staff to do as much commuting as possible by bicycle, an economic, fast, emissions-free and healthy means of transportation, which also contributes to the reduction of greenhouse gases.

Three bicycle parking lots were installed and are available to La Rural's staff and visitors alike. Each parking lot can accommodate 60 bicycles and are guarded 24/7. Entry through: Av. Sarmiento, Cerviño street. and in the underground office entrance. In addition, the fairgrounds have dressing rooms where the bicycle-riding staff can shower and get ready for their workday.

### 2. Waste sorting

As of the implementation of our Waste Management Handbook in 2009, we have separate waste collection. This allows us to sort it out in "Hazardous" and "Non-Hazardous" and determine their end use. In addition, we have waste containers labeled "Recyclables"; "Non-recyclables" and "PET" throughout the fairgrounds' facilities (offices and lunchrooms), restaurants and cafeterias, and during expos.

In 2013, we sorted 305,000 kilos of recyclable material that were sent to El Ceibo, avoiding it to end up in the landfill. In 2014, our partnership with the Compromiso, Quanta and El Ceibo foundations led to on-site PET sorting and recycling that would later go to plastic furniture manufacturing for schools and kindergartens in the Palermo area.

La Rural Recicla PET (La Rural Recycles PET) started as a pilot program in June and was opened to the public at the Rural Expo in July. For its implementation, we invested in waste containers labeled for each material, we informed about it to the value chain and the internal audience through fliers, message boards and digital pamphlets, and trained the cleaning company to be up-to-date on this new method.

During the Rural Expo, we donated a space to the City of Buenos Aires to promote awareness about waste sorting. In addition to labeling waste containers, we conducted workshops, games and trivia to raise environmental awareness to the more than 111,000 participants over the 13 days of the Expo.

### 3. Responsible consumption

• We triggered a message in all of our exhibitors' PCs asking them to shut down

their computers at the end of the day.

- We programmed every computer's energy settings so that after a certain amount of time elapsed they would go to "Energy Saving Mode".
- In the company's facilities, more than 70% of the PCs have LED monitors and currently are making efforts to reach 100%.
- We use multi-function devices with the EnergyStart Seal.
- Every common area in the facilities displays posters with suggestions about efficient energy use.
- HQI lamps were replaced with energy efficient lamps.
- We monitor power consumption and set thresholds for events using a special software. Controlling on/off times of equipment and pumps.

Throughout 2013 and 2014, we reinforced the message with notices in every meeting, break and bathroom, as well as other common areas. In every case, we request people to turn the lights off when they leave a room.

# COMMITMENT TO OUR ASSOCIATES

**Highlights from the period**

- 1st Employee climate Survey conducted in 2013.
- 5,005 man-hours invested in collaborator training spanning 2013 and 2014.
- 84% of our associates took part in the first Employee Climate Survey.

## AN INSPIRING TEAM OF ASSOCIATES

Our associates are essential for us to be able to accomplish sustainable growth. That is why we are always innovating to generate a working environment that helps them develop professionally and personally, in an egalitarian and respectful workplace.

| ASSOCIATES' INDICATORS | 2011 | 2012 | 2013 | | | 2014 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | HOMBRES | MUJRES | TOTAL | HOMBRES | MUJRES | TOTAL |
| La Rural S.A. Staff | 139 | 135 | 92 | 68 | 160 | 86 | 68 | 154 |
| By category | | | | | | | | |
| Director and Manager | 10% | 11% | 6% | 3% | 9% | 7% | 3% | 9% |
| Area Head | 9% | 11% | 4% | 7% | 11% | 5% | 6% | 10% |
| Supervisor | 9% | 11% | 8% | 0% | 8% | 8% | 0% | 8% |
| Staff | 71% | 68% | 39% | 33% | 72% | 36% | 36% | 72% |
| By age | | | | | | | | |
| Under 30 y/o | 33% | 31% | 16% | 21% | 38% | 12% | 22% | 34% |
| Between 30 and 50 y/o | 47% | 48% | 27% | 16% | 43% | 27% | 16% | 43% |
| Over 50 y/o | 20% | 21% | 15% | 4% | 19% | 18% | 5% | 23% |
| By type of position | | | | | | | | |
| Full-time | 99% | 99% | 56% | 39% | 96% | 56% | 41% | 97% |
| Part-time | 1% | 1% | 1% | 3% | 4% | 0% | 3% | 3% |
| By type of contract | | | | | | | | |
| Indefinite term or permanent contract | (2) | (2) | 96% | 94% | 91% | 97% | 93% | 90% |
| Fixed term or temporary contract (1) | (2) | (2) | 4% | 6% | 9% | 3% | 7% | 10% |
| By type of work | | | | | | | | |
| Hired labor | (2) | (2) | 4% | 6% | 9% | 3% | 7% | 10% |
| Other indicators | | | | | | | | |
| Employees under collective bargaining agreement | 62% | 65% | 43% | 21% | 64% | 43% | 21% | 64% |

(1) The number of employees with fixed term contracts varies depending on the number of in-house events.
(2) Indicators that were not submitted because they were structured during the period

## HOW WE SELECT OUR ASSOCIATES

We have a strict hiring policy that allows us to select and develop talent. Additionally, when a job opportunity arises we give priority to promoting from within or from our community.

Our selection process is focused on two types of searches:

- Permanent staff: Every manager or director is responsible for filling openings in their departments, whether because of dismissal, quitting or changes in departmental structure. During this process, the Human Resources team makes their CV database available and is also in charge of interacting with specialized consulting firms.

Once the search is over, the preselected candidates have an interview with the area's manager and Human Resources. Once the applicant is selected, the Head of Human Resources gets in touch to schedule pre-employment medical examination (1) NOTA AL PIE!. After the tests, the Manager emails Human Resources with the conditions and personal information, including the Area Head's authorization and the CRUD Form. Human Resources forwards that information to Systems so they can create the user profile and the necessary access to the files hosted in the Company's server.

- Temporary staff for fairs and expos: The area seeking to temporarily hire staff –visitor care, promo girls, support personnel– needs to fill out a form with the corresponding information. Once the form is signed by the area Manager, it is sent to Human Resources, where it is reviewed, and only afterwards the hiring takes place.

We have a database with the CV's from online applicants. We also sign agreements with universities which gives us the chance to hire interns, whom we often hire permanently. Likewise, when we need to fill an opening in management or the profile we require is too specific to look for in the open market we resort to specialized consulting firms.

## PROFESSIONAL DEVELOPMENT PROGRAM

In order for our staff to have access to ongoing training, we provide in-house and external training options.

Our training plans offer valuable tools in everyday management according to qualifications, credentials and skills. The goal: to give our staff the opportunity to

improve their professional skills to further their careers. We also give half grants for postgrad studies and technical training. Additionally, in 2013 and 2014, we offered 428 hours in language courses.

On the other hand, all of our associates are welcome to our trainings, whether technical, computer or language-based. In 2013, we trained 61 employees and 55 in 2014.

Technical training is specific to each position. For example, in 2013, trainings taught gardening, painting and blacksmith's trade; however, in 2014, the focus was placed on emotions management and courses for sales executives, among others.

## PERFORMANCE EVALUATION

Since 2008 we have a performance evaluation policy in place. It focuses on Directors, Managers and Area Heads, allowing us to monitor their skills, knowledge and potential as well as sharing our expectations for them, frankly and with transparency.

The evaluation is conducted annually and includes employee self-evaluation, an evaluation meeting with their immediate supervisors and jointly setting goals for the upcoming year. Afterwards, all associates are informally evaluated by the Directors. 31 Directors, Managers and Area Heads participated in the performance evaluation in 2013 whilst 29 participated in 2014.

## PROMOTION OF LABOR RIGHTS

We respect the trade union freedom of association right. In addition, the number of associates included in collective bargaining agreements grows year after year. In 2013 and 2014, 64% were included in these agreements.

Our commitment to our employees' rights translates in an open communication with trade union representatives. Two members of our team were appointed representatives before the Commerce Employees Trade Union, with whom we meet regularly.

## BENEFITS FOR OUR ASSOCIATES

Given our desire to reward our employees for their effort and dedication, we implemented a benefits policy.

Annual perks policy

- Mobile telephone and related expenses paid for the whole staff.
- Retirement counseling services for employees nearing retirement age.
- Gifts given on special occasions, such as birthdays, weddings, children's schooling, births, passings, and New Year's, among others.
- Free Parking.
- Free tickets to the expos for associates and their families.
- La Rural por vos Program: Benefits and discounts in stores we have strategic agreements with.

- El Central: Discount in the executive menu.
- Whirlpool: Up to 30% discount in home appliances.
- Cencosud: 15% discount in Vea, Disco and Jumbo supermarkets.
- SMG: Health insurance for out of collective bargaining employees and their families.
- Small Hotels: Discounts in partner hotels throughout Argentina.

## INTERNAL COMMUNICATION

In order to create a quality bond with our employees, we keep internal communication channels open constantly.

- Human Resources Office.
- Larural.news Bulletin
- Message boards
- Email: comunicacioninstitucional@larural.com.ar and recursoshumanos@larural.com.ar
- Internal newsletters
- Introductory Manual for new employees
- Meetings

### First Climate Survey

In 2013 we conducted the first-ever Climate Survey, which allowed us to target certain positions for improvement as well as devising new policies for organizational processes. 84% of our Associates took part of it.

### Results

- Satisfaction: 59%
- Climate: 43%
- Commitment: 67%
- Context: 46%

## OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY

Between 2013 and 2014, we designed an Evacuation Plan for the Parking area with 14 people in charge –same as the building's evacuation plan–. As to maintain a clear communication and avoid accidents, we designed several blueprints and placed them by the emergency exits.

## INDICADORES DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

| | 2013 | | | 2014 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | HOMBRES | MUJERES | TOTAL | HOMBRES | MUJERES | TOTAL |
| Directors | 3 | 0 | 3 | 3 | 0 | 3 |
| Managers | 6 | 4 | 10 | 6 | 4 | 10 |
| Area Heads | 7 | 11 | 18 | 7 | 9 | 16 |

We also installed fire extinguishers, pumps and emergency contact information strategically distributed throughout the fairgrounds.

In addition, we conducted two evacuation drills per year, 151 people participated in 2013 and 122 in 2014. Moreover, two trainings on personal protection in the event of a fire and extinguisher use were imparted for the whole staff. Additionally, the operations team received training on head, eyes, face, hands, feet respiratory and auditory-system, protection.

# VALUE CHAIN

**Highlights from the period**

- 100% of our suppliers are local.
- 184,004 direct or indirect job opportunities created.
- Received over 8 million visitors.
- 31 tons of recyclables were collected after the 2013 International Auto Show.

## OUR SUPPLIERS

We keep working to optimize the supplier selection and evaluation process with the goal of strengthening our commitment to sustainability. We also promote dialog and long-term relations with small, medium and large- sized companies. When hiring new suppliers, we analyze different factors, among them, the quality of service, their skills and size, which are key to understand their response capacity. All of our suppliers are local. The most relevant categories, taking billing as a criteria are: Infrastructure, Cleanliness, Security, Health Services and Technical Equipment.

| SUPPLIERS | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Active Suppliers | 668 | 773 | 546 | 597 |
| Official suppliers | 92 | 83 | 81 | 72 |

In 2013, we invested $57,708,769 in suppliers. In 2014, $85,716,159.

## HIRING CRITERIA AND POLICY

Our supplier selection process is based on the General Terms and Conditions, included in every contract. Such document sets the conditions for hiring labor or services as well as procurements.

In order to select our official suppliers, we take into account several factors, among them, quality of service, market recognition, capacity, and post-sale service.

## SELECTION METHODOLOGY

Our suppliers have to undergo a thorough selection process which includes submitting a folder with information about their work, experience and capacity for large projects, among others.

Once that step has been completed, a meeting with a person in charge is scheduled where we request the supplier to provide relevant legal and fiscal documentation. After finalizing this process, the Official Fairground Supplier contract is signed.

## PROCUREMENT POLICY

For the procurement of goods or services, every area of the company has to submit three quotes. Thus, assuring a fair and equitable selection, in addition to helping us learn more about service options.

## QUALITY STANDARDS

We provide services, directly and indirectly. By doing so, we meet the necessary requirements to organize and carry out events. All of our events take place following the highest quality standards. In order to make that possible, we choose our official suppliers with technical and commercial thoroughness, paying attention to every single detail.

## HUMAN RIGHTS CLAUSE

We listen to our stakeholders, and stemming from their requirements, in 2011 we included a special clause relating to the respect for Human Rights in the contracts we sign with suppliers and, in the solidarity programs, with organizers and exhibitors. Now, the fourth clause is aligned with the UN Guiding Principles on Business and Human Rights, obligating our suppliers to respect Human Rights, avoid discrimination, harassment, abuse or intimidation in any of its forms.

## COMMUNICATION WITH OUR SUPPLIERS

We keep the following communication channels open:

- Regularly held meetings: We hold two annual meetings with all of our suppliers and, if necessary, we hold individual meetings as well.
- Follow-up interviews: Two annual group meetings and some individual meetings.
- Head of Exhibitor Services

| MAIN INDUSTRIES | BILLABLE BY SUPPLIER |
|---|---|
| INFRAE - Outsourced services INFRAESTRUCTURE | AR$ 27,318,461.09 |
| INFRAE - Outsourced services / Equipment Communication Technician / Telephone / Internet / Wi-Fi / Sound, Lighting and Video / Disc Jockey | AR $8,326,873.77 |
| SEGURI - Security | AR $4,838,999.66 |
| SEGURI - Health Services | AR $4,597,205.58 |
| INFRAE - Outsourced CLEANING services | AR$ 1,661,987.99 |

- Telephone number: 4777-5520 or 4779-5076.
- Supplier Satisfaction Survey.
- Visits to our suppliers' facilities.
- Website
- Annual Report
- Sustainability Report
- Audits
- Fairground Services Support
- Training Sessions.
- Handbook of Procedures.
- Notices with the fairgrounds regulations.
- Complaint Forms.

| JOB OPPORTUNITIES PROJECTION FROM LA RURAL'S ACTIONS | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| La Rural S.A. Staff | 139 | 135 | 135 | 137 |
| Organizer's permanent staff | 326 | 3,233 | 1,211 | 1,432 |
| Organizer's temporary staff | 703 | 1,496 | 1891 | 2,237 |
| Exhibitor's staff | 29,266 | 25,408 | 39,489 | 41,930 |
| Exhibitions set-up staff | 11,864 | 6,128 | 23,322 | 19,081 |
| **Service suppliers staff** | | | | |
| Security staff | 1,810 | 1,257 | 2,106 | 3,019 |
| Cleaning staff | 1,352 | 1,810 | 2,454 | 3,104 |
| Other services (credentials, access control, sound, technicians, etc.) | 3,926 | 3,828 | 14,514 | 9,322 |
| Kitchen staff | 11,933 | 9,438 | 9,356 | 9,399 |
| **TOTAL** | **61,319** | **52,733** | **94,343** | **89,661** |

## WE CREATE JOB OPPORTUNITIES

We are aware of the job opportunities stemming from the organization, administration and logistic support to fairs, events and congresses. In regards to this, we analyzed participation in our fairs, expos and events and determined that, in 2013 and 2014, they project 184,004 direct and indirect job opportunities.

By the end of 2013, we implemented an access control system (Cronos) for cleaning and security staff to record their fingerprints. It aims at controlling and keeping track of the real working hours of each of our suppliers as to avoid overbilling.

Control program for our gastronomic suppliers

In order to evaluate and control the quality of service our gastronomic suppliers provide, as to guarantee a minimum of 80% compliance with the standard, we have defined several control checks.

On the one hand, we implemented preemptive measures, among which we can find monthly visits to our official suppliers' manufacturing sites to control compliance with regulations. Likewise, early this year, we attended meetings with officials from the gastronomic companies to plan, evaluate and set annual goals.

Additionally, with the end goal of training our suppliers, we organized awareness seminars with the gastronomy area and with our Health and Safety Area Head. We also requested employees to sort waste in order to reduce the volume and thus, take care of the environment.

On the other hand, we deployed the Micros system, a cash register that allows for a closer monitoring of the revenue generated by the gastronomy sector. Lastly, to improve service quality, both from the Company and the suppliers, we conduct audits.

## SUPPLIER EVALUATION

At the end of the year, we evaluate the performance of our cleaning, security, medical emergency and gastronomy suppliers so as to determine whether to extend the contract. The items evaluated are: performance, customer care, compliance to employees' labor regulations and, as of 2013, the results of the current year's audits. Afterwards, Management of Fair Services meets with some of them to review areas to improve, whereas those suppliers that do not meet quality standards are removed from the official listing.

We also do an annual follow-up on official suppliers on the following items: environmental awareness, labor practices, human rights and the community. Should any irregularities or noncompliance arise we report them and if the supplier wants to remain on our Official Listing, they have to make the proper modifications. At year-end, we evaluate whether our recommendations were followed. Suppliers that do not comply with said recommendations are also removed from the official listing.

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE VALUE CHAIN

Institutional communication items – pamphlets, Annual Report, Sustainability Report– are printed in FSC certified shops. This assures raw materials come from properly managed forests, with the ensuing environmental, social and economic benefits.

## OUR CUSTOMERS

Fair, convention and event visitors, organizers and exhibitors are our customers. We are convinced that, in order to achieve sustainable growth, we must guarantee their wellbeing and earn their trust. For all these reasons, we took on the challenge of offering an comprehensive, top-quality service and we strive to improve our facilities and venues to meet their needs.

| Visitors | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Fairs and exhibitions | 4,865,136 | 3,637,471 | 7,332,479 | 3,631,877 |
| Congresses, conventions and events. | 45,659 | 36,585 | 49,319 | 166,680 |
| Corporate and social events | 100,251 | 230,458 | 113,791 | 122,277 |
| Shows | 0 | 1,800 | 0 | 0 |
| Organizers | | | | |
| Fairs and exhibitions | 47 | 36 | 38 | 37 |
| Congresses, conventions and events. | 63 | 72 | 88 | 68 |
| Corporate and social events | 131 | 128 | 115 | 131 |
| Shows | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Exhibitors | | | | |
| Fairs and exhibitions | 10,029 | 7,998 | 7,001 | 6,695 |

- In 2013 we created the Auditing area to gain more information on the overall status and customer service provided by our suppliers, so as to improve the quality of our service and theirs.
- In 2014, a new system was implemented which allowed to expedite the admissions process for the exhibitors of, for example, the Rural Expo.

## VISITORS

### "Club La Rural" Benefits Program

In order to offer more value to our customers and frequent visitors, and to create a lasting bond with them, we designed a benefits program. The 7,610 members of the Club La Rural received special invitations, promotions and discounts in the fairgrounds and other businesses.

- 10% discount at La Rural's parking.
- 10% discount at the Terrazas Bistró restaurant.
- 10% discount at La Rural's Pizza Cero and La Brioche Doreé restaurants.
- Birthday lunch at Terrazas Bistró.
- 2 for 1 in tickets for fairs, expos and events at La Rural.

### La Rural Accessibility

Entrances and exits throughout the fairground have been renovated to comply with the needs of disabled people. During in-house fairs and events, we make wheelchairs available for the public. Likewise, visitors with the corresponding disability certificate can enter free of charge with a guest. To inform of these benefits, we place notices in our information points. In the event of an evacuation of the building, parking lot and maintenance halls, people with disabilities will be accompanied by the area heads, the last ones to leave.

## EXHIBITORS

### "La Rural Recicla"

"La Rural Recicla" program, which was first implemented in 2006 jointly with Fundación Compromiso, invites exhibitors, organizers and the set-up crew, to participate in the dismantlement process after the fair has concluded. The goal: collect material left overs for various social organizations to use in home repairs or manufacture school desks, chairs or didactic games.

Throughout 2013, with the support of the Instituto Argentino del Petróleo y del Gas (Argentine Oil & Gas Institute - IAPG), and the exhibitors at the 2013 Argentina Oil & Gas Expo, we engaged in an initiative to donate leftover material after the fair. As a result, we salvaged over 6 tons of material, including wood, carpet and panels.

In the framework of the 2014 Wines & Wineries Fair, we rolled out a glass and cardboard recycling campaign in a joint effort with the participating wine makers; 21 wine maker companies sorted their bottles and cardboard boxes, collecting 950 kilos of glass and 370 kilos of cardboard, later donated to Cooperativa El Ceibo.

Lastly, and with the goal of keeping the dismantlement staff safe, our Health and Safety department gave trainings for the institutions participating in the program and provided them with the required safety equipment, i.e., gloves, helmets, safety shoes and uniforms.

**31,000 kilos of materials were recovered from the 6th 2013 International Car Show.**

Along with the Asociación de Fábricas de Automotores (Car Manufacturer Association - ADEFA), the fair's organizer, and the Fundación Compromiso we promoted the reutilization of the parts used to build the exhibitor's stands. We collected a record 31,000 kilos of material between panels, wood, shelving, rods and carpet.

The collections were donated to six institutions –Otto Krause, Technical School N.º 36, the Legión de la Buena Voluntad, the Alvear Hospital, the C. Tobar García Children's hospital and Fundación Sagrada Familia–, where they used it to build desks, chairs and libraries, among other pieces of furniture. After the event, participants were informed of the initiative's success.

## ORGANIZERS

### Health and Safety Plan

In order to ensure the wellbeing of customers and visitors as well as to comply with relevant regulations, we designed different action plans. Our Operational, Health & Safety Control program includes the request, control and follow up of the following items:

- Event blueprints and evacuation plan.
- Electricity certification for the venue.
- Certification on structure calculations for mezzanines and resistant structures.
- Fireproofing elements for events.
- Escape routes.
- On site physician with a vehicle.
- Private security firm approved by the Government of the City of Buenos Aires.

- General guidelines for expo set-up.
- Gas and fireworks use restriction.
- Sound level restriction.

# COMMITMENT TO THE COMMUNITY

### Highlights from the period

- 50 Foundations took part in our Cesión Solidaria de Espacios Program.
- Our Exhibition Center scored an 87.5 and received the ALPI accessibility certification.
- Over 3,000 students started reading after the Palermo Lee Program.

## COMMUNITY SUPPORT POLICY

Our style and philosophy strives towards a humane, productive and socially responsible management. Along these lines, we present a sustainability model oriented to the human value of our community and with features that can be passed on to several areas of the country's economy.

Our sustainability strategy is based on the Social, Environmental and Educational-Cultural pillars. The strategy's innovative singularity lies in intertwining these pillars to empower people, whether through changing the corporate culture to optimize our employees and visitors' quality of life, or benefiting social causes that work to help the disenfranchised.

We have a commitment to our community and to the environment. Every year, that commitment is renewed and we work to ensure the sustainability of our projects and initiatives.

## STAYING CLOSE TO OUR COMMUNITY

Our strategy to get involved in our community includes actions and initiatives to strengthen the relation with institutions, organizations and key stakeholders. We consider ourselves facilitators, bringing different parties together, creating social and business opportunities. Likewise, we evaluate the outcome of each of our initiatives to detect areas for improvement.

Every program and activity we carry out is a reflection of our organization's values. Similarly, we develop positive bonds with various social stakeholders and do our best to leave a sustainable footprint. Specifically, we give donations and loan our facilities to non-for-profit organizations so they can communicate their work, conduct activities and training. In addition, we reduce the environmental impact of our fairs to its minimum possible, do on-site waste sorting, among others.

Our I.R. Department is comprised of the Institutional Relations and Press area and by the Institutional Communication area and CSR. The latter is in charge of executing our sustainability strategy and implementing the initiatives that involve our stakeholders. We work to generate actions that enable reciprocity, ongoing communication and interaction with our public.

## INVESTMENT IN CSR

In 2013, we invested 21.05% of the I.R. Department's budget, or AR$ 382,661, on a comprehensive. In 2014, we allocated 19.94% or AR$ 379,656.

## COMMUNITY SUPPORT ACTIONS

### Social pillar

### Cesión Solidaria de Espacios Program (CSE)

We lend our facilities to foundations and public interest entities that align with our CSR pillars for their charitable events. We help these organizations fund their initiatives while becoming strategic partners and support their long-term projects. We also engage in press activities to promote their events and counsel them on event planning and execution.

In 2014, four foundations joined the 22 that were already part of the program. Additionally, we ask them to take a survey to help us detect areas for improvement. In 2014, out of the 26 foundations, we received feedback from 9 of them, or 34% of the total.

| CSE PROGRAM | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Number of spaces | 22 | 26 | 24 | 26 |
| Square meters | 43,115 | 35,830 | 36,905 | 35,235 |
| Money value of the spaces destined for the LSS program | 139,600 | 288,200 | 304,650 | 404,152 |

**Total: 31 foundations**

**2013**
- 24 total foundations, 4 of them relate to two pillars
- Social Development: 13 foundations
- Environmental: 1 foundation
- Educational-Cultural 12 foundations

**2014**
- 26 total foundations, 3 of them relate to two pillars
- Social Development: 16 foundations
- Environmental: 2 foundations
- Educational-Cultural 11 foundations

### Art and Hope

Between 1990 and 2010, a group of native and criollo craftsmen, called by the Arte y Esperanza Association (Art and Hope), were lent a space at the Arts and Crafts Hall during the Livestock Expo. As of 2012, the partnership was resumed,

inviting the association to participate in several of our expos.

This cooperation is a huge aid to their craft production training and an excellent resource for all producers. These families of craftsmen see our expos, livestock as well as Dogs and Horses, as an excellent venue to sell their products, which often times represents anywhere between 25% to 30% of the annual revenue.

Currently, the association Arte y Esperanza works with 36 communities from 8 different ethnicities and several criollo craftsmen with no clear outlet for their products. This represents social and financial support for over 500 families from the Kolla, Wichi, Qom-Toba, Mbya-Guaraní, Pilagá, Chané, Diaguita Calchaquí and Mapuche communities.

## Área Responsable

Throughout 2013, we made a special concession and lent our facilities to Area Responsable for their series of "Open Talks with the Community: Overcoming challenges equals winning" This forum, sponsored by the Ministry of Education of the City of Buenos Aires, and organized by Area Responsable, targets teenagers. In cooperation with Sebastían Armenault , keynote speaker, we tried to promote values, encourage our youth to be engaged and show their potential show. A total of 153 students from 6 school participated.

[7] Sebastián Armenault is an ultramarathon runner. He became the first Argentine to run in all seven continents for charitable causes. By sharing his experience, he wants them to know that with education, effort and dedication "anything's possible."

## Fundación Juanito

In 2013, we proposed this foundation to be the beneficiary of a donation made by the organizers of the Six O'Clock Tea. This initiative, besides being part of the LSS program, in 2013 and 2014, donated 30% of the event's revenue to the foundation. The total amount donated was AR$ 39,625.

Between 2013 and December 2014, the LSS Program enabled the participating entities to collect over AR$ 45 million.

## Spaces lent

## In 2013

| ORGANIZATION | EVENT | AMOUNT COLLECTED | WHAT WAS THE MONEY RAISED AT THE EVENT SPECIFICALLY ALLOCATED TO |
|---|---|---|---|
| CIMIENTOS | XIII Cimientos Annual Dinner | AR$ 754,000.00 | Scholarship fund giving more children the opportunity to attend high school. |
| Asociación Conciencia | La Noche Ciudadana Asociación Conciencia | $ 627.988,00 | Implementación de programas educativos. |
| Casita del Niño | 1° Dinner Party Fundraiser | AR$ 500,000.00 | Cover annual operational expenses, such as salaries, grocery shopping and maintenance of the Tigre building. New bathroom in the area where children are tutored. |
| SixO'Clock Tea | SixO'Clock Tea, by Carminne Dodero | AR$ 16,000 | La Rural decided the Fundación Juanito would be the beneficiary of the SixO'Clock Tea. |
| Food Bank | Fundraiser Dinner | AR$ 1,749,945.00 | Help the hungry by soliciting, storing and distributing food. We tried to bring in 50 organizations that were on the waiting list. |
| Fundación Huésped | Annual event on the initiative | $ 0 | Evento de concientización, no se recaudó dinero. |
| Un Techo para mi País | Fundraiser Dinner: "5th Gala" | AR$ 1,409,430 | Building 114 emergency housing and 5 community centers. |
| Potencialidades | Potencialidades Fundraiser Dinner | AR$ 520,000.00 | The Company's program development and sustainability. |
| Fundación Cuba | VII Charitable Dinner | AR$ 443,986.93 | Supporting three programs in the Fátima and Villa de Mayo areas.<br>• Sports and Values Program: 450 children between 6 and 18 y/o practice soccer and hockey.<br>• Family Educates Program: 80 mothers receive a monthly grant for their children's school related expanses.<br>• Trades Program: Trade training with official degrees, especially as electricians. |
| ITBA | IX Dinner Party Fundraiser | AR$ 1,713,463.00 | Integral Academic Fund, aimed at, scholarships, research, development and innovation grants, as well as funding for laboratory equipment and researcher professors. |
| Valores para Crecer | 3rd Valores para Crecer Annual Dinner Fundraiser | AR$ 1,065,906.00 | Over 480 workshops for 12,000 teachers and students in 2013 and 2014. Expansion of school extracurricular activities. |
| Endeavor Argentina | 4th Endeavor Experience | AR$ 486,648.00 | Cover the event's expenses and carry on with the Foundation's mission, which is inspiring, training and networking for entrepreneurs. |
| San Andrés University | Dinner party in support of the San Andrés University scholarship fund | AR$ 5,700,000 | Management of 74 university scholarships. |
| Fundación Compromiso | Fundación Compromiso's National Day | AR$ 0 | Raising Awareness event, no money was raised. The national public-private articulation day is a form for awareness raising and debate on key issues for the civil society. |
| Fundación Haciendo Camino | 4th Annual Dinner | AR$ 449,793.00 | Supporting the 5 programs developed in their 5 Centers for the Prevention of Child Malnutrition and Human Promotion, province of Santiago del Estero. |
| ALPI-Civil Society Association | "Annual Charitable Gala" Dinner Fundraiser | AR$ 588,900.00 | Funds for the construction of the new pediatric admission and rehabilitation center. |
| Fundación Cruzada Patagónica | Fundación Cruzada Patagónica's Annual Dinner Fundraiser | AR$ 592,532.00 | Supporting projects across the board. Specifically for tutelage programs, growing from 40% to almost 70%. |
| COAS | Dinner Party Fundraiser | AR$ 800,000.00 | Support the acquisition of state-of-the-art equipment for public hospitals from the Government of the City of Buenos Aires. |
| Junior Achievement | Dinner Party Fundraiser | AR$ 500,000.00 | Support the foundation's educational programs. |
| Torcuato Di Tella University Fundación | Dinner Party Fundraiser | AR$ 10,000.00 | Support the Scholarship and Financial Aid. |
| Hospital Alemán | Dinner Party Fundraiser | AR$ 993,000.00 | Repair, modernize and digitalize operation rooms. |
| CAACUPE + El Arca | Dinner Party Fundraiser | AR$ 170,000.00 | Support both organization's social programs. |
| Familia Cristiana de Polo | Annual Dinner Party Fundraiser | AR$ 500,000.00 | Improving the country's education and health services. Provide computers for the students at the Cervantes grammar school in Tablada, La Matanza county. |
| Sur Solidario | Annual Dinner Party Fundraiser | AR$ 200,000.00 | Building a 120 square meter soup kitchen, equipped with fans, kitchen, bathroom and tiling in Villa Benquez, Banfield Daily capacity: 120 children. |
| 24 | | AR$ 18,366,161.93 | |

## Spaces lent

## In 2014

| ORGANIZATION | EVENT | AMOUNT COLLECTED | WHAT WAS THE MONEY RAISED AT THE EVENT SPECIFICALLY ALLOCATED TO |
|---|---|---|---|
| F.L.O.R | Book launch | AR$ 0 | Only books were sold. No money was raised. |
| CIMIENTOS | XIV Cimientos Annual Dinner | AR$ 1,103,080 | Support all Cimientos projects that help unprivileged children finish high school and think of a brighter future. |
| Asociación Conciencia | Conciencia Night | AR$ 1,800,000 | Aiding the chapters distributed outside of the capital, support in-house programs and improving institutional communication. |
| Casa del Niño Nueva Familia | 2nd Dinner Party Fundraiser | AR$ 540,000 | Cover the association's annual operational expenses: salaries, groceries for breakfast, lunch and afternoon snack for 135 children on a daily basis. Maintenance of the Rincón de Milberg building in Tigre. Building new facilities to expand the high school students tutoring. |
| ITBA | X Annual Dinner Party Fundraiser | AR$ 1,656,711 | Research, development and innovation grants, as well as funding for laboratory equipment and researcher professors. |
| TECHO | Fundraiser Dinner: "7th Gala" | AR$ 2,263,240 | Building emergency housing and implementing plans focused on community development of the neighborhoods the NGO works in. |
| Fundación CUBA | VIII Annual Charitable Dinner | AR$ 440,000 | Care for 450 children and their families through the Sports and Values Program; and 80 families and 200 students through the Family Educates Program. Also, 70 youth and adults received training in various trades. |
| Valores para Crecer | 4th Valores para Crecer Annual Dinner Fundraiser | AR$ 1,255,898 | Improve the quality of education and training for young people from the City of Buenos Aires, the province of Buenos Aires and the rest of the coutnry. |
| Food Bank | XIV Annual Dinner | AR$ 2,322,477 | Food Collection Program that gathers and stores food products for their classification and distribution among social organizations. |
| San Andrés University | IX Cena de Recaudación de Fondos | $ 1.713.463,00 | Fondo Académico Integral, que tiene como destino becas, investigación y desarrollo e innovación para laboratorios equipados y docentes investigadores. |
| Helios Fundación | 3° Cena Anual de Recaudación de Fondos Valores para Crecer | $ 1.065.906,00 | Más de 480 talleres para 12.000 docentes y alumnos en 2013 y en 2014, y ampliación de la actividad en escuelas. |
| Potencialidades | 4° Experiencia Endeavor | $ 486.648,00 | Cubrir los gastos del evento y seguir cumpliendo la misión de la fundación, que se basa en inspirar, capacitar y conectar emprendedores. |
| AAMNBA | Cena en apoyo al fondo de becas de Universidad San Andres | $ 5.700.000 | Gestión de 75 becas universitarias. |
| Fundación Compromiso | Jornada Nacional Fundación Compromiso | $ 0 | Evento de concientización, no se recaudó dinero. La jornada nacional de articulación público-privada es un espacio de concientización y debate sobre temas de interés para la sociedad civil. |
| Fundación Cruzada Patagónica | 4° Comida Anual Fundación Haciendo Camino | $ 449.793,00 | Sostenimiento de sus 5 programas desarrollados en sus 5 Centros de Prevención de Desnutrición Infantil y Promoción Humana, en la provincia de Santiago del Estero. |
| Fundación Caminando Juntos | Cena de Recaudación de Fondos "Gala Anual Solidaria" | $ 588.900,00 | Construcción del nuevo centro de internación y rehabilitación pediátrica. |
| Buen Consejo School | Cena Anual a beneficio de los Programas de la Fundación Cruzada Patagónica | $ 592.532,00 | Fortalecer todos los proyectos. Concretamente, en lo referido al programa de padrinazgos, pasaron de 40% de alumnos apadrinados a casi 70%. |
| SixO'Clock Tea | Cena de Recaudación de fondos | $ 800.000,00 | Colaborar en el equipamiento de aparatología de última generación en los hospitales públicos dependientes del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. |
| Junior Achievement | Cena de Recaudación de Fondos | $ 500.000,00 | Dictado de los programas educativos de la fundación. |
| CAACUPÉ | Cena de Recaudación de Fondos | $ 10.000,00 | Reforzar el Programa de Becas y Ayuda Financiera. |
| COAS | Cena de Recaudación de Fondos | $ 993.000,00 | Restaurar, modernizar y digitalizar los quirófanos. |
| Dale Vida! | Cena de Recaudación de Fondos | $ 170.000,00 | Sostenimiento de los programas sociales de ambas organizaciones. |
| Ternaikén | Cena anual de recaudación de fondos | $ 500.000,00 | Mejorar la educación y la salud del país. Provisión de computadoras para los alumnos de la escuela primaria del Colegio Cervantes en la Tablada, partido de La Matanza. |
| Hospital Alemán | Cena anual de recaudación de fondos | $ 200.000,00 | Construcción de un comedor en Villa Benquez, Banfield, de 120 metros cuadrados con ventiladores, cocina, baño y cerámica. Capacidad diaria: 120 niños. |
| Familia Cristiana del Polo | | $ 18.366.161A,93 | |
| Sur Solidario | Charitable Dinner | | Construction of a building/soup kitchen in Villa Independencia. |
| 26 | | AR$ 29,995,227 | |

"We believe La Rural's Cesión Solidaria de Espacios Program is original, very well designed and easy to join. Its comprehensiveness is remarkable, since it targets several NGOs with varying social goals, whether that may be health, education or culture, the number of people with their own needs that receive the indirect benefits of the program multiplies exponentially".

### Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes (Association Friends of the National Fine Arts Museum).

"We think the Cesión Solidaria de Espacios program is paramount for the industry because it reaches out to Civil Society Organizations giving them the possibility to have a world-class service at a low cost. El Buen Consejo school was able to host its first event at La Rural thanks to this program, allowing them to attract potential donors. Additionally, we were able to host them in a quality, yet inconspicuous, environment which gave us the possibility to show our appreciation."

### El Buen Consejo School

"Six years ago we joined this initiative, and when we start organizing, holding the event in La Rural's Main Conference Room is always beyond questioning. And that is because of what it has to offer, the quality of the facilities, location and because we think of La Rural as family. This is like a family gathering to help, and La Rural is a key part of it."

### Familia Cristiana de Polo

## La Rural te cuida:

We organized this prevention and health care initiative addressed to our associates and the community, customers and the public at large. For example, we designed a flu prevention campaign, a vaccination schedule, training in first aid and CPR. In some cases we work together with the Health Ministry of the City of Buenos Aires.

- **Campaign to promote the use of helmets:** In order to ensure the safety of associates and visitors alike, we promote the use of helmets during set-up and dismantlement. All of our associates are issued a helmet to use in the fairgrounds. External set-up crews and exhibitors are required to use their own or one provided by the Company.

- **Breast cancer prevention campaign:** In 2014 we installed information totems in the welcome areas of every floor. Visitors and associates were invited to join the Breast Cancer Awareness Week, and were given red ribbons to wear.

### “La Rural Accesible” Program

Aiming at improving the accessibility of the fairground, we work jointly with NGOs to promote inclusive practices for our visitors, customers and associates to move about the premises safely. This process started in 2010 by assessing the facilities from an architectural point of view and the improvements planned are being carried out to this day.

At the 127th Rural Expo, we distributed pamphlets in braille that included a map with the improvements made for people with impairments, that is, ramps, elevators and bathrooms. These pamphlets are available at every in-house fair. They can be found at the properly designated information points.

Furthermore, with Cilsa’s help, at the 2013 Rural Expo we had five additional wheelchairs for our visitors to use when needed. These were added to the five we already had.

During the Expo, Cilsa was lent a stand from which to broadcast their message. Cilsa received 6,000 visitors, disseminated information about the adjustments made and gave workshops on visual and hearing impairments. The participants discussed issues such as the importance of using the Argentine sign language and braille systems; and they learned how to use them to communicate with people with impairments.

Cilsa gave an awareness talk entitled “ Aprendiendo a incluir,” (Learning to be inclusive) held at the Blue Auditorium and invited the public to put themselves in the shoes of a person suffering an impairment.

Other joint initiatives with Cilsa: Throughout 2013-2014, we organized an awareness workshop for almost 70 employees and lent a conference room for the delivery of 37 orthopedic items to unprivileged children and adults suffering from impairments.

On the other hand, in 2014, during the 128th Rural Expo, we received the

ALPI accessibility certification. After thoroughly assessing our facilities, this civil society association –devoted to neuron motor rehab– got to know our venue, general location and services. This certification reflects our relentless and deep social commitment to integration and inclusiveness. Out of a total possible score of 100 points, we were awarded an 87.5 grade, which means we got the accessibility certification in the category “adjustable premises.” Ultimately, and even if it was relevant, it drove us to tackle the challenge to continue improving the accessibility of our venue in the coming years.

### Charitable Program: Somos Todos

This is La Rural’s volunteer program that promotes open, voluntary participation of our associates. Thanks to this initiative, in 2013 we became a Cáritas relief collection point, receiving donations for the La Plata flood victims. As such, 154 external volunteers and 80 in-house volunteers received over 14,000 kilos of food, 2,500 bundles of clothing, 75,000 liters of cleaning products and 40,000 items of personal hygiene. Home appliances, linen and stationary were also received. Altogether we shipped seven truckloads of donations.

Likewise, the victims of the Luján flood received our help. With the help of our associates, we donated 1,426 liters of water, 232 diapers and 2 kilos of clothes.

### Luján Flood Relief - Collected Items

**Water: 1,426 l**
**Diapers: 232**
**Clothing: 2kg**

### Donations

In 2013, we donated technology equipment to the Fundación Equidad: Eight printers, 25 monitors and 78 CPUs; and 226 to the William C. Morris public library, located in the City of Buenos Aires. In 2014, we donated books and 250 cookie packs to the Ayres de Esperanza Fundación. In addition, we designed and printed a thousand institutional newsletters, and managed 65 lunches that were sent straight to the Fundación. By year’s end, we delivered Christmas boxes to the Sagrada Eucaristía Parrish, located in the City of Buenos Aires.

In 2013 and 2014, we purchased equipment for the SAME: an automatic portable defibrillator, a long spine board, an electric water heater, 12 fire blankets and fabric.

## ENVIRONMENTAL PILLAR

### “La Rural Recicla” Program

In 2014, under this program, we consolidated all of our initiatives to reduce the environmental impact of the garbage generated in our facilities. We promoted the reutilization of material leftovers –wood, glass, metal, panels and ceramic– from the expos and fairs to build didactic items and furniture for schools and civil society organizations, or to be used in repairs at emergency settlements.

The goal for 2014 was to collect over 35,000 kilos of reusable materials from six events. And we accomplished it. Additionally, we strengthened our bond with exhibitors of our in-house fairs, gave them information about the program and invited them to participate. During the 128th Rural Expo, the Institutional Relations Department and Fair Services contacted every exhibitor and asked them to join the program. The outcome was very good: we salvaged 164% more than in 2013.

### "La Rural Accesible" Program

Aiming at improving the accessibility of the fairground, we work jointly with NGOs to promote inclusive practices for our visitors, customers and associates to move about the premises safely. This process started in 2010 by assessing the facilities from an architectural point of view and the improvements planned are being carried out to this day.

At the 127th Rural Expo, we distributed pamphlets in braille that included a map with the improvements made for people with impairments, that is, ramps, elevators and bathrooms. These pamphlets are available at every in-house fair. They can be found at the properly designated information points.

Furthermore, with Cilsa's help, at the 2013 Rural Expo we had five additional wheelchairs for our visitors to use when needed. These were added to the five we already had.

During the Expo, Cilsa was lent a stand from which to broadcast their message. Cilsa received 6,000 visitors, disseminated information about the adjustments made and gave workshops on visual and hearing impairments. The participants discussed issues such as the importance of using the Argentine sign language and braille systems; and they learned how to use them to communicate with people with impairments.

Cilsa gave an awareness talk entitled " Aprendiendo a incluir," (Learning to be inclusive) held at the Blue Auditorium and invited the public to put themselves in the shoes of a person suffering an impairment.

Other joint initiatives with Cilsa: Throughout 2013-2014, we organized an awareness workshop for almost 70 employees and lent a conference room for the delivery of 37 orthopedic items to unprivileged children and adults suffering from impairments.

On the other hand, in 2014, during the 128th Rural Expo, we received the ALPI accessibility certification. After thoroughly assessing our facilities, this civil society association –devoted to neuron motor rehab– got to know our venue, general location and services. This certification reflects our relentless and deep social commitment to integration and inclusiveness. Out of a total possible score of 100 points, we were awarded an 87.5 grade, which means we got the accessibility certification in the category "adjustable premises." Ultimately, and even if it was relevant, it drove us to tackle the challenge to continue improving the accessibility of our venue in the coming years.

### Charitable Program: Somos Todos

This is La Rural's volunteer program that promotes open, voluntary participation of our associates. Thanks to this initiative, in 2013 we became a Cáritas relief collection point, receiving donations for the La Plata flood victims. As such, 154 external volunteers and 80 in-house volunteers received over 14,000 kilos of food, 2,500 bundles of clothing, 75,000 liters of cleaning products and 40,000 items of personal hygiene. Home appliances, linen and stationary were also received. Altogether we shipped seven truckloads of donations.

Likewise, the victims of the Luján flood received our help. With the help of our associates, we donated 1,426 liters of water, 232 diapers and 2 kilos of clothes.

### Luján Flood Relief - Collected Items

**Water: 1,426 l**
**Diapers: 232**
**Clothing: 2kg**

### Donations

In 2013, we donated technology equipment to the Fundación Equidad: Eight printers, 25 monitors and 78 CPUs; and 226 to the William C. Morris public library, located in the City of Buenos Aires. In 2014, we donated books and 250 cookie packs to the Ayres de Esperanza Fundación. In addition, we designed and printed a thousand institutional newsletters, and managed 65 lunches that were sent straight to the Fundación. By year's end, we delivered Christmas boxes to the Sagrada Eucaristía Parrish, located in the City of Buenos Aires.

In 2013 and 2014, we purchased equipment for the SAME: an automatic portable defibrillator, a long spine board, an electric water heater, 12 fire blankets and fabric.

## ENVIRONMENTAL PILLAR

### "La Rural Recicla" Program

In 2014, under this program, we consolidated all of our initiatives to reduce the environmental impact of the garbage generated in our facilities. We promoted the reutilization of material leftovers –wood, glass, metal, panels and ceramic– from the expos and fairs to build didactic items and furniture for schools and civil society organizations, or to be used in repairs at emergency settlements.

The goal for 2014 was to collect over 35,000 kilos of reusable materials from six events. And we accomplished it. Additionally, we strengthened our bond with exhibitors of our in-house fairs, gave them information about the program and invited them to participate. During the 128th Rural Expo, the Institutional Relations Department and Fair Services contacted every exhibitor and asked them to join the program. The outcome was very good: we salvaged 164% more than in 2013.

**In 2013, we recovered and donated 75,750 kilos of reusable material and, in 2014, 47,700 kilos.**

| | Number of events | Number of beneficiary institutions | Number of people trained | Amount of materials recovered | Destination of said materials | Beneficiary institutions |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2011 | 13 | 11 | 80 | 46,300 | Repairs in precarious housing, didactic games, school furniture, building or repair of wooden furniture in soup kitchens. | See table La Rural Recicla, attached to the Community table. |
| 2012 | 9 | 11 | 50 | 51,000 | Repairs in precarious housing, didactic games, school furniture, building or repair of wooden furniture (especially furniture and shelving). | See table La Rural Recicla, attached to the Community table. |
| 2013 | 6 | 13 | 62 | 77,750 | Manufacturing of libraries, chairs and didactic games. | See table La Rural Recicla, attached to the Community table. |
| 2014 | 6 | 10 | 57 | 47,700 | Manufacturing of libraries, chairs and didactic games. | See table La Rural Recicla, attached to the Community table. |

**In 2013, we s 2,105.5 kilos of paper and 32.5 kilos in plastic bottle caps for the Fundación Garraham Recycling Program. A year after that, we collected 2,102.5 kilos of paper and 26.3 kilos of plastic bottle caps.**

With our "Waste Sorting" initiative, we implemented a differentiated waste collection schedule (hazardous or non-hazardous) In addition, we have waste containers labeled "Recyclables"; "Non-recyclables" and "PET" throughout the common areas, restaurants and cafeterias, and during the fairs.

PET bottles recycling was first implemented externally in 2014, during the Rural Expo, allowing us to collect 527 kilos. This initiative goes beyond the Environmental pillar because it promotes the development of organizations that work with this type of material. In Addition, the dismantlement program also has cultural and educational value thanks to the Health and safety talks that take place before the operation.

We also joined the Earth Hour campaign. Given our commitment to sustainable development, for the fourth consecutive year, we invited our associates and citizens across the country to support this initiative by implementing measures to curtail energy consumption and preserve the environment.

## EDUCATIONAL-CULTURAL PILLAR

### La Rural guided tours, Joyas del Centenario

In 2010, we celebrated our country's bicentennial by sharing our venue's architectural and historic value with the community. That is why we rolled out the free-guided tour program that, in 2013-2014, welcomed 200 visitors. In 2013, on La Semana de Palermo, we organized a special guided tour for 36 visitors.

### Impulsarte

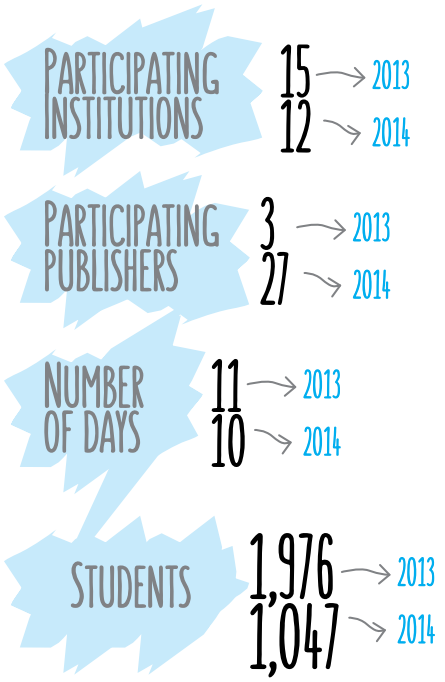
We designed this program to encourage Argentine contemporary artists and promote the art market and the ArteBA fair, expanding its regional and international reach. At every presentation of the ArteBA fair, a procurement committee selects pieces for our collection. In 2013, we acquired five works of art for a total amount of AR$ 38,500; and in 2014, four pieces for a total amount of AR$ 76,000. Ever since we started at the 2009 ArteBA, the program has set its sight on carving a space that is conducive to the development of new talent in the fine arts by purchasing works of art, thus driving their professional growth.

Throughout 2014, at Impulsarte, we displayed all the pieces acquired over the past five years; which gave our visitors the chance to enjoy the collection in full. Simultaneously, we finalized a strategic partnership with Diseñadores de Interior Argentinos Asociados (Argentine Interior Designers Association - DArA), in charge of the venue's aesthetics. The designers drew their inspiration from the idea "the light behind the things." Visitors were able to enjoy the collection hosted at the Green Building, with a chronological tour of the most diverse techniques in two-dimensional art.

### Palermo Lee

In the framework of the International Book Fair, this program's objective is to promote reading among grammar school students of the City of Buenos Aires' public education system. Palermo LEE includes an invitation to the fair, transportation and admission free of charge, a guided tour and participation in educational activities. Furthermore, thanks to the contribution of publishers and firms, the participating schools are given books to expand their libraries and an afternoon snack to enjoy at the end of the activities.

Both in 2013 and 2014, the students received a cap with the programs logo and a gift bag with books donated by the publishing companies, a juice pack and cookies.



## Trade Training Internship Program

We organized four training internships in 2013 for students from the 13 de Julio school, two for blacksmith and two for carpentry. In 2014, we coordinated four training internships for students of the same school one for blacksmith and three for carpentry.

## Mejores Vecinos Program

We think of our neighbors as a very important public for our development, they are the protagonists of the environment in which we conduct our work. In 2014, we launched the program's microsite: an online platform that allows users to access all of our programs, main results and corporate news in the sustainability area.

We want to make our contribution to a better community. That is why we opened the channels of communication, to hear from our neighbors and improve the way we relate to our environment:

- Email mejoresvecinos@larural.com.ar
- FAQ telephone number: 4777-5553
- Postal address
- Twitter: @mejoresvecinos

## Supporting organizations

**These are the institutions we supported in 2013-2014:**

- Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones y Congresos (AOCA)
- Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA)
- Asociación Internacional de Ferias de América (AFIDA)
- Buenos Aires Convention & Visitors Bureau
- Cámara Argentina de Comercio (CAC)
- Cámara Argentina de Comercio de los Estados Unidos (Amcham Argentina)
- Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo (AAAVyT)
- Consejo Interamericano de Comercio y Producción (CICYP)
- Fundación ExportAR
- Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA)
- Union of International Fairs (UFI)
- Pacto Global de las Naciones Unidas
- Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS)
- Cámara Argentina de Comercio (grupo de trabajo sobre la temática de Responsabilidad Social Empresaria)
- Miembro adherente de Empresas Amigas de Ciudad Verde (Gobierno de la Ciudad Buenos Aires)
- Comité de Sustentabilidad del Instituto para el Desarrollo Empresarial Argentino (IDEA)
- Comité de Sustentabilidad de Cámara de Comercio de los Estados Unidos en Argentina (AMCHAM)
- Sustainable Events Alliance
- Cámara Argentina de Empresas de Nutrición Animal
- Asociación de Veterinarios Especializados en Animales de Compañía Argentina
- Cámara Argentina de Fabricantes de Maquinaria Agrícola

## Civil society

- ALPI-Centro de rehabilitación de enfermedades neuromotoras
- Asociación Civil Sin Fines de Lucro Ayres de Esperanza
- Biblioteca pública William Morris
- CILSA ONG
- Cooperativa El Ceibo
- Fundación arteBA
- Fundación Compromiso
- Fundación El Libro
- Fundación Garrahan
- Fundación Huésped
- Fundación Juanito
- Fundaciones, asociaciones y ONGs participantes del programa Cesión Solidaria de Espacios – Ver capítulo "Compromiso con la Comunidad"

## Private sector

- Aique
- Albatros
- Atlántida
- AZ
- Catapulta
- Cejas Editorial
- Centro Editor Cont
- Ciccus
- Coca Cola Femsa
- Colihue
- Crecer Creando
- De La Flor
- Del Eclipse
- Del Naranjo
- Estrada
- Gran Aldea
- Heliasta
- Hola Chicos
- Iamiqué
- Imaginador
- Kapelusz
- La Brujita
- Lea
- Libros Zorro Rojo
- Macmillan
- Okebon
- Paper Mate
- Paulinas
- Petersen Cocineros
- Pictus
- Puerto de Palos
- Siglo XXI
- Signar
- Sudamericana

## public sector

- Agencia de Protección Ambiental de la Ciudad (APRA)
- CEAMSE
- Centros de Gestión y Participación (CGP)
- Comuna 14 (Palermo), Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Dirección de Tránsito del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
- Dirección Gral. de Habilitaciones y Permisos del GCBA
- Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA)
- Miembro adherente de Empresas Amigas de Ciudad Verde (Gobierno de la Ciudad Buenos Aires)
- Ministerio de Ambiente y Espacio Público de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Ministerio de Educación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Ministerio de Turismo de la Nación
- Municipalidad de San Isidro.
- Secretaría de la Provincia de Buenos Aires
- Sistema de Atención Médica de Emergencias (SAME)
- Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires

# GRI INDICATORS (G4)

| GENERAL STANDARD DISCLOSURES | | |
|---|---|---|
| GENERAL STANDARD DISCLOSURES | PAGE | UN GLOBAL COMPACT |
| **Strategy and analysis** | | |
| G4-1: Provide a statement from the most senior decision maker of the organization (such as CEO, chair, or equivalent senior position) about the relevance of sustainability to the organization and the organization's strategy for addressing sustainability. | 4 | |
| G4-2: Provide a description of key impacts, risks, and opportunities. | 4, 5, 21-22, 26-27 | |
| **Organizational profile** | | |
| G4-3: Report the name of the organization | 4 | |
| G4-4: Report the primary brands, products, and services. | 14-17 | |
| G4-5: Report the location of the organization's headquarters. | 14 | |
| G4-6: Report the number of countries where the organization operates, and names of countries where either the organization has significant operations or that are specifically relevant to the sustainability topics covered in the report. | 17 | |
| G4-7: Report the nature of ownership and legal form. | 19 | |
| G4-8: Report the markets served (including geographic breakdown, sectors served, and types of customers and beneficiaries). | 15-17, 61 | |
| G4-9: Report the scale of the organization, including: Total number of employees, Total number of operations, Net sales (for private sector organizations) or net revenues (for public sector organizations), Total capitalization broken down in terms of debt and equity (for private sector organizations), Quantity of products or services provided. | 22, 47. Note1 | |
| G4-10: Report the total number of employees by employment contract and gender. Report the total number of permanent employees by employment type and gender. Report the total workforce by employees and supervised workers and by gender. Report the total workforce by region and gender. Report whether a substantial portion of the organization's work is performed by workers who are legally recognized as self-employed, or by individuals other than employees or supervised workers, including | 47. Nota 2 | Principio 6 |
| employees and supervised employees of contractors. Report any significant variations in employment numbers (such as seasonal variations in employment in the tourism or agricultural industries). | 47. Note 2 | Principle # 6 |
| G4-11: Report the percentage of total employees covered by collective bargaining agreements. | 47 | Principle # 3 |
| G4-12: Describe the organization's supply chain. | 57 | |
| G4-13: Report any significant changes during the reporting period regarding the organization's size, structure, ownership, or its supply chain, including: | 26-27, 35-36 | |
| - Changes in the location of, or changes in, operations, including facility openings, closings, and expansions. | 11, 41, 68-72 | |
| - Changes in the share capital structure and other capital formation, maintenance, and alteration operations (for private sector organizations). | 18, 23 | |
| **Identified material aspects and boundaries** | | |
| G4-17: List all entities included in the organization's consolidated financial statements or equivalent documents. Report whether any entity included in the organization's consolidated financial statements or equivalent documents is not covered by the report. | Note 4 | |
| G4-18: Explain the process for defining the report content and the Aspect Boundaries. | 11, 41, 68-72 | |
| Explain how the organization has implemented the Reporting Principles for Defining Report Content. | 8-9 | |
| G4-19: List all the material Aspects identified in the process for defining report content. | 10 | |
| G4-20: For each material Aspect, report the Aspect Boundary within the organization, as follows: Report whether the Aspect is material within the organization, If the Aspect is not material for all entities within the organization (as described in G4-17), select one of | 10 | |
| the following two approaches and report either: The list of entities or groups of entities included in G4-17 for which the Aspect is not material or The list of entities or groups of entities included in G4-17 for which the Aspects is material, Report any specific limitation regarding the Aspect Boundary within the organization. | 10 | |

| | | |
|---|---|---|
| G4-21: For each material Aspect, report the Aspect Boundary outside the organization, as follows: Reprt whether the Aspect is material outside of the organization, If the Aspect is material outside of the organization, identify the entities, groups of entities or elements for which the Aspect is material. In addition, describe the geographical location where the Aspect is material for the entities identified, Report any specific limitation regarding the Aspect Boundary outside the organization. | 10 | |
| G4-22: Report the effect of any restatements of information provided in previous reports, and the reasons for such restatements. | Note 5 | |
| G4-23: Report significant changes from previous reporting periods in the Scope and Aspect Boundaries. | Note 6 | |
| **Stakeholder engagement** | | |
| G4-24: Provide a list of stakeholder groups engaged by the organization. | 28 | |
| G4-25: Report the basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage. | 28 | |
| G4-26: Report the organization's approach to stakeholder engagement, including frequency of engagement by type and by stakeholder group, and an indication of whether any of the engagement was undertaken specifically as part of the report preparation process. | 8, 28-31, 51, 59, 67 | |
| G4-27: Report key topics and concerns that have been raised through stakeholder engagement, and how the organization has responded to those key topics and concerns, including through its reporting. Report the stakeholder groups that raised each of the key topics and concerns. | 8-10, 30-31, 51 | |
| **Report profile** | | |
| G4-28: Reporting period (such as fiscal or calendar year) for information provided. | 11 | |
| G4-29: Date of most recent previous report (if any). | Note 7 | |
| G4-30: Reporting cycle (such as annual, biennial). | Note 8 | |
| G4-31: Provide the contact point for questions regarding the report or its contents. | Retiración de contratapa. | |
| G4-32: Report the 'in accordance' option the organization has chosen. Report the GRI Content Index for the chosen option. Report the reference to the External Assurance Report, if the report has been externally assured. GRI recommends the use of external assurance but it is not a requirement to be 'in accordance' with the Guidelines. | 11, 115 | |
| G4-33: Report the organization's policy and current practice with regard to seeking external assurance for the report. If not included in the assurance report accompanying the sustainability report, report the scope and basis of any external assurance provided. | | |
| Report the relationship between the organization and the assurance providers. Report whether the highest governance body or senior executives are involved in seeking assurance for the organization's sustainability report. | Note 9 | |
| **Governance** | | |
| G4-34: Report the governance structure of the organization, including committees of the highest governance body. Identify any committees responsible for decision-making on economic, environmental and social impacts. | 19-20 | |
| G4-35: Report the process for delegating authority for economic, environmental and social topics from the highest governance body to senior executives and other employees. | 19, 21 | |
| G4-36: Report whether the organization has appointed an executive-level position or positions with responsibility for economic, environmental and social topics, and whether post holders report directly to the highest governance body. | 19, 21 | |
| G4-37: Report processes for consultation between stakeholders and the highest governance body on economic, environmental and social topics. If consultation is delegated, describe to whom and any feedback processes to the highest governance body. | 19, 21 | |
| G4-38: Report the composition of the highest governance body and its committees by: Executive or non-executive, Independence, Tenure on the governance body, Number of each individual's other significant positions and commitments, and the nature of the commitments, Gender, Membership of under-represented social groups, Competences relating to economic, environmental and social impacts, Stakeholder representation. | 19 | |
| G4-39: Report whether the Chair of the highest governance body is also an executive officer (and, if so, his or her function within the organization's management and the reasons for this arrangement). | Note 10 | |

| | | |
|---|---|---|
| G4-40: Report the nomination and selection processes for the highest governance body and its committees, and the criteria used for nominating and selecting highest governance body members, including: Whether and how diversity is considered, Whether and how independence is considered, Whether and how expertise and experience relating to economic, environmental and social topics are considered, Whether and how stakeholders (including shareholders) are involved. | Note 11 | |
| G4-41: Report processes for the highest governance body to ensure conflicts of interest are avoided and managed. Report whether conflicts of interest are disclosed to stakeholders, including, as a minimum: Cross-board membership, Cross-shareholding with suppliers and other stakeholders, Existence of controlling shareholder, Related party disclosures. | 22 | |
| G4-42: Report the highest governance body's and senior executives' roles in the development, approval, and updating of the organization's purpose, value or mission statements, strategies, policies, and goals related to economic, environmental and social impacts. | Note 12 | |
| G4-44: Report the processes for evaluation of the highest governance body's performance with respect to governance of economic, environmental and social topics. Report whether such evaluation is independent or not, and its frequency. Report whether such evaluation is a self-assessment. Report actions taken in response to evaluation of the highest governance body's performance with respect to governance of economic, environmental and social topics, including, as a minimum, changes in membership and organizational practice. | Note 13 | |
| G4-45: Report the highest governance body's role in the identification and management of economic, environmental and social impacts, risks, and opportunities. Include the highest governance body's role in the implementation of due diligence processes. Report whether stakeholder consultation is used to support the highest governance body's identification and management of economic, environmental and social impacts, risks, and opportunities. | 19, 21 | |
| G4-46: Report the highest governance body's role in reviewing the effectiveness of the organization's risk management processes for economic, environmental and social topics | 19, 21 | |
| G4-47: Report the frequency of the highest governance body's review of economic, environmental and social impacts, risks, and opportunities. | 19, 21 | |
| G4-48: Report the highest committee or position that formally reviews and approves the organization's sustainability report and ensures that all material Aspects are covered. | 9 | |
| G4-49: Report the process for communicating critical concerns to the highest governance body. | 19, 21 | |
| G4-51: Report the remuneration policies for the highest governance body and senior executives for the below types of remuneration: Fixed pay and variable pay (Performance-based pay, Equity-based pay, Bonuses, Deferred or vested shares), Sign-on bonuses or recruitment incentive payments, Termination payments, Clawbacks, Retirement benefits, including the difference between benefit schemes and contribution rates for the highest governance body, senior executives, and all other employees. Report how performance criteria in the remuneration policy relate to the highest governance body's and senior executives' economic, environmental and social objectives. | Note 14 | |
| **Ethics and integrity** | | |
| G4-56: Describe the organization's values, principles, standards and norms of behavior such as codes of conduct and codes of ethics | 14, 22, 26 | Principle # 10 |
| G4-57: Report the internal and external mechanisms for seeking advice on ethical and lawful behavior, and matters related to organizational integrity, such as helplines or advice lines.. | 22 | Principle # 10 |

| SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES | | | | |
|---|---|---|---|---|
| MATERIAL ASPECTS | G4-DMA AND INDICATORS | PAGE | OMISSIONS | UN GLOBAL COMPACT |
| **Economic** | | | | |
| **Economic Performance** | G4-DMA | 4, 8-10, 21, 26-27 | | |
| | G4-EC1: Direct economic value generated and distributed. | 22, 67 | | |
| | G4-EC2: Financial implications and other risks and opportunities for the organization's activities due to climate change. | 36 | | Principle # 7 |
| | G4-EC3: Coverage of the organization's defined benefit plan obligations. | Note 15 | | |
| | G4-EC4: Financial assistance received from government. | Note 16 | | |
| **Market Presence** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 47-48 | | |
| | G4-EC6: Proportion of senior management hired from the local community at significant locations of operation. | Note 17 | | Principle # 6 |
| **Indirect Economic Impacts** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 59, 67 | | |
| | G4-EC7: Development and impact of infrastructure investments and services supported. | 8. Note 18 | | |
| | G4-EC8: Significant indirect economic impacts, including the extent of impacts. | 59-60 | | |
| **Procurement Practices** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 57-59 | | |
| | G4-EC9: Proportion of spending on local suppliers at significant locations of operation. | 57 | | |
| | G4-EO9: Type and sustainability performance of dourcing initiatives. | 57-59. Note 19 | | |
| | G4-EO10: Type, amount and impact of benefits, financial and in kind, received by the event organizer from suppliers. | Note 20 | | |
| **Environmental** | | | | |
| **Energía** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 35-36, 39, 41 | | |
| | G4-EN3: Energy consumption within the organization. | 39 | | Principle #s 7 y 8 |
| | G4-EN5: Energy intensity. | Note 21 | | Principle # 8 |
| | G4-EN6: Reduction of energy consumption. | 39 | | Principle #s 8 y 9 |
| | G4-EN7: Reductions in energy requirements of products and services. | 39 | | Principle #s 8 y 9 |
| **Water** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 35, 38 | | |
| | G4-EN8: Total water withdrawal by source. | 38 | | Principle #s 7 y 8 |
| | G4-EN9: Water sources significantly affected by withdrawal of water. | Note 22 | Note 23 | Principle # 8 |
| | G4-EN10: Percentage and total volume of water recycled and reused. | Note 22 | Note 24 | Principle # 8 |
| **Emissions** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 35-36, 39, 41 | | |
| | G4-EN15: Direct Greenhouse Gas (GHG) emissions (scope 1). | Note 25 | | Principle #s 7 y 8 |
| | G4-EN19: Reduction of greenhouse gas (ghg) emissions. | 39-40 | | Principle #s 8 y 9 |
| | G4-EN21: NOx, SOx, and other significant air emissions. | Note 26 | | Principle #s 7 y 8 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Effluents and Waste** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 35, 37-38, 41, 62-63 | | |
| | G4-EN22: Total water discharge by quality and destination. | Note 22 | Note 23 | Principle # 8 |
| | G4-EN23: Total weight of waste by type and disposal method. | 37 | | Principle # 8 |
| | G4-EN24: Total number and volume of significant spills. | Note 22 | Note 23 | Principle # 8 |
| | G4-EN25: Weight of transported, imported, exported, or treated waste deemed hazardous under the terms of the basel convention annex i, ii, iii, and viii, and percentage of transported waste shipped internationally. | 37 | | Principle # 8 |
| | G4-EN26: Identity, size, protected status, and biodiversity value of water bodies and related habitats significantly affected by the organization's discharges of water and runoff. | Note 22 | Note 23 | Principle # 8 |
| **Compliance** | G4-DMA | 8-10, 22, 26-27 | | |
| | G4-EN29: Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for noncompliance with environmental laws and regulations. | Note 27 | | Principle # 8 |
| **Transport** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 35, 41 | | |
| | G4-EN30: Significant environmental impacts of transporting products and other goods and materials for the organization's operations, and transporting members of the workforce. | 41 | Note 28 | Principle # 8 |
| **Overall** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 35 | | |
| | G4-EN31: Total environmental protection expenditures and investments by type. | 35 | | Principle #s 7, 8 y 9 |
| **Supplier Environmental Assessment** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 57-58, 60-61 | | |
| | G4-EN32: Percentage of new suppliers that were screened using environmental criteria. | 60-61 | Note 29 | Principle # 8 |
| **Social: labor practices and decent work** | | | | |
| **Employment** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 47-48 | | |
| | G4-LA1: Total number and rates of new employee hires and employee turnover by age group, gender and region. | 49. Note 30 | | Principle # 6 |
| | G4-LA2: Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees, by significant locations of operation. | 51 | | |
| | G4-LA3: Return to work and retention rates after parental leave, by gender. | Note 31 | | Principle # 6 |
| **Occupational Health and Safety** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 52-53, 73 | | |
| | G4-LA5: Percentage of total workforce represented in formal joint management–worker health and safety committees that help monitor and advise on occupational health and safety programs. | Note 22 | Note 32 | |
| | G4-LA6: Type of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and total number of work related fatalities, by region and by gender. | 52 | Note 33 | |
| | G4-LA7: Workers with high incidence or high risk of diseases related to their occupation. | Note 22 | Note 34 | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Training and Education** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 49-50 | | |
| | G4-LA9: Average hours of training per year per employee by gender, and by employee category. | 50. Note 30 | | Principle # 6 |
| | G4-LA10: Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings. | 49-50 | | |
| | G4-LA11: Percentage of employees receiving regular performan-ce and career development reviews, by gender and by employee category. | | | |
| | 50. Note 30 | | Principle # 6 | |
| **Diversity and Equal Opportunity** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 47-48 | | |
| | G4-LA12: Composition of governance bodies and breakdown of employees per employee category according to gender, age group, minority group membership, and other indicators of diversity. | 19, 47 | | Principle # 6 |
| | | | | |
| **Supplier Assessment for Labor Practices** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 57-58, 60-61 | | |
| | G4-LA14: Percentage of new suppliers that were screened using labor practices criteria. | 58, 60-61, Note 35 | Note 29 | |
| | G4-LA15: Significant actual and potential negative impacts for labor practices in the supply chain and actions taken. | | | |
| **Social: Human Rights** | | | | |
| **Non-discrimination** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 47-48, 57-58 | | |
| | G4-HR3: Total number of incidents of discrimination and correc-tive actions taken. | Note 37 | | Principle # 6 |
| **Supplier Human** | | | | |
| **Rights Assessment** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 57-58, 60-61 | | |
| | G4-HR10: Percentage of new suppliers that were screened using human rights criteria. | 58, 60-61, Note 38 | Note 29 | Principle # 2 |
| | G4-HR11: Significant actual and potential negative human rights impacts in the supply chain and actions taken. | | Note 36 | Principle # 2 |
| **Social: Society** | | | | |
| **Local Communities** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 67 | | |
| | G4-SO1: Percentage of operations with implemented local community engagement, impact assessments, and development programs. | 67 | | Principle # 1 |
| | G4-EO4: Expressions of dissent by type, issue, scale and response | 31 | | |
| **Anti-corruption** | G4-DMA | 8-10, 22, 26-27 | | |
| | G4-SO4: Communication and training on anti-corruption policies and procedures. | 22 | | Principle # 10 |
| | G4-SO5: Confirmed incidents of corruption and actions taken. | Note 39 | | Principle # 10 |
| **Compliance** | G4-DMA | 8-10, 22, 26-27 | | |
| | G4-SO8: Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with laws and regulations. | Note 40 | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Supplier Assessment for Impacts on Society** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 57-58, 60-61 | | |
| | G4-SO9: Percentage of new suppliers that were screened using criteria for impacts on society. | 58, 60-61, Note 35 | Note 29 | |
| | G4-SO10: Significant actual and potential negative impacts on society in the supply chain and actions taken. | Note 36 | | |
| **Inclusivity** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 62, 74 | | |
| | G4-EO6: Type and impacts of initiatives to create an accessible environment. | 62, 74 | | |
| **Customer Health and Safety** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 57-58, 60-61, 63 | | |
| | G4-PR1: Percentage of significant product and service categories for which health and safety impacts are assessed for improvement. | 57-58, 60-61, 63 | | |
| | G4-PR2: Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning the health and safety impacts of products and services during their lifecycle, by type of outcomes. | Note 41 | | |
| | G4-EO7: Number and type of injuries, fatalities and notifiable incidents for atendees, and other relevant stakeholders. | Note 42 | | |
| **Product and Service Labeling** | G4-DMA | 8-10, 22, 26-27 | | |
| | G4-PR3: Type of product and service information required by the organization's procedures for product and service information and labeling, and percentage of significant product and service categories subject to such information requirements. | Note 43 | | |
| | G4-PR4: Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning product and service information and labeling, by type of outcomes. | Note 41 | | |
| **Compliance** | G4-DMA | 8-10, 22, 26-27 | | |
| | G4-PR9: Monetary value of significant fines for non-compliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services. | Note 41 | | |
| **Food and Beverage** | G4-DMA | 8-10, 26-27, 60 | | |
| | G4-EO8: Percentage of and access to food and beverage that meets the organizer´s policies or local, national or international standards. | 60 | | |
| **Soft and Hard Legacies** | G4-DMA | 8-10, 15, 26-27, 41-42, 49-50, 62-63, 73-74, 76-77, 79-81 | | |
| | G4-EO11: Number and impact of sustainability initiatives designed to raise awareness, share knowledge and impact behaviour change, and results achieved. | 15, 41-42, 49-50, 62-63, 73-74, 76-77, 79-81 | | |
| | G4-EO12: Nature and extent of knowledge transfer of best practice, and lessons learned. | 39, 41-42, 59 | | |
| | G4-EO13: Number, type and impact of physical and technological legacies. | 15, 69-72, 75 | | |

**Note 1:** Total capitalization breakdown is not disclosed due to confidentiality reasons.

**Note 2:** The company only operates in the Autonomous City of Buenos Aires, therefore no itemization per region is presented since it is deemed irrelevant.

**Note 3:** No meaningful changes in terms of size, structure, or ownership of our company took place. Different official suppliers were registered or cancelled. In 2013, 6 suppliers were cancelled and 4 new were registered. In 2014, 10 suppliers were cancelled and a new one was registered.

**Note 4:** The Annual Financial Report as well as this Sustainability Report comprise the same company and operations.

**Note 5:** In case of restatements of information from previous reports, these will be clarified with a footnote on the corresponding page of this Report.

**Note 6:** There are no meaningful changes in terms of scope and coverage of this Report.

**Note 7:** 2011-2012 Sustainability Report

**Note 8:** Reports are presented biennially.

**Note 9:** This document has not been externally verified.

**Note 10**: The President of our company holds no executive position in it.

**Note 11:** Shareholders annually appoint their representatives in the Board of Directors to their own judgment, according to the experience and representation in all the different areas of relevance of the company‘s administration.

**Note 12:** The Board of Directors and the Executive Board are responsible for the approval and update of the company's policies and statements on economic, social and environmental matters.

**Note 13:** Members of the Board carry out a general evaluation on the company's management, and also a self-evaluation based on previously set goals. An administrative, financial, and legal audit is annually conducted by an external firm independent from La Rural.

**Note 14:** All company associates receive a monthly wage and an annual bonus according to the fulfillment of their goals and an assessment of their performance.

**Note 15:** Currently we have a retirement plan policy solely for exempt staff members.

**Note 16:** During this period we have not received any economic support from the Government.

**Note 17:** 100% of the company's top management is Argentine.

**Note 18:** We are deeply convinced that the company cannot operate irrespective of a social, economic, environmental commitment. It is the only way to encourage a better society and environment for all. We work in synergy with community organizations through different programs. We are certain that our business cannot divorce itself from the value chain, and it is through our social investment that we seek to strengthen the relations with our target audiences with whom we relate to contribute to the social development. An impact will only be possible through the continuity of CSR programs, which have always brought about positive results.

**Note 19:** As for print material, we hire printing companies that work with the CFS certificate, which guarantees that products are supplied from responsibly managed forests, and bring about environmental, social, and economic benefits.

**Note 20:** During this year the company received different benefits from suppliers such as discount on the setup of institutional stands at fairs and events, on gastronomy and service charge, plus other benefits and discounts on services and products provided by registered suppliers.

**Note 21:** Energy intensity: 1,520 j/m2, taking as denominator a surface of 122,962 square meters.

**Note 22:** This indicator does not apply for La Rural.

**Note 23:** Due to the nature of La Rural's business, this indicator is not material for its operations.

**Note 24:** Our premises do not use any other water source rather than the one provided by the water supply system.

**Note 25:** The main emissions produced at the premises come from the combustion of fossil fuels (diesel oil), which totals 33,561.9 kilograms of $CO_2$. For this calculation we took as fuel reference (Diesel oil) the chemical formula $C_{12}H_{23}$, of an average density of de 0,85 kg/l at a room temperature of 15º Celsius.

**Note 26:** This type of emissions is not generated at La Rural.

**Note 27:** No incidents were reported during this period.

**Note 28:** We have developed actions to encourage the use of public transport on the part of our associates, and, mainly, of our visitors. Accordingly, we have joined the Ciudad Verde initiative jointly with the Buenos Aires City Government, promoting sustainable mobility initiatives. We do not have systematized tools to assess transport impact due to the number of employees and the location of our premises.

**Note 29:** We will work towards the systematization of the number of new suppliers screened on these fields. This information will be included in future reports.

**Note 30:** There are no volunteer workers who participate in La Rural's

operations.

**Note 31:** Four women had the right to request a maternity leave and exercise it, 100% of them return to work after said leave. Three men were entitled to a parental leave and requested it; 100% of them return to work after the aforementioned.

**Note 32:** Due to the nature of our business, La Rural does not have a Health and Safety Committee. We develop specific health and safety actions according to the specific needs of our activities. These actions are described on pages 52, 53, and 73 of this Report.

**Note 33:** We work towards the systematization of occupational safety rates of our contractors, to include them in the upcoming reports.

**Note 34:** No position in our company entails a hazard to employees' health.

**Note 35:** 100% of our suppliers must comply with existing regulations, with form 931 of AFIP (Argentinean Tax Authority), and an affidavit of the social security payments and contributions made for their permanent staff of employees and their consequent monthly payments.

**Note 36:** Only one supplier had to be cancelled, after he had failed to submit the social security payments for his permanent staff for 3 consecutive months.

**Note 37:** No incidents of discrimination were recorded.

**Note 38:** 100% of suppliers are screened using human rights criteria. Each supplier's contract include a clause on human rights whereby they commit to respect people's human rights, avoid discrimination, harassment, abuse and/or intimidation of any kind.

**Note 39:** No incidents of corruption were reported.

**Note 40:** During the 2013-2014 period, we registered three monetary fines and sanctions for non-compliance of the following laws and regulations:
(i) I.N.C.A.A. Infringement Act #. 740/2013. Alleged infringement to Act#17,741. Non-monetary sanction
(ii) Ministry of Economy and Public Finance vs. LRSA and ENUSA. Alleged infringement to S.C.D and D.C. National Resolution # 7/2002 regulatory of the Fair Trade Act# 22.802. Monetary value: AR$8,000.
(iii) Complaint for disturbing noise. Alleged infringement to Article 82 Buenos Aires City Government Code of Urban Coexistence. Non-monetary sanction.

**Note 41:** No incidents were reported during this period.

**Note 42:** Interventions due to emergencies: 37 in 2013, and 30 in 2014, due to the following events:
- Fire alarms: 8
- Fires: 16
- People's assistance: 17.
- Preventions: 16.
- Stuck elevator: 7.
- Other services: 3.

In 2013, there were 7 people with injuries, mainly related to: traumas, severe allergic reactions, Serotonin syndrome, edema, and burns. In 2014 11 people suffered injuries mainly related to: wounds, hypertension, traumas, intracranial injury (TBI), multiple injuries, stroke, and epileptic seizures.

**Note 43:** The regulations we abide by at La Rural as to safety and hygiene is Act# 19,587, Executive order 351/79.

RS

LA RURAL
Predio Ferial de Buenos Aires