



CARREFOUR ARGENTINA

# **Comunicación sobre el Progreso 2018**

## **Informe**

## Análisis de materialidad

Continuando con el proceso de revisión de nuestros temas materiales, iniciado en 2016, cuyo objetivo fue identificar aquellos asuntos estratégicos que son de alto impacto para nuestro negocio, el sector retail y para nuestros grupos de interés, reforzamos el alineamiento de nuestras prioridades a los lineamientos del Grupo Carrefour.

NUESTROS EJES	NUESTROS TEMAS MATERIALES
<b>ANTIDERROCHE</b> 	Reducción del consumo energético Reducción de las emisiones de CO2 Reducción y recupero de los residuos Reducción del consumo de bolsas plásticas Reducción del desperdicio de alimentos
<b>BIODIVERSIDAD</b> 	Deforestación Agroecología Pesca sustentable Apicultura sostenible
<b>SOCIOS</b> 	Apoyo a proveedores locales Ética y lucha contra la corrupción Derechos Humanos y sustentabilidad en la cadena de valor Compromiso con la comunidad Seguridad alimentaria de nuestros productos Alimentos sanos nutritivos y accesibles Promoción del consumo responsable

NUESTROS EJES	NUESTROS TEMAS MATERIALES
<p><b>DIVERSIDAD Y DINAMICA SOCIAL</b></p> 	Desarrollo de la diversidad e igualdad de oportunidades
	Promoción de empleo en jóvenes
	Promoción de la diversidad de genero a través del programa Mujeres Líderes
	Promoción de empleo en adultos mayores
	Políticas de empleo de personas con discapacidad
	Seguridad y calidad de vida de nuestros colaboradores
	Promoción del Dialogo Social
	Clima laboral
	Voluntariado corporativo. Promover la solidaridad en nuestros colaboradores

INFLUENCIA E IMPACTO EN LOS GRUPOS DE INTERÉS

A continuación, presentamos el impacto de nuestra nueva materialidad sobre nuestros grupos de interés.

EJE	TEMAS MATERIALES DE CARREFOUR	IMPACTO INTERNO	IMPACTO EXTERNO
ANTIDERROCHE	Reducción del consumo energético	X	X
	Reducción de las emisiones de CO2		X
	Logística sustentable	X	X
	Reducción y recupero de los residuos		X
	Reducción del consumo de bolsas plásticas		X
	Reducción del desperdicio de alimentos		X
BIODIVERSIDAD	Deforestación		X
	Agroecología		X
	Pesca sustentable		X
	Apicultura sostenible		X
	Desarrollo de productos orgánicos marca "Carrefour Bio"		X
	Desarrollo de productos marca "huella natural"		X
SOCIOS	Alianzas con proveedores		X
	Acciones con proveedores locales		X
	Alianzas con Gobierno	X	X
	Ética y lucha contra la corrupción	X	
	Derechos Humanos y sustentabilidad en la cadena de valor		X



EJE	TEMAS MATERIALES DE CARREFOUR	IMPACTO INTERNO	IMPACTO EXTERNO
SOCIOS	Compromiso con la comunidad		X
	Seguridad alimentaria de nuestros productos		X
	Alimentos sanos nutritivos y accesibles		X
	Promoción del consumo responsable		X
DIVERSIDAD Y DINÁMICA SOCIAL	Desarrollo de la diversidad e igualdad de oportunidades		X
	Promoción de empleo en jóvenes		X
	Promoción de la diversidad de género a través del programa Mujeres Líderes		X
	Promoción de empleo en adultos mayores		X
	Políticas de empleo de personas con discapacidad		X
	Seguridad y calidad de vida de nuestros colaboradores	X	
	Promoción del Dialogo Social	X	X
	Clima laboral	X	
	Voluntariado corporativo. Promover la solidaridad en nuestros colaboradores	X	X

Utilizamos diferentes lineamientos internacionales para enriquecer nuestra gestión de sustentabilidad, sin seguir con exclusividad ninguno de ellos, sino considerando su contribución en forma general para favorecer este trabajo y nuestro compromiso con el desarrollo sostenible. Ellos son:

- Iniciativa de Reporte Global – Guía GRI Standards criterio “De Conformidad”, opción “Esencial”.
- Norma Internacional ISO 26000 de Responsabilidad Social

- Serie AA1000 de AccountAbility
- Pacto Mundial de Naciones Unidas- COP Activa
- Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus metas a través de su herramienta SDG Compass (Pacto Global de Naciones Unidas, GRI, WBCSD)
- Principios para el empoderamiento de la Mujeres (Naciones Unidas)

# Contenido.

Carta del Presidente .....	8
1. Sobre Carrefour .....	10
3. Gobernanza. Sustentabilidad en las funciones del negocio.....	12
Estrategia de Sustentabilidad en Carrefour Argentina .....	16
1. Integración de la Sustentabilidad en nuestra cadena de valor .....	20
3. Nuestros Grupos de Interés .....	21
5. Desempeño económico y comercial.....	25
1. Desempeño económico.....	25
2. Prácticas justas de negocio .....	28
3. Asuntos de consumidores .....	33
6. Desempeño Social.....	36
6.1. Adoptando medidas para garantizar el respeto por los Derechos Humanos .....	36
6.2. Prácticas Laborales .....	39
6.3. Contribución al desarrollo local.....	52
7. Desempeño Ambiental.....	58
7.1. Limitar el uso de los recursos -el Plan de Antiderroche-.....	58
7.2. Construcción sustentable .....	64
7.3. Preservación de la biodiversidad.....	65

## **Carta del Presidente**

Nos complace presentarles un nuevo informe que da cuenta de nuestro desempeño económico, social y ambiental así como también del estado de evolución de los objetivos asumidos anteriormente y los desafíos a futuro en materia de sustentabilidad.

A través de este décimo informe presentamos la continuidad de nuestro trabajo con el foco puesto en nuestros cuatro ejes de trabajo: antiderroche (lucha contra cualquier forma de desperdicio), protección de la biodiversidad, contribución a la sociedad y, Diversidad y Dinámica Social.

A través de este documento, presentamos nuevamente y desde el año 2010, nuestro compromiso con los 10 principios del Pacto Global de las Naciones Unidas. Hemos alineado nuestros compromisos a las 7 materias fundamentales de la Norma ISO 26000, de Responsabilidad Social; a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas; a los Principios de Empoderamiento de la Mujer (ONU); las Directrices OCDE, y el estándar AA1000SES de relacionamiento con los Grupos de Interés.

Con la firme convicción de combatir el desperdicio de alimentos junto con clientes y proveedores hemos realizado acciones concretas en las tiendas, tales como la implementación de etiquetas de consumo inmediato y la continuidad de la campaña “no tires comida” entre otras iniciativas. También y, en esta línea de lucha contra el desperdicio, entregamos más de 4,8 millones de bolsas reutilizables y continuamos utilizando el sistema Backhauling que optimiza el uso del transporte y aprovecha el flujo de retorno hacia los centros de distribución, disminuyendo así la cantidad kilómetros de viaje y emisión de CO2 por combustión.

A través de nuestra Política de Abastecimiento Responsable protegemos la Biodiversidad integrando los principios de la agroecología en la fabricación de productos de marca propia. También, favorecemos la pesca y apicultura sustentable y tenemos por objetivo un plan de trabajo sobre Bosques Sustentables.

Como forma de contribuir a la sociedad, apoyamos al producto nacional y regional dando prioridad a las compras locales, constituyendo esto una de las señas de identidad de nuestra compañía, contribuyendo así a la expansión económica y al empleo indirecto y con una Política de Negocios Inclusivos que elige a organizaciones que producen en pequeña escala. Nuestro compromiso con la comunidad incluye también el apoyo solidario a las comunidades locales. El Programa Nacional Sumando Voluntades es el eje rector de todos nuestros programas y nos permite contribuir al desarrollo de las regiones en las que estamos presentes, llevando adelante diversas iniciativas junto a la Fundación Carrefour.

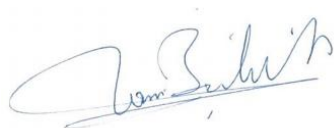
Con el objetivo de favorecer la diversidad y la dinámica social promovemos el desarrollo de nuestros colaboradores y colaboradoras fomentando su crecimiento profesional y personal y velando por su seguridad y calidad de vida con nuestro programa integral “Vivir mejor” que fomenta la adquisición de hábitos saludables y también promovemos la solidaridad con nuestro programa de voluntariado corporativo.

Asimismo continuamos con las iniciativas para expandir la igualdad de género, creando conciencia sobre las formas de combatir la discriminación y estereotipos, y promoviendo la igualdad de oportunidades, el empleo juvenil y de adultos mayores y la inclusión social.

Como compañía internacional comprometida con la agenda global, continuamos trabajando para contribuir con los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, alineando acciones concretas y analizando el aporte que realizamos a través de los temas materiales que definen nuestro negocio. A su vez, estamos adheridos a los siete Principios para el empoderamiento de las mujeres promovidos por la alianza entre ONU Mujeres y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

También, promovemos el diálogo social a través de un acuerdo internacional con la Federación Sindical Internacional Unión Network International (UNI Global Unión) relativo al respeto de los derechos fundamentales.

Agradecemos a quienes han sido parte de este camino y a quienes nos acompañan a diario en este proceso de mejora continua. Estos resultados son fruto del esfuerzo diario de todos nuestros equipos, quienes participaron activamente en el proceso de construcción de esta publicación. Para todos ellos y todas ellas, nuestro agradecimiento por su compromiso y su tiempo. Los invitamos a leer nuestra Comunicación Para el Progreso 2018 (COP), para conocer más sobre los resultados de las iniciativas que hemos llevado a cabo durando este año.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Rami Baitieh".

**Rami Baitieh**

*Presidente de Carrefour Argentina*

## Compromiso Carrefour

Ofrecer a nuestros clientes una gama diversificada de Productos de calidad, actuando y realizando INVERSIONES para limitar el agotamiento de los recursos naturales, y generando valor para nuestros grupos de interés en todas nuestras acciones es lo que nosotros entendemos por “hacer BIEN NUESTRO trabajo”.

Este compromiso no solo está reflejado en nuestra estrategia de sustentabilidad sino también en el trabajo diario de cada una de las personas que forman parte de nuestra compañía.

### 1. Sobre Carrefour

#### Carrefour en el mundo en números

Nº1 en Europa  
 Nº2 en el mundo  
 Presente en 30 países  
 363.862 colaboradores en todo el mundo  
 + 12.111 tiendas  
 +25.000 proveedores

#### Carrefour en Argentina



## **NUESTRO SUEÑO**

*Todos y todas compartimos el sueño de hacer de Carrefour una empresa reconocida y querida por ayudar a sus clientes y consumidores a disfrutar de una mejor calidad de vida a diario.*

*Este sueño se apoya en 10 convicciones, que expresan y fundamentan todo lo que creemos intensamente necesario para ejercer nuestras acciones diarias, en la relación con todos nuestros grupos de interés.*

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

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

### 3. Gobernanza. Sustentabilidad en las funciones del negocio

La gobernanza de la empresa se hace responsable de los impactos y decisiones que asume para integrar la responsabilidad social en toda la organización y sus relaciones, y determina las aprobaciones necesarias para la puesta en prácticas de los lineamientos de sustentabilidad. El máximo órgano de gobierno se reúne semanalmente para abordar las cuestiones estratégicas del negocio. Entre ellos, el del desarrollo sustentable.

#### **Directorio Carrefour**

Es el máximo órgano de gobierno del Grupo Carrefour y quien establece las políticas y estrategias globales para su implementación a través de los Comités Ejecutivos de cada país.

#### **Comité Ejecutivo o “COMEX” en Argentina**

Es el órgano máximo de gobierno de la empresa en el país. Establece el compromiso con la estrategia de desarrollo sustentable del Grupo y define y aprueba la implementación de lineamientos globales o de procesos locales de sustentabilidad.

EL COMEX también revisa las tareas asignadas a los diferentes comités que reportan al COMEX. De esta forma, el COMEX es responsable de la aprobación, entre otros aspectos, de las políticas generales de la empresa y las estrategias, y, en particular, del plan estratégico y de negocios de la Compañía, además de los objetivos de gestión, política de inversiones y financiación, política de sustentabilidad y gestión de riesgos.

#### **Funciones como máximo órgano de Gobierno de Sustentabilidad:**

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

**Proceso de composición y selección:** incluye varias etapas de análisis y selección, y diversas evaluaciones internas y externas, alineadas a nuestro modelo de competencias. Incluye la experiencia en ámbitos económicos, social y ambiental. La selección se realiza a dos niveles y la decisión recae sobre el Presidente de Carrefour Argentina que la valida en conjunto con el Grupo Carrefour.

**Temas vinculados a la sustentabilidad abordados en sus reuniones:** durante 2018 el COMEX abordó el Plan Anti Derroche, reducción del consumo energético, promoción



del desarrollo sustentable a proveedores de Marca Propia, Carta Social y Etica para Proveedores, programas de crecimiento a pequeños proveedores, disminución del uso de bolsas plásticas, Voluntariado Corporativo, Programa Mujeres Líderes, Diversidad, Violencia de Género, Inclusión de personas con discapacidad.

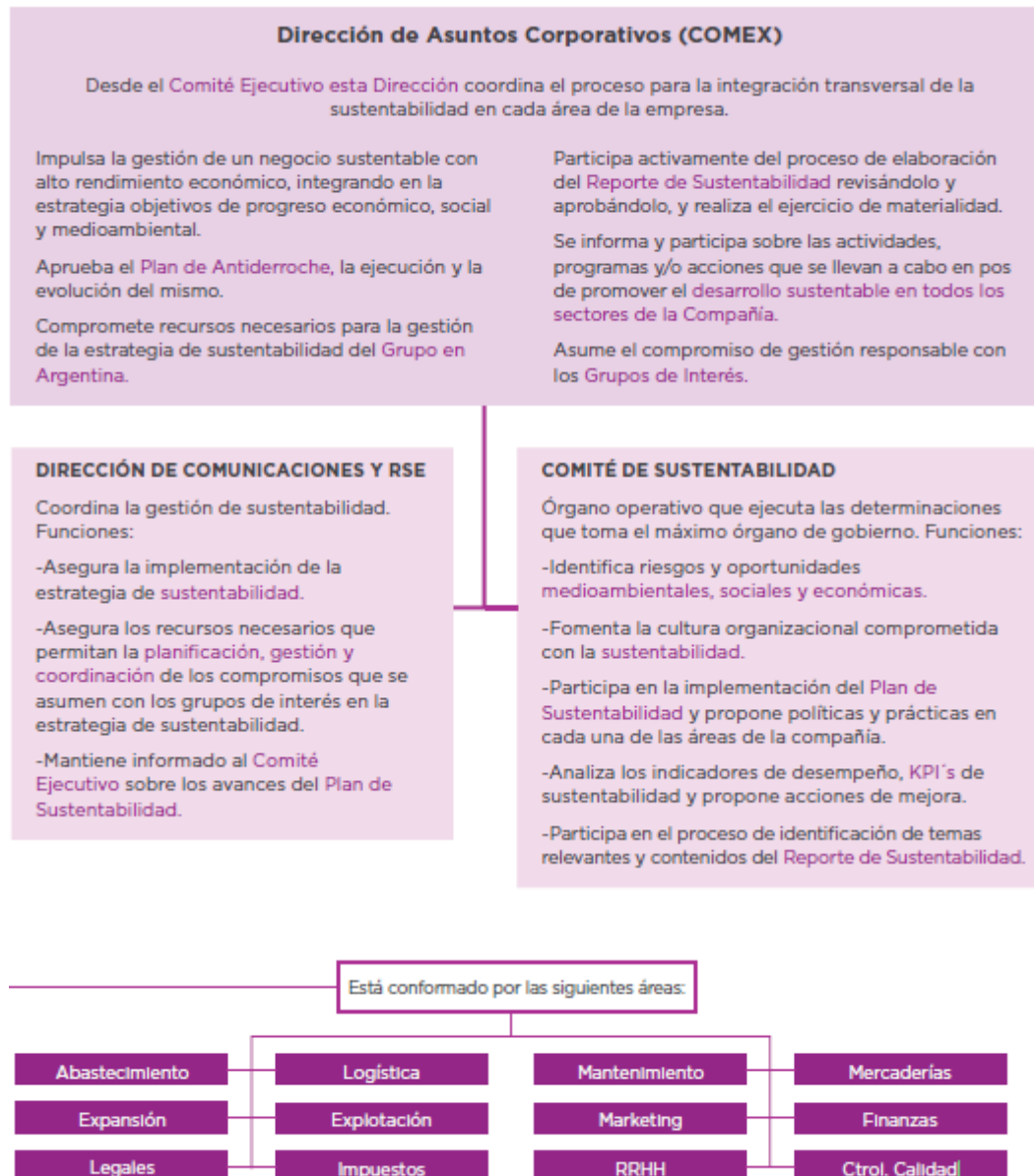
**Formación en sustentabilidad:** recibe capacitaciones en materia de desarrollo sustentable y participa habitualmente de las reuniones, conferencias y otros encuentros clave relacionados a la temática, tanto en Argentina como en Francia, donde se mantienen informados a través de las videoconferencias desarrolladas habitualmente, por la Dirección de Desarrollo Sustentable.

**Diálogo con los grupos de interés:** El COMEX mantiene comunicación permanente con el Directorio del Grupo Carrefour en Francia. Se comunica con los grupos de interés sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales y cualquier preocupación importante a través de los Gerentes de las distintas áreas quienes presentan resultados y novedades sobre la gestión del negocio de su sector incluyendo las sugerencias y expectativas de los grupos de interés. *(Para más información consultar la sección de "Diálogo con los grupos de interés").*

Además, anualmente llevamos a cabo una consulta con nuestros grupos de interés, para escuchar sus expectativas respecto de nuestros reportes de sustentabilidad que luego son transmitidas al COMEX. Estas reuniones son planificadas teniendo en cuenta lo lineamientos y principios del Estándar AA1000SES (AccountAbility). Al ser el Reporte de Sustentabilidad una herramienta de gestión de nuestro impacto económico, social y ambiental, estos diálogos son un input para el máximo órgano de gobierno para la gestión de sustentabilidad.

**Retribución y evaluación de desempeño en materia de sustentabilidad:** la retribución de los miembros del Comité Ejecutivo y de otros altos directivos como Directores Senior, Directores y Gerentes está compuesta por un monto fijo y otro variable de acuerdo al cumplimiento de los objetivos estratégicos fijados para cada uno de ellos, los cuales incluyen las metas establecidas en bajo las tres prioridades de Sustentabilidad. Los objetivos están relacionados al Plan Anti Derroche que consta de 6 iniciativas entre las que se encuentran los desperdicios, la energía, la reducción de bolsas plásticas, la optimización de la logística, etc. De esta manera, nuestros directivos son evaluados en su desempeño tanto por objetivos económicos, como en los objetivos de sustentabilidad de la Compañía.

## Organigrama de la Gobernanza de la Sustentabilidad



## Gestión de riesgos

En un entorno de constante cambio, la gestión de riesgos es una parte esencial del desarrollo sostenible para nuestro negocio, y es un objetivo compartido por todos nuestros equipos. Este enfoque nos permite revisar todos los procesos dentro de la Compañía e identificar oportunidades y áreas de mejora.

Nuestro sistema de gestión de riesgos se basa en la identificación de factores de riesgos que pueden tener un impacto significativo en nuestras actividades y en nuestra posición financiera e imagen. Los riesgos que hemos identificados se agrupan en la siguiente clasificación:

- Contexto del negocio: contexto político y social, contexto económico y volatilidad del mercado, cambios regulatorios, cambios en el sector y contexto, desastres naturales y cambio climático, competencia, terrorismo y crimen.
- Estrategia y gobernanza: definición, adaptación e implementación de la estrategia, transparencia y prácticas justas de negocios, responsabilidad social empresarial, medio ambiente y litigaciones.
- Operaciones: relevancia y desempeño de modelos económicos y de negocios, control operacional y financiero del crecimiento y la expansión, asociaciones aliadas, control de la cadena de suministro, calidad del producto, seguridad de las personas, gestión de recursos humanos, continuidad, integridad y confidencialidad de los sistemas de información, control y valoración de activos.
- Financieros: riesgos de tipo de cambio, calidad de la gestión financiera, presupuestaria y reportes.

Para evitar estos riesgos o limitar su impacto, contamos con una exhaustiva política de prevención y gestión de riesgos.

La organización de la gestión de riesgos dentro del Grupo Carrefour es descentralizada a los Directores Ejecutivos de cada país.

En Argentina, el COMEX tiene la tarea de identificar y analizar los principales riesgos con que se enfrentan. Cuenta con el apoyo de diferentes áreas de la compañía, quienes son responsables de la seguridad del patrimonio material e inmaterial de la empresa y de garantizar la seguridad de las personas presentes en nuestras tiendas.

Para hacer frente a situaciones extraordinarias que pueden impactar en la continuidad del negocio y la ejecución de nuestros objetivos, el COMEX establece una organización u herramientas para tratar los principales escenarios posibles de crisis:

- Comité de Crisis: conformado por el Comité Ejecutivo y coordinado por la Dirección de Asuntos Corporativos. Se mantiene alerta a todo potencial factor de

crisis de manera de contar con una perspectiva transversal para poder evaluar el escenario y tomar la mejor decisión.

- Manual de Comunicación de Crisis: se establecen las pautas de comportamiento en diversas situaciones y los roles y procedimientos a tomar dentro de la Compañía. La última actualización del Manual fue en 2011 y se incluyeron posibles situaciones de riesgos en temas ambientales, operativos, humanos, jurídicos, financieros, informáticos, seguridad, ética, en los productos, salud, políticos sociales, tecnológicos, proveedores, etc. Se encuentra disponible en todas las tiendas, y en manos del Comité de Crisis.
- Capacitación: todos los directivos y miembros del Comité de Crisis son capacitados en cómo actuar ante diversos escenarios.

## Gestión de la sustentabilidad

### Estrategia de Sustentabilidad en Carrefour Argentina

En Carrefour, al considerar que nuestro rendimiento también es evaluado por nuestra contribución a la sociedad, la Sustentabilidad es una parte integral de nuestra estrategia de negocio.

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

Por eso, nuestro enfoque de trabajo implica la generación de valor permanente tanto económico, como social y ambiental en todas nuestras acciones.

Esta visión a largo plazo se implementa en base a **cuatro ejes prioritarios de trabajo que se sustentan en los tres pilares de sustentabilidad.**

## Estrategia de SUSTENTABILIDAD

### Ejes de SUSTENTABILIDAD



Nuestro objetivo es trabajar contra el despilfarro en la producción y consumo en pos de garantizar la seguridad alimentaria y proteger el planeta.

Las acciones bajo este Plan son agrupadas en 6 proyectos locales:

- Reducción y recupero de residuos
- Reducción del desperdicio de alimentos
- Optimizar el sistema de transporte, distribución y logística
- Alcanzar un consumo eficiente de energía
- Reducción del uso de bolsas plásticas
- Reducción de CO2

Para proteger la biodiversidad de nuestro entorno trabajamos en las distintas fases de nuestros procesos y productos sobre:

- Deforestación
- Agroecología
- Silvicultura Sustentable
- Pesca Sustentable

Tenemos como objetivo reducir nuestra huella ambiental y por eso implementamos una Política de compras responsables que le da prioridad a los proveedores y productos que respeten la biodiversidad. Además, respetamos el origen y los ciclos naturales de los productos y, por eso, lanzamos Huella Natural y Productos BIO.

Asimismo, fomentamos el consumo de productos locales procedentes de PyMES, productores y agricultores de la región. Esto garantiza que nuestros clientes gocen de la mejor selección de productos, que la economía local se desarrolle, y que el transporte disminuya sus emisiones de CO2.

Para desarrollar una gama de productos de calidad a los mejores precios, formamos alianzas con nuestros proveedores en base a estrictos requisitos, y realizamos auditorías regulares.

Además, junto a ellos implementamos herramientas de autoevaluación de RSE para impulsarlos en el desarrollo sostenible.

Ofrecemos alimentos sanos, nutritivos, accesibles y seguros.

Promovemos el consumo responsable de nuestros clientes.

La contribución de Carrefour a la Sociedad también se extiende a las actividades de solidaridad locales, llevadas a cabo por la Fundación Carrefour y nuestros colaboradores, en alianza con proveedores y gobierno.

Todos nuestros colaboradores gozan de las mismas oportunidades de contratación y desarrollo de carrera, y como Grupo nos comprometemos a garantizar su seguridad y mejorar su calidad de vida.

La diversidad de los empleados es un activo importante para el Grupo. Por eso, implementamos políticas de empleo para personas con discapacidad, promovemos el diálogo social y el voluntariado de nuestra gente. Asimismo, fomentamos el empleo en jóvenes y adultos mayores.

En 2016 el Grupo creó su propio Índice de RSC que mide el progreso realizado en sus planes de acción y asegura que todas las líneas de negocios estén trabajando para lograr un conjunto común de objetivos. Por eso, medimos nuestro desempeño con indicadores clave (KPI's) que son evaluados por los Directivos de las diferentes áreas, el COMEX y por casa matriz, y que se alinean a los 4 ejes de trabajo:



#### ANTIDERROCHE

- Reducir en un 50% el desperdicio de alimentos en 2025
- Recuperar el 100% de nuestros residuos en hipermercados y supermercados a 2025
- Reducir en 40% nuestras emisiones de CO2 en 2025 vs 2010
- Reducir 10 mil toneladas de packaging
- Reducir nuestro embalajes en 10 mil toneladas para 2025



#### BIODIVERSIDAD

- Promover la agricultura ecológica
- Reducir en 30% en consumo de energía a 2025
- Tener el 100% de las 10 familias de productos de nuestra marca Carrefour provenientes de bosques sostenibles para 2020
- El 50% de nuestros productos de pescaderías deben provenir de la pesca sostenible
- Todos los países deberán tener para 2020 una acción para promover la apicultura sostenible



#### SOCIOS

- Que nuestros proveedores marca Carrefour completen la evaluación de RSE para 2025
- Promover la alimentación saludable en nuestros clientes y consumidores para 2020 en el 100% de los países
- Establecer un Plan Carrefour para promover el trabajo de las PyMES para 2020 en el 100% de los países



#### DIVERSIDAD

- Alcanzar al menos el 40% de nombramiento de mujeres en puestos clave para 2025
- A 2020 todos los países deberán contar con certificación GEEIS
- Promover el empleo de personas con discapacidad con el objetivo de lograr el 4% a nivel grupo a 2025
- Implementar un plan de acción sobre salud, seguridad y calidad de salud en el trabajo en el 100% de los países

En 2015, los Estados miembros de la Organización de Naciones Unidas adoptaron la nueva Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible que plantea 17 Objetivos con 169 metas de carácter integrado e indivisible, que buscan erradicar la pobreza, proteger el planeta, y asegurar la paz y prosperidad para todos. Desde Carrefour, nos comprometimos a



contribuir con estos objetivos a través de nuestro trabajo cotidiano alineado a nuestra estrategia corporativa. Por ello, iniciamos un proceso de análisis con el fin de comprender cómo podemos contribuir a su cumplimiento. Los resultados de este ejercicio se presentan en la tabla a continuación:

CATEGORÍA DE TEMAS MATERIALES	ODS	METAS 2020
 <b>ANTIDERROCHE</b>	      	2.1, 2.2, 2.4 7.2, 7.3 8.2, 8.3 9.1, 9.2, 9.3, 9.4, 9.5 11.6 12.2, 12.3, 12.5, 12.6, 12.8 13.1, 13.3
 <b>BIODIVERSIDAD</b>	    	2.1, 2.2, 2.4 6.6 12.2 14.4, 14.b 15.1, 15.2, 15.6, 15.7
 <b>SOCIOS</b>	        	2.1, 2.2, 2.4 3.2, 4.1, 4.4, 4.5, 4.7 8.2, 8.3, 8.5, 8.6, 8.7, 8.8, 8.10 9.1, 9.2, 9.3, 9.4, 9.5 10.2, 10.3, 10.4, 13.1 16.2, 16.5 17.16, 17.17
 <b>DIVERSIDAD Y DINAMICA SOCIAL</b>	     	3.5 4.4, 4.5 5.1, 5.5 8.2, 8.3, 8.5, 8.6, 8.7, 8.8, 8.10 10.2, 10.3, 10.4 13.1

## Medición de desempeño

Alineadas al Enfoque de Sustentabilidad, para cada eje prioritario Carrefour utiliza hace más de 10 años KPIs para medir su impacto económico en el medio ambiente, la sociedad y sus colaboradores. Cada KPI fue elegido por su relevancia para las actividades del Grupo, pero también, con la intención de responder a las partes interesadas y las obligaciones reglamentarias. Estos indicadores le permiten a Carrefour medir el nivel de servicios, realizar un diagnóstico de la situación de la Compañía, comunicar e informar los objetivos propuestos. Las mejoras de los KPI son evaluadas por los Directivos de las diferentes áreas y los Directores del COMEX. Además, de forma trimestral y semestralmente, se reportan los KPIs al Grupo y de manera anual el verificador externo de Francia los audita.

### 1. Integración de la Sustentabilidad en nuestra cadena de valor

En Carrefour trabajamos por la integración de la sustentabilidad en todos los niveles de la cadena de valor: desde la selección de proveedores y productores que están obligados a cumplir con estrictos requisitos, hasta el etiquetado y presentación del producto que cuenta con información clara y transparente para los consumidores y el relacionamiento con comunidades locales, abarcando también la optimización de la cadena logística y el transporte.



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



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

### 3. Nuestros Grupos de Interés

Para poder considerar y responder las expectativas de nuestras partes interesadas necesitamos identificarlas, analizar la naturaleza de la relación y los temas por los cuales nos relacionamos. Por ello, el Comité de Sustentabilidad realizó el Mapeo de Clasificación de Grupos de Interés en el año 2010 y 2011, arrojando como resultados mapas de relación de cada grupo y subgrupo respecto de la empresa para la gestión de esos vínculos.

#### Nuestra esfera de influencia

GRUPO DE INTERES	Quienes son	Como nos relacionamos
<b>CLIENTES</b>	Personas de diferentes provincias que visitan nuestras tiendas y consumen nuestros productos y servicios.	Estudios de satisfacción, paneles, atención al consumidor, página web, 0800.Fan Page de Carrefour, mesa con clientes en todos los formatos, lanzamiento de Compromisos Carrefour.

<b>CONSUMIDORES</b>	Todas aquellas personas que podrían adquirir los productos y servicios que nosotros ofrecemos.	Paneles, Focus Groups, Encuestas, Teléfono Rojo, página web, 0800, Fan Page de Carrefour.
<b>COLABORADORES</b>	+15.000 colaboradores en todo el país	Escuchas al personal, intranet, gestión de competencias, Briefings, 0800 ACTUAR, Carrefour Nuestras Noticias (CNN), Carteleras físicas y virtuales, Noticiero Televisivo quincenal "Somos Carrefour", Rami Responde, RRHH POSITIVO (Centro de atención para empleados), pantallas digitales, mail Connect.
<b>PROVEEDORES</b>	Empresas multinacionales, PYMES y profesionales independientes que nos proveen de productos y servicios	Sistema exclusivo on line, Encuentro Anual de Proveedores, Entrevistas Permanentes, 0800 – ACTUAR (canal de denuncias anónimas exclusivo para proveedores).
<b>SOCIEDAD</b>	ONG´s, Sindicatos, Federaciones, Cámaras y cualquier otra Organización Profesional, Asociación Social ó empresa que esté ligada directamente a nuestra operatoria.	La relación con este grupo de interés se gestiona por las diferentes direcciones de negocio, según el tipo de asociación.

	Medios de comunicación: Radio, TV y Medios Gráficos, tanto de información general, económica, social, medioambiental y/o cultural.	La relación con los medios se centra en la Dirección de Comunicaciones, a través de nuestra agencia de prensa. Se realizan eventos y encuentros con periodistas y líderes de opinión.
	Todas las comunidades argentinas donde estamos presentes	Desarrollamos proyectos concretos relacionados con educación, capacitación, nutrición, cuidado del medioambiente, entre otros.
<b>GOBIERNO</b>	Interlocutores municipales, provinciales y nacionales de organismos gubernamentales.	La relación con el gobierno se gestiona en la Dirección de Comunicaciones, a través de nuestra agencia de Asuntos Públicos. Junto a las explotaciones, realizamos reuniones mensuales a fin de afianzar el vínculo con las comunidades donde estamos presentes.
<b>MEDIO AMBIENTE</b>	Debido a la necesidad y a la importancia que el Medio Ambiente tiene en nuestros objetivos en materia de sostenibilidad y en nuestras acciones cotidianas, consideramos que debe ser tomado en cuenta como un grupo de interés.	Las acciones que se llevan adelante buscan concientizar sobre el cuidado del medio ambiente, y contribuir a la lucha contra el cambio climático relacionándonos en este tema con todos los grupos de interés que tienen alguna relación o influencia.

<b>Alianzas</b>
-----------------

Construimos alianzas con otras organizaciones que nos permiten combinar nuestras competencias específicas con aquellas de especialistas externos, y generar sinergias en favor del desarrollo sustentable. Entre algunas de ellas, apoyamos y formamos parte de:

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

**En 2018, participamos en más de 30 encuentros organizados por diferentes organismos e instituciones donde dimos a conocer nuestro compromiso con el desarrollo sostenible.**

## 5. Desempeño económico y comercial

### 1. Desempeño económico

En Carrefour sabemos que nuestro desempeño económico y financiero tiene un impacto en nuestros grupos de interés incluyendo a los colaboradores, proveedores, gobierno y comunidades. Teniendo esto en cuenta, contribuimos al desarrollo económico local a través de la distribución del valor generado por nuestras actividades.

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

Ser una cadena multiformato nos permite estar cada vez más cerca de nuestros clientes para satisfacer sus necesidades y expectativas.

La multiplicidad de formatos de tiendas que nos caracteriza, sumado al alcance nacional de las mismas, nos permite llegar a todos nuestros clientes y fomentar el desarrollo socioeconómico de las comunidades donde estamos presentes.

Para satisfacer las expectativas de nuestros clientes, desarrollamos diferentes formatos de tiendas adaptadas a las condiciones locales:



Para Carrefour, el multiformato de sus tiendas es una garantía de equilibrio y rendimiento en el largo plazo.

#### Marca propia Carrefour

Conscientes de que nuestros clientes responden a una gran variedad de perfiles, nos comprometemos a facilitar su libertad de elección y optimizar su experiencia de compra ampliando nuestra oferta comercial año a año.

Contamos con un surtido de 3000 productos Marca Carrefour. Los productos Carrefour están elaborados por empresas de primerísimo nivel y llegan a la góndola luego de un riguroso control de calidad que garantiza que cada producto que llegue a su familia

cumpla con las máximas exigencias de sanidad. Respecto a su packaging, más del 85% de sus envases son reciclables o fácilmente separables.

**“Los productos de Marca Carrefour responden a la necesidad de acercarnos más a nuestros clientes y son un exponente de la mejor variedad y relación calidad-precio del mercado. Entre las marcas propias que comercializamos se encuentran: Productos Carrefour, Huella Natural, Bio, TEX, Carrefour Etiqueta Negra, Carrefour Home”**



## Servicios a disposición de los clientes

Además de una amplia oferta de alimentos y productos no alimentarios, ofrecemos a nuestros clientes una variada elección de servicios puedan resolver todas sus necesidades en el mismo lugar.

## Nuestros SERVICIOS



COMPRA ONLINE



MUNDO BEBÉ



CAJA YA



ENVIO A DOMICILIO



EXTRA CASH



PRACTI CAJA



ALMUERZO EXPRESS



GARANTIA EXTENDIDA



INSTALACIÓN DE  
ELECTRODOMÉSTICOS



RECARGA CELULAR



FILA ÚNICA



PAGO DE SERVICIOS



COMPRA PROTEJIDA



CAMBIO DIRECTO



REVISTA POSITIVA



PROMOS POR MAIL



## **2. Prácticas justas de negocio**

### **2.1. Transparencia y conducta corporativa**

Comprometidos a llevar a cabo las actividades de manera ética, desarrollamos un marco de control y estructuras adaptadas para nuestro negocio.

#### **Negocio guiado por Principios fundamentales universales**

Carrefour Argentina opera bajo un marco que respeta los Derechos Humanos y adopta y promueve los siguientes principios fundamentales:

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

#### **Código de Conducta Profesional de Carrefour**

Proporciona un marco simple, consistente en 10 principios de actuación que son aplicables a todos los empleados, incluyendo los Directores Ejecutivos, responsables de la difusión del Código y garantizar su aplicación dentro de su área de responsabilidad:

1. cumplir con la ley
2. contribuir a un ambiente seguro y saludable
3. hacer un compromiso con la diversidad y las condiciones de trabajo que respeten las necesidades de todos,
4. proteger los bienes y recursos del negocio
5. garantizar la confidencialidad de los datos de la empresa
6. evitar conflictos de intereses
7. rechazar cualquier forma de la corrupción
8. desarrollar prácticas comerciales justas y transparentes
9. asegurar información fiable y precisa
10. ser un embajador de Carrefour.

Elaborado a partir de un ejercicio de evaluación de las mejores prácticas, y basado en una serie de sesiones de consulta con diversos grupos de interés internos, establece los criterios sobre los cuales ejercemos nuestra actividad comercial.



Todos los colaboradores y colaboradoras del Grupo Carrefour una vez que ingresan a la compañía, se comprometen a respetar este Código y los “Principios de Actuación y Comportamiento”.

Para asistir a los colaboradores a adoptar el Código, desarrollamos herramientas tales como folletos, carteles, y un kit de aplicación para los Directores. Contamos, a su vez, con un curso de e-learning para ayudar a los colaboradores a comprender y asimilar su contenido

*(Para más información consultar el Código de Etica de Carrefour.)*

### **Comité Ético de Carrefour Argentina**

Encargado de supervisar la aplicación de los principios establecidos en el Código de Conducta Profesional, el Comité Ético se reúne por lo menos dos veces al año y cada vez que un caso así lo requiera, y presenta al Director Ejecutivo País un informe semestral sobre el respeto de los valores y los principios fundamentales, sobre las dificultades y las mejoras que se aconseja adoptar.

<b>Integrantes Comité de Etica 2018</b>	
Rami Baitieh	CEO – Director General
Yaelle Boquet	CFO – Directora de Finanzas y Gestión
Leonardo Scarone	Director de Asuntos Corporativos y RRHH
Eugenia Picaso Achaval	Directora de Asuntos Jurídicos.
Candela Belén Arias	Directora de Seguridad, Seguridad e Higiene y Calidad

Sus funciones son:

- Velar por la difusión del Código de Conducta profesional y asegurarse que sean utilizadas todas las herramientas disponibles para su buen conocimiento, comprensión y respeto por el conjunto de los colaboradores del país.

- Controlar el buen funcionamiento de los dispositivos de alerta o canales de comunicación de denuncias de conductas antiéticas.
- Comunicar al Presidente sobre toda cuestión relativa a la aplicación y respeto del Código de Conducta Profesional y sus eventuales desvíos.
- Examinar y dar respuesta a las distintas situaciones que involucren cuestiones referidas a la ética en el país y que estén establecidas en el Código de Conducta Profesional.
- Asegurar la difusión de las buenas prácticas en materia de ética.
- Controlar y evaluar la eficacia del dispositivo implementado.

Los miembros del Comité Etico deben resolver todos los asuntos con un tratamiento honrado, leal, imparcial y objetivo de los casos que se presentan. Para ello, sus miembros reciben capacitaciones sobre lavado de dinero, compliance, y anticorrupción.

Disponemos de 0800 ACTUAR, canal de comunicación disponible 24 horas al día 7 días a la semana, para que todos nuestros colaboradores puedan denunciar de manera anónima, y con confidencialidad absoluta garantizada, cualquier conducta que consideren antiéticas y que afecten la transparencia y actuar de la Compañía

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

Además, cualquier colaborador de la empresa tiene acceso a consultar al Comité Etico para el caso de irregularidades o incumplimiento del Código de Conducta Profesional.

Durante el año 2018 se realizaron 187 denuncias al sistema 0-800- ACTUAR de las cuales fueron resueltas 105, las restantes se encuentran en periodo de investigación o respuesta.

## **2.2. Nuestros proveedores**

En Carrefour desarrollamos relaciones a largo plazo con empresas locales que mejoran su calidad de producción y aumentan su crecimiento.

Desde sus principios, el Grupo ha dado prioridad a las compras locales de productos, particularmente productos alimenticios. En Argentina desde hace tres años, la proporción de productos alimenticios Carrefour procedentes de proveedores locales es de 99 %.

Entendiendo que nuestras decisiones de compras ejercen un impacto considerable sobre el desarrollo socioeconómico de los proveedores con los que decidimos operar, buscamos mejorar nuestras prácticas de compra, asegurando el pago de precios justos, plazos de entrega adecuados y contratos estables.

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

Respecto a la selección de nuestros proveedores, la misma se basa en la competencia justa, la transparencia e imparcialidad, en coherencia con nuestro compromiso de generar relaciones de confianza duraderas y equitativas.

### **Compromiso con nuestros proveedores**

Carrefour ha adoptado una enfoque de abastecimiento responsable con el fin de reducir el impacto que nuestro negocio tiene en el medio ambiente y preservar la biodiversidad al mismo tiempo que aseguramos el cumplimiento con los derechos humanos.

En este marco, involucramos a nuestros proveedores de productos de marcas propias a través de diversos compromisos:

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

### **Desarrollo sustentable en la cadena de valor**

Con el objetivo de promover, acompañar, conocer y evaluar las prácticas sustentables llevadas a cabo por nuestros proveedores, desde 2011, contamos con la Herramienta de Autodiagnostico sobre Desarrollo Sustentable para proveedores de Marca Propia.

Alineada a los principios de la Norma ISO 26.000, abarca 49 criterios de sustentabilidad, incluyendo temas como gestión ambiental, social, económica, derechos humanos y gobierno corporativo. A través de un sistema on-line sencillo y dinámico, permite establecer planes de acción, valorizar sus prácticas, realizar ahorros financieros y comparar resultados con el sector de su industria.

### *Evaluación de proveedores sobre derechos humanos*

Todo proveedor que comienza a trabajar con Carrefour Argentina, firma un acuerdo comercial en el que se incluyen normativas relacionadas a:

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

Desde 2013, también contamos con la Carta Social y Etica para Proveedores que debe ser firmada por todos los proveedores de Carrefour. A través de la misma, se evidencia nuestro efectivo reconocimiento y respeto y el de nuestros proveedores en relación a las normas internacionales de Derechos Humanos contenida en la Declaración Universal de los derechos Humanos y los instrumentos de la OIT.

Esta carta está adherida a todos los contratos, y trata sobre los principios éticos, respeto a la libertad de asociación y reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva, Prohibición del Trabajo Infantil, Prohibición del trabajo forzoso, Prohibición de la discriminación, el acoso y el abuso, Salud y Seguridad, entre otros temas.

Para asegurar el cumplimiento de todos estos aspectos, llevamos a cabo auditorías mediante las cuales monitoreamos el comportamiento respecto a las prácticas laborales y medioambientales y velamos por el cumplimiento de las reglas establecidas.

Para aquellos proveedores que no aprueban la evaluación, determinamos un plazo de tiempo a fin de que regularicen su situación, trabajando en conjunto para establecer las mejoras necesarias. Antes de vencido el plazo se los vuelve a evaluar. En caso de incumpliendo y analizando la gravedad de su infracción se evalúa su continuidad de prestación de servicios. A la fecha no hemos suspendido a ningún proveedor.

Estas condiciones están incluidas en el contrato que lo proveedores deben firmar al comenzar a trabajar con nosotros.

*Para conocer más sobre nuestro compromiso con los proveedores en pos de reducir el impacto que nuestro negocio tiene en el medio ambiente y preservar la biodiversidad ver el capítulo "Preservación de la biodiversidad"*

### 3.Asuntos de consumidores

En Carrefour exigimos calidad en cada fase del ciclo de la vida de los productos y en las operaciones de nuestras tiendas. Nuestros altos estándares de calidad son acompañados por controles que cubren los temas de salud, seguridad, higiene y calidad, y que garantizan la salud óptima y la seguridad e inocuidad de todos los productos.

#### **Cuidando la salud y la seguridad de los consumidores a través de nuestros productos**

En lo que respecta a los productos frescos, el 100% de los productos son etiquetados desde el origen, la etiqueta contiene toda la información necesaria para poder realizar la trazabilidad identificando cada etapa desde la producción hasta la góndola (Nº de Lote, Vencimiento, etc.). En las visitas/auditorías a los proveedores se verifican los registros y se hacen simulaciones de rastreo de mercadería.

A través de la etiqueta podemos rastrear la mercadería y en el caso de detectarse productos defectuosos, el Departamento de Calidad a través de nuestro sistema ALERTNET, comunica a las Tiendas el retiro de la mercadería No conforme indicando la información contenida en la etiqueta. Al mismo tiempo, desde nuestras plataformas se frena la distribución de esta mercadería a las Tiendas.

**Paneles sensoriales:** Se continúa incrementando el número de consumidores para tener una visión más firme sobre la calidad de nuestros productos y sus posibles optimizaciones. Se desarrolló un nuevo sistema de paneles sensoriales internos, estos paneles invitan a los colaboradores a probar y dar su opinión sobre los productos marca propia, la mecánica del sistema es la siguiente: 1- El colaborador responde una pequeña encuesta online sobre sus gustos de consumo. 2- En base a ese cuestionario, el sistema selecciona 3 productos marca Carrefour y le envía 3 vouchers para canjear en forma gratuita los productos en cualquier tienda. 3- Una vez canjeados y degustados los productos, se lo invita a responder la encuesta online. 4- Una vez respondidas todas las encuestas, se envía la información al SET para su tratamiento y emisión del informe. En base al informe podemos tener un dato más sobre la calidad de nuestros productos y sus posibles puntos de mejora.

Estas iniciativas se suman a las acciones de control de salud y seguridad de productos que llevamos a cabo cada año: análisis por medio de laboratorios internos y externos, auditorías en las plantas elaboradoras, degustaciones y encuestas a clientes en nuestras tiendas, recepción de sugerencias por medio de la línea de Atención al Cliente, y fichas técnicas, firmadas por el proveedor, por comercial y el sector de Calidad que cuentan con ítems que permiten identificar Organismos Genéticamente Modificados (GMO), el uso de sustancias alergénicas y aceite de palma.

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

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

Continuamos con las reuniones con los proveedores de Marca Propia para presentarles los beneficios de certificar normas de calidad reconocidas por Global Food Safety Initiative (GFSI).

El objetivo es lograr que nuestros proveedores de productos marca Carrefour, de aquí a 2025 certifiquen alguna de las normas con el fin de reducir el riesgo de aparición de las enfermedades transmitidas por los alimentos.

Esta iniciativa se está llevando adelante en conjunto con las cadenas de supermercados integrantes de ASU (Asociación de Supermercados Unidos).

#### **Cuidando la salud y la seguridad de los consumidores en nuestras tiendas**

Como parte de nuestro compromiso con la comunidad y conforme a la política internacional de seguridad, en Carrefour Argentina llevamos a cabo en 2018, 685 simulacros de evacuación en tiendas, sede y depósitos, Destacándose algunos por la participación de los servicios de emergencia públicos (Policía, bomberos, ambulancias, etc.)

Las acciones fueron destinadas a corroborar el funcionamiento de las comunicaciones tanto internas como externas ejecutadas en caso de incendio por escape de gas. De esta manera, fue posible diseñar las rutinas de acción más convenientes para casos de emergencia y optimizar las directivas de seguridad a nivel nacional.

Instituciones de diversos orígenes (Bomberos, Policía, Defensa Civil, y evaluadores municipales y provinciales) trabajaron con el fin de perfeccionar su desempeño en las prácticas para la seguridad de los clientes, los empleados y las comunidades donde Carrefour está presente.

## **Alimentos sanos, nutritivos y accesibles**

En Carrefour tenemos el compromiso de contar con “el precio más bajo garantizado” en la totalidad de nuestros productos.

En nuestras tiendas y nuestro sitio web impulsamos promociones según determinados eventos y necesidades de los clientes. En 2018, lanzamos el Programa Precios Corajudos y descuentos en productos sin gluten durante todo el año. Además contamos con promociones dirigidas durante determinadas ocasiones como el aniversario de Carrefour, el Día de la Madre, Pascua o Navidad.

Carrefour tiene como objetivo 2022, ser el líder de la Transición Alimentaria, cuyo fin es poder brindar productos más saludables y opciones de consumo responsable. Ello implica ampliar y desarrollar una amplia oferta de productos orgánicos (frutas, verduras, carnes), reducidos en azúcar, en sal, en lactosa, frutas y verduras agroecológicas a través de nuestra marca Huella Natural y el respeto al bienestar animal.

Teniendo en cuenta los retos de la salud pública que representan un peso excesivo y la obesidad, el Grupo Carrefour está desarrollando, además de criterios de seguridad y calidad, una política activa para promover una dieta equilibrada para todos.

Continuamos trabajando junto con las cadenas de supermercados integrantes de ASU (Asociación de Supermercados Unidos) y el Ministerio de Salud de la Nación para poner en marcha el plan de reducción de sodio en productos de panificación que se elaboran en las tiendas, bajo un programa de reducción paulatina de sal en estos productos, para disminuir riesgos cardiovasculares. También trabajamos en la adecuación a la normativa sobre el uso de grasas trans.

A su vez, ofrecemos una gama de productos bajo marcas propias saludables, amigables con el medio ambiente y diseñados especialmente para personas con necesidades y preferencias especiales: dentro de la gran variedad de productos Marca Carrefour, ofrecemos productos orgánicos como confituras, yerba, polenta, aceite, entre otros.

En 2018, continuamos trabajando en acciones para las personas celíacas. En Argentina, 1 de cada 100 argentinos tiene celiaquía y hay un porcentaje alto que no lo sabe.

Ante esta problemática vimos la oportunidad de poder llevar a cabo una acción que ayude a los celíacos con su alimentación. Junto con la Asociación Argentina de Celiaquía, lanzamos una acción exclusiva para ellos. Creamos espacios exclusivos para productos específicos para celíacos bien señalizados en donde pueden encontrar más de 200 productos con descuentos.



La acción es a nivel nacional y los clientes de Carrefour pueden encontrar variedad de productos a precios accesibles en nuestros formatos Hiper, Market y Express. Además contamos con góndolas especiales SIN TACC, para que sean fácilmente identificables.

### **Promoción del consumo responsable**

En todos los países donde opera, el Grupo Carrefour hace esfuerzos para promover un estilo de vida saludable y una dieta equilibrada. Para llegar a tantas personas como sea posible, distribuimos este mensaje en una variedad de formas, incluyendo sitios web, revistas, y participación en campañas de sensibilización. Además, etiquetamos los productos con información nutricional.

También, brindamos espacios en nuestras sucursales y oficinas para que organizaciones sociales que producen productos respetuosos con el medio ambiente, puedan comercializarlos.

## **6. Desempeño Social**

### **6.1. Adoptando medidas para garantizar el respeto por los Derechos Humanos**

En Carrefour buscamos un crecimiento sustentable basado en el respeto de los derechos humanos, tanto dentro como fuera de la Compañía, a lo largo de nuestra cadena de valor y nuestra esfera de influencia.

Para mantener este compromiso adoptamos, promovemos e integramos a nuestras actividades, los siguientes principios internacionales fundamentales:

- **DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS** El Grupo Carrefour es miembro fundador del Programa Mundial de Cumplimiento Social, para armonizar las normas y las herramientas existentes para la responsabilidad social en la cadena de suministro entre distribuidores y fabricantes internacionales.
- **PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS** Desde el año 2001, el Grupo Carrefour a nivel mundial se adhirió al Pacto Mundial de Naciones Unidas y desde el año 2010 lo hizo aquí en Argentina. En 2011 Carrefour Argentina ingresó como miembro de la Mesa Directiva de la Red Argentina del Pacto Mundial, dentro de la cual asume funciones en la Secretaría Ejecutiva.



- **Federación Internacional para los Derechos Humanos (FIDH)** Desde el año 1997 el Grupo Carrefour mantiene un acuerdo de cooperación con esta Federación, con la que busca respetar y garantizar el respeto a sus proveedores de los derechos fundamentales establecidos por la Organización Internacional del Trabajo.
- **ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE TRABAJO.** EL Grupo Carrefour firmó en el año 2001 un Memorando de Entendimiento con Unión Network International a través del cual se comprometió a velar por la aplicación de los principios de la OIT en todos los países donde esté presente.
- **DIRECTRICES DE LA OCDE** El Grupo Carrefour incluye las directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE), en su Código de Conducta Profesional dirigido a todos los colaboradores de Carrefour a nivel mundial.
- **DERECHOS LABORALES.** Carrefour en 2012, y a través del Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social de la Nación, se adhirió al Programa de No violencia Laboral, que lleva a cabo la Oficina de Asesoramiento sobre Violencia Laboral.
- **7 Principios de Empoderamiento de las Mujeres. ONU Mujeres.** En 2014, Carrefour Argentina se adhirió a través de la firma a los 7 principios de empoderamiento de las mujeres creado por ONU Mujeres y en Argentina impulsado por el PNUD. A través de la firma nos comprometemos a trabajar en pos del empoderamiento de las mujeres en diferentes ámbitos.

Es en este marco que llevamos a cabo acciones concretas de respeto y promoción de los Derechos Humanos con nuestros grupos de interés:

#### **Con nuestra cadena de valor**

**Derechos Humanos en la cadena de valor:** Asumir plenamente nuestras responsabilidades sociales respecto a los proveedores es uno de los pilares de nuestro enfoque de abastecimiento responsable. Desde hace más de 10 años, que hemos perseguido una política proactiva de garantizar que la totalidad de nuestros proveedores respeten los derechos humanos a través de diversas acciones:

- Incluimos en todos los contratos comerciales con proveedores, aspectos sociales y éticos respecto al cumplimiento de los derechos humanos, la libertad de asociación sindical, la prohibición del trabajo infantil y forzoso, cualquier forma de

discriminación, la preservación del impacto en el medio ambiente y la promoción de los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, entre otros puntos.

- Desde 2013 adherimos la Carta Social y Etica para Proveedores a todos los contratos.
- Realizamos auditorias sociales a proveedores de Marca Propia.

### **Con las comunidades en las que operamos**

**Derecho humano a la alimentación:** En un mundo donde las deficiencias alimentarias son un factor determinante de la exclusión social, estamos decididos a actuar en favor de una alimentación saludable y en contra de la desnutrición. Con el fin de luchar contra la exclusión y desigualdades vinculadas directa o indirectamente a los alimentos, llevamos a cabo las siguientes acciones:

- Concientizamos a alumnos de todo el país a través del programa “Sumando Voluntades para Alimentarse y Aprender”.
- Colaboramos con el programa de Becas de la Fundación CONIN.
- Promovemos el consumo responsable entre clientes mediante una amplia oferta de productos nutritivos y saludables y mensajes de concientización.
- Apoyamos iniciativas relacionadas a esta temática desarrolladas por la Red de Banco de Alimentos, UNICEF, APAER y Huerta Niño.
- Convocatoria nacional de ONGs con eje en la alimentación, con más de 170 proyectos presentados.

**Derecho del Niño:** Los principios que se señalan en el marco internacional de derechos humanos se aplican tanto para los niños como para los adultos. Desde 2010, Carrefour Argentina es miembro activo de la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil, grupo que funciona en el ámbito del Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social de la Nación y está presidida por la CONAETI (Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil). En 2015, nos sumamos a la campaña “Tarjeta Roja al trabajo infantil” con la intención de concientizar sobre la importancia de garantizar la erradicación de este flagelo en toda la cadena de valor. En 2018, nos unimos a la campaña anual de CONAETI y OIT, activando audios y cartelera en todas nuestras tiendas a lo largo del país.

### **Con nuestros colaboradores**

**Libertad de asociación:** respetamos y apoyamos el derecho a la libertad de asociación vigente en la legislación argentina y sus diferentes manifestaciones y le exigimos mismo respeto a nuestros proveedores y a las empresas que prestan servicios en nuestras tiendas. Más del 85% de nuestros colaboradores y colaboradoras se encuentran adheridos al Sindicato de Empleados de Comercio que rige nuestra actividad.

Además, como un derecho laboral fundamental, aseguramos a nuestros colaboradores que serán informados con antelación de cualquier cambio estructural u organizacional que pueda haber dentro de la Compañía, en conformidad con los plazos de preaviso establecidos por ley.

**No discriminación:** Carrefour actúa de una manera práctica y coherente para dar a todos, en todas partes las mismas oportunidades de contratación y desarrollo de carrera, sin distinguir entre el sexo, la edad, la religión, la raza, etc. Trabajamos a diario para promover la diversidad de los colaboradores dentro de nuestro equipo, compuesto por hombres y mujeres de todas las edades, orígenes y trayectorias muy diferentes. *Para más información consultar el capítulo "Trabajando por la diversidad e igualdad de oportunidades"*

## **6.2. Prácticas Laborales**

Con más de 15.000 colaboradores y colaboradoras trabajando en nuestras más de 500 tiendas en todo el país, sabemos que la generación de empleo es una de las mayores contribuciones sociales y económicas de nuestra Compañía.

En Carrefour Argentina recibimos personas con diferentes perfiles para trabajar con nosotros y siempre ponemos como prioridad reclutar a nivel local: el 94% de las personas que trabajan en las tiendas proceden de la esfera de influencia de la misma.

El reclutamiento y la capacitación proveen movilidad social a las personas. Conscientes de la responsabilidad social que tenemos, el 100% de los contratos laborales son permanentes, dándoles a nuestros colaboradores la seguridad laboral necesaria para proyectar a futuro.

### **6.2.1. Trabajando por la diversidad e igualdad de oportunidades.**

Tempranamente, Carrefour se comprometió a promover la diversidad en el ámbito laboral y cada año, llevamos a cabo acciones que profundizan este compromiso.

Ser uno de los empleadores privados más grandes del mundo, nos hace tener una responsabilidad especial de ser un miembro activo que busque liderar cambios.

Carrefour es un claro ejemplo de diversidad, millones de clientes pasan por nuestras tiendas día a día en cualquier parte del mundo.

La diversidad de talento en una organización permite aportar mayor riqueza a la empresa, haciéndola más dinámica, flexible y sostenible, ayudándonos no solo a retener sino también a atraer talento. Cuantos más diversos son los equipos mejores resultados trae, ya que seremos capaces de interpretar desde otra perspectiva a nuestros clientes quienes también son diversos y para los cuales trabajamos día a día.

En nuestro ambiente de trabajo y de toda nuestra actividad tenemos que garantizar la No discriminación y promover el respeto de todas las formas de diversidad en nuestras contrataciones, promoción, formación.

El Grupo trabaja la Diversidad en 4 ejes Principales: Jóvenes en general (Profesionales y no calificados), Adultos Mayores (+ de 45), Mujeres Líderes y Personas con Discapacidad.

## **Mujeres Líderes**

Desde 2012, Carrefour desarrolla en Argentina el **Programa Mujeres Líderes** con la finalidad de fomentar el desarrollo de las mujeres dentro de la Compañía. Tiene como objetivos posicionar a Carrefour como una empresa familiarmente responsable adaptando sus políticas de recursos humanos y generando nuevas prácticas que posibiliten el desarrollo de las mujeres tanto a nivel profesional como personal e impulsen el cambio cultural necesario dentro de la compañía.

Para ello, a nivel organizacional; contamos con un Comité de Mujeres Líderes el cual idea, planifica y lleva a cabo diversas acciones tendientes a generar conciencia sobre dicha problemática como así también, facilitar a través de acciones que más mujeres puedan ocupar puestos directivos.

Junto a PNUD en el grupo de trabajo "**Empresas por la Igualdad**" continuamos con diferentes empresas de argentina intercambiando buenas prácticas y capacitándonos sobre diversidad de género.

En 2018 continuamos trabajando en la consolidación del Programa Mujeres Líderes para apoyar la igualdad entre hombres y mujeres; y en el despliegue de acciones de apoyo al empleo de los grupos desfavorecidos. Como parte de las mejoras, se implementó un programa de acompañamiento integral a personas embarazadas, elevando su calidad de vida laboral y reduciendo el ausentismo por esta causa.

Las mujeres representan un 43,42 % de los colaboradores de Carrefour Argentina, pero no están tan bien representadas en cargos gerenciales y directivos. Sin embargo, esta

proporción está aumentando de manera constante gracias a una proactiva política de promoción de igualdad de género en todos los niveles (contratación, desarrollo, salario, etc.) y en particular, a través del Programa Mujeres Líderes.

En 2018 el porcentaje de mujeres en puestos gerenciales es del 31%

Un factor que desalienta a las mujeres es la discriminación a la que muchas veces es sometida a nivel salarial. A primera vista los salarios promedio pagados a los hombres son más altos que los correspondientes a las mujeres a lo largo de la historia, esto se da mucho en países latinoamericanos (entre un 15 y 20 % de diferencia mayormente se da en puestos altos más que bajos).

En Carrefour los salarios no son puestos según el género sino la categoría, responsabilidades, y son anualmente evaluados tanto por consultoras externas como también por nuestra gerencia de Beneficios y Compensaciones para colaboradores y colaboradoras dentro de convenio los aumentos se estableces a través de paritarias negociadas con el Sindicato.

Ejes de trabajo	Acciones
<b>Igualdad de Oportunidades</b>	<p><b>Estereotipos:</b> Estamos incorporando hombres o mujeres en puestos no vinculados socialmente a su género. Por ejemplo, candidatas mujeres en puestos de mantenimiento y a hombres en la recepción (oficinas).</p> <p><b>Comité de Carrera:</b> Para garantizar la igualdad de oportunidades, continuaremos trabajando en la identificación de Mujeres con Potencial para su posterior seguimiento.</p> <p><b>Programa de Mentoring:</b> Este programa de desarrollo nació con el objetivo de ayudar y preparar a los gerentes evolutivos a tomar en el mediano plazo, puestos con mayores responsabilidades dentro de la compañía. Teniendo en cuenta los resultados de las evaluaciones de desempeño y los comités de carrera, fueron seleccionados 35 participantes. En esta selección dimos prioridad a nuestras gerentes mujeres, contando en esta primera edición con diez participantes. El programa comenzó en Diciembre del 2014 y a la actualidad continua con colaboradores con alto potencial evaluados en el Comité de Carrera que se realiza en forma trimestral.</p> <p><b>Escuela de Líderes Carrefour:</b> Este Programa permite a los colaboradores y colaboradoras contar con formación integral en diversos módulos para así poder potenciar el ascenso hacia cargos jerárquicos. Se desarrolla a tres niveles: jefes, gerentes y directores. En 2018 participaron 118 personas.</p>

<p><b>Ser Padres y Madres en Carrefour</b></p>	<p><b>Regreso Paulatino - Maternidad:</b> Este beneficio permite a las mujeres reincorporarse en su trabajo de manera paulatina con salario completo (trabajar 4 horas los tres primeros meses que siguen a la licencia, y 6 horas los tres meses siguientes). En el caso de tienda se da la opción de al finalizar la licencia legal por maternidad de 3 meses la empleada gozara de 1 mes más de licencia mas sábados libres y domingos francos las siguientes 12 semanas se reincorpora de lunes a viernes 8 hrs y los siguientes 3 meses 6 horas diarias de Lunes a Sábado y franco los domingos.</p> <p><b>Back to School:</b> Beneficio especial para los colaboradores con hijos en edad escolar a quienes se les permite de manera oficial flexibilizar los horarios para poder asistir a estos eventos de inicio de clases.</p> <p><b>Cumpleaños de hijos:</b> Beneficio especial que permite a los colaboradores con hijos en edad escolar flexibilizar sus horarios para organizar y asistir al cumpleaños de sus hijos.</p> <p><b>Licencia por adopción:</b> Hombres y mujeres gozan del beneficio equivalente a Maternidad en caso de adopción.</p>
--	--



<b>Equilibrio de Vida</b>	<p>Programa <b>“Vivir Mejor” y Beneficios Carrefour.</b></p> <p><b>Horario Laboral Oficina:</b> En 2016 se unificó y redujo el horario laboral de 9 a 18 horas con 1 hora de almuerzo, y se redujo una hora laboral Anteriormente el horario era de 8.30 a 18.30 con una hora de almuerzo.</p> <p><b>Cumpleaños Colaboradores:</b> Este beneficio permite a los colaboradores, retirarse 2 horas antes de su jornada de trabajo el día de su cumpleaños.</p> <p><b>Decálogo de Reuniones Eficaces:</b> Esta iniciativa, permite Optimizar las reuniones, permitir una mejor gestión del tiempo profesional y personal a través de 10 recomendaciones. El decálogo fue firmado por los miembros del Comité Ejecutivo y esta expuestos en todas las salas de reuniones.</p>
<b>Difusión y formación</b>	<p>Contamos con espacio para reflexionar acerca de la diversidad (Programa de Formación, Herramientas de comunicación, Difusión de Políticas).</p>

## Violencia de Género

En Argentina, al menos cada 30 horas muere una mujer como consecuencia de las agresiones de un miembro varón de su entorno familiar, esposos o ex parejas.

La mayoría de las víctimas de violencia doméstica guarda silencio en su lugar de trabajo por el temor a la pérdida del empleo.

Piensan que es un problema personal que no debe llevarse a su ámbito laboral.

Tienen miedo al rechazo y la incomprensión de parte de sus compañeros y jefes. No hablan por pensar que no la entenderán y será juzgada.

En 2015, nos adherimos a título personal a **“Adhesión a la Red De Hombres por la Igualdad y contra la violencia de género”** - Campaña regional PNUD que promueve HeforShe ONU Mujeres. Firmaron el Compromiso personal los miembros del COMEX y otros directores. En 2015 para el 8 de marzo día de la mujer, se adhirieron todos los directores SD.

En 2015 también nos adherimos a la campaña **“Compartamos el Cuidado”** organizada por la Red de Hombres por la Igualdad, donde a través de fotos mostrábamos como los hombres compartimos las tareas del hogar.

Asimismo junto a Fundación Huésped en 2016 participamos de la campaña “Empresas contra la Violencia hacia las Mujeres en el Ambito Doméstico en todas nuestras tiendas y en la sede., como así también en nuestras redes sociales.

En 2016, buscamos sensibilizar y capacitar en herramientas concretas para la detección temprana, la contención y asesoramiento a mujeres colaboradoras de Carrefour, que pudiesen encontrarse en situación de violencia, buscamos formar facilitadores que puedan escuchar y funcionar como puente para que las personas pueda pedir ayuda y acercarse a los lugares especializados de atención.

En 2017, lanzamos el protocolo interno sobre Violencia de Género. Este protocolo interno, establece criterios de actuación y contención para nuestras colaboradoras mujeres que sufren violencia doméstica. Carrefour Argentina es la 2da empresa en el país en tener una licencia especial para las mujeres víctimas de violencia. El protocolo establece los siguientes puntos:

1. Confidencialidad de los casos presentados
2. Acompañamiento de la víctima
3. Licencia Especial: Otorgamiento de licencia especial con goce de sueldo de 4 días renovables continuos o discontinuos
4. Traslado de lugar de trabajo o cambio de horario laboral en los casos que fuese necesario.
5. Adelanto de sueldo y/o préstamo personal y/o cambio de cuenta sueldo.

En 2018, continuamos con la implementación del protocolo interno sobre Violencia de Género. La cantidad de casos denunciados y a los que se les brindó debido seguimiento fue 4.

### **Firma de los siete principios para el empoderamiento de las mujeres de la ONU**

Carrefour Argentina se transformó en empresa pionera del retail, al adherir a los siete principios para el empoderamiento de las mujeres promovida por la alianza entre ONU Mujeres y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. A su vez, es el primer país del Grupo Carrefour en hacer lo propio, luego que su casa matriz asumiera el compromiso en 2013.

La iniciativa “La igualdad es un buen negocio” lanzada en 2010 establece siete principios que tienen como finalidad ofrecer un conjunto de reflexiones destinadas a ayudar al sector privado a centrarse en los elementos claves para la promoción de la igualdad de género en el lugar de

trabajo y en la comunidad, como así también, ayudar a las empresas a modificar sus actuales políticas y programas o en algunos casos a crear nuevas herramientas para lograr la equidad de género.

Los compromisos asumidos por Carrefour y que el documento plantea, son los siguientes:

1. Promover la igualdad de género desde la dirección al más alto nivel
2. Tratar a todos los hombres y mujeres de forma equitativa en el trabajo – respetar y defender los derechos humanos y la no discriminación.
3. Velar por la salud, la seguridad y el bienestar de todos los trabajadores y trabajadoras.
4. Promover la educación, la formación y el desarrollo profesional de las mujeres.
5. Llevar a cabo prácticas de desarrollo empresarial, cadena de suministro y marketing a favor del empoderamiento de las mujeres.
6. Promover la igualdad mediante iniciativas comunitarias y cabildeo.
7. Evaluar y difundir los progresos realizados a favor de la igualdad de género.

### **Jóvenes y Adultos.**

En 2018, el 25,5% de nuestra nómina son jóvenes de 18 a 30 años, mientras que en el caso de adultos mayores el porcentaje es del 34%

Para esta población venimos y seguimos trabajando desde hace varios años. Un gran porcentaje de nuestros ingresos son para darles la oportunidad de hacer experiencia y crecer en Carrefour.

Tanto en acciones de atracción para los Jóvenes profesionales estando presentes en todas las ferias de universidades o brindando charlas.

A su vez, dirigimos nuestras acciones a estudiantes universitarios con alto potencial, para lo cual realizamos intensivas campañas de comunicación en diversos medios: Presencia en ferias universitarias, Participación en exposiciones Virtuales multidisciplinares, Presencia de nuestros referentes de RRHH en medios y charlas universitarias.

### **Discapacidad. Estrategia 360°**

Desde 2015 venimos trabajando en una estrategia 360° que abarca la inclusión de personas con discapacidad desde diferentes lados. Esta estrategia 360° busca involucrar y promover la inclusión de personas con discapacidad desde todos los sectores de la empresa y no sólo desde el reclutamiento. Debemos pensar en la inclusión de personas con discapacidad no sólo con la mirada de empleadores sino desde la mirada del negocio y de trabajo con nuestros stakeholders.

En 2018, contamos con 29 colaboradores y colaboradoras con discapacidad en nuestra nómina.

Alguna de las acciones en nuestros ejes son:

**Voluntariado Corporativo:** En 2018 y para promover el compromiso de nuestros colaboradores con la temática, se realizaron jornadas de voluntariado con ONG's con personas con discapacidad en la sede y en las tiendas.

**Inversión Social:** En 2018 hicimos alianza con ONGs y otras instituciones especializadas en discapacidad. Resultado de ello fue el lanzamiento de dos guías puestas a disposición de todos los líderes y equipos de la compañía: Guía para Líderes inclusivos y Guía de atención a clientes con discapacidad, con foco en discapacidad motriz, visual y auditiva.

**Diálogo Social y Universidades:** En Argentina, hemos formalizado de manera local nuestro compromiso en materia de diversidad y en Octubre de 2016, a través de la firma de un acuerdo de cooperación con la Subsecretaría de Responsabilidad Social de la Nación del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, que establece la cooperación, colaboración y articulación entre ambos en materia de diversidad. En 2016 y en busca de integrar espacios e intercambiar experiencias con otras empresas, sectores y organizaciones de la sociedad civil ingresamos a la de La Red de Empresas por la Diversidad en la Universidad Di Tella. Durante 2018 reforzamos el trabajo junto a la Red y a otras organizaciones.

**Negocios Inclusivos:** Al 2018, nuestras compras a proveedores con discapacidad ascienden a \$ 15,4 millones.

En 2018 continuamos trabajando junto a Red Activos empresa social que desde 2008 genera trabajo para 600 personas con discapacidad de 19 talleres protegidos, como proveedor de bolsas reutilizables Carrefour y otros productos.

Los Perejiles, organización creada por jóvenes con síndrome de down que ofrecen servicios de catering y de pizza party, hoy ya son proveedores de servicio de catering de Carrefour. Fuimos la primera empresa en Argentina que contrató los servicios de Los Perejiles y fue su evento más grande para más de 600 personas.

Arcor: Junto a la empresa Arcor de consumo masivo, trabajamos en la incorporación de repositorios externos a nuestras tiendas con discapacidad.

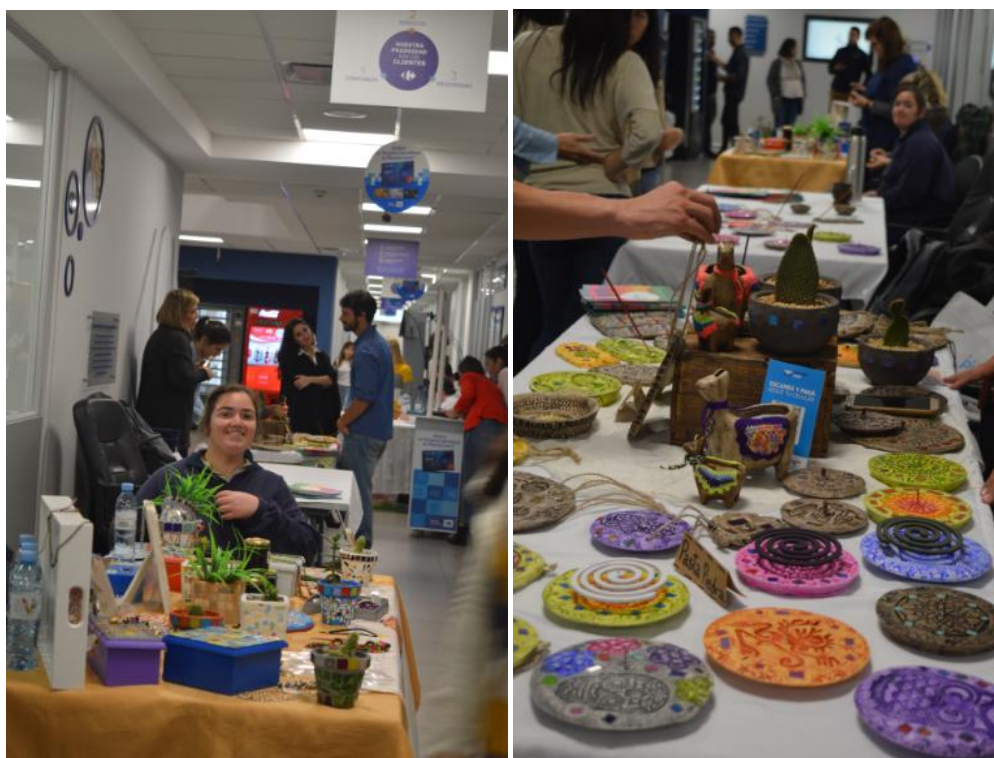
**Tienda Accesible:** En 2018 se lanzó la primer prueba piloto en 4 tiendas (1 Hipermercado y 3 Markets) el proyecto Tiendas Accesibles, asesorados por la ONG Nosotros por Vos en la atención al cliente de personas con discapacidad. Esta tienda brinda un contexto de accesibilidad a clientes con discapacidad que consta en una mejor experiencia de compra al brindar: carros adaptados, lupas para personas con disminución visual, acompañamiento en toda la compra, entrada con sistema automatizado de puertas, la hora silenciosa (entorno de

compra pensado para personas con TEA o con poca tolerancia a ruidos molestos, capacitación en cajas para personas hipoacúsicas, probadores adaptados para personas con movilidad en sillas de ruedas, entre otras).

## Carrefour celebra la diversidad

En junio celebramos el día Internacional por la diversidad y realizamos actividades en diferentes puntos del país con el objetivo de concientizar sobre la importancia de la igualdad de oportunidades para todos y profundizar nuestro compromiso con la promoción, el talento y el reconocimiento de la comunidad sin importar su edad, género, discapacidad, origen u creencias.

Acompañaron la jornada las organizaciones fundación Rio Pinturas, Asociación Civil “generación de Cambios”, “En buenas manos” y emprendedores de la órbita del ministerio de desarrollo social de la Nación, que brindaron charlas de concientización, realizaron juegos, comercializaron sus producciones y difundieron sus servicios entre otras actividades.



### **6.2.2. Formación para un mejor desarrollo personal y rendimiento colectivo**

Carrefour presta especial atención a la formación y la carrera de cada colaborador para que pueda desarrollar y transmitir su experiencia, y evolucionar dentro de la Compañía para, en última instancia, proporcionar, el mejor servicio posible a los clientes.

Llevamos a cabo un programa de búsquedas internas como forma de potenciar y desarrollar nuestro talento interno. Esto promueve las oportunidades de crecimiento profesional hacia el interior de nuestro equipo. En 2016 más del 90% de nuestras búsquedas administrativas fueron cubiertas a través de este sistema.

Además, contamos con el Comité de carrera con el objetivo de proveer de recursos a la organización, estableciendo planes de carrera para los altos potenciales, de niveles de jefatura y gerentes, basados en los resultados de Desempeño y Potencial. A través del mismo, los colaboradores puedan discutir junto con los responsables de cada Dirección, su potencial y las posibilidades de desarrollo de su carrera dentro de la Compañía.

Por otro lado, por medio del Comité de Carrera de Directores, se analizan los cuadros de reemplazo para los puestos más altos de nuestra organización.

En 2018 los Comités de Carrera tuvieron un 100% de nivel de cumplimiento.

Respecto al desarrollo de las habilidades profesionales de los colaboradores, Carrefour ofrece programas variados que proporcionan a los colaboradores en las oficinas y las tiendas la oportunidad de desarrollar sus capacidades profesionales y personales simultáneamente.

Para ello contamos con un Centro de Formación Carrefour, un espacio dedicado exclusivamente para la formación y capacitación de nuestros recursos humanos, difusión de nuestra cultura, política y valores, así como el intercambio de experiencias.

#### **Evaluación de Desempeño**

Realizamos la evaluación de desempeño a todos los colaboradores dentro de convenio, alcanzando en 2018, un porcentaje total de entrevistas realizada del 85% sobre el total de empleados de dicha categoría.

Los Analistas, Jefes, Gerentes y Directores de Carrefour (colaboradores fuera de convenio) contaron con su propia evaluación de desempeño, con un porcentaje de cumplimiento del 95%

### **6.2.3. Beneficios Carrefour – Programa de Beneficios**



Nuestro programa integral de Calidad de Vida **“Vivir Mejor”** está orientado a fomentar la adquisición de costumbres y hábitos saludables, integrar y profundizar las relaciones personales de los colaboradores, combatir el estrés, minimizar la sensación de rutina y favorecer el trabajo grupal.

Bajo los ejes de salud y nutrición, el programa está integrado por diferentes beneficios que ofrecemos a todos los que forman parte de Carrefour:

- Día Saludable
- Nutricionista Virtual y Consultorio nutricional en sede
- Charlas de Seguridad e higiene
- Campañas de Concientización
- Entrega de presentes en fechas especiales (Día de la madre/Día del Padre, etc.)
- Clases de funcional
- Entrenamiento corredores

Además ofrecemos: descuentos para compras en nuestras tiendas, prepaga sin costo para colaboradores fuera de convenio, política de traslados, posibilidad de radicación en otras ciudades, charlas de tabaquismos y otras adicciones como así también preventivas de enfermedades, extensión de licencia por paternidad (una semana), licencia por maternidad y paternidad para el caso de adopción (45 días) sostén especial en situaciones de emergencias (Soluciones de cobertura médica, facilidad de radicación en otro lugar por tratamientos, contención y préstamos sin interés), etc.

Durante 2018 siguió vigente el programa de beneficios para colaboradores que se encuentren próximos a jubilarse. A través de una consultora especialista en temas previsionales, brindamos asesoramiento que les permite a los colaboradores:

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

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

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



- Inducción en Seguridad e Higiene.: todos los nuevos colaboradores que ingresan en Carrefour, recién un curso de inducción acerca de las medidas y procedimientos para asegurar la Seguridad e Higiene en nuestra labor diaria.
- Simulacros de evacuación: este ejercicio se realiza cada 6 meses, y tiene como objetivo preparar a nuestros colaboradores para tomar decisiones en momentos de crisis.
- Brigada de lucha contra incendios: brindamos capacitaciones prácticas y teóricas sobre la extinción de principios de incendio con elementos menores.
- Capacitaciones sobre tareas específicas: realizamos talleres de capacitación para aquellos colaboradores en puestos con tareas específicas, como el manejo seguro de autoelevadores, riesgos en oficina, elementos de protección personal y primeros auxilios, entre otros.
- Manual de ergonomía para mandos medios: estamos confeccionando este manual para con la finalidad de documentar las buenas prácticas en relación a las posturas seguras de trabajo, el movimiento manual de cargas y la disposición correcta en los diferentes puestos.
- Campaña de prevención de accidentes viales, particularmente de motos y bicicletas: relanzamos esta campaña fomentando el uso de casco y chaleco de visualización.

En enero de 2015 se creó la Gerencia de Salud y Seguridad de las personas, que comprende la Gerencia de Higiene, Seguridad y Medio Ambiente (Existente) y Gerencia de Medicina Laboral (Nueva). Esta Gerencia depende de la Dirección de Seguridad.

La Gerencia de Salud y Seguridad de las Personas tiene como misión garantizar la salud y la integridad de las personas que trabajan en Carrefour Argentina, fijando las pautas y los controles necesarios para lograr un entorno de trabajo saludable y seguro.

Dentro del área de medicina laboral se realizaron las siguientes acciones con la finalidad de mejorar las condiciones de Salud de los trabajadores y reducir el ausentismo.

- Se creó el SAM (Sistema de atención Médica). Dentro de esta área se centralizan todos los avisos de ausencia por enfermedad y accidente y se deriva la información a las tiendas y a los consultorios.

- Se fijaron políticas y procedimientos en lo que hace a medicina laboral, para que los profesionales de la salud actúen en base a un criterio unificado y con pautas claras.
- Se comenzó a trabajar sobre patologías de licencia prolongada, especialmente los casos psiquiátricos y de traumatología, con especialistas por cada área.
- Se optimizó la red de consultorios médicos propios con el fin de obtener mayor provecho de los recursos existentes.
- Se instalaron más de 30 DEA (Desfibrilador Externo Automático) en Sede, Shopping Terrazas de Mayo, Centro de Capacitación Ayacucho y en tiendas.

Estas medidas han reducido el ausentismo por enfermedad y accidentes hasta el 10º día de 3,76 a 3,05 para el periodo comparable del año anterior.

Dentro de las medidas de prevención de accidentes se ha adoptado una fuerte política de reducción de la siniestralidad y adecuación a la Legislación Vigente dentro de lo que se destacan los siguientes puntos:

- Implementación de programas de mediciones de contaminantes físicos en los puestos de trabajo.
- Plan de trabajo junto con el área de mantenimiento de mediciones de puesta a tierra y de espesores de tanques de equipos de frío.
- Plan de capacitación sobre riesgos específicos de cada sector de trabajo.

### **6.3. Contribución al desarrollo local**

A escala internacional, nacional, regional y local nuestro accionar se articula en función de dos ejes: Contribuir al desarrollo de las regiones y Dar un apoyo solidario a las comunidades locales.

En pos de contribuir al desarrollo de las regiones, trabajamos activamente en el desarrollo económico y social de las zonas en las que operamos mediante la creación de puestos de empleo, trabajo con socios locales (proveedores, prestadores de servicios, pymes, microempresas, asociaciones, etc.) y mediante el mantenimiento de un diálogo constructivo con las autoridades locales y organismos públicos.

En este marco, nuestro Programa Nacional “Sumando Voluntades” desarrolla programas en función de sus tres ejes:



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

### **Inclusión social y profesional:**

#### **Negocios inclusivos**

En busca de promover la inclusión económica y social acompañamos a distintas ONG´s brindando espacios gratuitos en nuestras tiendas para que den a conocer su misión. Ofrecemos a los productores locales la oportunidad de comercializar sus productos al público en ferias instaladas dentro de nuestras tiendas de distintos puntos del país. Esta iniciativa se lleva a cabo en conjunto con diferentes organismos de gobierno.

- **“Tu Cambio Puede Cambiar Vidas”**

A través de esta campaña, ofrecemos a nuestros clientes la oportunidad de donar parte de su vuelto para apoyar proyectos de educación que UNICEF Argentina desarrolla en beneficio de niños, niñas y adolescentes. Gracias a la colaboración de los clientes, desde 2007 se llevan recaudados más de 13 millones de pesos.

Además, los fondos recaudados apoyan la iniciativa de UNICEF “Todos a la secundaria” a través de la cual se promueve la creación y el desarrollo de aulas virtuales de educación secundaria en comunidades rurales de las provincias de Chaco, Jujuy, Salta, Misiones y Tucumán.

- **Das un Vuelto Das una Mano**

Carrefour presentó la campaña de recaudación de fondos “Das un vuelto, das una mano”, a beneficio del Banco de Alimentos. El monto recaudado fue destinado a la inversión en la operatoria de la Red de Banco de Alimentos, que permite el rescate de alimentos y vela con acciones concretas contra la pérdida y el desperdicio alimentarios.

Adicionalmente, Fundación Carrefour dona \$ 150.000.-

Participaron más de 379.986 clientes (tickets)

Durante un mes y en más de 500 sucursales de Carrefour de todo el país, los clientes de Carrefour tuvieron la posibilidad de colaborar con el Banco de Alimentos al momento de

realizar el pago de sus compras, donando los centavos correspondientes a su vuelto.

Participaron más de 379.986 clientes y se recaudaron gracias al aporte de los clientes 186.557,25 pesos, monto que la Fundación Carrefour igualó hasta la mencionada suma.

## **Nutrición**

- **Programa “Mi Huerta”**

Carrefour y la Fundación Carrefour junto a Fundación Huerta Niño, construyen y/o reacondicionan huertas comunitarias con el fin de brindar una solución sustentable a la nutrición de los chicos y también como una herramienta de aprendizaje que promueve el auto sustento de las comunidades más necesitadas.

Gracias al aporte de la compañía en 2018, más de 2000 niños y familias de las comunidades rurales de zonas desfavorecidas aprendieron a incorporar vitaminas y minerales a su dieta habitual. Además, desarrollaron hábitos y técnicas de trabajo de horticultura, esenciales en la vida rural, recuperando el conocimiento que actualmente se ha perdido en la gran mayoría de estas zonas.

Para cada huerta, se organiza una jornada de voluntariado para que los colaboradores de Carrefour también puedan involucrarse en esta acción solidaria. Más de 150 colaboradores participaron de las seis jornadas que desarrollaron durante el primer semestre.

Este programa se viene desarrollando desde 2014 y ya lleva invertido más de 3 millones de pesos. Más de 900 voluntarios han participado de las más de 30 huertas que se realizaron en diferentes provincias del país.

## **Apoyo solidario a las comunidades locales.**

Además de los programas que realizamos a nivel nacional, Carrefour lleva a cabo iniciativas solidarias en cada barrio, ciudad y región en donde está presente. A modo de ejemplo durante 2018 se llevaron a cabo las siguientes acciones:

### **Campaña Frío Cero**

La compañía aportó a la organización más de \$100.000.- en productos necesarios para brindar un plato caliente a personas en situación de calle. En 2018 participaron más de 200 voluntarios de Carrefour.

Carrefour Argentina acompaña a la Red Solidaria por tercer año consecutivo en su programa **“Mesas en la Calle”**, una iniciativa dentro de la Campaña Frío Cero 2016. La mercadería donada por la compañía posibilita la elaboración de los menús que alimentan a alrededor de 4000 personas que viven en la calle.

Las “Mesas en la calle” se desarrollan en lugares estratégicos como Tribunales, Plaza de Mayo, Parque Centenario, Plaza del Congreso y San Telmo; y atienden a un promedio de 105 personas por noche.

La campaña que bajo el slogan **“No mata el frío, mata la indiferencia”** cuenta con la colaboración de voluntarios de diferentes organizaciones sociales como Un Minuto de vos, Scouts Argentina, Los Petersen, Ayuda Urbana, Caminos Solidarios, Amigos en el Camino, Soledad Cero, River Solidario, Sumar Solidario, Racing Solidario, Fundación Club Lanús y Rosario Solidaria.

### **Carrefour renueva su apuesta por la educación**

Con el objetivo de colaborar en la inclusión educativa, renovamos nuestro compromiso con el programa de becas de APAER, asegurando la continuidad escolar de alumnos de escuelas rurales durante 2018. En el marco del comienzo del año lectivo y con el objetivo principal de colaborar en la inclusión educativa de quienes más lo necesitan, Carrefour Argentina por segundo año consecutivo se suma a las acciones realizadas por la Asociación Civil de Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales (APAER). De esta manera, la compañía colabora con el Programa de Becas para que más de 60 jóvenes de zonas rurales puedan continuar sus estudios secundarios.

La inversión realizada por Carrefour en 2018 aseguró la continuidad escolar de más de 60 alumnos.

A través del sistema de becas y padrinazgos, APAER tiene la misión de lograr que los alumnos de las escuelas públicas del interior del país puedan terminar el ciclo primario y continuar con su formación secundaria. Además, implementan planes de capacitación para una futura salida laboral que les permita desarrollarse en su zona, evitando el desarraigo.

Así mismo, Fundación Carrefour destinó becas a CILSA, ONG por la inclusión para que niños y niñas del país puedan asegurar el inicio de clases.

### **6.3.1. Voluntariado Corporativo**

Desde el año 2009, en Carrefour Argentina trabajamos con las comunidades locales a través del programa "Sumando Voluntades " para facilitar la difusión de las acciones solidarias de nuestro personal.

Incentivamos a nuestros colaboradores que se involucren a través del Voluntariado Corporativo. Ellos son los principales gestores del éxito de las acciones de Responsabilidad Social Corporativa que realizamos.

### **6.3.2. Superhéroes de la Alimentación Saludable y la RSE**

En el marco del programa mundial de Carrefour 2022, se lanzó el Proyecto "Superhéroes de la Alimentación Saludable y la RSE", en el que participaron más de 100 colaboradores de tienda, potenciando los mensajes contra el desperdicio alimentario y antiderroche, así como iniciativas con la comunidad concientizando sobre estas problemáticas. El proyecto tuvo un encuentro internacional de todos los países del Grupo Carrefour, donde se compartieron las buenas prácticas de cada país, siendo Argentina uno de ellos.



## **FUNDACION CARREFOUR**

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

Creada en 2002, la Fundación Carrefour Argentina trabaja a favor de iniciativas de provisión de alimentos y la integración profesional a través del fomento de habilidades.

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

En 2018, la inversión social fue de más de 4 millones de pesos

En el marco de la campaña Frío Cero, Fundación Carrefour a través de la Fundación Internacional, donó un Food truck con equipamiento de cocina en su compromiso con la alimentación y nutrición de quienes más lo necesitan.

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

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



## 7. Desempeño Ambiental

### 7.1. Limitar el uso de los recursos -el Plan de Antiderroche-

Este programa tiene por objetivo garantizar que Carrefour haga un uso eficaz de los recursos incentivando a todas las áreas a ser más eficientes y generar valor e innovar junto con los diversos grupos de interés. El plan incorpora no sólo cuestiones ambientales sino también rentabilidad económica mediante el aumento de eficiencia en el uso de materias primas y energía.



#### Antiderroche

*¿Qué hacemos para luchar contra todas las formas de desperdicio?*

En 2013 creamos el **Plan Anti Derroche** que tiene por objetivo combatir todo tipo de desechos a lo largo del ciclo de vida de nuestros productos, desde el momento en que fueron cultivados o fabricados, hasta su venta, consumo y fin de vida. Este plan abarca cinco temas principales: energía, cambio climático, residuos, envases y alimentos.



**1** Optimización Del Consumo Energético



**2** Reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>



**3** Optimización de cadena de suministros



**4** Clasificación y disminución de residuos



**5** Desperdicio de alimentos



**6** Reducción de packaging



**7** Recupero de residuos



**8** Ahorro de agua

Bajo el mismo, desde 2013, impulsamos a nivel mundial la Campaña Anti Derroche con colaboradores, clientes y proveedores a fin de reducir el impacto ambiental en general. Para ello, se diseñó un mensaje concientizador con la imagen de una abeja que representa la responsabilidad de toda la comunidad y el equilibrio de su ecosistema.

Con la consigna “Seguí vos también a la abeja, no derrochemos”, la campaña estuvo presente en las sucursales de Carrefour y en la sede administrativa durante todo el mes de junio, invitando a clientes y colaboradores a comprometerse en el cuidado del planeta, proponiendo acciones simples de llevar a cabo o la modificación de ciertas conductas cotidianas.

## **1. Promoviendo la reducción de residuos en nuestras oficinas y tiendas**

En Carrefour utilizamos el enfoque de las 4 R's para la gestión de residuos y reciclaje: Reducir, Reutilizar, Reciclar y Recuperar en todos los lugares donde operamos.

En el marco del Sistema de Gestión de Residuos reciclamos lo siguiente:

En 2014 el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires dictaminó la Ley 1854/Res. -2014-83/SSHU para la gestión diferenciada de los residuos sólidos urbanos (RSU). Esta Ley implicó que las 44 tiendas situadas en el territorio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires comiencen a segregar los residuos de la siguiente forma:

- RSU Orgánicos: desechos de carnes con o sin huesos, grasas, frutas, verduras, restos de panaderías, comidas elaboradas, fiambrerías, alimentos secos, pastas frescas y lácteos (no líquidos)
- RSU Húmedos: envases de alimentos rotos, productos de limpieza, productos de perfumerías, barrido del local, envases difíciles de separar de alimentos, líquidos y aceites, basura común.
- Cartones y plásticos reciclables: cartones y film stretch que son descarte de embalajes.

Este nuevo esquema de segregación, reduce la cantidad de RSU que se desechan en los predios de disposición final de residuos.

En 2015, OPDS aprobó el plan de gestión de residuos propuesto por Carrefour.

De esta forma la compañía se adecua oficialmente a las resoluciones para grandes generadores de residuos y acuerda con el organismo provincial la manera en la que maneja sus residuos sólidos urbanos húmedos y reciclables. Carrefour Argentina formalizó ante el Organismo Provincial para el Desarrollo Sostenible (Provincia de Buenos Aires) su plan de gestión de residuos por el que la compañía indicará al organismo bonaerense los volúmenes generados, así como su correspondiente medio de transporte y destino, tanto para los desechos orgánicos como para el material enviado a reciclaje.

Este convenio, se da dentro del marco de las resoluciones 137 y 138 dictadas por el OPDS, la cuales determinan que los grandes generadores deben gestionar sus propios residuos. El acuerdo contempla a los 14 hipermercados que Carrefour tiene en el Area Metropolitana Buenos Aires (AMBA) que generan dos tipos de residuos: los secos o reciclables entre los que se disponen cartones, nylon, stretch y film; y los orgánicos, como restos de alimentos derivados de los sectores de productos frescos y de los comedores.

Estas tiendas generan en total hasta 450 toneladas de residuos reciclables por mes, de los cuales 350 toneladas son cartón, y 100 son plásticos, mientras que a disposición final se envían en promedio 350 toneladas de residuos orgánicos o húmedos mensuales.

El plan aprobado, que contempla inicialmente a los hipermercados de AMBA será proyectado al total de tiendas en sus distintos formatos en la Provincia de Buenos Aires. En total, Carrefour genera 1150 toneladas de residuos reciclables por mes, de los cuales aproximadamente 930 son cartones que equivalen a la preservación de más de 13 mil árboles y 93 millones de litros de agua; más 220 toneladas plásticos que representan 1700 barriles de petróleo. Según datos de la OPDS, desde que las resoluciones entraron en vigencia, ya son más de 9.000 las toneladas de residuos que fueron recicladas.

## **2. Reducir el desperdicio de alimentos**

*Cada año en el mundo se desechan cerca de 1.300 millones de toneladas de alimentos, lo que significa que un tercio de lo que se produce no se consume. El desperdicio de alimentos constituye un obstáculo para la seguridad alimentaria con alto impacto en el medio ambiente porque al producir alimentos que no se llegan a consumir, se desechan recursos como agua, suelo, energía, mano de obra, combustible y dinero, entre otros.*

Para mejorar la eficiencia en las tiendas y evitar excedentes de stock no vendidos se estableció un comité de reducción de residuos transversal a todas las áreas clave. Es el responsable de controlar y analizar las causas de los residuos para mejorar los procesos internos asegurando que el stock coincida con las necesidades de los consumidores.

Al mismo tiempo, las tiendas trabajan con Bancos de Alimentos que distribuyen los productos que no han sido vendidos pero que siguen aptos para el consumo a más de 200 mil comedores del país, ayudando a los más necesitados en el proceso. En 2018, fueron destinados al Banco de Alimentos más de 35.133 kilos.

En 2016, lanzamos junto a FAO, Ministerio de Agroindustria de la Nación y Unilever, la campaña **NO TIRES COMIDA**, para llegar de forma directa a los consumidores y dar visibilidad a la problemática del desperdicio de alimentos durante su consumo y post consumo.

Para ello desarrollaron conjuntamente, y en base a "Valoremos los Alimentos: Manual para aprovechar al máximo los alimentos y evitar el desperdicio" publicado por el Ministerio de

Agroindustria, una campaña para promover la temática y compartir consejos para evitar el desperdicio de alimentos. Los materiales a distribuir en las tiendas de Carrefour a nivel nacional incluyen una planificación de las comidas con el diseño de un menú semanal, permitiendo el ahorro y la compra de forma eficiente; la preparación de las comidas utilizando las cantidades justas de ingredientes y consejos prácticos para evitar desechar sobras en perfecto estado. En 2017 con esta campaña y llegamos a mas de 8 millones de consumidores

En 2018 se continuó con la campaña, y se presentó un proyecto para decretar el 29 de Septiembre como día para la Concientización sobre la pérdida y el desperdicio de alimentos. En el marco de esta campaña, se relanzó la guía a nuestros clientes.

Durante 2018, implementamos las etiquetas de consumo inmediato, que permiten identificar rebajas de precios en productos en excelentes condiciones de consumo pero de vencimiento cercano, como una de las acciones concretas contra el desperdicio alimentario.

Asimismo, desde Carrefour nos adherimos al Programa Nacional de Reducción de Pérdida y Desperdicio de Alimentos, creado por el Ministerio de Agroindustria de la Nación e impulsado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación.

**Además, compartimos el desafío de combatir el desperdicio de alimentos con:**



### 3. Reducir el uso de bolsas plásticas

En 2016, a nivel nacional, dejamos de entregar bolsas plásticas de manera gratuita en todos nuestros formatos.

Además, continuamos promoviendo el uso de bolsas reutilizables con el fin de reducir el consumo de bolsas plásticas no degradables. Fabricadas bajo estándares internacionales, estas bolsas están conformadas por un material rígido, aportándole mucha durabilidad, y poseen una capacidad de carga de cinco bolsas plásticas, asimismo, en nuestras sucursales ponemos a disposición de los clientes cajas de cartón para el transporte de mercaderías

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

Nuestro plan de mejoramiento del sistema de transporte, distribución y logística tiene como objetivos minimizar el impacto ambiental y reducir los costos. Este enfoque es vital para el medio ambiente, dada la extensión del país, la distribución geográfica de nuestras sucursales y los grandes volúmenes de mercaderías distribuidos diariamente.

El proyecto principal desde 2016, fue el desarrollo del TMS para mejorar la gestión del Transporte, principalmente de cara al Servicio a las Tiendas y buscando algún eje más de ahorro.

El Centro de distribución de Esteban Echeverría en su formato de Tiendas tradicionales planifica el 100% de las entregas con el TMS, alcanzando valores deseables de Nivel de Servicio para los primeros meses de implementación.

Durante 2018, continuamos implementando el Sistema Backhauling, a través del cual articulamos acciones con el sector de transporte, operaciones logísticas y abastecimiento para la optimización del uso de camiones con los proveedores, para aprovechar el flujo de retorno hacia los centros de distribución. Al perfeccionar su logística, disminuimos la cantidad kilómetros de viaje y reducimos la emisión de CO2 por combustión. **Realizamos más de 880 viajes en 2018.**

También medimos y comparamos los indicadores de ocupación. De esta forma, disminuimos la cantidad de camiones enviados por tonelada de mercadería y reducimos las emisiones de CO2. Incorporamos como proveedor a la empresa Esigas S.A. que posee unidades con GNC que reducen en un 30% las emisiones de gases contaminantes.

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

#### **5. Alcanzar un consumo eficiente de energía**



Nuestro Programa de Eficiencia Energética consiste en la racionalización de la energía en función de su demanda logrando una optimización del funcionamiento de las instalaciones. A través de las siguientes iniciativas del Programa en 2018 redujimos un 6,1% el consumo de energía:

- **Recambio de luminarias:** Estas poseen características técnicas más eficientes reduciendo el impacto ecológico que generan los artefactos actualmente instalados.

Se estima en 40% el ahorro en el consumo de energía eléctrica por iluminación. Considerando que la iluminación representa el 15% del consumo eléctrico de la tienda, el ahorro sobre el total representa el 6%.

Adicionalmente, este ahorro genera una reducción del 53% de la huella de carbono, equivalente a 0,21 tn/año (se conoce como "Huella de Carbono" a la totalidad de gases de efecto invernadero (GEI) emitidos por efecto directo o indirecto de un individuo, organización, evento o producto).

Mediante el reemplazo de equipos de iluminación por otros con materiales más modernos y eficientes, como ser la utilización de "Balastos electrónicos" en lugar de magnéticos se genera un impacto medioambiental positivo. Se eliminan residuos de alto impacto negativo, como ser el cobre, y se lo reemplaza por otros de residuos de tipo general. Además se genera una reducción del consumo eléctrico adicional de un 10%, por factores de potencia corregidos, siendo que poseen un rendimiento energético del 98%, principalmente porque no se calientan y no disipan energía al ambiente en forma de calor.

- **Optimización de las centrales de frío alimentario:** Durante el año 2018, se continuó con la iniciativa iniciada en el año 2012 de recambio de pozos de congelados.

Estas unidades autónomas denominadas "Auto-Contenidos", reemplazan a aquellas que dependen de la central de frío de la sucursal.

Esta implementación genera un fuerte impacto en la central de frío reduciendo en algunos casos al 60% su funcionamiento, generando a su vez una disminución significativa en el consumo de los fluidos refrigerantes.

Los "Auto-Contenidos" son unidades individuales que utilizan el compuesto líquido "Freón 404 a", iluminadas internamente por LEDs, por lo que no requieren el compuesto líquido "Freón R22" para su funcionamiento, esto fue un requerimiento importante que

contribuye al impacto ecológico en el medio ambiente, reduciendo los efectos sobre la capa de ozono.

- **Campaña de Eficiencia Energética:** Durante el 2018 continuamos con la campaña de sensibilización para todas las tiendas, centros de distribución y oficinas. La campaña estuvo acompañada de una Guía de Buenas Prácticas y consejos útiles para reducir el consumo de energía en las tiendas y en los hogares. Asimismo se realizó un concurso por formato para las tiendas que mayor reducción de consumo realicen en el año. La campaña tiene lugar tanto por mail, como por pantallas digitales y carteles de concientización.
- **Medición de Energía:** En 2016, en 206 tiendas a nivel nacional para los formatos de hipermercado y market, se implementó un sistema de medición de energía. Este sistema nos permite medir el consumo de electricidad en iluminación, frío alimentario, y climatización. Este proyecto continuó en 2018 para un mejor seguimiento de cada sucursal.

## 7.2.Construcción sustentable

Las más de 580 tiendas a nivel nacional con las que contamos representan significativas oportunidades para promover el consumo consciente, reducir el consumo de energía, carbono y residuos. Trabajar sobre estos ejes, trae beneficios que van más allá de la reducción de costos: mejoran la productividad de los empleados y la experiencia del cliente.

En muchas de nuestras tiendas se utilizan diferentes sistemas para contribuir al desarrollo sostenible, alguno de ellos son:

- Uso de elementos de iluminación con tecnología a Led (aplicado en locales Express); con los siguientes resultados: mayor vida útil, menor gasto de energía, no desechos de fósforo y material en general.
- Uso de válvulas de expansión termostática en centrales de frío alimentario: (aplicado en locales cash&carry y minihiper); con los siguientes resultados: menor gasto de energía, optimización de funcionamiento motriz de los compresores.
- En nuestra primera y segunda tienda mayorista, implementamos un sistema de control inteligente que busca reducir la demanda eléctrica y el consumo de agua a través de controles neumáticos. Además, utilizamos lucarnas para aprovechar la luz natural y tubos fluorescentes de alto rendimiento que reducen un 20% el consumo de energía.



### **7.3.Preservación de la biodiversidad**

Somos conscientes que para preservar nuestros recursos debemos ser responsables en nuestro consumo y en el uso de los mismos para convertirlos en bienes y servicios. La oferta de productos que ponemos a disposición de nuestros clientes es consistente con un enfoque diseñado para proteger la biodiversidad y los recursos naturales y resulta en la implementación de numerosas iniciativas.



## Protección DE LA BIODIVERSIDAD

*¿Qué hacemos para proteger la biodiversidad?*

Nuestra **Política de Abastecimiento Responsable** tiene como objetivo reducir nuestra huella ambiental y mejorar la trazabilidad de las redes de abastecimiento dando prioridad a los proveedores y productos que respeten la biodiversidad como productos agrícolas, mariscos, de madera, entre otros.



1

Apicultura  
Sostenible



2

Producción  
Local



3

Pesca  
Sustentable



4

Recursos  
Forestales

## Agroecología

La agroecología implica el uso integrado de recursos naturales y mecanismos para el desarrollo y gestión de sistemas agrícolas sostenibles. Desde el Grupo trabajamos en estrecha colaboración con nuestros socios, y nos comprometemos a integrar los principios de la agroecología en la fabricación de productos de marca propia y en la distribución de productos orgánicos de comercio justo, para ofrecer productos de calidad sin que esto signifique perjudicar la biodiversidad de nuestro entorno.

Nuestra marca **“HUELLA NATURAL”**

Huella Natural es la línea de productos frescos que lanzamos en 2014 con el objetivo de recuperar sabores auténticos que se perdieron con la industrialización, y asegurar un sistema de producción responsable y natural, a través de alianzas estratégicas con productores locales y nacionales implicados en el desarrollo local de su territorio.

Los productos de la marca Huella Natural Carrefour son elaborados a través de un proceso artesanal y bajo la premisa del respeto al medioambiente, con el cumplimiento de un protocolo que luego es verificado por una certificadora externa. Los productos son sinónimo de calidad óptima ya que los controlamos e identificamos desde el campo hasta la góndola para brindar productos sanos y que generan una experiencia gustativa inolvidable. Para esto utilizamos un método de desarrollo exigente: análisis del mercado, visita de pre auditoría, redacción de un libro de especificaciones y preparación de su lanzamiento y seguimiento económico y auditoría anual para comprobar el respeto del libro de especificaciones.

En 2016 lanzamos dos nuevos productos: uva blanca (Superior seedless) y rosada (Flame) que no desarrollan semillas, que son fáciles de degustar y fueron especialmente pensadas para los clientes más chicos. Estas son cosechadas en un ambiente seco con muy baja incidencia de enfermedades y plagas, con el punto óptimo de madurez para garantizar un mayor nivel de azúcar y cantidad de jugo, y no tienen tratamiento después de la cosecha. A su vez, relanzamos nuestros kiwis, manzanas y tomates.

**La carne Huella Natural** posee un sabor especial ya que proviene de animales que se alimentan de pastizales naturales a través de pastoreo directo y bajo un sistema extensivo, en el cual caminan libremente por el campo en busca de las mejores plantas forrajeras. Los animales en ningún momento de su vida son confinados o sufren el engorde a corral o feedlot. Para asegurar el origen del producto, establecimos un acuerdo con **Aves Argentinas- Alianza del Pastizal y Carne Hereford**, que permite lograr la trazabilidad completa desde el campo hasta la góndola y ofrecer así al consumidor una carne de textura y sabor típicamente argentinos. Los productores de Carne Huella Natural son pequeños productores con menos de 1500 novillos.”

**Desarrollo de productos orgánicos marca  
“CARREFOUR BIO”**



En 2018 se lanzó la línea **Carrefour BIO**, nuestra primera línea propia de productos orgánicos elaborados por pequeños productores locales con ingredientes naturales libres de síntesis química. Estos productos estarán disponibles en todas las Hiper y Market del país, contando con la certificación de organismos nacionales e internacionales como la Organización Internacional Alimentaria y Argencert, entre otros.

## **Deforestación 0**

Como parte de la ambición de convertir a Carrefour en líder de la Transición Alimentaria, Carrefour está trabajando en implementar un plan de Bosques Sustentables para 2022.

Para alcanzar esta meta, la política forestal del Grupo garantiza el abastecimiento de fuentes sostenibles de soja, aceite de palma, madera y carne productos.

Diversos productos alimenticios y de higiene personal contienen aceite de palma que, por la multiplicidad de sus usos, se ha convertido en el primer aceite producido el mundo con más de 45 millones de toneladas por año aproximadamente. El cultivo de palma para obtener aceite es criticado por su impacto medioambiental ya que favorece la deforestación, la pérdida de hábitats naturales y especies en peligro, y también contribuye a la emisión de gases de efecto invernadero. Ante este escenario, exigimos la certificación del uso de aceite de palma a nuestros proveedores y usamos certificaciones FSC para los packagings.

- **99% de nuestros proveedores no utilizan aceite de palma para la elaboración de los productos Marca Carrefour.**
- **100% De los muebles de madera Carrefour poseen certificación FSC**
- **0% de los muebles que comercializamos son realizados con madera exótica**

## **Uso Responsable del Papel**

Alineados con el enfoque de abastecimiento responsable, desde hace años implementamos un enfoque exhaustivo que abarca todas nuestras publicaciones comerciales. Particularmente nos comprometimos a utilizar sólo papel con certificación FSC (*Forest Stewardship Council*) en las grandes publicaciones. Todas las imprentas con las que trabajamos cuentan con certificación FSC.

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

Para optimizar la logística de distribución de folletos en Capital y Federal y Gran Buenos Aires, evitando la superposición de zonas por distintos proveedores y exceptuando zonas desfavorables, agrupamos las tiendas en base a la proximidad geográfica, armando grupos regionales y realizando un control riguroso de la productividad de los proveedores.

En busca de continuar promoviendo la seguridad informática y la reducción del uso de papel, en 2014 implementamos en la sede administrativa un nuevo sistema de impresión. A través del mismo mantenemos un ahorro estimado de 4.3 hojas de papel por año en impresiones.

## **Pesca Sustentable**

Nos comprometimos a que el 50% de los productos del mar vendidos en las secciones frescos y congelados (pescado o cultivado) provengan de proveedores responsables en 2020. Para alcanzar este objetivo:

- Favorecemos a las especies más abundantes y comercializamos productos certificados por el Marine Stewardship Council (MSC) como fuentes sostenibles y técnicas de pesca que tienen el menor impacto en un solo ecosistema.
- Apoyamos el desarrollo de prácticas acuícolas responsables mediante la promoción de mejores prácticas (limitando la pesca industrial, prohibiendo el uso de antibióticos y practicando la alimentación sin OMG) y poniendo mayor énfasis en los productos certificados por ASC (Aquaculture stewardship council)
- Nuestro abastecimiento de pescado se realiza a través de proveedores que en su mayoría son distribuidores tanto de pescados congelados a granel como fresco. Estos, además de cumplir con todos los requisitos legales para llevar a cabo dicha actividad, deben agregar los controles de SENASA previstos para el desarrollo de la actividad.
- Apoyamos la pesca local sostenible a través de asociaciones locales;
- Mejoramos la diversidad de productos del mar, compartimos la demanda entre diferentes especies y tenemos en cuenta la estacionalidad de los productos del mar.
- Asimismo, establecemos calibres mínimos de compra para acotar y controlar la sustentabilidad de las especies que se adquieren. De esta forma colaboramos en la no captura de especies juveniles.
- Promovemos la lucha contra la pesca ilegal.

## COMUNICACIÓN SOBRE EL PROGRESO (COP)

Cumplimiento con el Pacto Mundial de Naciones Unidas		
Categorías	Principios	Secciones
<b>Derechos Humanos</b>	Principio 1 - Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	3, 4.1, 4.2, 5.2.1, 5.2.2, 6.1
	Principio 2 - Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	3, 4.1, 4.2, 5.2.1, 5.2.2, 6.1
<b>Trabajo</b>	Principio 3 - Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	5.2.2, 6.1
	Principio 4 - Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción	5.2.2, 6.1
	Principio 5 - Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	5.2.2, 6.1
	Principio 6 - Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación	5.2.2, 6.1, 6.2.1

**Medioambiente**

El Principio 7 - Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente

3, 4.1, 4.2, 7.1, 7.2, 7.3, 7.4

Principio 8 - Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

3, 4.1, 4.2, 7.1, 7.2, 7.3, 7.4

Principio 9 - Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.

7.1, 7.2, 7.3, 7.4

**Anticorrupción**

Principio 10 - Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

3, 5.2.1, 5.2.2