



2017-18

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD



REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2018

ÍNDICE

Index

1. MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL

PÁG. 7

1. Letter from La Rural´s CEO

2. CARTA DEL DIRECTOR DE RELACIONES INSTITUCIONALES

PÁG. 11

2. Letter from the Director of Institutional Relations

3. LA RURAL, UN EMBLEMA DE LA ARGENTINA

PÁG. 15

3. La Rural, a Hallmark of Argentina

3.1. Unidades estratégicas para nuestro negocio	19
3.1. Strategic units for our business	
3.2. Interactividad en la nueva plataforma web	23
3.2. New interactive web platform	
3.3. Mejoras en infraestructura e innovación tecnológica	26
3.3. Improving our infrastructure and technological innovation	
3.4. Consolidación regional	29
3.4. Our market consolidation	

4. LA SUSTENTABILIDAD COMO ESTRATEGIA

PÁG. 31

4. Sustainability as a Strategy

4.1. Metas 2019-2020	35
4.1. Goals 2019-2020	
4.2. Acerca de la Memoria	36
4.2. Report Profile	
4.3. Temas materiales de nuestro negocio	37
4.3. Business Material Issues	
4.4. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como parte de nuestra estrategia	38
4.4. Sustainable Development Goals (SDGs) as part of our strategy	
4.5. Nuestro foco de interacción social	40
4.5. Improving our infrastructure and technological innovation	
4.6. La Rural se impone en las redes sociales	41
4.6. La Rural leads in social media	
4.7. Orgullosos de ser premiados y reconocidos	42
4.7. Proud to be recognized and celebrated	

5. ESTRUCTURA DE GOBIERNO CORPORATIVO

PÁG. 45

5. Company Governance Structure

5.1. Comité Ejecutivo	46
5.1. Executive Committee	
5.2. Proceso de delegación de autoridad	47
5.2. Decision-making delegation process	
5.3. Organigrama La Rural S.A.	48
5.3. Organization chart La Rural S.A.	
5.4. Diálogo con los grupos de interés	50
5.4. Dialogue with our Stakeholders	
5.5. Capacitación del Directorio y Comité Ejecutivo	50
5.5. Executive Committee Training	
5.6. Ética y transparencia: nuevos manuales de procedimientos internos	51
5.6. Ethics and transparency: new internal procedures handbook	

6. CONTEXTO ECONÓMICO

PÁG. 53

6. Economic Context

6.1. Desempeño económico	55
EC Economic Performance	

7. NUESTRO CAPITAL HUMANO

PÁG. 57

7. Our Human Capital

7.1. Perfil de nuestros colaboradores	58
7.1. Staff profile	
7.2. Selección de nuestros recursos	60
7.2. Personnel selection	
7.3. Programa de desarrollo profesional	62
7.3. Professional development program	
7.4. Evaluación de desempeño	64
7.4. Performance evaluation	
7.5. Salud y seguridad en el trabajo	64
7.5. Occupational Health and Safety Administration	
7.6. La Rural Saludable	66
7.6. La Rural Saludable	
7.7. La Rural Te Cuida	68
7.7. La Rural Te Cuida	
7.8. Relaciones de trabajo	71
7.8. Labor relations	
7.9. Beneficios a los colaboradores	72
7.9. Collaborators' benefits	
7.10. El diálogo interno	74
7.10. Internal dialogue	

8. NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE

PÁG. 77

8. Our Commitment to the Environment

8.1. Nuestro aporte frente al cambio climático	79
8.1. Our contribution in the fight against climate change	
8.2. Sistema de gestión de residuos	80
8.2. Waste management	
8.3. La Rural Recicla	82
8.3. La Rural Recycles	
8.4. Gestionamos nuestros recursos	87
8.4. Managing our resources	
8.5. Iniciativas para reducir nuestra huella de carbono	91
8.5. Initiatives taken to reduce our carbon footprint	

9. INTEGRANDO A LA CADENA DE VALOR

PÁG. 95

9. Integrating Our Value Chain

9.1. Nuevas oportunidades laborales	98
9.1. We create job opportunities	
9.2. Cómo elegimos a nuestros proveedores	99
9.2. How do we choose our suppliers	
9.3. Sistema de evaluación	101
9.3. Supplier Evaluation	
9.4. Auditorías internas	102
9.4. Internal Audits	
9.5. Programa de control de proveedores gastronómicos	104
9.5. Control Program for our Food AND Beverage Suppliers	
9.6. Novedades para nuestros clientes	104
9.6. News for our Clients	
9.7. Mecanismos de comunicación y espacios de participación	106
9.7. Communication Channels and Engagement	

10. NUESTRA INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD

PÁG. 109

10. Our Investment in the Community

10.1. Líderes en el mercado de “Cesiones Solidarias”	113
10.1. Market leaders in “Comidas Solidarias” (Charitable Soup Kitchens)	
10.2. Nuestras acciones en la comunidad	116
10.2. Our Actions in the Community	
10.3. Comprometidos con la creación de un ambiente accesible	122
10.3. Committed to Creating an Accessible Environment	
10.4. El diálogo es el centro de nuestra comunicación	127
10.4. Dialogue is at the center of our communication	

11. INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD – GRI G4 Y PACTO GLOBAL DE LAS NACIONES UNIDAS

PÁG. 129

11. Sustainability Indicators - GRI G4 and United Nations Global Compact



MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL

Letter from La Rural's CEO

PALABRAS DEL DIRECTOR GENERAL DE LA RURAL

Words of La Rural's CEO

Quienes conformamos este grupo humano, estamos convencidos de que la sustentabilidad es un diferencial que debemos trabajar con compromiso y convicción todos los días, siendo signo de transparencia y progreso como parte del negocio.

Estamos orgullosos de los logros alcanzados durante el período reportado. Nuestra actividad dentro del predio se incrementó en un 15% respecto a la edición anterior (2015-2016), lo que significa la realización de 20 ferias propias, 74 ferias de terceros, 183 congresos, convenciones y seminarios, y 386 eventos.

Hemos sido testigos y escenario de grandes acontecimientos como el regreso del clásico **“Vinos & Bodegas”**, más de 20 mil espectadores en el **Buenos Aires Padel Master** —donde nos consolidamos como organizadores de eventos deportivos—, fuimos el Centro Internacional de Transmisiones para los **JJOO de la juventud Bs. As. 2018** y recibimos a casi 60 mil personas que nos eligieron para cerrar su año en **Celebration!**. Además, volvimos a ser los favoritos de las familias con una oferta de contenidos novedosa y variada para **Nuestros Caballos** y **Nuestros Perros**; las 6 ediciones de **Food Fest BA**; y finalmente la **Exposición Rural**, que cada año cuenta con más de un millón de asistentes que la hacen parte de su historia.

Dimos un paso más en la meta por extender nuestro *know-how* y, gracias al esfuerzo de todo el equipo, resultamos adjudicatarios, junto con empresas miembros de la Unión Transitoria (La Rural S.A. – OFC S.R.L. – Ogden Argentina S.A – Entretenimiento Universal S.A Unión Transitoria) de la concesión del Centro de Convenciones Buenos Aires (CEC Buenos Aires), en cuyo primer año de gestión fue sede de más de 30 eventos nacionales e internacionales de gran relevancia como el G20, el Congreso Anual de Radiología, el Encuentro Nacional de Intendentes, entre otros, posicionándose como uno de los mayores impulsores del turismo de reuniones en Buenos Aires.

Those of us who are a part of this team are convinced sustainability is a differentiating factor, one we have to work on every day with commitment and conviction, making it a sign of business' transparency and evolution.

We are proud of our accomplishments in the reported period. Activity grew by 15% in relation to the previous reported period (2015-2016), which translates into 20 in-house fairs, 74 third-party fairs, 183 conferences, conventions and seminars, as well as 386 events.

*We have witnessed and hosted major events such as the return of the classic **“Vinos y Bodegas” (Wines and Wineries); the Buenos Aires Padel Master** which, with over 20,000 spectators, consolidated our position as sporting events organizers; served as the International Broadcasting Hub for the **2018 B.A. Youth Olympics**; and opened our doors to nearly 60,000 people who chose to enjoy their New Year's eve with us at **Celebration!** Additionally, we were a preferred venue for families due to new and diverse content: **Nuestros Caballos** (Our Horses) and **Nuestros Perros** (Our Dogs) shows; the 6th **Food Fest BA**; and lastly, the **Rural Expo** which welcomes every year over one million visitors who have chosen to make it part of their life.*

We went further in our goal to expand our know-how and, thanks to our team's effort, we secured the licensing of the Buenos Aires Convention Center (CEC Buenos Aires - City of Buenos Aires Convention Center) in partnership with other companies member of the Joint Venture (La Rural S.A- OFC S.R.L. – Ogden Argentina S.A – Entretenimiento Universal S.A Unión Transitoria). In the first year with the new management at the helm, the venue hosted over thirty international and domestic high-profile events such as the G-20, the Annual Radiology Conference, the Encuentro Nacional de Intendentes (National Mayor's Meeting) among others, positioning the venue as one of the main drivers of meeting tourism in Buenos Aires.

Todo esto es posible por la convicción que nos mueve a diario de dar lo mejor de nosotros para alcanzar los objetivos comunes. Agradezco y felicito al equipo que hace posible todo lo mencionado. Los invito a continuar conociendo nuestros logros y próximos desafíos.

¡Sean bienvenidos!



Claudio Dowdall

Director General de La Rural S.A.

La Rural S.A. CEO

All of this is possible thanks to the conviction that moves us to give the best of ourselves in the pursuit of our common objectives. I want to express my gratitude and congratulate the team that makes it all come true as well as invite you to keep learning about our accomplishments and future challenges.

Welcome!





CARTA DEL DIRECTOR DE RELACIONES INSTITUCIONALES



Letter from the Director of Institutional Relations

CARTA DEL DIRECTOR DE RELACIONES INSTITUCIONALES

Letter from the Director of Institutional Relations

En pos de afianzar un canal más de comunicación que evidencia nuestro compromiso con la sustentabilidad, es que presentamos la quinta edición de nuestro reporte alineado con nuestra estrategia de Responsabilidad Social.

Siguiendo la metodología de los estándares de Global Reporting Initiative (GRI), este documento incluye los logros obtenidos en materia económica, social y ambiental en 2017-2018, así como las metas que establecimos para el ciclo de los siguientes dos años.

Como promotores del desarrollo sostenible, en La Rural S.A., buscamos participar a todos nuestros grupos de interés en iniciativas de orden social, educativo-cultural y ambiental. De esta manera, avanzamos hacia una gestión con foco no sólo en nuestras propias acciones, sino también en integrar a toda la cadena de valor.

A nivel internacional, mantuvimos nuestro compromiso con los principales lineamientos en materia de sustentabilidad, como el Pacto Global de Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Con el constante entusiasmo por crecer e innovar, destacamos algunas de las iniciativas y mejoras que realizamos durante el período 2017-2018:

In order to open yet another communication channel and show our commitment to sustainability, we present the Fifth Report in alignment with our Social Responsibility strategy.

Adopting the methodology of the Global Reporting Initiative (GRI), this document includes accomplishments in economic, social and environmental issues for the 2017-2018 period as well as the goals set for the upcoming two-year cycle.

As advocates of sustainable development, La Rural S.A. seeks to involve all stakeholders in our social, educational-cultural and environmental initiatives. In this way, we move towards a management style that focuses not only on our own actions but also on the engagement of our whole value chain.

In terms of international standards, our operations comply with the most relevant sustainability guidelines such as the United Nations Global Compact and the Sustainable Development Goals (SDGs).

Our constant desire to grown and innovate drove us to turn the following initiatives and improvements into a reality in the 2017-2018 period:

- **EN 2018 NOS ADHERIMOS AL PROGRAMA “DIRECTRICES DE ACCESIBILIDAD” DE PRESIDENCIA DE LA NACIÓN**

- **INCORPORAMOS VOLUNTARIADO CORPORATIVO AL PROGRAMA PALERMO LEE**

- **LA RURAL RECICLA 2018 ALCANZÓ EL RECORD DE 193.500 KILOS DE MATERIALES REUTILIZADOS**

Una vez más, agradecemos a todos nuestros colaboradores por su participación activa y su compromiso en la elaboración de este reporte, que se realiza en coordinación con el área de Relaciones Institucionales. Sin duda, este informe es una muestra del trabajo constante y responsable que nuestros colaboradores llevan adelante todos los días.

Estamos abiertos a recibir comentarios y sugerencias sobre nuestra gestión, ya que toda devolución nos permite optimizar procesos y mejorar la calidad de nuestro trabajo.



Juan Pablo Maglier

**Director de Relaciones Institucionales
de La Rural S.A.**

La Rural S.A. Director of Institutional Relations

- **IN 2018, WE JOINED THE PROGRAM “DIRECTRICES DE ACCESIBILIDAD” (ACCESSIBILITY GUIDELINES) SET BY THE PRESIDENT’S OFFICE**

- **STARTED INVITING CORPORATE VOLUNTEERS TO THE PALERMO LEE (PALERMO READS) PROGRAM**

- **LA RURAL RECICLA (LA RURAL RECYCLES) RECOVERED A RECORD 193,500 KILOS OF MATERIAL IN 2018**

Once again, we would like to thank our team for their active participation and commitment to the development of this report, published jointly with the Department of Institutional Relations. Undoubtedly, this report is the result of our staff's steady and professional work.

We welcome comments and suggestions about our administration, we believe that all feedback helps to streamline our processes and improve the quality of our work.

Sincerely,





LA RURAL, UN EMBLEMA DE LA ARGENTINA



La Rural, a Hallmark of Argentina

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

SDGs 7, 9 and 11

7 ENERGÍA ASEQUIBLE
Y NO CONTAMINANTE



9 INDUSTRIA,
INNOVACIÓN E
INFRAESTRUCTURA



11 CIUDADES Y
COMUNIDADES
SOSTENIBLES



LA RURAL, UN EMBLEMA DE LA ARGENTINA

La Rural, a Hallmark of Argentina

Somos el principal centro de ferias, congresos y exposiciones de Argentina. Con más de 135 años de historia y 12 hectáreas ubicadas en el corazón de la Ciudad de Buenos Aires, recibimos cada año a más de 4 millones de visitantes que viven experiencias únicas y revalidan nuestro liderazgo. Nuestro **predio de 45.000 m²** se encuentra dividido en 7 pabellones, Sala de Convenciones (Auditorio Principal y Salas Ceibo y Nogal), y "El Central", rodeados por 8.000 m² de espacio al aire libre.

Nuestra misión es consolidarnos como el principal centro de atracción cultural, empresarial y turístico, así como el motor del desarrollo comercial de Buenos Aires, Argentina y Latinoamérica.

*We are the main Congress, Conference and Fair Center in Argentina. With over 135 years of history and 12 hectares in the heart of the City of Buenos Aires, we receive more than 4 million visitors every year, offering unique experiences that reinforce our leadership role. Our **45,000 m² fairgrounds** is comprised of 7 pavilions, Convention Halls (Main Auditorium Ceibo and Nogal Rooms), and "El Central" surrounded by 8,000 m² of outdoor space.*

Our mission is to consolidate the company's position as the main cultural, business and tourism hub, as well as a driver for growth in the City of Buenos Aires, Argentina and Latin America.



NUESTROS VALORES

Our Values

- **HONESTIDAD**

• *Honesty*

- **CALIDEZ Y SENCILLEZ**

• *Warmth and simplicity*

- **CUMPLIMIENTO DE LAS LEYES**

• *Regulatory compliance*

- **ACTITUD DE SERVICIO**

• *Spirit of service*

- **TRABAJO EN EQUIPO**

• *Teamwork*

- **DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL**

• *Personal and professional development*

- **RENTABILIDAD**

• *Profitability*

Trabajamos todos los días para seguir evolucionando y estar a la vanguardia de la industria, por lo que impulsamos la **expansión de nuestro know-how** a otras exposiciones y predios del país y del exterior. Este proceso comenzó durante 2015-2016 con la inauguración del “Punta del Este Convention & Exhibition Center” en Uruguay, y se consolidó en 2017 con la toma de posesión del Centro de Convenciones Buenos Aires (CEC Buenos Aires) luego de ganar la licitación organizada por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

La concesión del CEC Buenos Aires fue adjudicada hasta el año 2032 a la UTE (Unión Transitoria de Empresas) que integramos junto a otras compañías líderes del sector MICE (Meetings, Incentives, Congress and Exhibitions). Se trata de un nuevo modelo de negocios, cuyo objetivo es aunar esfuerzos en el desarrollo del turismo de reuniones en la ciudad de Buenos Aires.

*We work every day to continue evolving, to be at the forefront of our industry, which is why we encouraged the **expansion of our know-how** to other exhibition centers and venues in Argentina and abroad. This process begun in the 2015-2016 period with the opening of the “Punta del Este Convention & Exhibition Center” in Uruguay, and was consolidated through the licensing of the Buenos Aires Convention Center (CEC Buenos Aires) after winning the tender held by the Government of the City of Buenos Aires.*

The CEC Buenos Aires licensing extends until the year 2032 and was awarded to the UTE (Unión Temporal de Empresas - Joint Venture), of which we are a part along with other leading companies in the MICE sector (Meetings, Incentives, Congress and Exhibitions). This is a brand new business model; its goal is to join efforts towards the development of the meeting tourism industry in the City of Buenos Aires.

UNIDADES ESTRATÉGICAS PARA NUESTRO NEGOCIO

Dividimos nuestro negocio en cuatro unidades estratégicas, que funcionan de forma independiente y son atendidas por equipos de profesionales con amplia experiencia en nuestro rubro:

STRATEGIC UNITS FOR OUR BUSINESS

Our business is comprised of four strategic units working independently and run by teams of professionals with significant experience in the industry.

• FERIAS PROPIAS

• *In-house Fairs*

• FERIAS DE TERCEROS

• *Third-party fairs*

• CONGRESOS, CONVENCIONES Y EVENTOS

• *Congresses, conventions and events*

• SERVICIOS FERIALES

• *Fair Services*

8 HITOS DE NUESTRA GESTIÓN DURANTE 2017-2018

- 1.** “Sociales La Rural” creció un 35% respecto al período anterior, al recibir nuevos tipos de eventos como casamientos civiles y festejos religiosos. Además, continuó con las celebraciones tradicionales como bodas, aniversarios y cumpleaños, entre otros.
- 2.** Fuimos anfitriones de eventos de relevancia internacional, como The Bridal Project, Brick Live, Lego Fun Fest y Salón Moto.
- 3.** Recibimos por primera vez a exposiciones que ampliaron la oferta temática y nos permitieron alcanzar nuevos públicos, como Bowie by Mick Rock, Expo Muestra Música, FIBEGA (Feria Iberoamericana de Gastronomía), Matear y Expo Gráfika.
- 4.** Nos consolidamos como sede del Centro Operativo de Transmisiones de uno de los eventos deportivos más importantes de la ciudad: los Juegos Olímpicos de la Juventud 2018.
- 5.** Nos afianzamos como organizadores y sede de uno de los eventos más importantes de la ciudad: Buenos Aires Padel Master, que renovó su contrato por tres años más.
- 6.** Lanzamos dos nuevos productos: “Expo Bici & Run”, dirigido a un nicho en gran expansión como el deportivo y rubros afines; y “Mucho Gusto, Drinks & Food”, un encuentro urbano de degustación de vinos, cervezas y aperitivos.
- 7.** Renovamos nuestra plataforma web para acercarnos aún más al visitante. Totalmente orientado a las necesidades del usuario, el nuevo sitio cuenta con más de 3 millones de visitas al año.
- 8.** Con el objetivo de ofrecer una alternativa para pequeñas y medianas empresas, agregamos “Celebration Fest”, producto de formato compartido para la celebración de eventos de fin de año. Durante tres fechas (2 en 2017 y 1 en 2018), más de 5.000 personas pertenecientes a 126 compañías compartieron un encuentro único, en un espacio especialmente ambientado, con música y gastronomía de primer nivel.

8 MILESTONES FOR OUR ADMINISTRATION IN THE 2017-2018 PERIOD

- 1.** “Sociales La Rural” grew by 35% compared to the previous period by expanding the event portfolio to civil weddings and religious festivities. In addition, we continued hosting traditional celebrations such as weddings, anniversaries, and birthdays among others.
- 2.** We hosted international events such as The Bridal Project, Brick Live, Lego Fun Fest and Salón Moto.
- 3.** For the first time we opened our doors to exhibitions that broadened our thematic scope and allowed us to reach new audiences. Among others, we featured Bowie by Mick Rock, Expo Nuestra Música (Our Music Expo), FIBEGA (Feria Iberoamericana de Gastronomía - Iberoamerican Gastronomic Fair), Matear and Expográfika (Graphics Expo).
- 4.** We were selected as the International Broadcasting Hub for one of the City's most celebrated sporting events: the 2018 Youth Olympics.
- 5.** We also cemented our role as organizers and host venue for a popular event in the City: the Buenos Aires Padel Master, which extended the contract for another three years.
- 6.** We launched two new products: “Expo Bici & Run” (Bike and Run Expo) aimed at a fast-growing market like sports and related products; and “Mucho Gusto; Drinks & Food”, an urban entree, wine and beer tasting gathering.
- 7.** We overhauled our web platform to bring us closer to our public. It is 100% user-centered and currently has more than 3 million visits every year.
- 8.** In order to cater for small and medium enterprises we launched “Celebration Fest”, a shared format product for New Year celebrations. In three days (two in 2017 and one in 2018), more than 5,000 people from 126 companies shared a unique gathering in a specially arranged space with exquisite music and food.

NIVEL DE ACTIVIDAD DURANTE EL PERÍODO 2017-2018

Activities in 2017-2018

20 FERIAS PROPIAS
in-house Fairs

5 FERIAS FUERA DEL PREDIO
fairs overseas

74 FERIAS DE TERCEROS
third-party fairs

183 CONGRESOS, CONVENCIONES
Y SEMINARIOS
congresses, conventions and seminars

386 EVENTOS
events

8.514.400 VISITANTES
visitors

19.146 EXPOSITORES
exhibitors

261.628 OPORTUNIDADES LABORALES
GENERADAS
jobs created

	2015	2016	2017	2018
CANTIDAD DE VISITANTES/ASISTENTES <i>VISITORS /ATTENDEES</i>				
Congresos; convenciones y seminarios <i>Congresses, Conventions and Seminars</i>	84.999	84.694	51.582	163.709
Eventos corporativos <i>Corporate Events</i>	210.285	92.045	92.010	100.464
Eventos sociales <i>Social Events</i>	9.291	9.177	12.913	12.850
Eventos Especiales <i>Special Events</i>	0	63.840	27.204	8.659
Ferias propias <i>In-house Fairs</i>	1.076.503	1.546.698	1.408.291	1.430.427
Ferias fuera del predio <i>Overseas Fairs</i>	411.800	409.700	24.000	35.435
Ferias de terceros <i>Third-party fairs</i>	2.565.683	2.113.958	2.852.724	2.380.567
TOTAL <i>Total</i>	4.358.561	4.320.112	4.444.724 (*)	4.096.676 (*)
CANTIDAD DE EVENTOS <i>EVENTS</i>				
Ferias Propias <i>In-house Fairs</i>	10	16	11	9
Ferias fuera del predio <i>Overseas Fairs</i>	4	3	2	3
Ferias de Terceros <i>Third-party fairs</i>	28	33	38	36
Congresos; convenciones y seminarios <i>Congresses, Conventions and Seminars</i>	74	82	92	91
Eventos Corporativos <i>Corporate Events</i>	129	138	143	148
Eventos sociales <i>Social Events</i>	25	33	46	44
Eventos Especiales <i>Special Events</i>	0	6	3	2
TOTAL <i>Total</i>	270	311	335	333

(*) No se contemplan visitantes de ferias fuera del predio.

(*) Visitors at overseas fairs not included.

INTERACTIVIDAD EN LA NUEVA PLATAFORMA WEB

En 2017 estrenamos una nueva plataforma web con el objetivo de brindar **un canal de comunicación más funcional** a través del cual los visitantes pueden acceder a los productos, los servicios y las últimas noticias de la compañía. Se trata de un renovado espacio online, orientado a las necesidades del usuario y con rápido acceso a la información desde cualquier dispositivo. Además, sumamos la opción de agendar los eventos mediante Google Calendar, lo cual permite tener guardado en el dispositivo móvil o en el email las actividades que suceden en el predio.

Con **un diseño mucho más visual e interactivo**, pensado para captar la atención del usuario actual, la nueva web cuenta con múltiples herramientas que facilitan el *feedback* con los distintos usuarios. Con sólo un *click*, puede accederse a toda la información necesaria para la organización de eventos sociales y corporativos, proveedores oficiales, datos útiles para los organizadores y expositores, entre otros.

Durante 2018 y luego de adherirnos al programa “Directrices de accesibilidad”, el sitio web también fue **adaptado a criterios accesibles** para mejorar la experiencia de navegación de los usuarios con algún tipo de discapacidad. Para ello, todas las imágenes, los formularios y los botones del sitio cuentan con un texto descriptivo, para que las personas que usan pantallas especiales y no identifican correctamente colores e imágenes puedan contactarse con nosotros.

NEW INTERACTIVE WEB PLATFORM

*In 2017, we launched a new website that provided a **more functional communication** channel for visitors to easily access the company's products, services and latest news. The website is a completely overhauled on-line environment focused on the users' needs while providing easy access on all devices. Additionally, users can synchronize with Google Calendar in order to save the venue's calendar of events on their mobile devices or e-mail.*

*With a **more visually appealing and interactive feel**, designed to capture the current user's attention, the new website offers a number of feedback collection tools. Users are one click away from all the necessary information to plan a social or corporate event; official supplier lists; organizers and exhibitors FAQ, among others.*

In 2018, after joining the “Directrices de accesibilidad” (Accessibility Guidelines) program, the website was also updated to meet the accessibility criteria needed to improve the user experience for disabled persons. To that end, all images, shapes and buttons on the site have a description allowing special-screen users or visually impaired persons to contact us.

WIFI

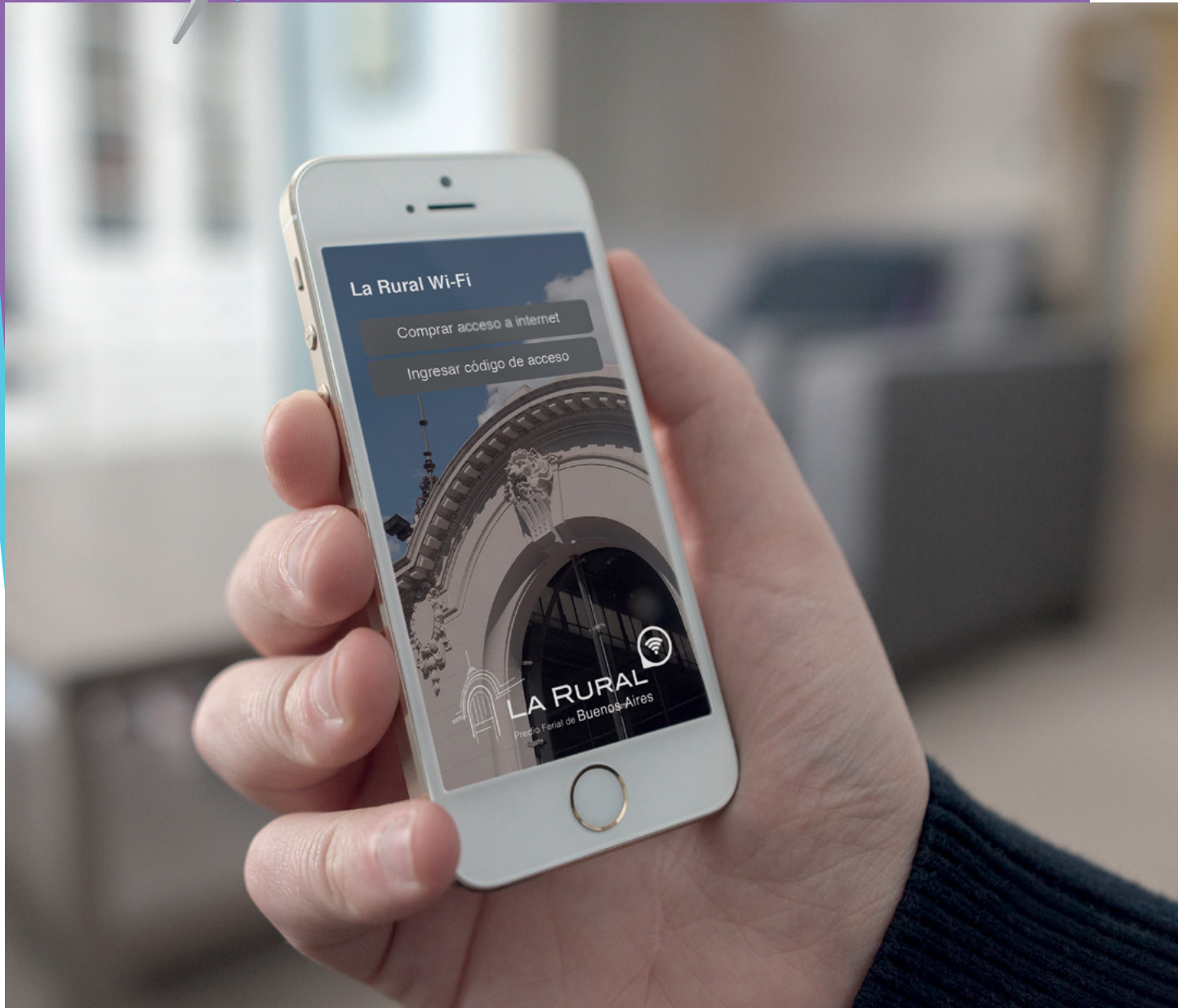


SERVICIO WI-FI

A comienzos de 2017, lanzamos un portal para que los clientes puedan adquirir el servicio Wi-Fi de manera online, lo que agilizó considerablemente el proceso de compra con tarjeta de crédito para dispositivos dentro del predio. Asimismo, se incorporó la posibilidad de acceder a distintos planes sin necesidad de desplazarse hasta las oficinas comerciales. A su vez, en caso de requerir la conectividad para un gran número de dispositivos o un mayor ancho de banda, seguridad o usos especiales (votación en vivo, demostración de productos, etc.) puede solicitarse una “red privada” exclusiva para el expositor/organizador.

WI-FI SERVICE

In early 2017, we launched a portal where clients can purchase the Wi-Fi service online, making credit card purchases with mobile devices in the venue significantly faster. Likewise, we started offering an array of connectivity plans that can be purchased remotely. Similarly, an exclusive “private network” can be arranged for organizers/exhibitors that require connectivity for a large number of devices; a broader bandwidth; security or special functions (instant polling, product demos, etc.).



MEJORAS EN INFRAESTRUCTURA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Parte fundamental de nuestro crecimiento y desarrollo se basa en **una constante inversión** para optimizar la infraestructura del predio, así como en la **incorporación de tecnología** que facilite las operaciones de todos los días.

Durante el período reportado, se efectuaron las siguientes inversiones:

- 1.** Renovación de puertas e instalación de tres equipos para aumentar la potencia frigorífica de la terraza de El Central.
- 2.** Reparación de reticulado en la calle posterior del mástil y Pista Central.
- 3.** Instalación de un pararrayo en la Pista Central.
- 4.** Renovación de los vestuarios de damas para el predio, nuevos depósitos de Logística (500 m²) y baños de los pabellones Amarillo, Azul y Verde.
- 5.** Reconstrucción completa de las boleterías de Plaza Italia con instalación de pantallas LED.
- 6.** Puesta en valor de calle Roca: nivelación, iluminación y colocación de intertrabado.
- 7.** Nueva sala de reuniones y nuevo sector de guardado en el 4º piso.
- 8.** Compra de balanzas para medición de pesos.
- 9.** Nuevo comando y lógica de operación de dos grupos electrógenos móviles.
- 10.** Tareas de mantenimiento: entre otros trabajos, se destacan el cambio de cañerías pluviales en los pabellones 8 y 9, la impermeabilización del total de techos de todos los pabellones, la instalación del sistema de rejillas pluviales y artefactos LED en el pabellón Ocre, y el sellado de toda la fachada del edificio de oficinas.

IMPROVING OUR INFRASTRUCTURE AND TECHNOLOGICAL INNOVATION

A cornerstone of our growth and development is the ongoing investment in optimizing the venue's infrastructure and adopting technology to streamline our day-to-day operations.

Throughout the reported period, the following capital investments were made:

- 1.** *Renovation of doors and purchase of three air conditioners to increase the cooling capacity on El Central's rooftop terrace.*
- 2.** *Repair of the supporting structure on the mast and Main Track.*
- 3.** *Construction of a lightning rod on the Main Track.*
- 4.** *Renovation of the ladies dressing room, new logistics storage areas (500 m²) and new bathrooms in the Yellow, Blue and Green pavilions.*
- 5.** *Complete revamping of the Plaza Italia box office and installation of LED screens.*
- 6.** *Improvements of Roca Street: leveling, lighting and laying of interlocking tiles.*
- 7.** *New meeting room and storage area in the 4th-floor offices.*
- 8.** *Purchase of weighing scales.*
- 9.** *New command dash and operation process for two mobile generators.*
- 10.** *Maintenance: amongst others, we underscore the replacement of drain tubing in pavilions 8 and 9, waterproofing all pavilion roofs, installation of storm drains and LED devices in the Ochre pavilion and sealing of the front of the office building.*

EN 2017-2018 INVERTIMOS
IN 2017-2018 WE INVESTED
\$ 15.433.276
EN MEJORAS DE LA INFRAESTRUCTURA
IN INFRASTRUCTURE IMPROVEMENTS



Entre las principales mejoras de índole tecnológica, destacamos:

- **Nuevo control de acceso por huella al Datacenter.**

- **Migración de la plataforma de control de proveedores de gastronomía a Oracle Micros, una solución en la nube que permite controlar la facturación de los puestos gastronómicos fijos en el predio.**

- **Incorporación del registro con Facebook para todas las personas que visitan el predio, lo cual permite generar campañas de marketing orientado a un público específico.**

- **Instalación de nuevo equipamiento:**

- Proyector de última generación con sistema de audio en la sala del 4° piso.
- Recambio de los servidores de correo y filesystem.
- Recambio de 59 computadoras.
- Compra de un Apple TV para la sala de Directorio.
- Antena para cubrir la necesidad de Wi-Fi en el edificio administrativo.
- Cambio del core de la red del predio por un equipo que interconecta todas las redes: servidores, cámaras, parking, control de accesos, etc.

Among the most significant technological updates, we would like to highlight the following:

- **New fingerprint door lock to the Datacenter.**

- **Migration of the Food & Beverage supplier relationship manager to Oracle Micros, a Point of Sale cloud solution for permanent Food & Beverage stands.**

- **Visitors will now register with their Facebook accounts, allowing us to design targeted marketing campaigns.**

- **New equipment:**

- *State-of-the-arts projector with P/A system in the 4th floor hall.*
- *Replacement of mail and filesystem servers.*
- *Replacement of 59 computers.*
- *Apple TV for the boardroom.*
- *Wi-Fi antenna to meet demands of the administrative building.*
- *Replacement of the fairground's core network to update it in order to connect existing networks: servers, cameras, parking, access control, etc.*

**LAS INVERSIONES EN RENOVACIÓN
TECNOLÓGICA DURANTE 2017-2018 FUERON DE
TECHNOLOGY INVESTMENTS IN 2017-2018 TOTALED
US\$ 276.421**

CONSOLIDACIÓN REGIONAL

Una de las actividades más destacadas de La Rural en el exterior fue la organización de las ediciones 2017 y 2018 de **Moweeek** (otoño-invierno y primavera-verano), donde más de 44.000 asistentes pudieron disfrutar de las últimas tendencias del mundo de la moda.

En esa línea, durante 2017-2018, logramos consolidar las operaciones del **Punta del Este Convention & Exhibition Center** en Uruguay, el centro de convenciones que opera el grupo societario CIEPE, integrado por La Rural S.A., una empresa argentina y socios uruguayos.

Como resultados de los primeros dos años de gestión del Punta del Este Convention & Exhibition Center, se destacan:

OUR MARKET CONSOLIDATION

*At regional level, one of La Rural's most remarkable events was the production of the 2017 and 2018 **Moweeek** shows (Autumn-winter and spring-summer), where more than 44,000 attendees enjoyed the latest trends of the fashion industry.*

*Along this line, over the 2017-2018 period we managed to consolidate operations in Uruguay's **Punta del Este Convention & Exhibition Center**, operated by the CIEPE holding group, comprised of La Rural S.A., an Argentine company, and Uruguayan partners.*

From the first two years of our administration at the helm of the Punta del Este Convention & Exhibition Center we would like to highlight the following:

64 **EVENTOS**
Events

57.002 **VISITANTES**
Visitors

2.252 **OPORTUNIDADES LABORALES**
New job opportunities



LA SUSTENTABILIDAD COMO ESTRATEGIA

Sustainability as a Strategy

LA SUSTENTABILIDAD COMO ESTRATEGIA

Sustainability as a Strategy

. El programa “La Rural Recicla” obtuvo un 50% más de material reutilizado respecto al período 2015-2016.

. En 2018, nos sumamos al “Give & Gain”, incorporando voluntariado corporativo en el marco del programa Palermo Lee, del cual participó el 11% del personal.

. Se sumaron 11 nuevas fundaciones al programa “Cesión Solidaria de Espacios”.

Nuestra estrategia de sustentabilidad se encuentra a cargo de la Dirección de Relaciones Institucionales: esta área lidera el plan de Responsabilidad Social, del que participan todos los sectores de la organización. El objetivo es consolidar una gestión responsable y ética transversal a todo nuestro negocio.

Hacemos especial foco en la comunicación interna y externa de todas las acciones. Implementamos herramientas como un *newsletter* interno vía mail, sitio web y cartelera para el público interno; y comunicados de prensa, encuentros con periodistas, redes, folletería y cartelera en el predio para el público externo.

Asimismo, durante 2018 presentamos, por tercer año consecutivo, nuestra **Comunicación del Progreso** correspondiente al período junio 2017/2018, que nos permitió calificar como miembro “Activo” del Pacto Global de las Naciones Unidas, al cual adherimos voluntariamente desde 2013.

. The “La Rural Recicla” program collected 50% more material period over period.

. We joined the “Give & Gain” initiative, inviting corporate volunteers to participate in the Palermo Lee program, of which 11% of our staff members took part.

. 11 new foundations signed on to the “Cesión Solidaria de Espacios” (Lending Spaces in Solidarity) program.

The Institutional Relations Department is in charge of our Sustainability Strategy: this area leads the implementation of our company-wide Social Responsibility plan. The goal is to consolidate a responsible and cross-cutting ethical management throughout our business.

Special focus is placed on internal and external communication of our every action. We implemented tools such as an internal email newsletter, a website and billboards for our internal audience, plus press releases, meet & greets with journalists, social media posts, printouts and outdoor billboards.

*Likewise, in 2018 and for the third straight year, we published our **Communication on Progress** (CoP) corresponding to the 2017/2018 period, allowing us to secure the “Active” level classification of the UN Global Compact, of which we are a volunteer member since 2013.*

EN 2017-2018 INVERTIMOS
IN 2017-2018 WE INVESTED
\$ 1.415.430 (*)
EN ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL*
IN SOCIAL RESPONSIBILITY INITIATIVES*

* Sólo se contempla el presupuesto de Relaciones Institucionales.

* Only the Institutional Department budget is taken into account.

Nuestra estrategia de sustentabilidad se encuentra bajo la marca “Mejores Vecinos”, a través de la cual concentramos todos los programas e iniciativas que realizamos con los diferentes públicos con los que convivimos. El objetivo es desarrollar acciones que contribuyan a **crear un mejor lugar para vivir en comunidad.**

Our sustainability strategy is run under the “Mejores Vecinos” umbrella brand, which helps us consolidate all of our community outreach programs and initiatives under one roof. The goal is to develop actions that contribute to the creation of a better place for our community to thrive in.

Los tres ejes que guían nuestra estrategia son:

This strategy focuses on three pillars:



AMBIENTAL

Tiene como objetivo contribuir al desarrollo sustentable de la comunidad que nos rodea.

Está integrado por los programas:



• DIVISIÓN DE RESIDUOS EN ORIGEN



SOCIAL

Buscamos facilitar y afianzar la relación entre los distintos actores del predio.

Está compuesto por los siguientes programas:



• DONACIONES

EDUCATIVO-CULTURAL

Este eje promueve la utilización del predio y sus servicios como herramientas de aprendizaje.

Dentro de él, se encuentran las iniciativas:



ENVIRONMENTAL

To contribute to the sustainable development of our community.

Comprised of the following programs:

• “LA RURAL RECICLA” PROGRAM

• ON-SITE WASTE SORTING

• GARRAHAN HOSPITAL PAPER RECYCLING PROGRAM

SOCIAL

To facilitate and consolidate the relation between the fairgrounds stakeholders.

Comprised of the following programs:

• LENDING SPACES IN SOLIDARITY

• DONATIONS

EDUCATIONAL-CULTURAL

To promote the use of the fairgrounds and its services as a learning tool.

Includes these initiatives:

• PALERMO LEE

• IMPULSARTE

METAS 2019-2020 Goals 2019-2020

ÁREA AREA	META 2019-2020 GOAL 2019-2020	ESTADO STATUS
RRII IR	Avanzar en la alineación de la estrategia de sustentabilidad con los ODS. <i>Continue aligning our sustainability strategy with the SDGs.</i>	...
RRHH HR	Implementar el Manual de Inducción. <i>Implementing the Onboarding Handbook.</i>	... (1)
MEDIOAMBIENTE ENVIRONMENT	Avanzar con la evolución de la energía renovable en nuestra red eléctrica (energía solar). <i>Expanding our renewable power sources (solar)</i>	✗
	Generar plantas de energía solar en lugares del predio. <i>Install solar panels throughout the fairgrounds.</i>	...
	Utilizar termotanques solares en pos de la reducción del consumo de gas. <i>Use solar water heaters to reduce our natural gas consumption.</i>	✗
	Sistema de Monitoreo: actualizar la versión del sistema de BMS , para alcanzar un control centralizado de todas las mediciones de energía del predio en relación a: EVENTOS, AA y SERVICIOS. <i>Monitoring System: update BMS version in order to centralize power monitoring in the fairgrounds for: EVENTS, AC AND SERVICES.</i>	...
CADENA DE VALOR VALUE CHAIN	Aplicar nuevos controles para mejorar los servicios y la seguridad alimentaria dentro del predio. <i>Implementing new control measures to improve services and food safety in the fairgrounds.</i>	...
	Incrementar los controles entre los proveedores y las diferentes áreas: servicios, atención al cliente y organizadores. <i>Enhancing supervision amongst suppliers and the following departments: services, customer care and organizers.</i>	...
	Mejorar los estándares de calidad en los servicios brindados por nuestros proveedores. <i>Improving supplier services quality standards.</i>	✗
	Evaluar el ingreso de nuevos proveedores en rubros no cubiertos. <i>Contemplating the possibility of finding new supplier partners for unattended areas.</i>	✓
	Generar un sistema de acreditación integral para proveedores más dinámico y completo. <i>Implementing a more comprehensive, dynamic and functional accreditation system for suppliers.</i>	✗
	Reforzar las comunicaciones interdepartamentales del predio para unificar criterios con proveedores. <i>Strengthen the fairgrounds' interdepartmental communications to align supplier management criteria.</i>	...
	Incorporar nuevas normas de accesibilidad destinadas a organizadores y armadores. <i>Creating new forms of accessibility for organizers and exhibition stand builders.</i>	...
INVERSIÓN SOCIAL SOCIAL INVESTMENT	Consolidar la participación de los colaboradores a nuestros programas de RSE a través del voluntariado corporativo en Palermo Lee. <i>Consolidate our collaborators' participation in CSR initiatives by joining the corporate volunteer Palermo Lee program.</i>	...
	Realizar las mejoras edilicias y comunicaciones a las que nos comprometimos con la adhesión al programa "Directrices en Accesibilidad." <i>Complete the infrastructure improvements and communication adjustments we committed to by joining the "Accessibility Guidelines" program.</i>	✓ (2)

(1) Al cierre de la edición, el área de RRHH estaba comenzando la implementación para incorporaciones 2019.
(2) Al cierre de la edición, ya se estaban culminando las obras de adecuación.
(1) At the time of finalizing this publication, the HR department was starting with the implementation for the staff hired in 2019.
(2) at the time of finalizing this publication, the infrastructure improvements were nearly completed.



NO IMPLEMENTADO A LA FECHA
NOT IMPLEMENTED



EN PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN
UNDER IMPLEMENTATION



IMPLEMENTADO
IMPLEMENTED

ACERCA DE LA MEMORIA

Elaboramos nuestro quinto Reporte de Sustentabilidad de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI. Este ejercicio nos permite que todos nuestros grupos de interés se mantengan informados acerca de los resultados de nuestra gestión en materia de Sustentabilidad durante 2017 y 2018 en Argentina.

Si bien la Dirección de Relaciones Institucionales es responsable de la confección del Reporte de Sustentabilidad, el documento se construye a partir de una activa participación de todos nuestros colaboradores. A fines de 2018, referentes de distintas áreas actualizaron la información de los últimos dos años de gestión dando cuenta de los avances y novedades de los temas materiales ya identificados en el período 2015-2016. Luego, los miembros del Comité Ejecutivo y del Directorio revisaron el contenido para garantizar que se incluyan todos los aspectos claves del negocio.

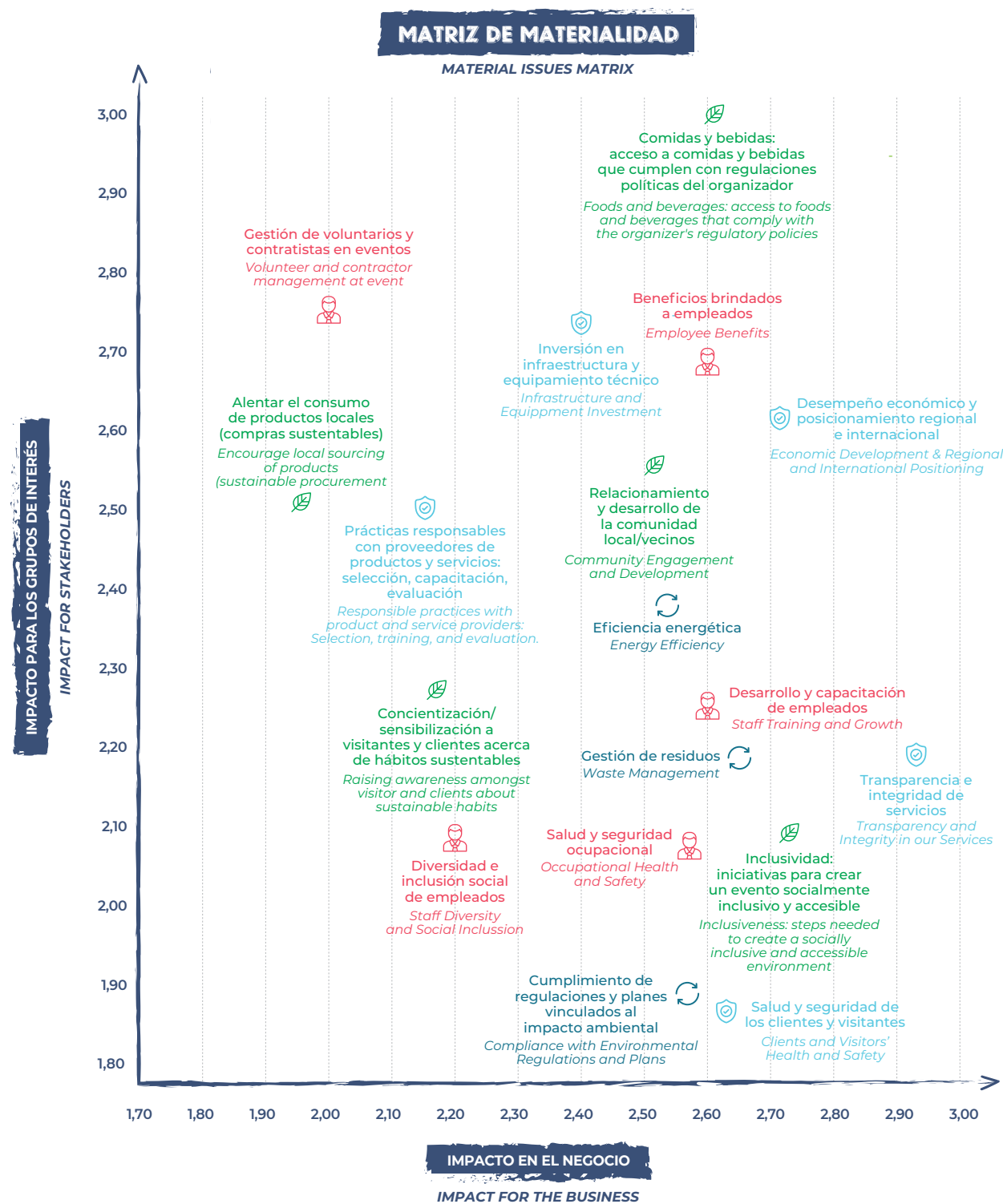
REPORT PROFILE

We compiled our Fifth Sustainability Report in compliance with the Core option of the GRI Standards. By doing so we were able to keep all of our stakeholders informed about our management's sustainability results in 2017 and 2018 in Argentina.

The Institutional Relations Department is in charge of the Sustainability Report, however the document includes active input from all of our staff. By late 2018, focal points from every area provided updated information of the last two years, reporting improvements and news regarding the material issues already identified in the 2015-2016 period. Ultimately, the Executive Committee and Board members review the contents in order to ensure that all key aspects of the business have been included.



TEMAS MATERIALES DE NUESTRO NEGOCIO *Business Material Issues*



LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) COMO PARTE DE NUESTRA ESTRATEGIA

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que fueron aprobados por Naciones Unidas y nacieron en 2015, establecieron la Agenda 2030, un camino para que los países trabajen en pos del desarrollo humano.

La iniciativa propone **17 objetivos** con 169 metas que guían su implementación en la práctica, e incluyen el desempeño económico, social y ambiental. Se trata de **un trabajo conjunto** de todos los sectores: los gobiernos, la sociedad civil y el sector privado a quien, por primera vez, se les otorga un rol fundamental.



En La Rural, trabajamos para alinear nuestros temas materiales con los ODS y contribuir con acciones concretas a su cumplimiento. Los ODS son un instrumento que nos brinda un marco para nuestros esfuerzos en el ámbito social, ambiental y educativo-cultural y, por eso, nos proponemos avanzar hacia la integración de sus metas con nuestra estrategia de sustentabilidad.

En este sentido, y considerando que cada compañía contribuye en aquellos Objetivos que mejor se adecuan a su negocio, elegimos centrar nuestros esfuerzos en 9 ODS y los relacionamos con los temas materiales identificados.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs) AS PART OF OUR STRATEGY

The Sustainable Development Goals (SDGs), approved by the United Nations in 2015, set the 2030 Agenda which is a roadmap for countries to work towards human prosperity.

The initiative sets 17 goals and 169 targets that guide its practical implementation and include economic, social and environmental performance. It is a joint effort that involves all sectors: governments, civil society and the private sector which, for the first time, was given a key role.

At La Rural, we work to align our material issues with the SDGs and make actual contributions for their compliance. The SDGs are tools that provide a framework for our initiatives in the social, environmental and educational-cultural areas. That is why we are moving forward with the integration of their goals with our sustainability strategy.

To this end, and considering each business contributes to those Goals that better fit them, we chose to focus our efforts on 9 SDGs and linked them to the material issues identified.

2	HAMBRE CERO		<ul style="list-style-type: none">• Prácticas responsables con proveedores • Responsible Practices with providers
3	SALUD Y BIENESTAR		<ul style="list-style-type: none">• Salud y Seguridad Ocupacional • Occupational Health and Safety• Concientización a visitantes y clientes acerca de hábitos sustentables • Awareness raising on sustainability initiatives among customers and attendees
4	EDUCACIÓN DE CALIDAD		<ul style="list-style-type: none">• Desarrollo y capacitación de empleados • Workforce training and development• Prácticas responsables con proveedores de productos y servicios: selección, capacitación, evaluación • Responsible practices with product and services suppliers: selection, training, evaluation• Concientización / sensibilización a visitantes y clientes acerca de hábitos sustentables • Awareness raising on sustainability initiatives among customers and attendees• Relacionamiento y desarrollo de la comunidad • Community development and outreach
6	AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO		<ul style="list-style-type: none">• Gestión de residuos • Waste management• Cumplimiento de regulaciones y planes vinculados al impacto ambiental • Compliance with environmental-impact related regulations and standards
7	ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE		<ul style="list-style-type: none">• Inversión en infraestructura y equipamiento tecnológico • Infrastructure and technology investment• Cumplimiento de regulaciones y planes vinculados al impacto ambiental • Compliance with environmental-impact related regulations and standards• Eficiencia energética • Energy Efficiency
8	TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO		<ul style="list-style-type: none">• Salud y seguridad ocupacional • Occupational Health and Safety• Diversidad e inclusión social de empleados • Workforce diversity and inclusion• Alentar el consumo de productos locales (compras sustentables) • Encourage buying local (sustainable procurement)
9	INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA		<ul style="list-style-type: none">• Inversión en infraestructura y equipamiento tecnológico • Infrastructure and technology investment• Desempeño económico y posicionamiento regional e internacional • Economic performance and domestic and international market presence
11	CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES		<ul style="list-style-type: none">• Iniciativas para crear un evento socialmente responsable y accesible • Initiatives to create a socially inclusive and responsible event• Inversión en infraestructura y equipamiento tecnológico • Infrastructure and technology investment• Concientización / sensibilización a visitantes y clientes acerca de hábitos sustentables • Awareness raising on sustainability initiatives among customers and attendees
12	PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES		<ul style="list-style-type: none">• Alentar el consumo de productos locales (compras sustentables) • Encourage buying local (sustainable procurement)• Eficiencia energética • Energy Efficiency• Gestión de residuos • Waste management• Cumplimiento de regulaciones y planes vinculados al impacto ambiental • Compliance with environmental-impact related regulations and standards• Prácticas responsables con proveedores • Responsible Practices with providers• Concientización / sensibilización a visitantes y clientes acerca de hábitos sustentables • Awareness raising on sustainability initiatives among customers and attendees

NUESTRO FOCO DE INTERACCIÓN SOCIAL

Los grupos de interés identificados son aquellos públicos con los cuales interactuamos y que se ven afectados por los productos y servicios que brindamos en La Rural, o cuyas acciones podrían influir en el desarrollo de nuestras actividades.

SOCIAL ENGAGEMENT FOCUS

The stakeholders identified are the audience we interact with and are impacted by the products and services La Rural offers, or whose actions could influence how we conduct our operations.



CLIENTES
(ORGANIZADORES, EXPOSITORES
Y VISITANTES)

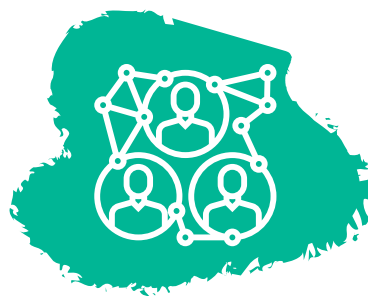
CLIENTS
(ORGANIZERS, EXHIBITORS
AND VISITORS)



PROVEEDORES
SUPPLIERS



COLABORADORES
ASSOCIATES



COMUNIDAD
(ONGS, SECTOR PÚBLICO, EMPRESAS
Y CÁMARAS)
COMMUNITY
(NGO, PUBLIC SECTOR,
FIRMS, CHAMBERS AND PRESS)

LA RURAL SE IMPONE EN LAS REDES SOCIALES

Promovemos la **interacción diaria** con los distintos usuarios a través de nuestro sitio web (www.larural.com.ar), y nuestros diferentes espacios en redes sociales. En 2017-2018, profundizamos el contenido de sustentabilidad en nuestras RRSS para darle más protagonismo, compartiendo mensajes más atractivos y diferenciados para cada público.

Con el objetivo de optimizar los canales de comunicación y difundir a un mayor número de usuarios las acciones de La Rural en materia de sustentabilidad, unificamos las cuentas de Twitter desactivando @MejoresVecinos (solo contenidos sobre sustentabilidad) para comunicar todo a través del usuario @LaRural_BsAs.

En 2018 desarrollamos una campaña en RRSS a través de “Feriagrammer”, un personaje que nos ayudó a humanizar la marca. **Esta acción permitió que el diálogo con el público se incrementara y que crecieran nuestros seguidores en Instagram en un 75%.**

AUMENTAMOS NUESTRA COMUNIDAD DE SEGUIDORES EN TODAS LAS REDES SOCIALES

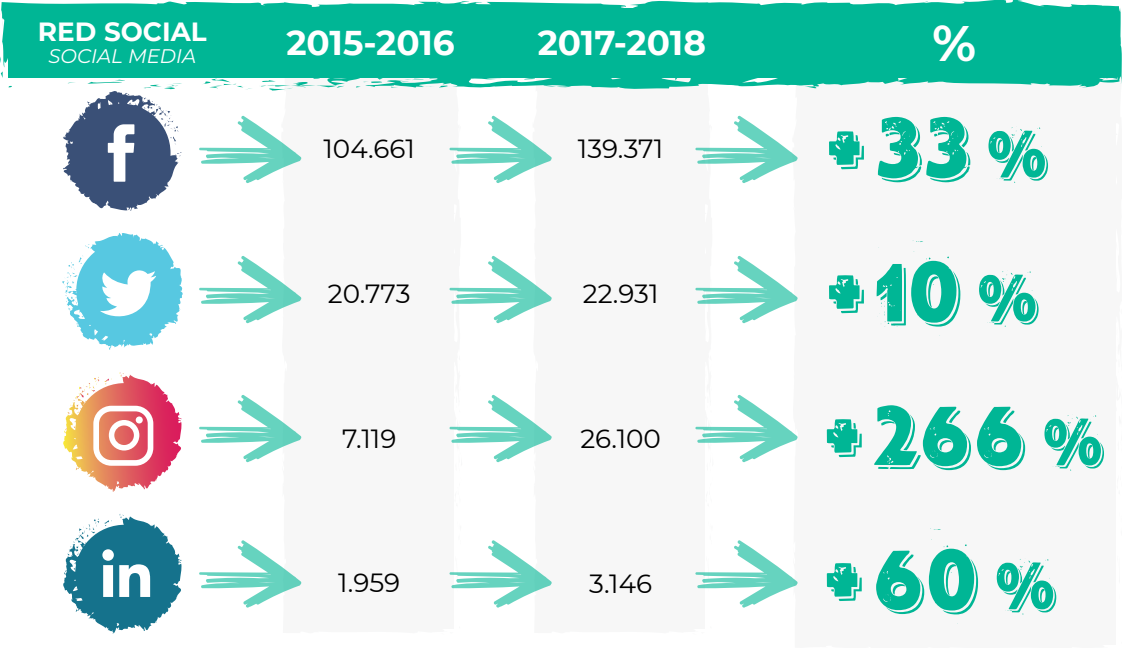
LA RURAL LEADS IN SOCIAL MEDIA

We encourage a regular exchange with our users through our website (www.larural.com.ar), and other social media. In 2017-2018, we expanded the sustainability content in our social media to bring it to the forefront, sharing more appealing posts and targeted for each public.

Aiming at optimizing communication channels and reach the largest possible audience when we post about La Rural’s sustainability actions, we consolidated our presence under the handle @LaRural_BsAs while disabling the @MejoresVecinos account (used exclusively for sustainability posts).

*In 2018, we developed a social media campaign through the “Feriagrammer”, a character that helped us humanize the brand. **This expanded our communications with the public and increased our follower community in this social media by 75%.***

ALL OF OUR SOCIAL MEDIA COMMUNITIES GREW



ORGULLOSOS DE SER PREMIADOS Y RECONOCIDOS

Durante 2017-2018 recibimos tres reconocimientos relacionados con nuestra gestión:

PROUD TO BE RECOGNIZED AND CELEBRATED

In the 2017-2018 period we received three awards for our work:



PREMIO EIKON DE PLATA 2017

Otorgado por la revista IMAGEN en la categoría “Eventos”, por nuestra campaña realizada para la Edición Aniversario de la 130ª Exposición Rural.

The 2017 Silver Eikon Award granted by the IMAGEN magazine for the category “Events”, for our campaign in the 130th Anniversary of the Rural Expo.



PREMIO CONCIENCIA 2018

Mención al Mérito en la categoría “Sustentabilidad”, por el programa La Rural Recicla.

2018 Conciencia Award: Merit mention in the “Sustainability” category for the La Rural Recicla program.



PREMIO CICYP (CONSEJO INTERAMERICANO DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN)

“Desarrollo Sostenible en el Sector Rural”, por nuestra labor durante la Exposición Rural con los desarmes realizados en el marco de La Rural Recicla.

“Sustainable Development in the Rural Sector” CICyP Award (Consejo Interamericano de Comercio y Producción - Inter-American Council for Trade and Production) for our work in the Rural Expo and the dismantlement under La Rural Recicla.

INTEGRACIÓN CON REDES NACIONALES E INTERNACIONALES

Participamos como miembros activos de las siguientes iniciativas externas relacionadas con el desarrollo sostenible y/o el negocio:

- Asociación Internacional de Ferias de América
- Buenos Aires Convention & Visitors Bureau
- Instituto para el Desarrollo de la Argentina (IDEA)
- Cámara Argentina de Comercio
- Seguimiento parlamentario y regulatorio de temas Legislativos y Gobierno CABA
- Consejo Interamericano de la Producción y Comercio
- Unión de Ferias Internacionales
- Pacto Global de las Naciones Unidas

Además de contribuir como miembros, nuestro Director de Relaciones Institucionales, Juan Pablo Maglier, ocupó los siguientes cargos:

- Miembro electo de la Junta Directiva de la Asociación Mundial de la Industria de Exposiciones (UFI, por sus siglas en inglés) 2017-2018
- Presidente del Capítulo Latinoamericano para UFI 2017
- Vicepresidente de la Asociación Internacional de Ferias de América (AFIDA) 2017-2019
- Secretario en el Bureau de Buenos Aires | Convention & Visitors Bureau 2017-2018

INTEGRATION WITH NATIONAL AND INTERNATIONAL NETWORKS

We were active members of the following third-party initiatives pertaining to sustainable development and/or business:

- *American Fairs' International Association*
- *Buenos Aires Convention & Visitors Bureau*
- *Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (Institute for Business Development in Argentina - IDEA)*
- *Cámara Argentina de Comercio (Argentine Chamber of Commerce - CAC)*
- *Parliamentary and regulatory follow-up of Legislative affairs and Government of the City of Buenos Aires*
- *Inter-American Council for Trade and Production*
- *Union of International Fairs*
- *United Nations Global Compact*

In addition to serving as members, our Institutional Relations Director, Juan Pablo Maglier, also held the following position:

- *Elected member of the Board of the Global Association of the Exhibition Industry 2017-2018*
- *Chairman of the UFI's Latam Chapter*
- *Vice-president of the American Fairs' International Association (AFIDA), 2017-2019*
- *Secretary of the Buenos Aires Bureau | Convention & Visitors Bureau 2017-2018*



ESTRUCTURA DE GOBIERNO CORPORATIVO



Company Governance Structure

ESTRUCTURA DE GOBIERNO CORPORATIVO

Corporate Governance Structure

Como **máximo órgano de gobierno**, el Directorio es el encargado de guiar la estrategia y gestionar los riesgos que impactan en nuestras operaciones. Durante el período 2017-2018, estuvo integrado por un Presidente, un Vicepresidente y dos Directores Titulares, todos ellos argentinos.

PRESIDENTE:

Chairman:

Gastón Lernoud¹

VICEPRESIDENTE:

Vice-chairman:

Nicolás Pino²

Sus principales tareas están relacionadas con la aprobación de los planes estratégicos de la sociedad y de las operaciones más relevantes, como las grandes adquisiciones. A su vez, se ocupa de armar y dar seguimiento al presupuesto anual, y de controlar periódicamente la gestión realizada por los directivos, incluyendo su aspecto legal y contable.

Durante el período reportado, el Directorio realizó seis asambleas (tres en 2017 y tres en 2018), donde se discutieron temas societarios y de índole estructural, se analizaron todos los procesos y se determinaron las acciones necesarias para corregir los potenciales desvíos, para minimizar su impacto en temas económicos, sociales y ambientales.

COMITÉ EJECUTIVO

El Comité Ejecutivo está formado por el Director General, el Director Comercial y el Director de Relaciones Institucionales.

¹ No ocupa un cargo ejecutivo dentro de la compañía

² A partir de marzo de 2019 tomó el cargo el Sr. Carlos María Vaquer

As the highest governing body, the Board is in charge of setting the strategy and manage the risks that impact our operations. Over the 2017-2018 period, the Board was comprised of a Chairman, a vice-chairman and two directors, all Argentine nationals.

DIRECTOR TITULAR:

Director:

Diego Finkelstein

DIRECTOR TITULAR:

Director:

Manuel Solanet (h)

The Board's main purview includes the approval of La Rural's strategic planning and green-lighting the most significant operations such as major acquisitions. Likewise, it is tasked with projecting and following up the annual budget while exercising oversight over the Directors' performance, including all legal and accounting aspects.

For the reported period, the Board held six meetings (three in 2017 and three in 2018) where Company and structural issues were discussed, processes were analyzed and necessary actions were designed to curtail potential deviations and minimize their impact on economic, social and environmental issues.

EXECUTIVE COMMITTEE

The Executive Committee is comprised of the CEO and the Commercial and Institutional Directors.

¹ Holds no executive position in the company

² Since March 2019, Mr. Carlos María Vaquer took this position.

En sus reuniones semanales (40 en 2017 y 36 en 2018), este Comité asume la responsabilidad de gestionar tanto los temas estratégicos, como las cuestiones relacionadas a las operaciones diarias de La Rural. Además, se ocupa de transmitir los lineamientos a las Gerencias para resolver temas económicos y socio ambientales.

PROCESO DE DELEGACIÓN DE AUTORIDAD

Para el tratamiento de temas económicos, ambientales y sociales, los Jefes elevan una inquietud determinada a sus Gerentes, y estos, a su vez, reportan a los Directores de cada área. Luego, cada Director lo informa a la Dirección General, quien valida el tema en cuestión con el Comité Ejecutivo y con el Directorio.

- **TEMAS ECONÓMICOS:** son abordados por la Gerencia de Administración y Finanzas. De ella dependen tres jefaturas: Compras, Administración y Tesorería. Esta última Gerencia reporta directamente a la Dirección General³.

- **TEMAS AMBIENTALES:** corresponden al Jefe de Seguridad e Higiene y a la Gerencia de Operaciones, que reportan directamente a la Dirección General. Asimismo, muchos de estos asuntos se articulan con la Dirección de Relaciones Institucionales (específicamente, con la Jefatura de Comunicación y RSE); en algunos casos, incluyen diversas alianzas con organismos públicos para gestionar temas como la optimización y separación de residuos en origen para eventos, adaptación de espacios para que sean accesibles, etc.

- **TEMAS SOCIALES:** sus tres ejes son social, educativo-cultural y medioambiental. Es responsabilidad de la Dirección de Relaciones Institucionales, de la que depende la Jefatura de Responsabilidad Social. El área se ocupa de gestionar cuestiones vinculadas a la ejecución de los planes de Responsabilidad Social, iniciativas de sustentabilidad y acciones con la comunidad en el marco de las ferias.

³ Al cierre de esta edición, se estaba incorporando a la compañía un nuevo Jefe de Finanzas.

In its weekly meetings (40 in 2017 and 36 in 2018), the Committee discharges its responsibility for the strategic management as well as La Rural's day-to-day operations. Additionally, the Committee has to set the guidelines each manager relies on to deal with economic, social and environmental issues.

DECISION-MAKING DELEGATION PROCESS

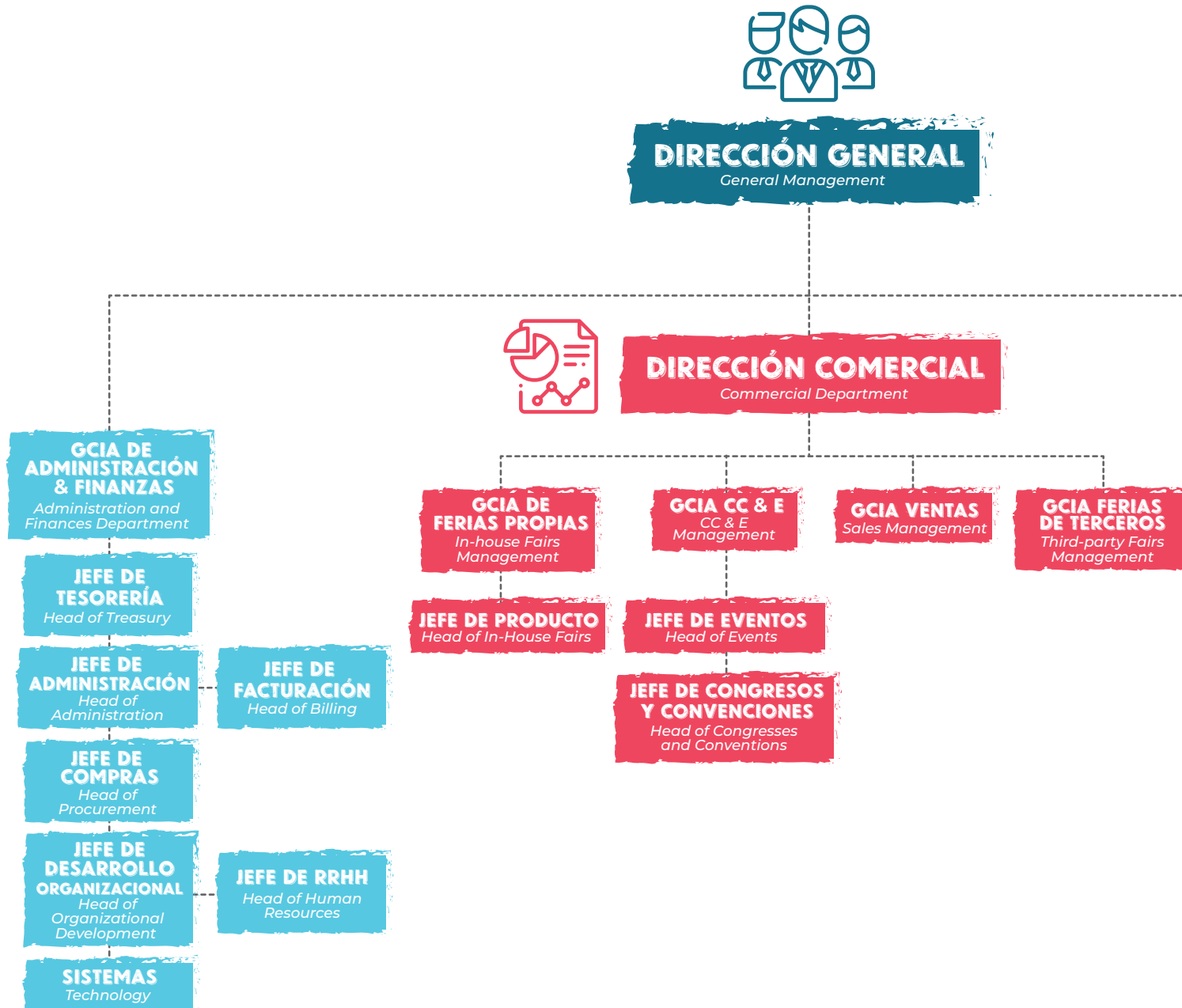
In dealing with economic, environmental and social issues, each area head relays their specific queries to the managers whom, in turn, report to the Department Directors. Later, each Director raises the issue to the CEO's office in order for it to be treated in Executive Committee and Board meetings.

- **ECONOMIC ISSUES:** Administration and Finances Department. It is in charge of three area heads: Procurement, Administration and Treasury. The latter reports directly to the CEO.

- **ENVIRONMENTAL ISSUES:** It is in charge of Head of Health and Safety Administration and Operations Departments, which directly report to the CEO. Similarly, a significant number of these issues also fall under the purview of the Institutional Relations Department (specifically, Communications and CSR); in some cases, the approach includes creating partnerships with public entities in order to manage issues such as optimization and on-site waste sorting after events, renovation of spaces to make them accessible, etc.

- **SOCIAL ISSUES:** comprised of the social, educational-cultural and environmental pillars. The Institutional Relations Department is charged with these issues and supervises the Social Responsibility Area. Said area is in charge of managing issues pertaining to the execution of the Social Responsibility plans, sustainability initiatives and community outreach actions within the fairs.

³ At the time of finalizing this publication, a new Head of Finances was hired.





DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Mantenemos nuestra **política de puertas abiertas**, donde los grupos de interés tienen la posibilidad de interactuar con las autoridades de los distintos sectores que integran la compañía.

En 2017 y 2018, no se realizaron grupales entre el Director General y los empleados, pero sí se hicieron varias entrevistas personales con colaboradores que lo solicitaron individualmente, así como encuentros periódicos con diversos clientes.

CAPACITACIÓN DEL COMITÉ EJECUTIVO

En el período reportado, los miembros del Comité Ejecutivo participaron de las siguientes iniciativas del sector:

- **XIII ENCUENTRO UNIFIB** – Islas Canarias 2017
- **58^{vo} CONGRESO AFIDA** – Madrid 2017
- **Coloquio IDEA** – Mar del Plata 2017
- **UFI Global Congress 2017** – Johannesburgo
- **UFI Global Congress 2018** – Verona
- **Congreso IMEX** – Frankfurt 2018
- **Coloquio IDEA** – Mar del Plata 2018

DIALOGUE WITH OUR STAKEHOLDERS

We have an **open door policy**, affording stakeholders the possibility to engage with area heads throughout the company.

In 2017 and 2018 there were no group meetings between the CEO and the staff. However, a number of one-on-one interviews with collaborators were held when they requested it as well as regular meetings with clients.

EXECUTIVE COMMITTEE TRAINING

Throughout the reported period, the Executive Committee members participated in the following industry events:

- **XIII ENCUENTRO UNIFIB** – Canary Islands 2017
- **58^{vo} CONGRESO AFIDA** – Madrid 2017
- **Coloquio IDEA** – Mar del Plata 2017
- **UFI Global Congress 2017** – Johannesburg
- **UFI Global Congress 2018** – Verona
- **Congreso IMEX** – Frankfurt 2018
- **Coloquio IDEA** – Mar del Plata 2018

ÉTICA Y TRANSPARENCIA: NUEVOS MANUALES DE PROCEDIMIENTOS INTERNOS

En 2016 creamos el departamento de Auditoría Interna con el objetivo de controlar los **diferentes procesos de todas las áreas** de la compañía. Durante 2017 y 2018, redactamos, aprobamos y publicamos los manuales de procedimientos de los siguientes sectores: Administración y Finanzas, Ventas, Congresos, Convenciones y Eventos, Ferias de Terceros, Ferias Propias y Servicios Feriales. Actualmente, estamos trabajando en la incorporación de los procedimientos de Operaciones, y en la revisión de los existentes.

ETHICS AND TRANSPARENCY: NEW INTERNAL PROCEDURES HANDBOOK

In 2016, we created the Internal Audit Department with the goal of exercising oversight on the processes of every area of the company. In 2017 and 2018, we drafted, approved and published the procedures handbook for the following areas: Administration and Finances, Sales, Conferences, Conventions and Events, Third-party Fairs, In-house Fairs, and Fairgrounds' Services. Currently, our work focuses on designing new Operations Procedures and reviewing the existing ones.

Los procedimientos constituyen un pilar muy importante para el correcto desarrollo de las actividades de una organización, pues establecen claramente las funciones y responsabilidades del personal dentro de cada área, sus controles internos y medidas de seguridad. De esta forma, **se afianza la fortaleza de la empresa** frente a la gestión. Éstos son una herramienta fundamental para toda compañía, ya que tienen por fin mejorar los resultados en pos de la calidad y eficiencia.

Procedures are an important part of the appropriate functioning of the organization since they clearly define jobs and responsibilities for each area's staff, oversight duties and safety measures. This is how management makes the company stronger. Procedures are a key tool for the company's efforts to improve results in the search for better quality and efficiency.

El control sobre el **comportamiento ético y legal** de cada equipo de trabajo es responsabilidad del gerente del área, quien controla el desempeño del personal a su cargo durante el desarrollo de las tareas cotidianas, con el apoyo del Departamento de Recursos Humanos.

Ethical and legal oversight is the responsibility of each area head who is in charge of their staff's performance in day-to-day operations with the support of the Human Resources Department.



CONTEXTO ECONÓMICO

Economic Context

CONTEXTO ECONÓMICO

Economic Context

Analizamos el contexto socioeconómico local e internacional para entender los principales impactos, riesgos y oportunidades que influyen en nuestro negocio y sus grupos de interés. En 2017, la economía argentina acumuló una suba en su nivel de actividad del 2,9 por ciento. Desde La Rural, **acompañamos ese proceso de crecimiento** al generar nuevas oportunidades y diversificar nuestro portfolio de productos y servicios.

A mediados de 2017, expandimos nuestras actividades más allá del predio ferial, al obtener la concesión del nuevo Centro de Convenciones Buenos Aires (CEC Buenos Aires) con el principal objetivo de empoderar este espacio y convertirlo en un centro de clase mundial y contribuir, además, al posicionamiento de la ciudad como destino internacional para el turismo de reuniones. Emprendimos este nuevo desafío junto a empresas líderes en *real estate*, entretenimiento y turismo de reuniones. Conformamos una Unión Transitoria de Empresas (UTE) con OASA Argentina S.A., ENUSA y Congress Rental, para encargarnos de la administración del espacio hasta 2032. Por su parte —en una escena más macro de la economía nacional— en 2018 se redujo significativamente el déficit comercial, pasando de USD 8.308 millones a USD 3.828 millones, a causa del clima y la crisis de la balanza de pagos. A su vez, el PBI cerró con una caída de 3,3; todos estos factores, sumados al contexto internacional complejo, han colaborado a una retracción en la economía que implicó un escenario desafiante para nuestra industria. Estimamos para 2019, que aquellos sectores más orientados al mercado interno tardarán un poco más en reaccionar, pero esperamos que lo hagan positivamente, debido a la recomposición del poder adquisitivo. Este escenario se basa lógicamente en el supuesto de que la estabilización continuará sin grandes sobresaltos. Siendo un año electoral, se aguarda expectante un crecimiento medido, lo que colaboraría con la estabilidad de nuestro negocio.

We assessed the local and international socio-economic context to identify the main impacts, risks and opportunities for our business and its stakeholders. In 2017, the Argentine economic activity rose by 2.9%. La Rural joined that growing trend by creating new jobs while diversifying our product and services portfolio.

By mid-2017, we expanded our activities beyond the fairgrounds by securing the licensing of the new Buenos Aires Convention Center (CEC Buenos Aires) with the main goal of empowering this space and turn it into a world-class venue while contributing, additionally, to position the City of Buenos Aires as an international destination for the meeting tourism industry.

We took on this new challenge by joining leading firms in real estate, entertainment, and meeting tourism. We formed a Unión Temporal de Empresas (UTE - Joint Venture) with OASA Argentina S.A., ENUSA, and Congress Rental in order to take over management of the venue until 2032. However, in 2018 -from a macro standpoint of the national economy- the trade deficit shrunk significantly from USD 8,308 M to USD 3,828 M on account of the climate and the BoP crisis. Likewise, the GDP closed the year with a 3.3% drop; these factors compounded with an unfavorable global economy to cause a contraction in the economy that posed a challenging scenario for our industry. We estimate that in 2019, sectors with a higher exposition to the domestic market will take longer to recover but the outlook is still positive due to the restoration of the purchasing power. This scenario is based, reasonably, on the assumption that the stabilization process will continue without major turbulence. In an election year, there is an expectant eye on moderate growth which would contribute to our business' stability.

DESEMPEÑO ECONÓMICO

EC Economic Performance

PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICO- FINANCIEROS <i>OTHER ECONOMIC-FINANCIAL INDICATORS</i>	2015	2016	2017	2018
Ventas netas <i>Net Sales</i>	285.264.067	381.337.716	484.606.509	720.263.685
Impuestos y tasas <i>Taxes and fares</i>	15.678.065	33.643.477	37.525.679	59.273.500
Sueldos/Cargas Sociales/ Gratificaciones/Indemnizaciones <i>Salaries/Social Security/Bonuses/Severance Pay and Compensation</i>	58.176.085	72.989.666	102.348.953	171.965.100
Pago a proveedores <i>Payments to suppliers</i>	131.661.927	202.601.587	217.804.567	277.173.105
Resultado operativo del ejercicio <i>Net operating balance</i>	50.947.704	48.569.728	75.647.787	120.288.817
TOTAL ACTIVO <i>Total assets</i>	195.371.174	225.874.672	281.678.690	1.009.523.137

INDICADORES
ECONÓMICO-FINANCIEROS

Economic Financial Indicators

OTROS INDICADORES ECONÓMICO- FINANCIEROS <i>OTHER ECONOMIC-FINANCIAL INDICATORS</i>	2015	2016	2017	2018
Ingresos de la inversión financiera <i>Revenue from financial investments</i>	3.293.562	3.983.528	8.972.722	19.683.538
Venta de activos <i>Asset sales</i>	----	----	----	----
Pago a proveedores de capital <i>Payments to capital suppliers</i>	----	----	----	----
Inversión en la comunidad <i>Investment in the Community</i>	SIN DATOS	SIN DATOS	SIN DATOS	SIN DATOS
EBITDA <i>EBITDA</i>	50.947.704	48.569.728	75.647.787	120.288.817
CAPITALIZACIÓN TOTAL <i>TOTAL CAPITALIZATION</i>				
Patrimonio Neto <i>Net worth</i>	19.397.468	26.769.987	44.242.534	576.455.096
Préstamos No corrientes <i>Non-current loans</i>	----	----	----	----
Préstamos Corrientes <i>Current loans</i>	5.644.981	3.513.166	4.123.161	----



NUESTRO CAPITAL HUMANO

Our Human Capital

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

SDGs 3.4 and 8

3 SALUD
Y BIENESTAR



4 EDUCACIÓN
DE CALIDAD



8 TRABAJO DECENTE
Y CRECIMIENTO
ECONÓMICO



NUESTRO CAPITAL HUMANO

Our Human Capital

- En 2017 creamos la Jefatura de Desarrollo Organizacional y el área quedó formada por cuatro colaboradores.
- Incorporamos dos mujeres como encargadas de Pabellón y acondicionamos las instalaciones para habilitar un vestuario para damas.
- Sumamos nuevas capacitaciones en seguridad, salud, formación gerencial y coaching.

• In 2017, we created the Organizational Development Area and added four collaborators to the payroll.

• Two women were appointed Pavilion Managers and the area was fitted with a ladies locker room.

• We added new safety, health, management training, and coaching workshops.

PERFIL DE NUESTROS COLABORADORES

146 empleados se desempeñaron en La Rural S.A. durante 2018:

- 83 son hombres
- 63 son mujeres

STAFF PROFILE

La Rural S.A. employed 146 people in 2018:

- 83 men
- 63 women



	2015	2016	EMPLEADOS EMPLOYEES					
			2017			2018		
			HOMBRES MEN	MUJERES WOMEN	TOTAL TOTAL	HOMBRES MEN	MUJERES WOMEN	TOTAL TOTAL
PERSONAL DE LA RURAL S.A <i>LA RURAL S.A. STAFF</i>	142	137	84	56	140	83	63	146
POR CATEGORÍA <i>By category</i>								
Director y gerente <i>Director and Manager</i>	8%	6%	64%	36%	100%	60%	40%	100%
Jefe <i>Area Head</i>	12%	12%	36%	64%	100%	38%	62%	100%
Supervisor <i>Supervisor</i>	8%	11%	100%	0%	100%	87%	13%	100%
Personal <i>Staff</i>	72%	71%	60%	40%	100%	56%	44%	100%
POR EDAD <i>By age</i>								
Menos de 30 años <i>Under 30 y/o</i>	31%	33%	36.7%	63.3%	100%	36%	64%	100%
Entre 30 y 50 años <i>Between 30 and 50 y/o</i>	49%	51%	60%	40%	100%	58%	42%	100%
Más de 50 años <i>Over 50 y/o</i>	19%	16%	88%	12%	100%	81%	19%	100%
POR TIPO DE EMPLEO <i>By type of position</i>								
Tiempo completo <i>Full-time</i>	98%	97%	60%	40%	100%	57%	43%	100%
Tiempo parcial <i>Part-time</i>	2%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
POR TIPO DE CONTRATO <i>By type of position</i>								
Contrato indefinido o permanente <i>Indefinite term or permanent contract</i>	55%	52%	31%	20%	51%	32%	24%	56%
Contrato de duración determinada o temporal <i>Fixed term or temporary contract</i>	45%	48%	35%	14%	49%	32%	12%	54%
OTROS INDICADORES <i>Other indicators</i>								
Empleados bajo convenio colectivo de trabajo <i>Employees under collective bargaining agreement</i>	64%	63%	45,7%	15%	60,7%	43,8%	17,8%	62%

SELECCIÓN DE NUESTROS RECURSOS

Procuramos construir **una marca empleadora que resulte atractiva** en el mercado laboral. Cada contratación de recursos humanos implica un proceso abierto a cualquier persona que aplique al perfil solicitado, tanto por sus conocimientos técnicos como por su capacidad para identificarse con nuestra cultura corporativa.

Al abrirse una nueva posición, consideramos en primer lugar a nuestros actuales colaboradores para que tengan la **oportunidad de crecer y desarrollarse** profesionalmente. En el caso de necesitar atraer nuevos talentos, publicamos las ofertas laborales en diferentes canales, como portales web, alianzas con Universidades, referidos del propio personal o consultoras especializadas.

Los candidatos elegidos para cubrir posiciones permanentes son seleccionados y entrevistados por el gerente del área solicitante y por Recursos Humanos. En el caso de la contratación de personal eventual para ferias y exposiciones, el gerente del área informa sus necesidades a Recursos Humanos, quien define las incorporaciones.

PERSONNEL SELECTION

We aim at positioning ourselves as an **appealing employer brand** in the labor market. HR hires personnel through a process open to any applicant that meets the required profile, both on technical knowledge and capacity to fit in our corporate culture.

When a position opens, we first search in-house to give our current staff the opportunity to **grow and develop professionally**. If we need to attract new talents, we post job searches through various channels such as web portals, partnerships with universities, our own staff's referrals or outside consultants.

The candidates for permanent positions are selected and interviewed jointly by the requesting area and Human Resources. When temporary personnel is needed for fairs and expos, the area head involved starts the hiring process with Human Resources, which is ultimately responsible for the decision.

DURANTE 2017-2018, INCORPORAMOS 39 PERSONAS A NUESTRO EQUIPO

In 2017-2018, we brought 39 new people into our team

ALTAS DE EMPLEADOS EMPLOYEES HIRED

	2015	2016	2017	2018
Cantidad total de altas <i>Total employees hired</i>	35	21	20	19
POR GÉNERO BY GENDER				
Mujeres <i>Women</i>	12,32%	10,29%	6,62%	8,79%
Hombres <i>Men</i>	13,04%	5,15%	6,63%	4,05%
POR EDAD BY AGE				
Menos de 30 años <i>Under 30 y/o</i>	12,32%	8,82%	5,31%	7,43%
Entre 30 y 50 años <i>Between 30 and 50 y/o</i>	10,14%	5,88%	6,62%	5,41%
Más de 50 años <i>Over 50 y/o</i>	2,89%	0,74%	1,32%	0%

Además de saber cómo está compuesto nuestro grupo de trabajo, consideramos importante conocer cuánto se modifica para seguir estableciendo iniciativas que nos lleven a ser cada día mejores empleadores. Para ello, tenemos en cuenta las desvinculaciones y el índice de rotación de empleados, desglosados por género y edad.

In addition to knowing how our work team is comprised, we think it's important to know how much it changes to continue enabling initiatives to make us better employers. To that end, we keep track of dismissals and turnover rate broken down by gender and age.

ROTACIÓN DEL PERSONAL <small>EMPLOYEE TURNOVER</small>				
	2015	2016	2017	2018
Rotación del personal <small>Dismissals</small>	29	24	12	28
POR GÉNERO <small>BY GENDER</small>				
Mujeres <small>Women</small>	43,33%	54,17%	58,33%	57,14%
Hombres <small>Men</small>	56,66%	45,83%	41,66%	42,86%
POR EDAD <small>BY AGE</small>				
Menos de 30 años <small>Under 30 y/o</small>	30%	33,33%	41,68%	35,71%
Entre 30 y 50 años <small>Between 30 and 50 y/o</small>	43,33%	37,50%	41,68%	57,15%
Más de 50 años <small>Over 50 y/o</small>	26,66%	29,16%	16,67%	7,14%

El índice de rotación de empleados se calcula dividiendo el total de empleados al cierre de cada año por la cantidad de personas que dejaron la compañía. En 2017, esta tasa fue del 5,71% y en 2018, del -6,16%.

Employee turnover rate is calculated dividing the total number of employees at the end of each year by the number of dismissals. In 2017, the rate was 5.71%; and in 2018, -6.16%.

TASA DE ROTACIÓN <small>EMPLOYEE TURNOVER RATES</small>				
	2015	2016	2017	2018
Tasa de rotación <small>Employee turnover rates</small>	3,62%	-2,20%	5,71%	-6,16%
POR GÉNERO <small>BY GENDER</small>				
Mujeres <small>Women</small>	2,89%	0,73%	2,14%	-2,05%
Hombres <small>Men</small>	0,73%	-2,93%	3,57%	-4,11%
POR EDAD <small>BY AGE</small>				
Menos de 30 años <small>Under 30 y/o</small>	5,80%	2,94%	2,14%	-0,68%
Entre 30 y 50 años <small>Between 30 and 50 y/o</small>	0,72%	-0,74%	3,57%	-5,47%
Más de 50 años <small>Over 50 y/o</small>	-2,90%	-4,41%	0%	-1,37%

PROGRAMA DE DESARROLLO PROFESIONAL

Ofrecemos diferentes opciones de formación a nuestros colaboradores para que puedan mejorar sus competencias individuales y crecer profesionalmente. En el siguiente cuadro, detallamos las capacitaciones técnicas y de idiomas que brindamos en el período reportado.

PROFESSIONAL DEVELOPMENT PROGRAM

We provide training opportunities for our staff in order to enhance their professional competencies and advance their careers. In the following table, we detail the technical and language training we offered in the reported period.

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN <i>TRAINING PROGRAM</i>				
	2015	2016	2017	2018
CANTIDAD DE CURSOS <i>NUMBER OF COURSES</i>				
Capacitaciones Técnicas ⁽¹⁾ <i>Technical Training ⁽¹⁾</i>	156	0	262	134
Capacitaciones en Informática ⁽²⁾ <i>IT training ⁽²⁾</i>	0	128	0	0
CAPACITACIÓN EN IDIOMA INGLÉS <i>ENGLISH CLASSES</i>				
Cantidad de clases ⁽³⁾ <i>Number of courses ⁽³⁾</i>	560	560	336	384
Cantidad de empleados <i>Employees</i>	22	27	20	20
Cantidad de horas semanales ⁽⁴⁾ <i>Weekly hours ⁽⁴⁾</i>	3	3	3	3
Cantidad de horas anuales ⁽⁵⁾ <i>Yearly hours ⁽⁵⁾</i>	2.280	2.700	1.555	1.952

(1) Curso de oficios: plomería, herrería, carpintería, pintura y electricidad. Se detalla cantidad de horas anuales (13 alumnos x 12 horas). Expresado en horas.

(2) Curso de Excel. Se detalla cantidad de horas anuales 128 (8 alumnos x 16 horas).

(3) Cantidad de clases por nivel jerárquico. Cada clase puede tener hasta 4 empleados (7 niveles).

(4) Cantidad de horas por empleado.

(5) Promedio anual: hs. mensuales x mes x cantidad de empleados capacitados.

(1) Crafts courses: electricity, plumbing, blacksmith, carpentry and painting. Detail of the number of hours per annum (13 trainees x 12 hours) In hours of training

(2) MS Excel courses: Detail of the number of hours per annum (8 trainees x 16 hours)

(3) Number of classes by hierarchy Each class can have up to 4 employees (7 levels).

(4) Number of hours per employee

(5) Per annum average: hours Monthly x month x number of trainees

DURANTE 2017-2018, SE DICTARON 3.507 HORAS DE CLASE ANUALES.

Over the 2017-2018 period, 3,507 of hours of class per annum were imparted.

COMO NOVEDAD, EN EL PERÍODO 2017-2018 SUMAMOS LAS SIGUIENTES CAPACITACIONES:

THE FOLLOWING TRAINING COURSES WERE INCLUDED IN 2017-2018:

CAPACITACIÓN COURSES	HORAS HOURS	CANTIDAD DE COLABORADORES QUE ASISTIERON TRAINEES
Extinción de incendios <i>Fire drills</i>	7	3
Uso de Desfibriladores Externos Automáticos (DEA) <i>Automated External Defibrillator (AED)</i>	4	25
Manipulación higiénica de alimentos <i>Food Safe Handling</i>	10	1
Formación gerencial por medio del workshop "Diálogo en la Oscuridad" realizado en el Centro Cultural Konex <i>Management training in the workshop "Talking in the Dark" held at the Centro Cultural Konex (Cultural Center)</i>	4	9
Coaching a Jefes y Gerentes <i>Coaching for area heads and managers</i>	24	5
Auditoría en ética, conformidad y técnicas anti fraude para auditores <i>Ethics, compliance and anti-fraud policies audit for fraud examiners</i>	16	1
Marketing online <i>Online Marketing</i>	84	1
Directrices de Accesibilidad, dictado por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, junto con CILSA y ALPI, en el marco de Turismo accesible <i>Accessibility Guidelines, given by the Government of the City of Buenos Aires in partnership with CILSA and ALPI, under the framework of accessible tourism.</i>	2	65

HORAS-HOMBRE DE CAPACITACIÓN STAFF-HOURS INVESTED IN TRAINING				
	2015	2016	2017	2018
TOTAL DE HORAS HOMBRE DE CAPACITACIÓN <i>TOTAL STAFF-HOURS INVESTED IN TRAINING</i>	2.436	2.828	1.953	2.407
POR GÉNERO BY GENDER				
Mujeres <i>Women</i>	848	496	553	929
Hombres <i>Men</i>	1.588	2.332	1.400	1.502
POR CATEGORÍA DE EMPLEADO BY EMPLOYEE CATEGORY				
Director y gerente <i>Director and Manager</i>	180	120	108	59
Jefe <i>Area Head</i>	240	332	280	275
Personal <i>Staff</i>	2.016	2.376	1.565	2.097

Nota: Se consideran los valores de las tablas anteriores y de lo detallado en el párrafo agregado.
Note: Figures considered are those included in previous tables and the annexed paragraph.

DURANTE 2017, SE DICTÓ UN TOTAL DE 1.953 HORAS-HOMBRE DE CAPACITACIÓN, MIENTRAS QUE EN 2018 FUERON 2.407

In 2017, a total of 1,953 staff-hours were imparted in trainings, while in 2018 that figure rose to 2,407

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

Anualmente, los Directores, Gerentes y Jefes se reúnen con su supervisor directo para realizar una revisión de su desempeño individual, identificar sus fortalezas y puntos por mejorar. Con estas evaluaciones, se busca **definir los objetivos** para el siguiente período y **discutir las oportunidades** de crecimiento y desarrollo profesional.

PERFORMANCE EVALUATION

Annually, Directors, Managers and Area Heads meet with their direct supervisors to conduct a performance evaluation, identify strengths and areas where there is room for improvement. These evaluations help us define goals for the following period and discuss opportunities for growth and career progress.

2017	HOMBRES <small>MEN</small>	MUJERES <small>WOMEN</small>
Directores <small>Directors</small>	3	0
Gerentes <small>Managers</small>	3	4
Jefes <small>Area Heads</small>	8	13
2018	HOMBRES <small>MEN</small>	MUJERES <small>WOMEN</small>
Directores <small>Directors</small>	3	0
Gerentes <small>Managers</small>	3	3
Jefes <small>Area Heads</small>	8	13

TANTO EN 2017 COMO EN 2018, SE HAN REALIZADO 61 EVALUACIONES DE DESEMPEÑO A DIRECTORES, GERENTES Y JEFES

Both in 2017 and 2018, we conducted 61 performance evaluations with Directors, Managers and Area Heads

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Nos ocupamos de mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores a través de la **prevención de accidentes** y enfermedades, así como de su seguridad. Para ello, en el período 2017-2018, mantuvimos vigente nuestro Plan de Evacuación Anual, en el que procuramos garantizar la integridad física de nuestro personal y un ambiente de trabajo seguro. Debido a un cambio en la legisla-

OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY ADMINISTRATION

Our mission is to improve our staff's safety and quality of life by preventing accidents and diseases. In order to achieve that goal, in the 2017-2018 period, we continued with our Annual Safety Evacuation Plan, designed to ensure the personal safety of our staff and an overall safe work environment. Due to a change in legislation, starting in October 2019, we are compelled to migrate to a "Self-Protection System"

ción, a partir de octubre de 2019, se deberá migrar al “Sistema de Autoprotección”, el cual, entre otras mejoras, incorpora un mayor control de los encargados de evacuación.

En cumplimiento con la legislación vigente, realizamos dos simulacros por año, en los que participaron 246 colaboradores en total: **135** en 2017 y **111** en 2018. El objetivo de esta práctica es que el personal de oficina y los sectores de operaciones y parking puedan evacuar el edificio en el menor tiempo posible.

which, amongst other improvements, offers more oversight on the evacuation leaders.

*In compliance with current legislation, we conducted two drills per year, involving a total of 246 staff members: **135** in 2017 and **111** in 2018. The goal of the drill is to train our administrative, operations and parking staff to evacuate the fairgrounds in the shortest possible time.*

246 COLABORADORES PARTICIPARON DE LOS 4 SIMULACROS DE INCENDIO QUE SE REALIZARON EN 2017-2018

The total number of staff members involved over four fire drills conducted in 2017-2018 was 246

En materia de salud, comenzamos en 2018 con la migración a una nueva empresa de ART para mejorar el servicio prestado. En diciembre de ese año, se **realizaron chequeos médicos a todos los operarios** a pedido del Jefe de Seguridad e Higiene, con el fin de conocer el estado de salud actual de los colaboradores que tienen un mayor esfuerzo físico en su jornada laboral.

In terms of health care, in 2018 we began with a new Workers' Compensation Insurance provider to improve service. In December 2018, the staff was asked to take a physical examination upon request of the Head of OSHA. The goal was to ascertain the current health of the workers with more physically demanding jobs.

INDICADORES DE EMPLEADOS EMPLOYEE INDICATORS	2017			2018		
	HOMBRES MEN	MUJERES WOMEN	TOTAL TOTAL	HOMBRES MEN	MUJERES WOMEN	TOTAL TOTAL
Tasa de absentismo (TA) ⁽¹⁾ <i>Absenteeism rate (TA)⁽¹⁾</i>	0,55	0,2	0,75	0,29	0,11	0,40
Tasa de lesiones por accidente (TLA) ⁽²⁾ <i>Injury rate per accident (TLA)⁽²⁾</i>	7,86	0,71	8,57	4,8	1,36	6,16
Cantidad de víctimas mortales <i>Fatal victims</i>	0	0	0	0	0	0
Tasas de ausentismo por enfermedades profesionales <i>Absenteeism rate due to work-related illness</i>	0,71	0	0,71	0	0	0
Tasa de días perdidos por enfermedades profesionales <i>Rate of days lost due to work-related illness</i>	0,05	0	0,05	0	0	0

(1) Cantidad de ausencias/ cantidad de días trabajados*100
(2) Cantidad de accidentes/cantidad de trabajadores promedio*100
(1) Number of absentees/number of days worked*100.
(2) Number of accidents/average number of employees*100.

TASA DE ABSENTISMO = CANTIDAD DE AUSENCIAS/CANTIDAD DE DÍAS TRABAJADOS X 100 = 0,75 EN 2017 Y 0,40 EN 2018

*Absenteeism rate= Number of absentees/number of days worked*100 = 0.75 in 2017 and 0.40 in 2018*



¿QUÉ ES?

Es un programa nutricional lanzado en 2016 con el fin de incentivar a nuestros colaboradores en el consumo de alimentos saludables y concientizar sobre su impacto en la prevención de enfermedades. El mismo se realiza junto a un equipo de nutricionistas.

What is it?

It's a nutritional program launched in 2016 aimed at promoting healthy eating habits amongst our staff and raise awareness about their importance in preventing diseases. The program is designed with a team of nutritionists.

EN 2017:

Invertimos \$17.200 para implementar una campaña interna de concientización que consistió en la distribución de *flyers* mensuales sobre hábitos de alimentación y consejos para llevar una vida sana. El material difundido fue desarrollado por una licenciada en nutrición contratada especialmente para el programa y, luego, adaptado a diseños atractivos, simples y fáciles de recordar. Estas comunicaciones cubrieron temas como la importancia del desayuno, la hidratación, el consumo de frutas y verduras, y la actividad física. También se compartieron nuevas tendencias en dietas, mitos y realidades de la alimentación, y consejos para comprar y almacenar productos, entre otros temas.

EN 2018:

En noviembre, se realizó una alianza con Danone y su marca Yogurísimo para ofrecer a todos nuestros colaboradores un desayuno saludable. El mismo fue acompañado por un folleto digital con los beneficios de consumir yogur y algunas recetas para incorporar este producto a la dieta diaria.

IN 2017:

we invested AR\$17,200 to roll out an internal awareness campaign which distributed monthly printouts with eating habits and tips for a healthy living. The informational content for the flyers was designed by a nutrition professional specially hired for this purpose and, later, formatted into an appealing, easy-to-read and remember designs. These covered important topics like breakfast, hydration, fruit and vegetables and exercise. They also shared the latest trends in diets; myths and realities as well as tips to buy and store food, amongst others.

IN 2018:

in November, we signed a partnership with Danone and their Yogurísimo brand in order to offer our staff a healthy breakfast. We also sent out a digital brochure outlining the benefits of yogurt and recipes to use it in our daily diet.





¿QUÉ ES?

Con esta iniciativa, buscamos proteger la salud y seguridad de nuestros colaboradores, clientes, y público en general.

What is it?

This initiative aims at protecting our staff, clients and the general public's health and safety.

EN EL PERÍODO 2017-2018, IMPLEMENTAMOS CUATRO ACCIONES:

IN THE 2017-2018 PERIOD, WE IMPLEMENT FOUR ACTIONS:

1. CAPACITACIÓN EN RCP

En 2018 realizamos una capacitación sobre el manejo de los nuevos equipos DEA (resucitadores) y técnicas de reanimación, en la que participaron los 25 colaboradores responsables de la evacuación de cada piso.

1. CPR TRAINING

We organized a workshop for 25 floor evacuation leaders on CPR techniques and use of the new AED Defibrillator.



2. DONACIÓN DE SANGRE PARA EL HOSPITAL GARRAHAN

En la feria Nuestros Caballos 2017, cedimos un espacio destinado a recibir donaciones de sangre y médula ósea a beneficio del Centro Regional de Hemoterapia del Hospital Garrahan. Participaron de la colecta 9 donantes; se obtuvieron 7 bolsas de sangre, 21 componentes sanguíneos, 7 unidades de glóbulos rojos y 7 de plaquetas para el tratamiento de hemorragias y anemias, y 7 unidades de plasma que fueron enviadas a las plantas de hemoderivados para producir albúmina, útil para tratar a los pacientes con enfermedades hepáticas y quemaduras.

2. BLOOD DONATION CAMPAIGN FOR THE GARRAHAN HOSPITAL

In the 2017 Nuestros Caballos fair, we lent the space for a blood and marrow Donor Tent for the Regional Hemotherapy Center of the Garrahan Hospital. A total of 9 donors participated which led to the collection of 7 blood bags, 21 blood components, 7 units of red blood cells and 7 units of platelets used in treating hemorrhages and anemia, and 7 units of plasma that were sent to the hemoderivative plant for albumin production, used for treatment of hepatic disease and burns.

BANCO DE SANGRE
CENTRO REGIONAL DE HEMOTERAPIA

Hospital de Pediatría
Garrahan

COLECTA EXTERNA

**VENI A DONAR SANGRE
PARA LOS CHICOS
DEL GARRAHAN en La Rural**

DOMINGO 09 DE ABRIL | 11:00 A 18:00 HS

EXPO NUESTROS CABALLOS
LA RURAL, PREDIO FERIA DE BUENOS AIRES, SARMIENTO 2704, CABA
NO OLVIDES TU DNI Y DESAYUNAR NORMALMENTE

CONSULTAS:
por teléfono al
4122-600716235
o escribiendo a:
PROMOCION@GARRAHAN.BOMAR
**TAMBIÉN VAS A PODER REGISTRARTE
COMO DONANTE DE MEDULA ÓSEA**

Organiza:

ANOTATE!

CABALLOS **PERROS** **EXPO** **LA RURAL**

3. CONCIENTIZACIÓN SOBRE VIH

Tanto en 2017 como en 2018, con motivo del Día Internacional de la lucha contra el SIDA y en alianza con Fundación Huésped, enviamos *flyers* tanto internos como externos, informando los lugares donde se puede realizar el test de VIH de forma gratuita y confidencial.

3. HIV AWARENESS CAMPAIGN

Both in 2017 and 2018 World AIDS Day, in partnership with the Fundación Huésped, we delivered printouts inside and outside the organization with directions to facilities offering free of charge and confidential HIV testing.



4. PROGRAMA AMIGOS DE LA MOVILIDAD SUSTENTABLE Y SEGURA

Con el objetivo de incentivar el uso de medios de transporte sustentables, reducir para 2019 en un 30% los incidentes fatales en el tránsito y contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), nos unimos a esta iniciativa del Ministerio de Transporte de la Nación. Además de brindar información y asesoramiento para promover prácticas de movilidad sustentable y segura, el programa estimula la colaboración público-privada y, de esa forma, optimiza recursos y potencia acciones vinculadas a la temática.

Con motivo de la adhesión, impulsamos en 2018 la campaña de comunicación “Manejá con el ejemplo”, de la Agencia Nacional de Seguridad Vial, dirigida a nuestro público interno, con recomendaciones y consejos útiles a la hora de emprender un viaje en auto. Al cierre de esta edición, se estaba definiendo la instalación de señalética para concientizar acerca del uso del cinturón de seguridad y el casco en las barreras del *parking*, previo a la salida vehicular.

RELACIONES DE TRABAJO

Nuestro equipo está formado por dos perfiles de colaboradores. Por un lado, **profesionales y analistas** responsables por las tareas administrativas, comerciales y de gestión del negocio; y, por otro lado, **personal operario** a cargo del mantenimiento de las instalaciones, como electricistas, albañiles, jardineros, etc.

En ambos casos, respetamos plenamente sus derechos laborales y cumplimos con todas las actualizaciones salariales que establece el convenio de comercio. A su vez, brindamos **amplia libertad de asociación gremial** y facilitamos la realización de asambleas en el predio cada vez que lo soliciten los representantes del Sindicato de Empleados de Comercio.

La nueva Jefatura de Desarrollo Organizacional es responsable de mantener un diálogo fluido con los dos delegados gremiales, escuchar sus inquietudes y transmitirlos al Comité Ejecutivo.

4. FRIENDS OF SUSTAINABLE AND SAFE MOBILITY PROGRAM

We joined the initiative launched by the Nation's Ministry of Transportation with the goal of encouraging the use of sustainable transportation, reduce fatal traffic accidents by 30% in 2019 and contribute to accomplishing the Sustainable Development Goals (SDGs). In addition to making information and counseling available in order to promote sustainable and safe mobility practices, the program encourages public-private cooperation as a way of optimizing resources while bolstering actions to address the issue.

In compliance with our participation in the program, in 2018, we implemented the “Manejá con el ejemplo” (Drive by Example) awareness campaign led by the National Road Safety Agency with our staff, including useful recommendations and tips for road trips. At the time of finalizing this publication, a decision was still pending on the new signs emphasizing the importance of wearing a seatbelt and helmet. The signs will be installed in the parking lot barriers.

LABOR RELATIONS

Our staff is comprised of two profiles. Professional staff and analysts tasked with administrative, commercial and management responsibilities; and, on the other hand, operations staff in charge of the fairground's maintenance, such as electricians, construction workers, gardeners, etc.

Both groups' labor rights are fully respected and we comply with the salary raises stipulated by collective bargaining agreements. Likewise, every area enjoys full freedom to unionize. Furthermore, we provide the space for union meetings to take place in the fairgrounds every time the Trade Workers' Union representatives request it.

The new Organizational Development Area is the focal point for the two trade union delegates, in charge of listening to their remarks and pass them on to the Executive Committee.

BENEFICIOS A LOS COLABORADORES

Todos nuestros colaboradores cuentan con un paquete de beneficios que incluye:

- Descuentos especiales en el restaurante Terrazas Bistró y Mc Donald's, gimnasios y compra de electrodomésticos de Whirlpool, entre otros.
- Préstamos y anticipos de sueldo.
- Atenciones en fechas especiales, como cumpleaños, nacimiento de un hijo/a, fin de año, etc.
- Kits con útiles para quienes tienen hijos en edad escolar.
- Cajas con productos navideños.
- Vales de comida para empleados temporales de servicios feriales.
- Estacionamiento gratuito y entradas sin cargo a exposiciones propias de La Rural para el empleado y para su familia.
- Gestoría para empleados en condiciones de jubilarse. Mantenemos nuestra política de jubilaciones para personal fuera de convenio, que se financia con recursos ordinarios de la organización. El beneficio incluye el costo de la cobertura médica para el grupo familiar, por 2 o 4 años de acuerdo con la antigüedad, una gratificación del 15% o 30% del sueldo bruto básico de acuerdo con la antigüedad, y los honorarios del gestor previsional.

Los siguientes beneficios son exclusivos de los colaboradores que cumplen jornada completa:

- Seguro de vida.
- Obra social: OSECAC y ASE.
- Prepaga Swiss Medical para personal fuera de convenio.
- Cobertura por incapacidad o invalidez.
- Licencia por maternidad o paternidad.

COLLABORATORS' BENEFITS

Our whole staff enjoys a benefits package including:

- *Special discounts at Terrazas Bistró restaurant and Mc Donald's, fitness centers, Whirlpool home appliances and others.*
- *Loans and salary advances.*
- *Gifts in special occasions such as birthdays, birth of a child, New Years, etc.*
- *School kit for employees with children of school age.*
- *Christmas gift bag.*
- *Food vouchers for temporary kitchen staff.*
- *Free parking and tickets to in-house expos for staff and their families.*
- *Retirement counseling services for employees nearing retirement age. We reauthorized our retirement policy for non-bargaining employees and funded it with the company's resources. The benefit includes family health insurance coverage for two or four years, depending on seniority and the retirement process manager's fee.*

The following benefits apply to full-time staff only:

- *Life insurance.*
- *Health insurance: OSECAC and ASE.*
- *Swiss Medical health insurance for non-bargaining employees.*
- *Disability insurance.*
- *Maternity and paternity leave.*

NUESTRA PROPUESTA

A través de todas estas políticas de Recursos Humanos, trabajamos para que nuestros empleados puedan equilibrar la vida profesional con la familiar. **El índice de reincorporación al trabajo y de retención de los empleados que ejercieron la baja por maternidad o paternidad es del 100%.**

OUR PROPOSAL

Our intent in implementing this Human Resources policy package is to afford our staff the possibility of balancing work and family life. **Rates of return to work and worker retention amongst those exercising their right to a maternity/paternity leave is 100%.**

ÍNDICES DE REINCORPORACIÓN AL TRABAJO Y RETENCIÓN TRAS LA BAJA POR MATERNIDAD O PATERNIDAD				
RATES OF RETURNING TO WORK AND RETENTION AFTER A MATERNITY OR PATERNITY LEAVE				
	2017		2018	
	MUJERES WOMEN	HOMBRES MEN	MUJERES WOMEN	HOMBRES MEN
Número de empleados que ejercieron su derecho a baja por maternidad/paternidad <i>Employees exercising their right to a maternity/paternity leave</i>	3	1	1	4
Número de empleados que se reincorporaron al trabajo después de que finalizase su baja por <i>Employees returning to work after their maternity/paternity leave elapsed</i>	3	1	1	4
Número de empleados que se reincorporaron al trabajo después de que finalizase su baja por maternidad/paternidad y conservaron su empleo pasados doce meses desde su reincorporación <i>Employees returning to work after their maternity/paternity leave elapsed and keeping their position after twelve months from their return</i>	2*	1	1	4
Índices de reincorporación al trabajo y de retención de los empleados que ejercieron la baja por maternidad/paternidad <i>Rates of return to work and worker retention amongst those exercising their right to a maternity/paternity leave</i>	67%	100%	100%	100%

* Una colaboradora no se reincorporó luego de la licencia.
* One of our employees did not return after her license.

EL DIÁLOGO INTERNO

Dispuestos a mantener un diálogo directo con nuestros empleados, desarrollamos y mantenemos canales de comunicación interna:

- Escucha activa en la oficina de Recursos Humanos
- Newsletter interno bimestral La Rural News
- Cartelera de novedades
- Casillas de correos
comunicacioninstitucional@larural.com.ar y **recursoshumanos@larural.com.ar**
- Comunicados internos (ingresos, cumpleaños, ascensos, eventos, etc.)
- Diálogos “uno a uno” con los empleados sobre temas específicos
- Reuniones individuales del Director General con los Jefes
- Evaluación de desempeño 180 (de Jefes en adelante)
- Manual de inducción*
- Programa “La Rural por vos” (beneficios y descuentos para empleados)
- Capacitaciones
- Celebración de cumpleaños los últimos viernes de cada mes
- Reporte de Sustentabilidad
- Memoria Comercial

*Se planea actualizar el Manual de Inducción a ingresantes para que esté vigente en 2019.

INTERNAL DIALOGUE

We are willing to engage in direct dialogue with our staff. We actively develop and maintain internal communication channels:

- *Active listening oriented Human Resources Office*
- *Bimonthly Internal Newsletter La Rural News*
- *News Billboard*
- *Email addresses*
comunicacioninstitucional@larural.com.ar and **recursoshumanos@larural.com.ar**
- *Internal notices (new staff, birthdays, promotions or events, etc.)*
- *Face-to-face meetings with the staff on specific issues*
- *One-on-one meeting between the CEO and Department heads*
- *180° Performance Evaluation (Area Heads onwards)*
- *Company Onboarding Handbook*
- *La Rural por Vos (La Rural for you - employee benefits and discounts)*
- *Training Sessions*
- *Birthday celebrations on the last Friday of every month*
- *Sustainability Report*
- *Annual Report*

**Upcoming improvements include updating the onboarding handbook to keep it current in 2019.*





NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE

Our Commitment to the Environment

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

SDGs 6, 7 and 12



NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE

Our Commitment to the Environment

El cuidado del impacto ambiental es uno de los pilares de nuestra estrategia de Responsabilidad Social. **Operamos de forma integrada con la comunidad** y procuramos mantener una fluida interacción con todos nuestros grupos de interés para sensibilizarlos sobre la importancia de gestionar responsablemente los recursos.

Caring for the environment is one of the core pillars of our Corporate Social Responsibility strategy. We conduct our operations integrating the community around us while keeping in constant communication with our stakeholders to continue raising awareness on the importance of managing resources responsibly.

EN 2017-2018 INVERTIMOS
IN 2017-2018 WE INVESTED

\$15.433.276

EN NUESTRA POLÍTICA DE GESTIÓN AMBIENTAL,
\$6.6 millones más que durante el período anterior.

IN OUR ENVIRONMENTAL MANAGEMENT POLICY, \$6.6 million more PoP.

INVERSIÓN PLAN AMBIENTAL (EN PESOS) INVESTMENT IN OUR ENVIRONMENTAL PLAN (IN PESOS)	2015	2016	2017	2018
Mediciones acústicas <i>Acoustical Measurements</i>	22.000	28.500	18.000	107.548
Luminarias de bajo consumo/LEDs <i>LED/Energy Efficient Lighting</i>	66.597	899.762	385.917	410.924
TRANSPORTE DE RESIDUOS <i>WASTE TRANSPORT</i>				
Equipamiento necesario <i>Equipment Needed</i>	0	0		
TRANSPORTE DE RESIDUOS <i>WASTE TRANSPORT</i>				
Húmedos <i>Wet</i>	2.377.347,77*	4.841.182,98*	3.847.226,89	2.944.324,42
Patogénicos <i>Pathogenic waste</i>	3.680	3.820	(1)	(1)
Peligrosos <i>Hazardous</i>	-	3.120	2.200	2.100
Aguas con grasas <i>Fatty water</i>				
Honorarios externos <i>External fees</i>				
Impuestos (2) <i>Taxes (2)</i>	75.685	98.400	127.950	153.540

(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. "La Rural" es responsable por la gestión del total del volumen de residuos producidos por el predio. Los montos de los bienales anteriores corresponden solo a él volumen generado por la exposición Ganadera. Estos valores no incluyen IVA.

(1) Government of the City of Buenos Aires. (2) La Rural pays taxes for generating organic waste on a quarterly basis, corresponding to 1,000 liters per day.

"La Rural" is responsible for the management of the total amount of waste produced in the fairgrounds. The biennial figures presented in previous reports only reflect waste generated by the Livestock Expo. Said figures do not include VAT.

(1) A partir del período 2017-2018, exigimos a los proveedores de servicios médicos que asuman la responsabilidad por la correcta disposición final de los residuos patogénicos que se generan en el predio.

(1) Starting in the period 2017-2018, we require medical providers to properly manage hazardous waste produced on site.

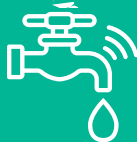


NUESTRO APOORTE FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO

Para minimizar los efectos del cambio climático, en 2017-2018 implementamos una serie de mejoras orientadas a reducir nuestro consumo de energía, agua y gas.

OUR CONTRIBUTION IN THE FIGHT AGAINST CLIMATE CHANGE

In order to curtail the impact of climate change, in 2017-2018 we implemented a number of initiatives aimed at reducing our power, water and gas consumption.



RENOVACIÓN DE LAS GRIFERÍAS DE LOS BAÑOS DE LOS PABELLONES AZUL, VERDE Y AMARILLO

Reemplazamos la totalidad de las griferías de los baños de uso público de los pabellones Azul, Verde y Amarillo (de Damas y Caballeros), por un sistema de comando automático FV-Prismatic/AUT, que viene provisto con un sensor de presencia. Esta tecnología permite el corte de agua por un tiempo preestablecido acorde a la función y con un retardo de acción para minimizar el consumo.

EL CAMBIO DE LOS SISTEMAS DE CANILLAS AUTOMÁTICAS GENERÓ UN AHORRO DE UN 4% DEL CONSUMO.

RENOVATION OF BATHROOM FITTINGS IN BLUE, GREEN AND YELLOW PAVILIONS

We renovated all bathroom fittings in the men/women facilities for public use in the Blue, Green and Yellow pavilions, replacing the former ones for FV-Prismatic/AUT sensor activated faucets. This technology allows for a preset water cutout time depending on the use and has a delay in activation to reduce consumption.

THE RENOVATION RESULTED IN A 4% REDUCTION IN WATER USE.

NUEVO SISTEMA PARA MEDIR LA ENERGÍA

En enero de 2018, instalamos un nuevo sistema de medición centralizado, que reporta al control de Build Management System (BMS). Esta medición se utiliza como parámetro de control de la energía del predio en relación con la variable de climatización, controlando su encendido paulatino, minimizando los picos de energía y buscando un régimen según lo acordado por la demanda adquirida.

NEW POWER-MEASURING SYSTEM

In January 2018, we installed a new centralized measuring system which reports to the Building Management System's (BMS) control. This measurement serves as one of the parameters used to monitor the relation between power usage and HVAC settings, managing on/off times, gradual ramp up, minimizing power surges and continually looking for a power setting to meet the demand.

INCORPORACIÓN DE ENERGÍA SOLAR Y COGENERACIÓN

En 2018, durante la Feria Internacional del Libro y los Juegos Olímpicos de la Juventud, trabajamos en conjunto con los organizadores para utilizar las tecnologías de energía solar y cogeneración. En el primer caso, instalamos 40 paneles solares, los cuales erogaron 20 kw de energía a nuestra red en forma directa. Para los Juegos Olímpicos de la Juventud, dotamos de comandos de cogeneración a dos de nuestros equipos de Generación Autónomos (GE), que actúan ante la necesidad de bajar la demanda de energía.

SOLAR POWER AND COGENERATION

Another way of contributing to stemming the effects of climate change is by devising initiatives to reduce our emissions. To that end, we continue to encourage the use of more sustainable transportation amongst our public, staff, and visitors. We have a bicycle parking lot available free of charge; additionally, we have a campaign, both outside and inside the organization, to celebrate Bicycle Day and Sustainable Mobility Day and promote the benefits of cycling, both health wise and for the environment.



MOVILIDAD SUSTENTABLE

Otra forma de contribuir a mitigar el cambio climático es a partir de iniciativas que reduzcan nuestras emisiones. Por eso, continuamos promoviendo entre nuestros diferentes públicos, colaboradores y visitantes el **uso de medios de transporte más sustentables**. Contamos con un *parking* para bicicletas completamente gratuito; además, desarrollamos una campaña de comunicación interna y externa para celebrar el Día de la Bicicleta y de la Movilidad Sustentable, para destacar los beneficios de esta práctica, tanto para el medioambiente como para la salud.

SUSTAINABLE MOBILITY

*Another way of contributing to stemming the effects of climate change is by devising initiatives to reduce our emissions. To that end, we continue to encourage the **use of more sustainable transportation** amongst our public, staff, and visitors. We have a bicycle parking lot available free of charge; additionally, we have a campaign, both outside and inside the organization, to celebrate Bicycle Day and Sustainable Mobility Day and promote the benefits of cycling, both health wise and for the environment.*

SISTEMA DE GESTIÓN DE RESIDUOS

Contamos con un **Manual de Gestión Ambiental de Residuos** que regula la generación, la recolección, el almacenamiento y el transporte de los residuos sólidos y las sustancias peligrosas que se producen durante nuestras operaciones. Nos ocupamos de realizar la separación de los residuos reciclables (papel, cartón, vidrio), de los

WASTE MANAGEMENT SYSTEM

We have an Environmental Waste Management Handbook which governs generation, collection, storage and transport of solid waste and hazardous substances from our operations. We take care of sorting recyclable material (paper, cardboard and glass) from the non-recyclable and cover the collection and final disposal costs. Likewise,

que no lo son, y asumimos los costos por su retiro y disposición final. A su vez, en los tótems fijos ubicados en todas las ferias y exposiciones, informamos al público visitante y a los organizadores sobre la adecuada división y reciclado de residuos.

in the totems distributed throughout our fairs and expos, we inform our visitors and organizers about the proper way of waste sorting and recycling.



GESTIÓN DE RESIDUOS WASTE MANAGEMENT	2015	2016	2017	2018
TOTAL DE RESIDUOS PELIGROSOS RECUPERADOS (KG) AMOUNT OF HAZARDOUS WASTE RECOVERED (KG)				
Patogénicos Pathogenic waste	28	32	-	-
Pilas y baterías Batteries	16	8	8	8
Envases de pintura Paint containers	110	90	110	100
Tubos fluorescentes y lámparas de bajo consumo Fluorescent and energy efficient lighting	120	140	140	120
Garrafas de gas freón Freon gas can	15	16	-	-
Desechos electrónicos Electronic waste	300	500	300	300
RESIDUOS NO PELIGROSOS (KG) NON-HAZARDOUS WASTE (KG)	-	-	-	-
Residuos secos reciclables Dry waste recycling	55.000	63.000	70.000	76.000
Papel Paper	1.686	608	1.712	1.434
Tapas de plástico Plastic bottle caps	-	56	3	0
Recortes de materiales Material cuttings	73.500	55.800	105.000	88.500
RESIDUOS HÚMEDOS NO RECICLABLES (KG) NON-RECYCLABLE ORGANIC WASTE (KG)	327.000	335.000		
ACEITES Y GRASAS (KG) OILS AND FATS (KG)				
AVU UVO	1.200	1.330	900	800
Grasas Fats	800	1.100	600	700
Aguas con grasa orgánica Organic fatty water	30.000	24.000	20.000	22.000



“LA RURAL RECYCLES”

¿QUÉ ES?

Este programa de reutilización de recursos nació hace 11 años en alianza con la Fundación Compromiso. Su objetivo es promover la reutilización de recortes de materiales que se generan luego de los eventos y ferias, tales como madera, vidrio, metales, aglomerados y cerámicas. Una vez reciclados, se utilizan para construir instrumentos didácticos y muebles para escuelas y organizaciones sociales.

What is it?

The resource reutilization program was conceived 11 years ago in a joint effort with the Fundación Compromiso. It promotes reusing surplus material from events and fairs such as wood, glass, metal, fiberboard, and ceramic. Once recycled, it can be reused to build teaching items and furniture for schools and charitable organizations.

EN 2017 ALCANZAMOS LA CIFRA RÉCORD EN EL HISTORIAL DE “LA RURAL RECICLA”: 105.000 KILOS DE MATERIAL RECUPERADO.

“La Rural recicla” set a new record in 2017: 105,000 kilos of recovered material.



EN 2017-2018 REALIZAMOS 14 OPERATIVOS EN LOS QUE SE BENEFICIARON 18 INSTITUCIONES Y SE OBTUVIERON 193.500 KG DE MATERIAL RECICLADO. ESTO REPRESENTA UN 50% MÁS QUE DURANTE EL PERÍODO 2015-2016, Y UN HITO HISTÓRICO DESDE EL INICIO DEL PROGRAMA.

BETWEEN 2017 AND 2018, WE CONDUCTED 14 SUCH OPERATIONS RECOVERING 193,500 KILOS OF RECYCLABLES, LATER DONATED TO 18 CHARITABLE ORGANIZATIONS. THIS REPRESENTS 50% MORE OVER THE 2015-2016 PERIOD AND A MAJOR HALLMARK FOR THE PROGRAM.

LAS SIGUIENTES ORGANIZACIONES CONFÍAN EN NOSOTROS

THE FOLLOWING ORGANIZATIONS TRUST US

FUNDACIÓN COMPROMISO JUNTO A:

FUNDACIÓN COMPROMISO AND:

- 1.** ADULAM
- 2.** Centro Integral Comunitario BJ XXIII
- 3.** Chacras de Bs.As.
- 4.** Club Barrial de Escobar
- 5.** Comunidad Calfuche
- 6.** Cooperativa Tejedoras
- 7.** COVI
- 8.** Creactivar
- 9.** E.T. N° 1 Otto Krause
- 10.** E.T. N° 21 Fragata Libertad

- 11.** E.T. N° 36 Almirante G. Brown
- 12.** Hogar los Pitufines
- 13.** Instituto 13 de julio
- 14.** Jardín Huellas
- 15.** La Casita
- 16.** Nahiot
- 17.** Programa de Tenencia Responsable de Mascotas
- 18.** Sol y Verde Sin Fronteras



PALABRAS QUE NOS LLENAN DE ORGULLO

THESE WORDS FILL US WITH PRIDE

COMUNIDAD KALFUCHE, una asociación de labor y arte que busca mantener y transmitir el conocimiento de origen y acercarlo a través de talleres, reuniones y encuentros creativos, participó por primera vez del programa en 2018 y recibió muebles, placas de madera, de aglomerado, PVC y alfombras.

Kalfuche community, a work and art association aiming at upholding and passing on source knowledge through creative workshops, meetings, and gatherings. It first participated in 2018 receiving furniture, wood plates, fiberboard, PVC and carpeting.

“Con el material que recuperamos pudimos reacondicionar y equipar las sedes donde dictamos los talleres. Participar del programa tuvo un doble beneficio: para la organización porque pudimos acceder a un bien sin costo alguno; y para el planeta, porque se evita el desecho de objetos o materiales que aún tienen vida útil”, sostuvo Silvina Lahuen, a cargo de la institución.

“With the recovered material we managed to renovate and fit the facilities where we give our workshops. Participating in the program resulted in a double benefit: for the organization in terms of receiving goods at no cost; and for the planet because we avoid disposing of objects and materials that can be reused,” said Silvina Lahuen, Director of the institution.

PATITAS DE SAN VICENTE, refugio de mascotas ubicado en la localidad homónima, también se sumó en 2018 a La Rural Recicla. Sus voluntarios colaboran con todo lo relacionado a la infraestructura para los 195 perros rescatados que esperan un hogar; desde la construcción de caniles, mini hospital veterinario hasta instalación eléctrica, cucas, etc.

Patitas de San Vicente, pet rescue shelter located in the town of the same name also joined the La Rural Recicla program in 2018. Volunteers work on infrastructure improvements for the 195 rescue dogs waiting for a forever home: new kennels, a vet mini-hospital, and electrical installation.

“Aprovechamos todo el material que nos donaron. Con los hierros, construimos un canil nuevo y reparamos los viejos. Con las alfombras acondicionamos las cucas de material, que son frías, para que sean más acogedoras”, expresó Ana María Bianchi.

“We put every donation to good use. We used the iron to build new kennels and repair the old ones. With the carpeting, we lined the cold concrete kennels to make them cozier”, said Ana María Bianchi.

GRANJAS COMUNITARIAS ADULAM, asociación civil sin fines de lucro, forma parte activamente de esta iniciativa desde hace 3 años y con el material obtenido ayudaron a más de 200 familias.

Granjas Comunitarias ADULAM (ADULAM Urban Vegetable Gardens), is a non-profit that has been in the program for three years and used the material donated to help more than 200 families.

“Principalmente retiramos maderas, hierros y materiales eléctricos; y construimos una sala completa de juegos especiales para niños. Para nosotros participar en este programa representa un valor económico, porque ahorramos en equipamiento al darle un nuevo uso a los materiales que refaccionamos y/o construimos. Aún tenemos mucho material para trabajar, de modo que el aprovechamiento será aún mayor”, afirmó Hernán Pérez.

“We mostly collected wood, iron, electrical material, which we used to build a children’s playroom. For us, being part of the program has a financial upside because it allows us to save in equipment by giving recycled or revamped materials a new use. We still have lots of material to work with, we aim at reusing as much as possible,” stated Hernán Pérez.

A su vez, “La Rural Recicla” incluye la iniciativa de **División de Residuos**, que consiste en coordinar rutinas de retiro diferenciando residuos peligrosos y no peligrosos, y ofrecer distintos contenedores para basura reciclable, no reciclable y PET, que se ubican en espacios comunes, puntos de gastronomía y durante las ferias. Enmarcada en esta iniciativa, también se encuentran las alianzas con El Ceibo y Fundación Garrahan.

Likewise, “La Rural Recicla” includes the Waste Sorting initiative which entails coordinated collection routes, differentiating hazardous from non-hazardous waste, and using different garbage containers for recyclable, non-recyclable and PET distributed throughout common areas, Food & Beverage areas, and during fairs. This initiative also includes the partnerships with El Ceibo and Fundación Garrahan.

EN 2017-2018 RECAUDAMOS PARA LA FUNDACIÓN GARRAHAN 3.145 KILOS DE PAPEL Y 3 KILOS DE TAPITAS.

IN THE PERIOD 2017-2018, WE COLLECTED 3,145 KILOS OF PAPER AND 3 KILOS OF BOTTLE CAPS FOR THE FUNDACIÓN GARRAHAN.

ORGANIZACIÓN QUE GESTIONA LOS RESIDUOS WASTE MANAGEMENT ORGANIZATION	MATERIAL GESTIONADO MANAGED WASTE	INICIO DE GESTIÓN MANAGEMENT STARTED IN
Empresa AESA <i>Company AESA</i>	Retiro localizado de vidrio <i>Glass disposal</i>	2009
CLIBA <i>CLIBA</i>	Retiro localizado de vidrio <i>Glass disposal</i>	2014
Empresa DELTACOM y SERVIZI <i>Company DELTACOM and SERVIZI</i>	Residuos húmedos no reciclables <i>Non-recyclable organic waste</i>	2006
Fundación Garrahan <i>Fundación Garrahan</i>	Tapas y papel <i>Caps and paper</i>	2006/2009
Cooperativa El Ceibo <i>El Ceibo Cooperative</i>	Tapas y papel <i>Caps and paper</i>	2006/2009
Compañía RBA Ambiental <i>Company RBA Ambiental</i>	Aceites de origen vegetal <i>Vegetable oils</i>	2009
Empresa FACILITY SERVICE y P.T.O.S.A. (Planta de Tratamientos Orgánicos) <i>Companies FACILITY SERVICE and P.T.O.S.A. (Organic Waste Treatment Plant)</i>	Líquidos con grasas orgánicas <i>Liquids with organic fat</i>	2006
DELTACOM (Grupo VEOLIA) <i>DELTACOM (Grupo VEOLIA)</i>	Residuos húmedos no reciclables <i>Non-recyclable organic waste</i>	Julio 2015/2016 <i>July 2015/2016</i>
DELTACOM (Grupo VEOLIA) <i>DELTACOM (Grupo VEOLIA)</i>	Residuos húmedos no reciclables <i>Non-recyclable organic waste</i>	Julio 2017/2018 <i>July 2015/2016</i>
SERVIZI <i>SERVIZI</i>	Residuos húmedos no reciclables <i>Non-recyclable organic waste</i>	Marzo 2018 <i>March 2018</i>

GESTIONAMOS NUESTROS RECURSOS

Nuestro enfoque ambiental implica la medición y gestión de los recursos que utilizamos en nuestras operaciones: **agua, energía, papel y emisiones.**

MANAGING OUR RESOURCES

Our environmental approach includes monitoring and management of the fairgrounds' operations use of resources: **water, power, paper, and emissions.**



AGUA

Realizamos un mantenimiento exhaustivo de la infraestructura sanitaria del predio para verificar su correcto funcionamiento. El equipo de Operaciones se encarga de controlar dos veces al día los baños habilitados, revisar cada semana los medidores de Aysa y las conexiones de agua y bombeo, y efectuar chequeos semestrales de los tanques de agua del predio.

Para hacer más eficiente el uso del agua, contamos con válvulas automáticas de corte en todos los sanitarios, y continuamos con el plan de riego por napa.

WATER

We conduct exhaustive maintenance of the fairground's water infrastructure to ensure its proper functioning. The Operations team is in charge of verifying the fairgrounds working bathrooms, Aysa meters, water and pumping connections twice a day, and conduct water tank maintenance twice a year.

All of our restrooms are equipped with automated shut off valves for a more efficient performance while continuing with our groundwater irrigation scheme.

AGUA (PROVISTA POR AYSA) WATER (SUPPLIED BY AYSA)	2015/2016	2017/2018
Consumo de agua en m ³ Water consumption in m ³	137.429	142.059



ENERGÍA

Como parte de nuestro plan de racionalización de consumo de la energía eléctrica, llevamos adelante las siguientes acciones:

- Continuamos con la migración a lámparas de bajo consumo: el 60% de las lámparas del predio ya son LED, lo que representa un ahorro del 2013 a la fecha del 50% de energía en relación a lo que se destinaba para iluminación. El consumo inicial era de 225.000 watt y el actual promedio es de 126.000 watt.
- Limitamos los horarios de encendido y apagado de luces y equipos de aire acondicionado, tanto en zonas administrativas como en el exterior.
- Establecemos umbrales máximos de 3.500 kw para los eventos.
- Anticipamos el encendido de los aires acondicionados ya sea para climatización o calefacción, a fin de mejorar los rendimientos en épocas de altas temperaturas o eventos de gran afluencia de público.
- Minimizamos el encendido con circuitos eléctricos separados en las zonas del *parking*, depósitos y túneles técnicos.
- Realizamos campañas para concientizar a nuestros colaboradores sobre el ahorro de energía.

POWER

Under the framework of our power consumption reduction plan, we carried out specific actions:

- *We continue migrating towards power saving lighting: 60% of the fairgrounds is now served by LED lighting, which translates into savings of 50% in the 2013- to-date period.*
- *In 2013, consumption was 225,000 watts compared to the current 126,000 watts.*
- *We restricted the use of lights and air conditioners in office and outdoor areas.*
- *Consumption caps are set for the events (3,500 kW).*
- *In very hot days or in events with large crowds, we set the HVAC timers to turn the equipment on ahead of time for improved performance.*
- *We minimize consumption by having power wiring divided by sectors: parking, warehouse and service tunnels.*
- *We designed campaigns to raise awareness on the importance of energy saving.*

CONSUMO DE ENERGÍA POWER CONSUMPTION				
	2015	2016	2017	2018
Gas (provisto por METROGAS) <i>Natural Gas (supplied by Metrogas)</i>	67.636	51.730	55.780	58.606
Gas Oil en litros <i>Gasoil in liters</i>	6.867	9.778	7.937	11.073
Energía Eléctrica en MW/h (provista por EDENOR) <i>Electricity in MW/h (Supplied by EDENOR)</i>	9.404,4	9.195,5	9.020,5	8.991,5

MIGRACIÓN A GAS ECOLÓGICO
EN LOS AIRES ACONDICIONADOS

MIGRATION TO ECO GAS FOR
AIR CONDITIONERS

ETAPAS DE CONVERSIÓN <i>CONVERSION STAGES</i>	DESCRIPCIÓN <i>DESCRIPTION</i>	% DE LA INSTALACIÓN <i>% OF THE FACILITIES</i>	ESTADO <i>STATUS</i>
Etapa I <i>Stage I</i>	Cambio de unidades de climatización menores a 1 toneladas de refrigeración <i>Replacement air conditioners under 1 ton of refrigeration</i>	1%	Completo en 2010 <i>Completed in 2010</i>
Etapa II <i>Stage II</i>	Cambio de unidades de climatización del pabellón 8 – Ópera Pampa <i>Replacement air conditioners in Building 8 - Ópera Pampa</i>	3%	Completo en 2011 <i>Completed in 2011</i>
Etapa III <i>Stage III</i>	Cambio de unidades de climatización hasta 7 toneladas de refrigeración <i>Replacement air conditioners up to 7 ton of refrigeration</i>	7%	Completo en 2012 <i>Completed in 2012</i>
Etapa IV <i>Stage IV</i>	Cambio de unidades del tipo Roof top Fase II <i>Replacement of Rooftop equipment Phase II</i>	11%	Fecha estimada 2022 <i>Estimated completion by 2022</i>
Etapa V <i>Stage V</i>	Cambio de unidades del tipo Roof top Ocre y Frers <i>Replacement of rooftop equipment Ochre and Frers</i>	3%	Fecha estimada 2024 <i>Estimated completion by 2024</i>
Etapa VI <i>Stage VI</i>	Cambio de unidades del tipo enfriadora de líquido <i>Replacement of liquid-cooled air conditioners</i>	16%	Fecha estimada 2030 <i>Estimated completion by 2030</i>
Etapa VII <i>Stage VII</i>	Cambio de unidades del Restaurante Central <i>Replacement air conditioners in Central Restaurant</i>	16%	Completo en 2016-17 <i>Completed in 2016-2017</i>

GRACIAS A LAS ACCIONES IMPLEMENTADAS, EL CONSUMO TOTAL ENERGÉTICO EN EL BIENIO 2017-2018 SE REDUJO UN 4% RESPECTO AL PERÍODO 2015-2016.

THANKS TO THE STEPS TAKEN, TOTAL POWER CONSUMPTION FOR THE 2017-2018 TWO-YEAR PERIOD DROPPED BY 4% WHEN COMPARED TO 2015-2016.

	2015-2016	2017-2018
Consumo total energético <i>Total Power Consumption</i>	66.959.640 MJ/H	64.842 MJ/H
MJ/h/m ² (Superficie total del predio: 122962 m ²) <i>MJ/h/m²</i> (Fairground's total area: 122962 m ²)	544.55 MJ/m ²	527.33 MJ/m ²



EMISIONES

Nuestras emisiones directas se producen únicamente por la quema de combustibles fósiles en el uso de motores de combustión interna. En 2017-2018, generamos 46.973,15 kilos de CO₂ por consumo directo de "La Rural".

El total de CO₂ emitido en el período 2017-2018 por consumo de gas natural fue de 246.876,45 kg de CO₂, siendo el 5 % de este consumo de uso directo de La Rural S.A.

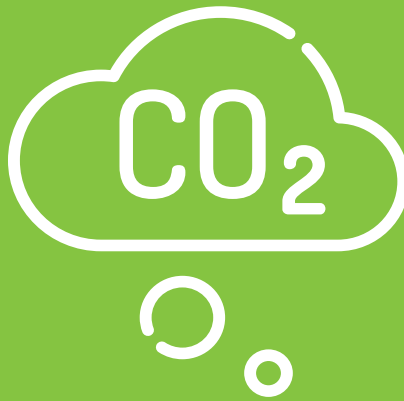
En el mismo período, las emisiones por el consumo de gas oil fueron de 52.955,77 kilos de CO₂.

EMISSIONS

The only type of direct greenhouse effect gas we generate in the venue comes from the fossil fuels for internal combustion engines. In 2017-2018, at La Rural, we generated 46,973.15 kilos of CO₂ from direct consumption.

The total CO₂ generated in the 2017-2018 period due to natural gas consumption was 246,876.45 kg of CO₂ or 5 % of La Rural S.A.'s consumption for this type of fuel.

Over the same period, gasoil-related emissions were 52,955.77 kilos of CO₂.



INICIATIVAS PARA REDUCIR NUESTRA HUELLA DE CARBONO

En la búsqueda por reducir nuestra huella de carbono generada por la actividad, en 2018 incorporamos:

- **DOS COMPACTADORAS ELÉCTRICAS ESTANCAS** (DCC 14m³ / DCC 20 m³) destinadas a manejar los residuos gastronómicos. Esto permitió reducir significativamente el acarreo de residuos (de 3 viajes a 1), evitar los goteos por compactación que producen malos olores, y ayudar al control de roedores, por ser un contenedor cerrado.
- **UN NUEVO VEHÍCULO DE TRANSPORTE:** una camioneta KIA modelo K 2500 certificada dentro de las normas EURO respecto a sus emisiones. Utiliza gas oil grado 3 (menos de 10 partes por millón), lo que produce una combustión más limpia, con menores emisiones de CO₂.
- **UN EQUIPO ELEVADOR** marca YALE modelo Veracitor VX, que cuenta con un sistema integrado de gestión computarizado y cambios automáticos electrónicos, que contribuyen a reducir el consumo eléctrico.

INITIATIVES TAKEN TO REDUCE OUR CARBON FOOTPRINT

In trying to reduce our carbon footprint, in 2018 we invested in:

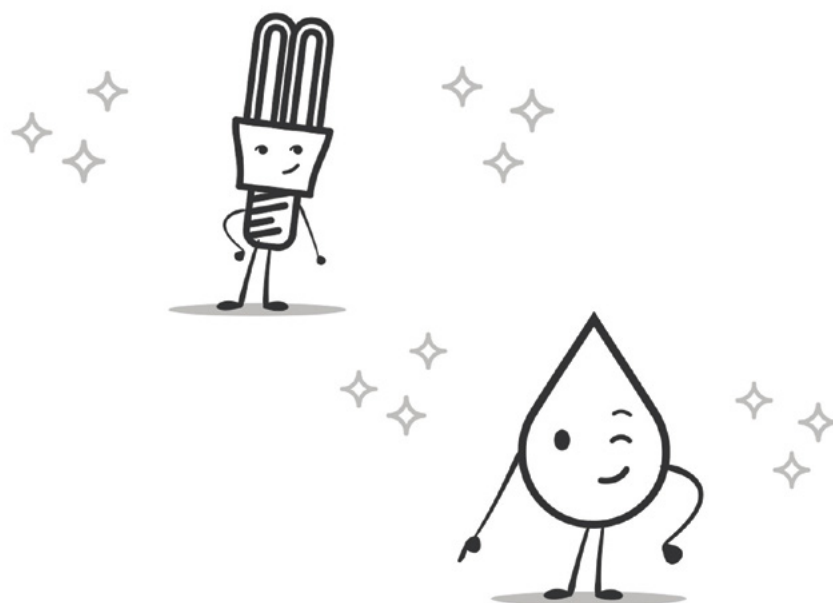
- **TWO SELF-CONTAINED ELECTRIC COMPACTOR UNITS** (DCC 14m³ / DCC 20 m³) for organic waste management. This allowed for a significant reduction in waste collection roll outs (from 3 down to 1), avoid compacting leakage with the ensuing smell, and help in mice control due to it being a sealed container.
- **A NEW VEHICLE:** KIA K 2500 truck compliant with EURO emissions standards. Runs on grade 3 diesel (less than 10 ppm), which is greener and with fewer carbon emissions.
- **A NEW YALE VERACITOR VX ELEVATOR** with an onboard management system and electronic gears which help reduce power consumption.

CONSUMO RESPONSABLE: ¡AQUÍ Y AHORRA!

Responsible consumption: Here and Now!

En 2018 lanzamos la campaña interna “¡Aquí y ahorra!”, con el objetivo de concientizar a todos nuestros colaboradores sobre la importancia del ahorro de los recursos en la oficina, como el agua, el papel y la luz. Para ello, desarrollamos distintas piezas de comunicación como cartelería en baños, cocinas y oficinas, y enviamos emails semanales con consejos útiles para contribuir y preservar el medioambiente. Además, en todas las computadoras, al finalizar la jornada laboral, aparece un mensaje programado por el departamento de Sistemas. El mismo recuerda a todos los colaboradores apagar las PC al terminar el día, para contribuir al ahorro de energía.

In 2018, we launched the “Here and Now” internal campaign aimed at raising awareness among our staff about the importance of saving resources such as water, paper and power. To that end, we designed a number of signs for bathrooms, kitchens and offices, reinforced by weekly emails with useful tips for the protection of the environment. Furthermore, at the end of the office hours, a pop-up message programmed by the IT department appears on all computers. It reminds the staff to turn the PC off and contribute to the power saving efforts.



PIEZAS DE COMUNICACIÓN DIFUNDIDAS EN LA CAMPAÑA:

Flyers shared in the company:





INTEGRANDO A LA CADENA DE VALOR

Integrating Our Value Chain

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

SDGs 2, 3, 4, 8, 11 and 12

2 HAMBRE CERO



3 SALUD Y BIENESTAR



4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



INTEGRANDO A LA CADENA DE VALOR

Integrating Our Value Chain

La administración responsable de nuestra cadena de suministro es fundamental para sostener la calidad del servicio que queremos ofrecer. **Compartir los mismos valores y prácticas en las operaciones diarias** nos permite consolidar cada año una gestión más sustentable.

Responsible management of our supply chain is essential to the quality of service we strive to offer. Sharing the same values and practices in our day-to-day operations allows us to create a more sustainable management.

PROVEEDORES

- Creamos “Espacios gastronómicos” (en su mayoría, *food trucks*), que ofrecen servicios durante las exposiciones y otorgan mayor variedad y opciones para nuestros visitantes.
- Implementamos un plan de control de libretas sanitarias.
- Continuamos con el control de servicios gastronómicos.
- Incrementamos el alcance de las auditorías internas en la mayoría de las exposiciones, contemplando los principales rubros como: gastronomía, cartelería, seguridad, limpieza, rigging, servicio médico, gazeos, telefonía e Internet.
- Instalamos un sistema de tecnología avanzada que nos permite brindar servicio Wi-Fi comercializado directamente por La Rural y mejorar todas las telecomunicaciones dentro del predio.

SUPPLIERS

- We created “Espacios gastronómicos” (*Food & Beverage Spaces, mostly Food Trucks*), offering services to expos, providing a more diverse menu to our visitors.
- We implemented a control plan of Health and Safety Checklist.
- We continued exercising oversight on Food & Beverage suppliers.
- We expanded the scope of the internal audits in most expos, assessing key areas like: Food & Beverage, signs, safety, cleanliness, rigging, medical services, gazebos and telecommunications.
- We installed a state-of-the-art Wi-Fi system enabling La Rural to offer the service directly therefore improving connectivity throughout the fairgrounds.

Durante 2017-2018 incorporamos 14 nuevos proveedores oficiales, e invertimos \$494 millones de pesos en pago a proveedores, un 48% más que en el período anterior

*In 2017-2018, we added **14 new suppliers to the official lists** and invested **AR\$ 494 million** in supplier payments, or **48% more** compared to the previous period.*

PROVEEDORES <i>SUPPLIERS</i>	2015	2016	2017	2018
Proveedores activos <i>Active Suppliers</i>	660	730	481	622
Proveedores oficiales <i>Official Suppliers</i>	67	63	73	71

Clasificamos a estas empresas pequeñas, medianas y grandes de origen 100% nacional en las siguientes categorías:

- GASTRONOMÍA
- INFRAESTRUCTURA
- EQUIPAMIENTO TÉCNICO (AUDIO, SONIDO O ILUMINACIÓN)
- LIMPIEZA
- SEGURIDAD
- CONTROL DE ACCESOS
- MOBILIARIO
- SERVICIO MÉDICO
- CONECTIVIDAD (TELEFONÍA, INTERNET CABLEADO, WI-FI*)
- LOGÍSTICA

(*) Wi-Fi A partir del 2017 se comercializa desde La Rural.

We classified small, medium and large, 100% national companies in the following categories:

- FOOD & BEVERAGE
- INFRASTRUCTURE
- TECHNICAL EQUIPMENT (A/V AND LIGHTING)
- CLEANING
- SAFETY
- ACCESS CONTROL
- FURNITURE
- MEDICAL SERVICES
- CONNECTIVITY (TELEPHONES, INTERNET WIRING, WI-FI*)
- LOGISTICS

(*) Starting in 2017, La Rural offers the wi-fi service.

FACTURACIÓN POR PROVEEDOR <i>REVENUE BY SUPPLIER</i>		
PRINCIPALES RUBROS <i>MAIN INDUSTRIES</i>	2015/2016(*)	2017/2018
	FACTURADO POR PROVEEDOR <i>BILLABLE BY SUPPLIER</i>	FACTURADO POR PROVEEDOR <i>BILLABLE BY SUPPLIER</i>
Servicios de terceros (infraestructura, rigging, etc.) <i>Third-party services (infrastructure, rigging, etc.)</i>	86.787.709,95	120.522.523
Seguridad <i>Safety</i>	20.940.091,75	35.216.129
Servicios de terceros (equipo técnico de comunicaciones, telefonía, internet, wi-fi, audio, iluminación y video, DJ) <i>Third-party services (technical equipment for communications, telephones, internet, audio, lighting, video and DJ))</i>	42.104.208,62	54.134.722
Servicios médicos <i>Medical services</i>	8.238.996,33	11.216.938

(*) Los valores de 2015 son estimativos, debido a un cambio realizado en el sistema de gestión.

(*) 2015 figures are estimates due to a change in the management system.

NUEVAS OPORTUNIDADES LABORALES

Evaluamos anualmente el nivel de empleo que se genera producto de nuestra actividad, a partir de las acreditaciones durante las ferias, exposiciones y eventos.

WE CREATE JOB OPPORTUNITIES

Every year we measure how many jobs are created by our business basing on data from fairs, expos and events registration figures.

PROYECCIÓN DEL EMPLEO GENERADO POR LA ACTIVIDAD DE LA RURAL JOB OPPORTUNITIES PROJECTION FROM LA RURAL'S ACTIONS	2015	2016	2017	2018
Personal de La Rural S.A. <i>La Rural S.A. Staff</i>	141	137	140	146
Personal fijo organizadores <i>Organizer's permanent staff</i>	1.752	1.910	2.290	1.716
Personal temporario organizadores <i>Organizer's temporary staff</i>	2.990	2.058	2.416	2.045
Personal expositores <i>Exhibitor's staff</i>	48.562	51.956	61.125	66.139
Personal de armado y construcción de stands <i>Exhibitions set-up staff</i>	23.283	23.388	29.992	39.093
Personal de seguridad <i>Security staff</i>	2.889	3.127	3.165	3.377
Personal de limpieza <i>Cleaning staff</i>	2.117	5.766	3.989	4.422
Otros servicios (acreditaciones, control de acceso, sonido, técnica, etc) <i>Other services (credentials, access control, sound, technicians, etc.)</i>	8.039	11.327	6.705	5.582
Personal de gastronomía <i>Food & Beverage staff</i>	13.648	13.505	15.907	13.379

Durante 2017 y 2018 las oportunidades de empleo (directas e indirectas) generadas fueron 261.628, un 25% más respecto al período 2015-2016

*In 2017- 2018, new jobs created (directly and indirectly) rose to **261,628**, or a **25% increase** compared to 2015-2016.*

CÓMO ELEGIMOS A NUESTROS PROVEEDORES

Implementamos una metodología de selección de proveedores en tres instancias teniendo en cuenta a **las empresas más reconocidas y especializadas** en cada rubro.

- **IDENTIFICACIÓN:** al momento de contratar un producto o servicio, todas las áreas deben presentar al menos tres presupuestos. De esta manera, nos aseguramos de que las condiciones comerciales, de servicio y responsabilidad del proveedor elegido sean las más adecuadas para nuestras necesidades.

- **EVALUACIÓN:** coordinamos una reunión de presentación para interiorizarnos del perfil, el tipo y la calidad de los servicios que ofrece, a la vez que evaluamos su experiencia, trayectoria, relación con la competencia y las referencias comerciales.

- **INCORPORACIÓN:** una vez elegido el candidato, le enviamos un modelo de contrato junto con el Manual de Proveedor y el pedido de toda la documentación necesaria (CUIT, DNI del titular, estatuto, seguros de responsabilidad civil, etc.), para verificar que cumpla con las condiciones administrativas, legales, comerciales y de calidad de servicio que ameriten su integración como proveedor oficial.

Esta metodología presenta algunas variantes según **la categoría del proveedor**. Por ejemplo, en el área gastronómica, requerimos además una visita bromatológica a la planta de elaboración y, en algunos casos, una degustación, antes de concretar el acuerdo comercial.

Una vez prestados los servicios, solicitamos la entrega de un remito con el N° de Orden de Compra correspondiente, para facilitar la sinergia entre sectores operativos y administrativos en el control de los recursos contratados, así como también en el circuito de pagos al proveedor.

HOW DO WE CHOOSE OUR SUPPLIERS

*We implemented a selection methodology comprised of three stages which involves the **most recognized and specialized companies of each industry**.*

- **IDENTIFICATION:** *for product or services procurement, all areas must submit three quotes. This ensures the selected suppliers' terms of service and liability are the best fit for our needs.*

- **EVALUATION:** *we book an introductory meeting to learn more about the applicant's profile, type and quality of service while evaluating their experience, expertise, market position compared to the competition and recommendations.*

- **ONBOARDING:** *Once the candidate is selected, we sent a draft contract along with the Suppliers Handbook and request the necessary documentation (CUIT, owner's DNI, statute, civil liability insurance, etc.), to guarantee they comply with the administrative, legal, commercial and quality of service requirements that merit their certification as an official supplier.*

*This methodology has some differences according to the **supplier category**. For example, in Food and Beverages, we require a health inspection of the manufacturing facility and, in some cases, a tasting before finalizing the agreement.*

Once the work is completed, the supplier has to submit an invoice with the corresponding Purchase Order number to facilitate the orchestration between the operations and administrative areas in their procurement oversight as well as with the accounts payable processes.



SISTEMA DE EVALUACIÓN

Evaluamos a nuestra cadena de valor en el cumplimiento de distintos aspectos:

- **ADMINISTRATIVOS:** con el objetivo de garantizar transparencia legal, analizamos el estatuto de cada proveedor en el que se especifica la confirmación societaria declarada en IGJ (Inspección General de Justicia) y las habilitaciones respecto de la actividad que realiza, ya sean instalaciones, depósitos, etc.

- **LABORALES:** en materia laboral, requerimos acreditaciones sobre el personal declarado en AFIP y la cobertura de ART, que solicitamos cada vez que ingresan al predio. Además, en todos los casos, exigimos al proveedor que brinde a su personal ropa de trabajo adecuada, elementos de seguridad en el caso que corresponda y una estructura de horarios contemplando descansos y almuerzo.

- **AMBIENTALES:** para minimizar el impacto ambiental, exigimos que los proveedores clasifiquen y retiren los residuos que se generan dentro del predio y que luego los trasladen a los sectores establecidos para su disposición final.

- **DERECHOS HUMANOS:** incluimos en todos los contratos con proveedores una cláusula obligatoria en la cual se comprometen a respetar los derechos humanos de las personas, evitando la discriminación, el acoso, el abuso o la intimidación en cualquiera de sus formas.

En el caso de que un proveedor **no cumpla con alguno de estos requisitos**, recibe un llamado de atención del predio y, si reincide, se evalúa la posibilidad de excluirlo del listado oficial de proveedores.

SUPPLIER EVALUATION

We assess our value chain in their compliance with the following areas:

- **ADMINISTRATIVE:** *In order to guarantee legal transparency, we analyze each supplier's statute where the company incorporation confirmation as stated by the IGJ (Spanish acronym for Superintendence of Corporations) is found as well as the permits for the work they do, their facilities, warehouses, etc.*

- **LABOR:** *we require all personnel to be registered with the AFIP (Argentine Tax Authority) and be covered by Workers' Compensation Insurance every time they step into the fairground. Additionally, it is mandatory, when applicable, for all suppliers to provide their staff with appropriate working clothes and safety equipment, as well as establish a schedule that allocates time for breaks and lunch.*

- **ENVIRONMENTAL:** *to minimize our environmental impact, suppliers are required to sort and collect the waste they generate while in the fairgrounds and later take them to the areas determined for its disposal.*

- **HUMAN RIGHTS:** *every supplier contract includes a mandatory clause compelling them to respect human rights, avoid discrimination, harassment, abuse or intimidation in all their forms.*

If a supplier violates any of these requirements they receive a warning and, upon repeated offenses, they are put on probation pending consideration for removal from the official suppliers list.

AUDITORÍAS INTERNAS

Para mejorar la calidad del servicio, desde 2012, el área de servicios feriales efectúa auditorías aleatorias a los proveedores durante las exposiciones. En estas evaluaciones, no solo se controla la facturación diaria de los puntos de venta gastronómicos, sino también el servicio en las boleterías, el acceso de catering habilitados, la cantidad de puntos de colgado en cada pabellón, y los servicios de limpieza y seguridad, entre otros.

EN 2017-2018 AUDITAMOS AL 90% DE LOS PROVEEDORES OFICIALES

Como resultado de este trabajo, se observó **una mayor prolijidad** de los proveedores al brindar su servicio, pues incorporaron el uso de uniformes y de elementos de protección personal. A su vez, se implementaron las siguientes medidas:

- Mejoras en infraestructura para disminuir el ingreso de plagas
- Mejoras en la limpieza de los locales y cocinas del predio.
- Señalización de áreas de circulación, accesos a matafuegos y salidas de emergencia para prohibir el acopio de mercadería.
- Limpieza profunda de todas las campanas y extractores del predio.
- **CONTROL DE LIBRETAS SANITARIAS:** a partir del período reportado, implementamos un proceso de control de las libretas sanitarias para poder ingresar al predio. En el momento que un proveedor solicita credenciales de acreditación a Atención al Expositor, esta área consulta con el sector de gastronomía si el listado de nombres a acreditar posee Libretas Sanitarias y Curso de Manipulación de Alimentos al día. Si se encuentran aptos, se autoriza la emisión de las credenciales. En caso contrario, se solicita presentar la documentación correspondiente para obtener la autorización y el acceso a las instalaciones.

INTERNAL AUDITS

To further improve our quality of service, since 2012, the fair services area conducts random audits of suppliers during expos. These evaluations are not only aimed at controlling revenue at the Food & Beverage stands but also the service provided at the box office, that only authorized catering companies are given access to the fairgrounds, the number of rigging points in every pavilion as well as cleanliness and security services, amongst others.

IN 2017-2018 WE AUDITED 90% OF OFFICIAL SUPPLIERS

As a result, supplier operations adjusted their compliance by providing their staff with uniforms and personal safety equipment. Likewise, the following actions were implemented:

- *Infrastructure improvement for pest control.*
- *Cleanliness improvements in the fairgrounds shops and kitchens.*
- *Signs in public areas directing towards fire extinguishers and emergency exits preventing stockpiling.*
- *Deep cleaning of all air vents and extractors in the fairgrounds.*
- **HEALTH AND SAFETY CHECKLIST VERIFICATION:** *As of the reported period, we implemented a Health and safety checklist verification process required to access the fairgrounds. When a supplier registers with the Exhibitor's Desk, it triggers a consultation to the Food & Beverage area for verification that the names listed have valid Health and Safety Checklists and Food Handling Certifications. Staff can only be registered if these requirements are met. If they are not, suppliers must resubmit the appropriate paperwork to be granted access to the fairgrounds.*



PROGRAMA DE CONTROL DE PROVEEDORES GASTRONÓMICOS

A lo largo de 2017 y 2018, realizamos más de 60 auditorías bromatológicas, de las cuales el 50% fue dentro del predio y el otro 50%, en plantas fuera de nuestras instalaciones. De esta forma, se alcanzó el 100% de los proveedores gastronómicos oficiales. Entre las principales observaciones identificadas, se destaca la necesidad de un mayor control de la temperatura de las heladeras, la mejora de la limpieza debajo de muebles o equipos, y el fomento del lavado de manos de los empleados.

EL 100% DE NUESTROS PROVEEDORES GASTRONÓMICOS OFICIALES RECIBIERON UNA AUDITORÍA BROMATOLÓGICA, DURANTE 2017-2018

NOVEDADES PARA NUESTROS CLIENTES

- Creamos el área de “Atención al Cliente Wi-Fi” en abril de 2017, donde los organizadores y expositores pueden solicitar asesoramiento técnico y presupuestos, según sus necesidades.
- Lanzamos una “APP Wi-Fi” (aplicación Wi-Fi) para que todos los visitantes puedan comprar este servicio desde su celular. Esto agilizó notablemente los circuitos administrativos y la utilización inmediata del servicio.
- Ampliamos el alcance de las auditorías internas en la mayoría de las exposiciones, incluyendo el control de las demoras en las áreas de gastronomía y boleterías.

CONTROL PROGRAM FOR OUR FOOD AND BEVERAGE SUPPLIERS

Throughout 2017 and 2018, we conducted over 60 health audits of which 50% took place in the fairgrounds and 50% in facilities outside our venue. Under this initiative, we managed to evaluate 100% of official Food & Beverage suppliers. The key results from the evaluations were a greater need for oversight on the fridges' temperatures, improve cleanliness under furniture and equipment, and promote hand washing amongst the staff.

EL 100% OF OUR OFFICIAL FOOD AND BEVERAGE SUPPLIERS UNDERWENT A HEALTH INSPECTION IN 2017-2018

NEWS FOR OUR CLIENTS

- In April 2017, we created the “Wi-Fi Customer Care” Desk where organizers and exhibitors can turn to for technical support and request quotes to cover their connectivity needs.
- We also launched the “Wi-Fi APP” allowing all visitors to purchase the connectivity service. The app streamlined the administrative process and service adoption.
- We expanded the scope of internal audits for most expos, including delay controls in Food & Beverages and box office.

Para el período 2019-2020, tenemos el objetivo de incorporar nuevos servicios adicionales al cliente, como el alquiler de sillas, telones, vallas, mesas, biombos, unifilas (postes ordenadores de filas), livings y bancos de plaza, entre otros.

For the 2019-2020, our goal is to unveil a wider array of customer services such as rental of chairs, curtains, fences, tables, folding screens, retractable stanchions (queue belt poles), living-room furniture, park benches, etc.

EN 2017-2018 RECIBIMOS 583.070 VISITANTES MÁS QUE EN EL PERÍODO ANTERIOR

En 2017-2018 we opened our doors to 583.070 more visitors than in the previous period

	2015	2016	2017	2018
FERIAS FAIRS				
Cantidad ferias propias <i>In-house fairs</i>	10	15	11	9
Cantidad ferias terceros <i>Third-party fairs</i>	28	33	38	36
Cantidad ferias fuera del predio <i>Overseas fairs</i>	4	3	2	3
Cantidad congresos, convenciones y seminarios <i>Congresses, conventions and seminars</i>	68	77	92	91
Cantidad eventos corporativos <i>Corporate events</i>	106	139	143	148
Cantidad de eventos especiales <i>Special events</i>		6	3	2
Cantidad eventos sociales <i>Social events</i>	25	33	46	44
EXPOSITORES EXHIBITORS				
Cantidad expositores ferias propias <i>Exhibitors in In-house fairs</i>	1.321	1.499	1.505	1.009
Cantidad expositores ferias terceros <i>Exhibitors in third-party fairs</i>	5.226	9.296	8.696	7.351
Cantidad expositores ferias fuera del predio <i>Exhibitors in overseas fairs</i>	148	177	194	192
VISITANTES VISITORS				
Cantidad visitantes ferias propias <i>Visitors in In-house fairs</i>	1.191.977	1.521.804	1.408.291	1.430.427
Cantidad visitantes ferias terceros <i>Visitors in in third-party fairs</i>	2.091.900	2.113.958	2.852.724	2.380.567
Cantidad visitantes ferias fuera del predio <i>Visitors in overseas fairs</i>	420.000	409.700	24.000	35.435(**)
ASISTENTES ASSISTANTS				
Cantidad asistentes congresos, convenciones y seminarios <i>Assistants in Congresses, conventions and seminars</i>	58.941	185.851	51.582	163.709
Cantidad asistentes eventos empresariales <i>Assistants in corporate events</i>	111.636	92.195	92.010	100.464
Cantidad asistentes eventos sociales <i>Assistants in social events</i>	10.641	9.477	12.913	12.850
Cantidad asistentes eventos especiales <i>Assistants in special events</i>		63.840	27.204	8.659
TOTAL VISITANTES TOTAL VISITORS	3.465.095	3.987.125 (*)	4.444.724 (*)	4.096.676 (*)

(*) No incluye eventos en el exterior. (**) Incluye eventos en el exterior y en el CEC Buenos Aires.

(*) Does not include overseas events. (**) includes overseas and CEC Buenos Aires events.



MECANISMOS DE COMUNICACIÓN Y ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN

Con el objetivo de construir vínculos sólidos con nuestra cadena de valor, mantenemos activos distintos canales de diálogo:

COMMUNICATION CHANNELS AND ENGAGEMENT

We keep active communication channels open in order to strengthen the bonds with our value chain:

TIPO DE CLIENTE <small>TYPE OF CLIENT</small>	CANAL DE COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN <small>COMMUNICATION CHANNELS AND ENGAGEMENT</small>
VISITANTES <i>VISITORS</i>	<ul style="list-style-type: none">• Cartelería.• Casilla de correo.• Sitio web (modo <i>responsive</i> - puede visualizarse desde todo tipo de soporte digital).• Línea telefónica.• Libro de quejas.• Reporte de Sustentabilidad.• Redes sociales.• Formulario para visitantes en sitio web.• Club La Rural.• 4 tótems ubicados en el predio para folletería.• Prensa / Publicidad en medios.• Atención de Servicios Feriales. <ul style="list-style-type: none">• Signs.• Email.• Website (responsive mode - enabled for all devices).• Telephone number.• Complaint Forms.• Sustainability Report.• Social Media.• Website contact form.• Club La Rural.• Four Totem Information Displays were installed to provide visitors with brochures.
ORGANIZADORES <i>ORGANIZERS</i>	<ul style="list-style-type: none">• Entrevistas de seguimiento.• Producción integral de ferias y exposiciones. <ul style="list-style-type: none">• Press/Advertising.• Fairground Services.
EXPOSITORES Y ORGANIZADORES <i>EXHIBITORS AND ORGANIZERS</i>	<ul style="list-style-type: none">• Reuniones previas a la exposición.• Casilla de correo.• Formulario para expositores en sitio web.• Atención de Servicios Feriales, <i>in situ</i>.• Tótems informativos con folletería.• Memoria Comercial.• Reporte de Sustentabilidad.• Folleto institucional digital con planos y fichas técnicas de cada pabellón.• Reuniones técnicas (previas y de cierre).• Sitio web al que se le incorporó información útil que puede ser consultada online acerca de:<ul style="list-style-type: none">• Especificaciones sobre el retiro de residuos.• Normas generales de montaje.• WI-FI: manual de uso y circular de servicio.• Lista de precios para expositores y organizadores.• Listado de proveedores. <ul style="list-style-type: none">• Production meetings in advance of events.• Email.• Website exhibitors contact form.• Fairground Services Customer Care (in situ).• Information totems with brochures.• Annual Report.• Sustainability Report.• Institutional brochure with blueprint and specifications of every pavilion.• Experts' meetings (before and after events).• Website with new useful information:• Waste collection.• Construction guidelines.• WI-FI: user's manual and service notice.• Suppliers list.
PROVEEDORES <i>SUPPLIERS</i>	<ul style="list-style-type: none">• Reuniones periódicas.• Línea telefónica: 4777-5532 / 4777-5571• Sitio web.• Memoria comercial.• Capacitaciones.• Reporte de sustentabilidad.• Casilla de correo: proveedoroficial@larural.com.ar• Manual de proveedores.• Auditorías.• Atención de Servicios Feriales.• Charlas informativas.• Circulares con normativas del predio.• Libro de quejas. <ul style="list-style-type: none">• Regularly held meetings.• Telephone numbers 4777-5532 / 4777-5571• Website.• Annual Report.• Training Sessions.• Sustainability Report.• Email proveedoroficial@larural.com.ar• Suppliers' manual.• Audits.• Fairground Services.• Informative talks.• Notices with the fairgrounds regulations.• Complaint Forms.



10.

NUESTRA INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD

Our Investment in the Community

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

SDGs 4 and 11



NUESTRA INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD

Our Investment in the Community

• Adherimos al programa “Directrices en accesibilidad”.

• Nuestro programa “Cesión solidaria de Espacios” representa el 28% del mercado de cenas solidarias de Buenos Aires¹.

• Incorporamos voluntariado corporativo al programa Palermo Lee.

• We joined the “Accessibility Guidelines” program.

• Our “Cesión solidaria de Espacios” program represents 28% of the fundraiser dinner market in Buenos Aires¹.

• Started inviting corporate volunteers to the Palermo Lee program

DURANTE 2017-2018 INVERTIMOS
IN 2017-2018 WE INVESTED

\$ 1.001.673²

EN PROGRAMAS DE APOYO A LA COMUNIDAD, UN 28% MÁS QUE EN 2015-2016
IN COMMUNITY SUPPORT PROGRAMS, OR 28% MORE THAN IN 2015-2016

El ámbito comunitario es el mejor escenario para contribuir al bienestar de la sociedad y garantizar año tras año la sostenibilidad de nuestros proyectos e iniciativas de inversión social. Los programas y acciones que implementamos bajo el eje social de nuestra estrategia de sustentabilidad nos permiten **fortalecer la relación con el contexto local** y contribuir a la creación de un mejor lugar para vivir en comunidad.

*The community is the best area to contribute to society's wellbeing while assuring, year after year, the sustainability of our social investment projects and initiatives. Programs and actions implemented under the social branch of our sustainability strategy allow us to **strengthen our bond with the community and contribute to the creation** of a better place for everyone.*

¹ Dato obtenido de un estudio realizado por el área de RRH, relevando más de 110 comidas solidarias del calendario anual sólo en la Ciudad de Buenos Aires.

¹ Finding from a study conducted by the Institutional Relations Department assessing more than 110 charitable dinners held in one year. Considering the City of Buenos Aires only.

² Este monto contempla solo el presupuesto de Relaciones Institucionales.

² This figure only takes into account the Institutional Department budget.

El área de Comunicación Institucional y Sustentabilidad, perteneciente a la Dirección de Relaciones Institucionales de La Rural, es la responsable de desarrollar la estrategia e implementar las iniciativas de Responsabilidad Social con los diferentes grupos de interés. Además, se ocupa de medir el impacto de sus acciones, involucrar a los distintos sectores y de difundirlas internamente para que **la gestión sustentable sea transversal a toda la compañía.**

The Institutional Communication and Sustainability Areas, as a part of La Rural's Institutional Relations Department, is tasked with engaging stakeholders in the development and implementation of Social Responsibility initiatives. Furthermore, these initiatives must measure its impact, involve a variety of areas and be disseminated internally to make this a company-wide sustainable management approach.



Bajo la marca **Mejores Vecinos**, integramos todas las iniciativas que promueven la reciprocidad, la comunicación permanente y el accionar entre nosotros y cada uno de nuestros públicos. Nuestra estrategia de relacionamiento está orientada a desarrollar acciones para consolidar los vínculos con proveedores, clientes, colaboradores y la comunidad.

The brand Mejores Vecinos compiles all the initiatives that promote feedback, ongoing communication and engagement with our public. Our engagement strategy aims at developing actions to consolidate our bond with suppliers, clients, staff and the community.

Sostenemos **una política de puertas abiertas** y mantenemos activos nuestros canales de comunicación con los vecinos para escuchar sus comentarios, quejas y sugerencias de mejora a fin de favorecer el diálogo y la convivencia en el barrio. Además de disponer de una línea telefónica, casilla de correo y recepción de quejas en la recepción, durante 2018 coordinamos reuniones con grupos de vecinos de la zona para resolver inconvenientes en espacios linderos sobre la calle Oro.

Keeping an open doors policy and active communication channels with our neighbors allows us to receive feedback and suggestions that articulate dialogue and create a better community. In addition to having a hot line, email address and complaint forms available at our front desk, in 2018, we also held town-hall style meetings with our neighbors to resolve issues in our shared spaces on Oro St.



EJE SOCIAL

SOCIAL PILLAR

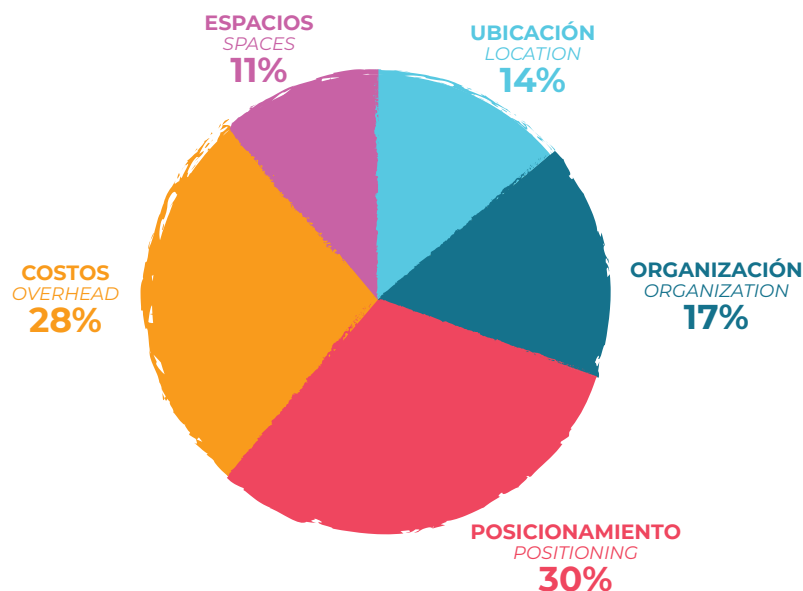
Líderes en el mercado de “COMIDAS SOLIDARIAS”

Market leaders in “Comidas Solidarias” (Charitable Soup Kitchens)

A través del programa “Cesión Solidaria de Espacios”, abrimos nuestras puertas desde hace 11 años a **organizaciones no gubernamentales y entidades de bien público**, para que puedan desarrollar sus reuniones y eventos con fines sociales a costo operativo en La Rural. Dichos costos no superan el 30% del valor del alquiler comercial y es un aporte y esfuerzo más que realizamos desde la compañía para acompañar causas que se encuentran alineadas a nuestros valores y ejes de trabajo en sustentabilidad.

Cada año, al cierre de este ciclo, enviamos a las fundaciones participantes una breve encuesta de satisfacción para identificar posibles mejoras en el servicio. En el siguiente gráfico, compartimos los resultados sobre los motivos por los cuales nos eligen.

BENEFICIOS DE PARTICIPAR EN CSE*



For 11 years, the “Cesión Solidaria de Espacios” program has opened our doors to Non-governmental and charitable organizations to provide a space where they could hold public benefit events, covering only La Rural’s overhead costs. Said costs do not exceed 30% of the market price. This endeavor signifies yet another contribution and effort made by the company to support causes aligned with our values and sustainability pillars.

Every year’s end, we contact participating foundations with a short satisfaction survey to help us identify areas for improvement in our service. The following graph displays the reasons our stakeholders choose us.

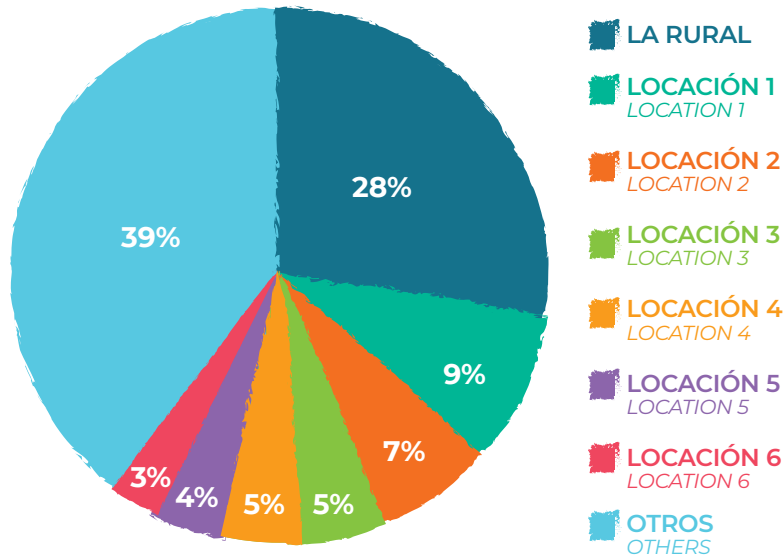
BENEFICIOS OF PARTICIPATING IN THE LSS PROGRAM*

* Estos resultados son obtenidos de encuestas realizadas a las fundaciones que participan del programa.

* These results are obtained from surveys made with the NGO'S participating in the program.

Por otro lado, durante 2018, realizamos un relevamiento en el que se contempló a más de 110 fundaciones, cuyos encuentros tienen lugar de enero a diciembre, para identificar el espacio donde llevan a cabo sus cenas solidarias. El 28% de estos eventos se realizan en nuestro predio, lo que consolida a La Rural como líder en este mercado.

In 2018, we conducted an assessment of over 110 foundations that organize their events from January to December in order to gather information about the venues they choose for their dinners. 28% take place at La Rural, consolidating our position as market leaders.



(*) Es importante aclarar que la categoría OTROS engloba un total de 39 espacios alternativos en la ciudad para realizar este tipo eventos.
(*) It is worth noting that the OTHERS category is comprised of a total of 39 venues distributed throughout the city.

La sinergia con estas organizaciones de la comunidad funciona como un efecto multiplicador del desarrollo social, y eso hace que el programa siga creciendo en cantidad de espacios y nuevas organizaciones que se suman cada año.

The synergy created with these community organizations works as a social trickle down mechanisms, which leads to an expansion of the program's spaces and roster of participating foundations.

EN 2017-2018 EL COSTO ASUMIDO POR LA RURAL PARA QUE LAS ONG'S REALICEN SUS CENAS SOLIDARIAS EN EL PREDIO FUE
IN 2017-2018 THE MONEY VALUE OF LA RURAL'S LSS INITIATIVE AMOUNTED TO

\$ 2.397.301

CESIONES SOLIDARIAS LOANS IN SOLIDARITY	2015	2016	2017	2018
Cantidad de espacios <i>Spaces</i>	20	24	27	26
Metros cuadrados <i>Square meters</i>	28.500 m ²	39.340 m ²	41.825 m ²	42.740 m ²
Valorización de los salones en pesos <i>Spaces</i>	1.038.100	1.849.100	2.564.900	3.094.874
Valorización de los salones en pesos bajo Cesión solidaria de Espacios <i>Money value of the facilities</i>	468.000	687.800	1.508.300	1.754.173
Monto de recaudación de las Cenas Solidarias <i>Money value of the spaces destined for the LSS program</i>	54.347.967	74.761.744	94.089.022	98.357.665

CESIONES ESPECIALES

- Tanto en 2017 como en 2018, cedimos el espacio a **CILSA** para su "Acto de entrega" de elementos ortopédicos. En ambos eventos, se distribuyeron más de 90 elementos ortopédicos y sillas de ruedas a niños y adultos con discapacidad que no contaban con los recursos necesarios para adquirirlos.
- Junto a **Make a Wish**, colaboramos para cumplir el sueño de un niño de 7 años que se encontraba en tratamiento oncológico y deseaba compartir una tarde con los personajes de Star Wars. Al evento asistieron todos los protagonistas de la saga gracias a la colaboración de Legión 501 Garrison Argentina.
- Pusimos a disposición de la **Fundación Garrahan** un espacio en la feria "Nuestros Caballos" para que los asistentes a la exposición puedan sumarse a la campaña de donación de sangre y médula ósea (Ver pág. 69).

SPECIAL LOANS

- Both in 2017 and 2018 we loaned the space to **CILSA** for their orthopedics "Granting Ceremony." In these events, more than 90 orthopedic aids and wheelchairs were given to disadvantaged disabled children and adults.
- Together with the **Make a Wish Foundation** we worked to make the dream of a 7 year-old child fighting cancer come true with him getting to spend an afternoon with the characters of Star Wars. Thanks to the cooperation of the 501 Legion Argentina Garrison all of the saga's characters were there.
- In the "Our Horses" expo, the **Garrahan Foundation** was loaned a space so visitors could donate blood and marrow. (See page 69).

DURANTE 2017-2018 APOYAMOS A 45 ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO

AAMNBA
ALPI
ARTE Y ESPERANZA
ASDRA
ATNEULAND
AYRES DE ESPERANZA
BANCO DE ALIMENTOS
CASITA DEL NIÑO
**CENTRO DE ESPIRITUALIDAD
SANTA MARÍA**
CILSA
UNIVERSIDAD DE SAN ANDRÉS
CIMIENTOS
CIPPEC
COAS
COLEGIO EL BUEN CONSEJO
CONCIENCIA
**CONSEJO ARGENTINO PARA LAS
RELACIONES INTERNACIONALES (CARI)**
CRUZADA PATAGÓNICA
CULTURA NATIVA
ENSEÑÁ X ARGENTINA
ESCUELAS OHOLEY JINUJ
UNICEF

IN 2017-2018 WE SUPPORTED 45 NON-PROFITS

FLORA Y FAUNA ARGENTINA
FUND TV
FUNDACIÓN CRUZADA PATAGÓNICA
FUNDACIÓN HACIENDO CAMINO
FUNDACIÓN RIVER PLATE
FUNDACIÓN TEMAIKÉN
FUNDACIÓN TZEDAKÁ
FUNDACIÓN ZAMBRANO
HACIENDO CAMINO
**ARGENTINA POR MÁS
(HOSPITAL RIVADAVIA)**
INTEGRAR FUTUROS PROFESIONALES
ITBA
JABAD LUBAVITCH
JUNIOR ACHIEVEMENT
COMEDOR LOS PILETONES
MAKE A WISH
OLIMPIADAS ESPECIALES
POWERCHAIR FOOTBALL ARGENTINA
ROTARY CLUB CABALLITO
SAN ANDRÉS
TECHO
VIDA SILVESTRE
VALORES PARA CRECER



OTRAS ACCIONES DEL EJE SOCIAL

Los programas que pertenecen a este eje de trabajo son: La Rural Saludable, La Rural Te Cuida y el Programa Amigos de la Movilidad Sustentable y Segura, ya desarrollados en el capítulo de Recursos Humanos.

• Donaciones

A lo largo del período 2017-2018, colaboramos con las organizaciones Ayres de Esperanza (CONIN Del Viso), el Hospital de Clínicas y la escuela primaria N°21 del Partido de La Matanza.

OTHER ACTIONS OF SOCIAL PILAR

Programs included in this pillar are: La Rural Saludable, La Rural Te Cuida and the Amigos de la Movilidad Sustentable y Segura program, which have been described in the Human Resources chapter.

• Donations

Throughout 2017-2018, we supported organizations like Ayres de Esperanza (CONIN Del Viso), Hospital de Clínicas and elementary school N°21 from La Matanza.

Ayres de Esperanza (CONIN Del Viso)

Durante el periodo reportado, colaboramos con la asociación Ayres de Esperanza (CONIN Del Viso). Dicha ONG, que lucha contra la desnutrición infantil y trabaja por la educación de niños y adultos, recibió por parte de la compañía una donación de meriendas (galletitas y jugos) y libros de lectura infantil. A su vez, en el mes de agosto, tanto en 2017 como en 2018, recibieron la mercadería completa de frutas y verduras utilizadas para las carrozas oficiales que desfilaron durante el acto inaugural de la Exposición de Ganadería, Agricultura e Industria Internacional. La institución, a cargo de Lucila Moche, se comprometió a brindarles orientación acerca de la importancia de incorporar éstas y otros hábitos saludables en su rutina de alimentación.

Hospital de Clínicas

En 2017 y 2018, en el marco del Día del Niño, donamos 150 títulos infantiles destinados a la biblioteca de la institución, los cuales son destinados para los chicos que se encuentran internados.

Escuela Primaria N°21 – La Matanza

Finalmente, en octubre de 2017 colaboramos con la entrega de 58 elementos de vajilla y utensilios de cocina para el servicio de gastronomía de la escuela primaria N° 21 “Antártida Argentina”.

Ayres de Esperanza (CONIN Del Viso)

For the reported period, we worked with the association Ayres de Esperanza (CONIN Del Viso). The NGO, dedicated to the fight against child malnutrition and to the advocacy of education for children and adults, received from the company a donation of snacks (cookies and juice) and children's books. Likewise, in August of 2017 and 2018, they received a shipment of fruits and vegetables used to embellish the official chariots that took part in the opening parade of the Livestock, Agriculture and National Industry Expo. This institution, run by Lucila Moche, committed to teaching the children about the importance of including this and other healthy habits in their diet.

Hospital de Clínicas

In 2017 and 2018, for Children's Day, we donated 150 books for the institution's library, which is used by hospitalized children.

Elementary School N°21 – La Matanza

Finally, in October 2017, we contributed to the kitchen of the elementary school N° 21 “Antártida Argentina,” by donating 58 pieces of cutlery and kitchen utensils.

EQUIPAMIENTO MÉDICO

Durante la Expo Rural 2017 contamos con la presencia del SAME, institución a la cual donamos un equipo respirador de oxígeno portátil para ayudar a optimizar el servicio de atención y traslado de pacientes en la ciudad.

MEDICAL EQUIPMENT

In the 2017 Rural Expo, we secured representatives from SAME, institution we donated a portable oxygen tank to with the goal of improving the care and transportation of the City's patients in transit.

NUESTRAS ACCIONES EN LA COMUNIDAD

EJE EDUCATIVO-CULTURAL

OUR ACTIONS IN THE COMMUNITY

EDUCATIONAL-CULTURAL PILLAR



• Programa Impulsarte

A través de Impulsarte, continuamos estimulando el crecimiento del arte contemporáneo y **colaborando con el desarrollo de jóvenes talentos locales** a partir de la adquisición de piezas a galerías nacionales. Durante el período 2017-2018, invertimos US\$18.300 en la compra de 10 obras de nuevos artistas argentinos. Estas fueron seleccionadas por un Comité de Adquisición, integrado por curadores de arte y la Dirección de Relaciones Institucionales. Una vez finalizada arteBA, las piezas adquiridas quedaron incorporadas a la colección artística de la compañía.

ESPACIO INSTITUCIONAL

Al igual que en ediciones anteriores, durante 2017-2018, el espacio institucional del programa Impulsarte en arteBA fue desarrollado por la alianza entre La Rural con DArA (Diseñadores de Interiores Argentinos Asociados) y la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE).

El proyecto consiste en proponer a los alumnos de la cátedra el **diseño de un stand** para La Rural en la feria arteBA. Durante un mes, los estudiantes investigan, buscan alternativas y presentan sus diseños a los profesores, quienes seleccionan los tres mejores proyectos. Esos finalistas tienen la oportunidad de presentar formalmente su propuesta a las autoridades de La Rural, quienes eligen la que mejor se adapte a las necesidades.

• Impulsarte Program

The Impulsarte program continues promoting contemporary art and contributing to the development of young local talent by purchasing works of art. In 2017-2018, we invested USD 18,300 in 10 works of art by Argentine talent. The works were selected by a Procurement Committee, comprised of art curators and the Institutional Relations Department. Once the arteBA expo closed down, the works of art purchased became a part of the company's collection.

INSTITUTIONAL SPACE

Similarly to previous iterations, in 2017-2018, the institutional space devoted to the Impulsarte program held at arteBA was a joint venture between La Rural, DArA (Diseñadores de Interiores Argentinos Asociados - Associated Argentine Interior Designers) and the Architecture and Design School of the Universidad Argentina de la Empresa (UADE - Argentine University for Business).

For this project, architecture students have to design a stand for La Rural's ArteBA. For one month, students do research, analyze alternatives and submit their designs with the professors who select the three best projects. The finalists then make a formal presentation to La Rural's decision makers who will choose the best solution. Ultimately, the winning project team constructs the stand under the supervision of the Sustainability team and faculty assistance.

“Desde 2015 y a través de DArA, La Rural confía en los alumnos de Diseño de Interiores de la Fundación UADE para desarrollar el espacio institucional de su programa Impulsarte en arteBA. Esto permite, de forma real, atravesar las distintas etapas de un proyecto. La firma del convenio entre las instituciones potencia el “aprender haciendo” en la formación de los futuros profesionales de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Fundación UADE”
(Arq. Jorge Cereghetti, profesor de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la UADE).

“Since 2015, and with the participation of DArA, La Rural places its trust in the UADE School of Architecture and Design students to develop the institutional stand of the Impulsarte program built at arteBA. This program gives them the opportunity to experience, in real time, all the stages of a construction project. By signing the agreement, these institutions provide hands-on training to the future graduates from the UADE School of Architecture and Design”
(Architect Jorge Cereghetti, professor of the UADE School of Architecture and Design).

PALERMO LEE

• Programa Palermo Lee

En alianza con el Ministerio de Educación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Fundación El Libro, desde el año 2010, convocamos a todos los colegios públicos de nivel primario y fundaciones del barrio a participar gratuitamente de la Feria Internacional del Libro. El objetivo es **fomentar la lectura en niños** del primer ciclo y, de esa manera, contribuir con el desarrollo de su lenguaje, imaginación y capacidad intelectual.

Como novedad, partir de 2017, sumamos salas de 5 años y escuelas especiales a la convocatoria para que participen del programa.

Al cierre de cada edición de Palermo Lee, como todos los años, se compartió una breve encuesta para conocer la opinión de los colegios participantes. **Entre los resultados, destacamos que el 100% de los consultados se mostró interesado en volver a participar del programa, y está de acuerdo en que el programa colabora con el desarrollo de la imaginación, creatividad e incorporación de conocimientos nuevos para los niños.**

• Palermo Lee Program

Since 2010, in partnership with the Ministry of Education of the City of Buenos Aires and the El Libro Foundation, we give complementary International Book Fair tickets to public elementary schools and neighboring foundations. This program aims at promoting reading amongst elementary school children, therefore, contributing to their language development, imagination and intellectual capacity.

Starting in 2017, we expanded the program to include preschool children and special schools students as well.

At the end of each iteration of Palermo Lee, like every year, we circulated a brief opinion survey amongst the participants. **The survey results showed a noteworthy 100% of respondents said they would be interested in being involved with the program in the future, and indicated that the program contributes to the development of the children's imagination, creativity, and learning.**

DURANTE 2017-2018 PARTICIPARON DEL PROGRAMA 2.108 CHICOS Y UN 22% MÁS DE ESCUELAS RESPECTO AL PERÍODO 2015-2016

IN 2017-2018 THE PROGRAM HOSTED 2.108 CHILDREN AND 22% MORE SCHOOL WHEN COMPARED TO 2015-2016

PALERMO LEE	2015	2016	2017	2018
Cantidad de escuelas <i>Schools</i>	15	16	23	15
Cantidad de fundaciones / hogares <i>Foundations / Homes</i>	4	3	3	2
Cantidad de chicos <i>Children</i>	1.080	1.216	1.134	974
Editoriales participantes <i>Participating publishers</i>	21	6	15	13

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Otra novedad es que en 2018 incorporamos una acción de voluntariado corporativo entre nuestros colaboradores que consistió en acompañar el recorrido de los niños de los colegios participantes del programa Palermo Lee, ayudando en la coordinación de los grupos y compartiendo las actividades lúdicas y didácticas que se realizan en la feria.

CORPORATE VOLUNTEER INITIATIVE

In 2018, we launched the corporate volunteer initiative amongst our staff. It involved guiding the children from the Palermo Lee program in their visit, providing support to the group coordinators, and sharing playtime and learning activities on offer at the Fair.



EL 11% DEL PERSONAL PARTICIPÓ DE ESTA ACTIVIDAD, DESTINANDO 54 HORAS AL PROYECTO

Esta acción permitió, además de acercar a nuestros colaboradores a los programas de sustentabilidad, crear un ámbito de cooperación entre compañeros y fomentar el trabajo en equipo.

La actividad fue realizada en el marco de la semana del **Give & Gain**, movimiento global impulsado por Business in the Community que promueve el voluntariado corporativo como herramienta fundamental para afianzar el diálogo entre las empresas y la sociedad civil, enfatizando así el talento, la habilidad y la energía de los negocios en su rol como agentes de cambio social.

11% OF OUR STAFF TOOK PART INVESTING 54 HOURS IN THE PROJECT

This action, in addition to bringing our staff closer to the sustainability programs, also allowed for a cooperative environment, and the promotion of teamwork.

*The initiative took place in the framework of the **Give & Gain** week, a global movement created by Business in the Community promoting corporate volunteering as a key part to strengthen dialogue between companies and the community. It focuses on the talent, capacity and energy businesses have in their role as social change agents.*



COMPROMETIDOS CON LA CREACIÓN DE UN AMBIENTE ACCESIBLE

La inclusión y participación de todas las personas y los grupos de interés que deseen acercarse al predio y visitarlo es parte de nuestra política de puertas abiertas. Promovemos la libertad de culto, así como la igualdad, el respeto y la integración.

La accesibilidad es una de las prioridades dentro de nuestra estrategia de Responsabilidad Social. Desde el año 2009, trabajamos junto a distintas organizaciones para que cada uno de los más de 4 millones de visitantes que recibimos por año disfrute del predio en su totalidad. Por eso, desarrollamos, junto al asesoramiento de CILSA, ONG que promueve la inclusión, el programa "La Rural Accesible", el cual busca **optimizar las condiciones de accesibilidad** para recibir a personas con algún tipo de discapacidad.

NUEVAS DIRECTRICES DE ACCESIBILIDAD

En 2017, con motivo del año del Turismo Accesible, reforzamos nuestras campañas de La Rural Accesible en la Feria Internacional de Turismo. De esta manera, colocamos carteles informativos en los puntos neurálgicos de la feria, comunicando y dejando a disposición de nuestros visitantes, sillas de ruedas cortesía de CILSA y la Guía Orientativa en braille del predio.

En 2018 nos adherimos al programa "**Directrices de Accesibilidad**" de Presidencia de la Nación, el cual se lleva a cabo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a través del Ente de Turismo. Su objetivo es fomentar una planificación de actividades turísticas que contemplen la plena integración, desde lo funcional y psicológico, de las personas con discapacidad, movilidad o comunicación reducida.

En concordancia con el principio de accesibilidad de la Ley Nacional de Turismo, este programa fue diseñado para incentivar la igualdad de oportuni-

COMMITTED TO CREATING AN ACCESSIBLE ENVIRONMENT

Involving and engaging with every person and stakeholder that wants to visit the fairgrounds is part of our open doors policy. We promote the freedom of worship as well as equality, respect and integration.

*Accessibility is one of the priorities of our Social Responsibility strategy. Since 2009, we work with an array of organizations so that every single person of the more than 4 million visitors we receive every year enjoys the grounds to their full extent. That is why, with **CILSA's** (inclusion NGO) counseling, we developed the program La Rural Accesible to **optimize the fairground's accessibility** to suit persons with any kind of disability.*

NEW ACCESSIBILITY GUIDELINES

In 2017, on occasion of the Year of Accessible Tourism, we multiplied our efforts on the La Rural Accesible campaigns at the International Tourism Trade Fair. To that end, we placed information signs in key areas of the fair, letting our visitors know the CILSA-provided courtesy wheelchairs were available as was the Orientation Guide in Braille.

In 2018, we joined the "Directrices de Accesibilidad" (Accessibility Guidelines) program of the President's Office, which is being led in the City of Buenos Aires by the Tourism Agency. The goal is to promote the planning of touristic activities that take into account the full functional and psychological integration of disabled persons, wheelchair users or communication challenged persons.

In compliance with the accessibility provision in the National Tourism Act, this program was designed to promote equality of opportunities in touristic activities, putting accessibility as a priority for

dades en el acceso y disfrute de la actividad turística, orientando la accesibilidad hacia la mejora de la calidad de los servicios turísticos. Las temáticas que se abordan son:

A. CONDICIONES ARQUITECTÓNICAS

Nuestro equipo de RSE y Operaciones, junto a representantes del Ministerio de Turismo de la Nación, del Ente de Turismo, y miembros de COPIDIS (Comisión para la Plena Participación e Inclusión de las Personas con Discapacidad), hicieron un relevamiento del predio para generar un Plan de Mejoras. En ese documento se identificaron todas las modificaciones edilicias necesarias, así como las capacitaciones y comunicaciones a realizarse, a fin de mejorar la satisfacción de todos los visitantes.

Algunas de las mejoras destacadas son:

- Adaptación de todos los ingresos/egresos del predio para personas con movilidad reducida.
- Acondicionamiento de los baños de todo el predio para personas con discapacidad siguiendo los lineamientos indicados en el Manual Práctico de Diseño Universal de COPIDIS – basado en la Ley 962 de “Accesibilidad física para todos”.
- Incorporación de un sistema de indicación de parada sonora en los ascensores.
- Instalación de un aro magnético y su correspondiente señal ética en el Auditorio Principal para personas con hipoacusia.
- Colocación de cambiadores para bebés en los baños para PcD en los pabellones.

B. TIPOS DE COMUNICACIÓN

Adaptamos nuestras comunicaciones para incluir a las personas con distintos tipos de discapacidades.

- Contamos con una guía orientativa, botoneras en ascensores y todas las cartas de las gastronomías en sistema Braille.

improvement in the quality of touristic services. The issues tackled are:

A. BUILDING INFRASTRUCTURE

Our CSR and Operations teams, together with representatives from the National Ministry of Tourism, the Tourism Agency and COPIDIS (Spanish acronym for Committee for the Full Participation and Inclusion of People with Disabilities), conducted an evaluation of the fairgrounds in order to design a Plan for Improvement. The document identifies all the renovations, training and communications necessary to improve customer satisfaction.

A few suggestions worth mentioning are:

- *Adapting all exits/entrances to accommodate wheelchair users.*
- *Renovate the bathrooms throughout the fairgrounds to make them suitable for disabled persons in compliance with the COPIDIS Practical Manual of Universal Design - which stems from the 962 “Physical Accessibility for Everyone” Act.*
- *Installation of a sound notice on elevators.*
- *Installation of a magnetic ring and the corresponding signs in the Main Hall to aid hearing impaired persons.*
- *Installation of baby changers in the pavilions’ bathrooms for people with disabilities.*

B. TYPES OF COMMUNICATION

We adjusted our communications to include persons with different disabilities.

- *We currently have orientation guides, elevator controls and all of our Food & Beverage menus available in Braille.*

- Desde el sitio web del predio y redes sociales, informamos si hubiera alguna observación, descuentos o documentación necesaria para el ingreso de personas con discapacidad.
- Ponemos a disposición permanente sillas de ruedas para personas con movilidad reducida.
- Brindamos acceso gratuito presentando el carnet de discapacidad en boletería (sujeto a la política del organizador).
- Instalamos señalética horizontal y vertical con el símbolo internacional de accesibilidad en los lugares reservados para personas con discapacidad (PcD) en el sector de *Parking*.
- Confeccionamos un “Manual para el Organizador”, con todas las recomendaciones de accesibilidad a considerar durante la realización de ferias de terceros (armado de stands, reciclado, protocolo de atención a personas con discapacidad, etc.). Además, sumamos un reglamento para el armador, incluyendo las especificaciones técnicas a la hora de contemplar y crear un espacio accesible para todos los visitantes del predio (el mismo fue basado en el Manual de Diseño Universal de COPIDIS).

- *From the fairgrounds website and social media, we engage with our visitors to let them know about any information, available discounts or documentation required for people with disabilities.*
- *Wheelchairs are available at all times for people with mobility problems.*
- *Complementary tickets are available at the box office for disability card holders (subject to the organizers' policy).*
- *We installed horizontal and vertical signs displaying the International Symbol of Access in the parking spots reserved for persons with disabilities.*
- *We also wrote the “Organizers Handbook”, which includes all accessibility recommendations that need to be taken into account at the time of organizing a third-party fair (stand construction, recycling, service protocols for disabled persons, etc.). In addition, we published constructor guidelines, which detail technical specifications to design and build an accessible space for all the fairgrounds' visitors (based on the COPIDIS Practical Manual of Universal Design)*

C. PROCEDIMIENTOS DE EVACUACIÓN Y SIMULACROS

En nuestro plan de evaluación especificamos un procedimiento para personas con discapacidad que se encuentren en el edificio. En el caso de tener que abandonar el lugar, aguardan con los encargados o responsables de cada piso, hasta que el mismo se encuentre despejado para salir sin inconvenientes. Si fuera necesario, se solicita la colaboración de los bomberos para su evacuación.

En cumplimiento con la Ley 1.346 del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, realizamos 4 simulacros de incendio coordinados por el Jefe de Seguridad e Higiene, en los que participaron:

C. EVACUATION PROCEDURES AND DRILLS

Our evacuation plan includes specific procedures for disabled persons. Should a disabled person be forced to leave the building, they will wait with the floor evacuation leaders until the way is clear and can exit unencumbered. Firefighters can be called for help if necessary.

In compliance with the City of Buenos Aires 1346 Act, we conducted four fire drills led by the OSHA Area Head which involved:

135 personas en 2017
111 personas en 2018

135 people in 2017
111 people in 2018

D. REGULACIONES Y CÓDIGOS VOLUNTARIOS

Todas las iniciativas relacionadas a favorecer la accesibilidad están alineadas con la regulación local. El predio cuenta con las adaptaciones de acuerdo a la Ley 962 (2002) “Accesibilidad física para todos” del Código de Edificación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Manual de Diseño Universal, basado en ésta ley. Además, contamos con el aval de la Ley 24.314 (1994) “Accesibilidad de personas con movilidad reducida”, bajo el marco de la Ley 26.378 (2008) “Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad”.

E. CAPACITACIÓN DE LA FUERZA LABORAL

En el marco del programa “La Rural Accesible”, en 2018, dictamos talleres vivenciales (ponerse en el lugar del otro, empatizar con las personas con discapacidad) y capacitamos a los colaboradores sobre el trato hacia personas con discapacidad, cómo resolver posibles situaciones y formas de asistencia, entre otras herramientas que buscan poner a los equipos en el lugar del otro y mejorar la calidad de atención. Participaron en total 64 empleados, los cuales, además, se llevaron folletería con información.

A su vez, durante el mismo año, realizamos una capacitación junto a CILSA y ALPI para personal de los puntos gastronómicos sobre el trato hacia las personas con discapacidad, así como las recomendaciones edilicias para asegurar a todos los visitantes una estadía segura y accesible. Esta se llevó a cabo en dos etapas: una teórica, donde hubo una puesta en común sobre los preconceptos de la discapacidad, el marco legal especializado en gastronomía y recomendaciones a nivel edilicio. Luego, se realizó un taller vivencial, en el cual los asistentes pudieron experimentar las sensaciones de una persona con discapacidad, mediante ejercicios de *roleplaying*.

D. REGULATIONS AND VOLUNTARY ADOPTIONS

All initiatives aimed at improving accessibility are aligned with local regulations. The fairgrounds have been updated in accordance with the 962 “Physical Accessibility for Everyone” Act, the City of Buenos Aires’ Building Code and the COPIDIS Practical Manual of Universal Design, which stems from said act. Additionally, we are in compliance with the 1994 “Accessibility for Mobility Disabled Persons” 24,314 Act, under the framework of the 2008 “Convention on the Rights of People with Disabilities” 26,378 Act.

E. TRAINING OUR LABOR FORCE

Under the framework of the “La Rural Accesible” program, in 2018, we imparted hands-on workshops (putting oneself in the other person’s position, find empathy towards a disabled person) and trained the staff on how to provide service to a disabled person, conflict resolution and ways to assist, amongst other tools that have the goal of putting our team members in the other’s position and improve the quality of service. A total of 64 employees participated in the workshops and took home informational brochures.

Likewise, in the same year, we conducted joint training sessions with CILSA and ALPI for the Food & Beverage staff on service standards for disabled persons and recommended renovations to ensure a safe and accessible stay for all visitors. The sessions were divided into two parts: theoretical, articulating a group discussion on the preconceptions about disability, the legal framework specific to Food & Beverages and the infrastructure recommendations. The theoretical portion was followed by the hands-on training section with assistants participating in role playing exercises to experience how a disabled person feels.



DURANTE LAS 131° Y 132° EXPOSICIÓN RURAL RECIBIMOS A 18.520 PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Al cierre de este Reporte, nos encontramos en proceso de adaptación e implementación de las mejoras especificadas en el Plan de Mejoras, con fecha del segundo relevamiento en enero de 2019. La evaluación final será en febrero del mismo año, con la posibilidad de obtener la distinción de **Espacio Accesible**.

IN THE 131° Y 132° RURAL EXPOS, WE WELCOMED 18.520 PERSONS WITH DISABILITIES

*At the time of finalizing this Report, we are still undergoing the process of adjustment and implementation of the specific steps outlined in the Plan for Improvements. A second evaluation is scheduled for January 2019 while the final assessment will take place in February of the same year and will decide if we receive the **Accessible Space certification**.*

EL DIÁLOGO ES EL CENTRO DE NUESTRA COMUNICACIÓN

Mantenemos un diálogo abierto y permanente con la comunidad a través del cual podemos **escuchar y dar respuesta** a sus opiniones, intereses y expectativas. Contamos con diferentes canales de comunicación que nos permiten fortalecer el vínculo que mantenemos con ellos.

- Prensa
- Casilla de correo: mejoresvecinos@larural.com.ar
- Redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn y Twiter)
- Sitio web
- Línea telefónica
- Libro de quejas
- Publicidad en medios

DIALOGUE IS AT THE CENTER OF OUR COMMUNICATION

We keep an open and ongoing dialogue with the community allowing us to listen and give answers to their opinions, interests and expectations. We have a number of communication channels that help us strengthen the bond with the community.

- Press
- Email mejoresvecinos@larural.com.ar
- Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn and Twitter)
- Website
- Telephone number
- Complaint Forms
- Advertising



INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD – GRI G4 Y PACTO GLOBAL DE LAS NACIONES UNIDAS

*Sustainability Indicators - GRI G4
and United Nations Global Compact*

Lineamientos utilizados para la elaboración
del Reporte de Sustentabilidad 2017-2018:
ESTÁNDARES GRI, DE CONFORMIDAD
CON LA OPCIÓN “ESENCIAL”.

TABLA GRI

GLOBAL REPORTING INITIATIVE

GRI Table - Global Reporting Initiative

GRI STANDARDS				
ESTÁNDAR GRI GRI STANDARD	CONTENIDO CONTENT	PÁGINA/ RESPUESTA PAGE/ RESPONSES	OMISIÓN OMISSIONS	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS PRINCIPLES OF THE UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT
GRI 101: Fundamentos GRI 101: Foundation	CONTENIDOS GENERALES GENERAL CONTENT			
GRI 102: CONTENIDOS GENERALES GRI 102: GENERAL STANDARD	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN ORGANIZATION PROFILE			
	102-1 Nombre de la organización 102-1 Name of the Organization	La Rural S.A. La Rural S.A.		
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios 102-2 Activities, brands, products, and services	21, 25, 26		
	102-3 Ubicación de la sede de la organización 102-3 Location of headquarters	Ciudad Autónoma de Buenos Aires Ciudad Autónoma de Buenos Aires		
	102-4 Ubicación de las operaciones 102-4 Location of operations	18		
	102-5 Propiedad y forma jurídica 102-5 Ownership and legal form	50% La Rural S.A. 50% Ogden Argentina		

	102-6 Mercados servidos <i>102-6 Markets served</i>	18, 31	La Rural sólo brinda servicios en el predio ubicado en Palermo y realiza soporte en algunos temas para el Centro de Convenciones Buenos Aires. A nivel internacional realizamos ferias en Chile y Uruguay. <i>La Rural only provides services in the fairgrounds located in Palermo and provides support on some areas for the Centro de Convenciones Buenos Aires. Overseas, we organize fairs in Chile and Uruguay.</i>	
	102-7 Tamaño de la organización <i>102-7 Scale of the organization</i>	18	No se reporta el desglose de la capitalización por razones de confidencialidad. <i>Capitalization breakdown is not reported on account of confidentiality conflicts.</i>	
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores <i>102-8 Information on employees and other workers</i>	60, 61	No se incluye el desglose por región ya que la organización solamente opera en la Ciudad de Buenos Aires. <i>Breakdown by region not provided because the company only operates in the City of Buenos Aires.</i>	Principio 6 <i>Principle 6</i>
	102-9 Cadena de suministro <i>102-9 Supply Chain</i>	98, 99		
	102-10 Cambios significativos a la organización y su cadena de suministro <i>102-10 Significant changes to the organization and its supply chain</i>		No hubo cambios significativos durante el período de reporte en el tamaño, estructura y propiedad de la organización. <i>There were no significant changes in the reported period in terms of scale, structure and ownership of the organization.</i>	
	102-11 Principio o enfoque de precaución <i>102-11 Precautionary Principle or Approach</i>	14, 34, 35, 80, 81		
	102-12 Iniciativas externas <i>102-12 External Initiatives</i>	45		
	102-13 Afiliación a Asociaciones <i>102-13 Membership of associations</i>	45		

ESTÁNDAR GRI GRI STANDARD	CONTENIDO CONTENT	PÁGINA/ RESPUESTA PAGE/ RESPONSES	OMISIÓN OMISSIONS	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS PRINCIPLES OF THE UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT
ESTRATEGIA STRATEGY				
	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones <i>102-14 Statement from senior decision-makers</i>	10, 11, 14, 15		
	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades <i>102-15 Key impacts, risks, and opportunities</i>	10, 11		
ÉTICA E INTEGRIDAD ETHICS AND INTEGRITY				
	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta <i>102-16 Values, principles, standards, and norms of behavior</i>	19, 53	Actualmente nos encontramos elaborando el Código de Etica de la compañía <i>The company's Code of Ethics is still under development.</i>	Principio 10 <i>Principle 10</i>
GOBERNANZA GOVERNANCE				
	102-18 Estructura de Gobierno <i>102-18 Governance structure</i>	48, 50, 51		
	102-19 Delegación de autoridad <i>102-19 Delegating authority</i>	49		
	102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales <i>102-20 Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics</i>	49		

	102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales <i>102-21 Consulting stakeholders on economic, environmental, and social topics</i>	52		
	102-22 Composición del máximo órgano de Gobierno y sus Comités <i>102-22 Composition of the highest governance body and its committees</i>	48, 49, 50, 51	La composición accionaria de La Rural no ha sufrido modificaciones desde el período anteriormente reportado. <i>La Rural's shareholder composition has not changed since the previous reported period.</i>	
	102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno <i>102-23 Chair of the highest governance body</i>	48	Presidente: Gastón Lernoud (no ocupa un cargo ejecutivo dentro de la compañía) <i>Chair: Gastón Lernoud (holds no executive position in the company)</i>	
	102-24 Nomición y selección del máximo órgano de gobierno <i>102-24 Nominating and selecting the highest governance body</i>		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 en los ámbitos económicos, social y ambiental. <i>Currently, shareholders appoint their representatives to the Board evaluating for themselves the candidate's expertise and representation capacity in the areas under management's purview in terms of economic, social and environmental topics.</i>	

ESTÁNDAR GRI GRI STANDARD	CONTENIDO CONTENT	PÁGINA/ RESPUESTA PAGE/ RESPONSES	OMISIÓN OMISSIONS	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS PRINCIPLES OF THE UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT
GOBERNANZA GOVERNANCE				
	<p>102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia</p> <p><i>102-26 Role of highest governance body in setting purpose, values, and strategy</i></p>		<p>El Directorio y el Comité Ejecutivo son los responsables de definir la estrategia, las políticas y los objetivos de la organización en temas económicos, ambientales y sociales.</p> <p><i>The Board and Executive Committee are tasked with defining the company's strategy, policies and goals for economic, environmental and social topics</i></p>	
	<p>102-28 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno</p> <p><i>102-28 Evaluating the highest governance body's performance</i></p>		<p>Los integrantes del Directorio evalúan regularmente el desempeño general de la gestión y, además, se autoevalúan en base a los objetivos fijados. A su vez, se contrata a un estudio externo e independiente que cada año realiza una auditoría contable, administrativa y jurídica de la compañía y la presenta a la IGJ (Inspección General de Justicia).</p> <p><i>Board members periodically evaluate the administrations' performance while self-evaluating on the goals previously set. Simultaneously, an independent firm is retained to conduct the annual accounting, administrative and legal audit which they then submit before the IGJ (Inspección General de Justicia).</i></p>	

	102-31 Revisión de temas económicos, ambientales y sociales <i>102-31 Review of economic, environmental, and social topics</i>	49		
	102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad <i>102-32 Highest governance body's role in sustainability reporting</i>	38		
	102-35 Políticas de remuneración <i>102-35 Remuneration policies</i>		Jefes, Gerentes y Directivos son evaluados anualmente en base a su desempeño y objetivos. Reciben una compensación fija y un bono anual en relación a los resultados alcanzados. <i>Area Heads, Managers and Directors are evaluated annually basing on their performance and objectives. They receive a fixed remuneration and a yearly performance bonus.</i>	

ESTÁNDAR GRI GRI STANDARD	CONTENIDO CONTENT	PÁGINA/ RESPUESTA PAGE/ RESPONSES	OMISIÓN OMISSIONS	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS PRINCIPLES OF THE UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT
Participación de los Grupos de Interés <i>Stakeholder Engagement</i>				
	102-40 Lista de Grupos de Interés <i>102-40 List of stakeholder groups</i>	42		
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva <i>102-41 Collective bargaining agreements</i>	73		
	102-42 Identificación y selección de Grupos de Interés <i>102-42 Identifying and selecting stakeholders</i>	42		
	102-43 Enfoque para la participación de los Grupos de Interés <i>102-43 Approach to stakeholder engagement</i>	43, 52, 76, 108, 109, 129		
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados <i>102-44 Key topics and concerns raised</i>	39		
Prácticas para la elaboración de informes <i>Reporting practice</i>				
	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados <i>102-45 Entities included in the consolidated financial statements</i>		La Memoria, el Balance omercial y el reporte de Sustentabilidad abarcan la misma compañía y operaciones <i>The Report, Balance and Sustainability Report review the same company and operations</i>	
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema <i>102-46 Defining report content and topic Boundaries</i>	38, 39		
	102-47 Lista de los temas materiales <i>102-47 List of material topics</i>	39		

	102-48 Reexpresión de la información <i>102-48 Restatements of information</i>		No se presenta ninguna reexpresión de contenidos en el período reportado <i>No content is restated in the reported period</i>	
	102-49 Cambios en la elaboración de informes <i>102-49 Changes in reporting</i>		No hubo cambios significativos en el alcance y cobertura del Reporte <i>There were no significant changes in the Report's scope and boundaries</i>	
	102-50 Período objeto del informe <i>102-50 Reporting period</i>	2017-2018		
	102-51 Fecha del último informe <i>102-51 Date of most recent report</i>	2015-2016		
	102-52 Ciclo de elaboración de informes <i>102-52 Reporting cycle</i>	Bianual <i>Biannual</i>		
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe <i>102-53 Contact point for questions regarding the report</i>	Retiración de contratapa <i>Back cover</i>		
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI <i>102-54 Claims of reporting in accordance with the GRI Standards</i>	Esencial <i>Core</i>		
	102-55 Índice de Contenidos GRI <i>102-55 GRI content index</i>	131		
	102-56 Verificación externa <i>102-56 External assurance</i>		El Reporte no cuenta con verificación externa <i>The Report has not been externally assured</i>	

ESTÁNDAR GRI GRI STANDARD	CONTENIDO CONTENT	PÁGINA/ RESPUESTA PAGE/ RESPONSES	OMISIÓN OMISSIONS	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS PRINCIPLES OF THE UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT
ESTÁNDARES TEMÁTICOS STANDAR TOPICS	TEMAS MATERIALES MATERIAL ISSUES			
GRI 200: ECONÓMICOS <i>GRI 200: ECONOMIC</i>				
GRI 201 Desempeño Económico <i>GRI 201 Economic Performance</i>				
GRI 103: Enfoque de Gestión <i>GRI 103: Management Approach</i>	103-1 Explicación del tema material y su cobertura <i>103-1 Explanation of the material topic and its Boundary</i>	56		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes <i>103-2 The management approach and its components</i>	56		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión <i>103-3 Evaluation of the management approach</i>	57		
	201-1 Valor económico directo generado y distribuido <i>201-1 Direct economic value generated and distributed</i>	57		
	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación <i>201-3 Defined benefit plan obligations and other retirement plans</i>		La política de Jubilaciones está dirigida únicamente a personal fuera de convenio <i>The retirement policy is only available for non- bargaining employees</i>	
	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno <i>201-4 Financial assistance received from government</i>		No se reciben ayudas económicas del Gobierno <i>No financial assistance from the government</i>	

GRI 202: Presencia en el mercado <i>GRI 202: Market presence</i>				
GRI 103: Enfoque de Gestión <i>GRI 103: Management Approach</i>	103-1 Explicación del tema material y su cobertura <i>103-1 Explanation of the material topic and its Boundary</i>	18		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes <i>103-2 The management approach and its components</i>	20		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión <i>103-3 Evaluation of the management approach</i>	22, 23, 24		
	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local <i>202-2 Proportion of senior management hired from the local community</i>		El 100% de los altos ejecutivos de la compañía son de origen argentino <i>100% of the Company's high management are Argentine</i>	Principio 6 <i>Principle 6</i>
GRI 203: Impactos económicos indirectos <i>GRI 203: Indirect Economic Impacts</i>				
GRI 103: Enfoque de Gestión <i>GRI 103: Management Approach</i>	103-1 Explicación del tema material y su cobertura <i>103-1 Explanation of the material topic and its Boundary</i>	28		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes <i>103-2 The management approach and its components</i>	28		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión <i>103-3 Evaluation of the management approach</i>	30		
	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados <i>203-1 Infrastructure investments and services supported</i>	28, 29		
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos <i>203-2 Significant indirect economic impacts</i>	23, 31, 62, 82, 91, 93, 94, 100, 112		

ESTÁNDAR GRI GRI STANDARD	CONTENIDO CONTENT	PÁGINA/ RESPUESTA PAGE/ RESPONSES	OMISIÓN OMISSIONS	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS PRINCIPLES OF THE UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT
ESTÁNDARES TEMÁTICOS STANDAR TOPICS		TEMAS MATERIALES MATERIAL ISSUES		
GRI 200: ECONÓMICOS GRI 200; ECONOMIC				
GRI 204: Prácticas de adquisición GRI 204: Procurement practices				
GRI 103: Enfoque de Gestión GRI 103: Management Approach	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	98		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes 103-2 The management approach and its components	101		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión 103-3 Evaluation of the management approach	103, 104, 106		
	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales 204-1 Proportion of spending on local suppliers	99		
GRI 205: Anticorrupción GRI 205: Anti-corruption				
GRI 103: Enfoque de Gestión GRI 103: Management Approach	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	53		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes 103-2 The management approach and its components	53		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión 103-3 Evaluation of the management approach	49,65,103		

	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción <i>205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures</i>		Si bien hasta el momento no se realizaron capacitaciones sobre ética, transparencia en el ámbito laboral, o políticas y procedimientos anti-corrupción, se consideran temas significativos que se abordarán en el futuro. <i>Even though so far there have been no workshops on ethics, transparency in the workplace or anti-corruption policies and procedures, these are considered relevant topics that will be tackled in the future.</i>	
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas <i>205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken</i>		En el período reportado, no se registraron casos de corrupción <i>No corruption incidents were recorded during the reporting period</i>	
GRI 300: AMBIENTALES GRI 300: ENVIRONMENTAL				
GRI 301: Materiales GRI 301: Materials				
GRI 103: Enfoque de Gestión <i>GRI 103: Management Approach</i>	103-1 Explicación del tema material y su cobertura <i>103-1 Explanation of the material topic and its Boundary</i>	36, 80, 84		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes <i>103-2 The management approach and its components</i>	84		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión <i>103-3 Evaluation of the management approach</i>	85		
	301-2 Insumos reciclados <i>301-2 Recycled input materials used</i>	84, 85		

ESTÁNDAR GRI GRI STANDARD	CONTENIDO CONTENT	PÁGINA/ RESPUESTA PAGE/ RESPONSES	OMISIÓN OMISSIONS	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS PRINCIPLES OF THE UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT
ESTÁNDARES TEMÁTICOS STANDAR TOPICS	TEMAS MATERIALES MATERIAL ISSUES			
GRI 300: AMBIENTALES <i>GRI 300: ENVIRONMENTAL</i>				
GRI 302: Energía <i>GRI 302: Energy</i>				
GRI 103: Enfoque de Gestión <i>GRI 103: Management Approach</i>	103-1 Explicación del tema material y su cobertura <i>103-1 Explanation of the material topic and its Boundary</i>	80, 89, 90		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes <i>103-2 The management approach and its components</i>	82, 90, 91		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión <i>103-3 Evaluation of the management approach</i>	81, 93		
	302-1 Consumo energético dentro de la organización <i>Energy consumption within the organization</i>	90, 91		Principio 7 y 8 <i>Principle 7 y 8</i>
	302-4 Reducción del consumo energético <i>302-4 Reduction of energy consumption</i>	92		Principio 8 y 9 <i>Principle 8 y 9</i>
GRI 305: Emisiones <i>GRI 305: Emissions</i>				
GRI 103: Enfoque de Gestión <i>GRI 103: Management Approach</i>	103-1 Explicación del tema material y su cobertura <i>103-1 Explanation of the material topic and its Boundary</i>	80, 92		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes <i>103-2 The management approach and its components</i>	93		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión <i>103-3 Evaluation of the management approach</i>	92		

	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) <i>305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions</i>	92		Principio 7 y 8 <i>Principle 7 y 8</i>
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI <i>305-5 Reduction of GHG emissions</i>	93		Principio 8 y 9 <i>Principle 8 y 9</i>
GRI 306: Efluentes y Residuos <i>GRI 306: Effluents and waste</i>				
GRI 103: Enfoque de Gestión <i>GRI 103: Management Approach</i>	103-1 Explicación del tema material y su cobertura <i>103-1 Explanation of the material topic and its Boundary</i>	80, 82		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes <i>103-2 The management approach and its components</i>	82, 83		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión <i>103-3 Evaluation of the management approach</i>	83, 88		
	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación <i>306-2 Waste by type and disposal method</i>	80, 82, 83, 88		Principio 8 <i>Principle 8</i>
	306-4 Transporte de residuos peligrosos <i>306-4 Transport of hazardous waste</i>	80		Principio 8 <i>Principle 8</i>

ESTÁNDAR GRI GRI STANDARD	CONTENIDO CONTENT	PÁGINA/ RESPUESTA PAGE/ RESPONSES	OMISIÓN OMISSIONS	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS PRINCIPLES OF THE UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT
ESTÁNDARES TEMÁTICOS STANDAR TOPICS	TEMAS MATERIALES MATERIAL ISSUES			
GRI 400: SOCIALES GRI 400: SOCIAL				
GRI 401: Empleo GRI 401: Employment				
GRI 103: Enfoque de Gestión GRI 103: Management Approach	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	62		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes 103-2 The management approach and its components	62, 64		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión 103-3 Evaluation of the management approach	64, 65, 66		
	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal 401-1 New employee hires and employee turnover	63		Principio 6 Principle 6
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales 401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	74		
	401-3 Permiso parental 401-3 Parental leave	75		Principio 6 Principle 6

GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo				
GRI 403: Occupational health and safety				
GRI 103: Enfoque de Gestión <i>GRI 103: Management Approach</i>	103-1 Explicación del tema material y su cobertura <i>103-1 Explanation of the material topic and its Boundary</i>	66		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes <i>103-2 The management approach and its components</i>	66, 67		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión <i>103-3 Evaluation of the management approach</i>	67		

ESTÁNDAR GRI GRI STANDARD	CONTENIDO CONTENT	PÁGINA/ RESPUESTA PAGE/ RESPONSES	OMISIÓN OMISSIONS	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS PRINCIPLES OF THE UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT
ESTÁNDARES TEMÁTICOS STANDAR TOPICS	TEMAS MATERIALES MATERIAL ISSUES			
GRI 400: SOCIALES GRI 400: SOCIAL				
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo GRI 403: Occupational health and safety				
	403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad 403-1 Occupational health and safety management system	No procede Does not apply	Actualmente no contamos con un Comité de Seguridad y Salud, aunque se desarrollan actividades puntuales de acuerdo a las necesidades Currently, we do not have a Health and Safety Committee. However, specific activities on health and safety are developed in response to our company's specific needs	
	403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional 403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	67		
	403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad 403-3 Occupational health services	No procede Does not apply	No tenemos posiciones que impliquen un riesgo de enfermedades There is no position in our company that endangers our employees	

GRI 404: Formación y enseñanza				
GRI 404: Training and education				
GRI 103: Enfoque de Gestión GRI 103: Management Approach	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	64		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes 103-2 The management approach and its components	64		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión 103-3 Evaluation of the management approach	64, 65		
	404-1 Media de horas de formación al año por empleado 404-1 Average hours of training per year per employee	66		Principio 6 Principle 6
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición 404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	64, 65		

ESTÁNDAR GRI GRI STANDARD	CONTENIDO CONTENT	PÁGINA/ RESPUESTA PAGE/ RESPONSES	OMISIÓN OMISSIONS	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS PRINCIPLES OF THE UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT
ESTÁNDARES TEMÁTICOS STANDAR TOPICS	TEMAS MATERIALES MATERIAL ISSUES			
GRI 400: SOCIALES GRI 400: SOCIAL				
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades GRI 405: Diversity and Equal Opportunity				
GRI 103: Enfoque de Gestión GRI 103: Management Approach	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	124		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes 103-2 The management approach and its components	124, 125, 126		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión 103-3 Evaluation of the management approach	61, 126, 127, 128		
	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados 405-1 Diversity of governance bodies and employees	61, 124, 125, 126, 127, 129		Principio 6 Principle 6

GRI 413: Comunidades locales				
GRI 413: Local Communities				
GRI 103: Enfoque de Gestión <i>GRI 103: Management Approach</i>	103-1 Explicación del tema material y su cobertura <i>103-1 Explanation of the material topic and its Boundary</i>	112		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes <i>103-2 The management approach and its components</i>	113		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión <i>103-3 Evaluation of the management approach</i>	112		
	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evalua- ciones del impacto y programas de desarrollo <i>413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs</i>	112 a 123		Principio 1 <i>Principle 1</i>

ESTÁNDAR GRI GRI STANDARD	CONTENIDO CONTENT	PÁGINA/ RESPUESTA PAGE/ RESPONSES	OMISIÓN OMISSIONS	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS PRINCIPLES OF THE UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT
ESTÁNDARES TEMÁTICOS STANDAR TOPICS		TEMAS MATERIALES MATERIAL ISSUES		
GRI 400: SOCIALES GRI 400: SOCIAL				
GRI 414: Evaluación social de los proveedores GRI 414: Supplier Social Assessment				
GRI 103: Enfoque de Gestión GRI 103: Management Approach	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	98		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes 103-2 The management approach and its components	98, 99		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión 103-3 Evaluation of the management approach	101, 103, 104, 106		
	414-1 Nuevos proveedores han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales 414-1 New suppliers that were screened using social criteria	103	El 100% de los proveedores son evaluados en función a criterios relativos a los Derechos Humanos. Todos cuentan con una cláusula en su contrato donde se comprometen a respetar los DDHH de las personas, evitando cualquier forma de discriminación, acoso, y/o abuso 100% of our suppliers are evaluated on the basis of human rights criteria. All suppliers have a human rights clause in their contracts specifying their commitment to respect human rights, avoid discrimination, harassment, abuse and/or intimidation of any kind.	Principio 2 Principle 2

GRI 416: Salud y seguridad de los clientes				
GRI 416: Customer Health and Safety				
GRI 103: Enfoque de Gestión GRI 103: Management Approach	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	70, 71		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes 103-2 The management approach and its components	52, 70, 71, 72, 73		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión 103-3 Evaluation of the management approach	70, 71, 72, 73		
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios 416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services		En el período reportado, no se registraron incumplimientos There were no cases of non-compliance in the reported period	



larural.bsas



larural_bsas



LaRural_BsAs



www.larural.com.ar
