

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2019

CARREFOUR ARGENTINA



ÍNDICE

Capítulo 1: Somos Carrefour	5
Capítulo 2: Nuestro compromiso con el desarrollo sostenible	18
Capítulo 3 - Alimentos sanos y nutritivos	27
Capítulo 4: Medioambiente y Consumo Responsable	29
Capítulo 5: Diversidad e Inclusión	40
Capítulo 6: Responsabilidad Social Empresarial	54
Capítulo 7: Nuestro Reporte	61
Proceso de elaboración de la memoria de sostenibilidad	74

Carta del Presidente

Con orgullo les presento nuestro Reporte de Sustentabilidad 2019, el cual significa una nueva oportunidad para hacer un balance del camino recorrido juntos y reflexionar acerca de los desafíos que tenemos a futuro.

Trabajamos diariamente para afianzar el diálogo y los vínculos con todos nuestros grupos de interés. Este Reporte es un paso más en nuestro compromiso de informar el desempeño económico, social y ambiental. Lo elaboramos utilizando estándares internacionales que aportan rigurosidad y transparencia.

A través de este Reporte mostramos nuestro compromiso con la Agenda 2030 y el Pacto Global de Naciones Unidas, presentando nuestra Comunicación de Progreso (COP) en el cumplimiento de los principios de derechos humanos, laborales, ambientales y de anticorrupción.

Desde hace años, en Carrefour Argentina nos comprometemos con:

- La alimentación saludable y nutrición
- El Cuidado del medio ambiente, la biodiversidad y el consumo responsable
- La Diversidad e inclusión
- La Responsabilidad Social

Quiero agradecerle a cada una de las organizaciones e instituciones tanto civiles, públicas como privadas, a nuestras colaboradoras y colaboradores; y a nuestros consumidores y consumidoras que nos apoyaron, acompañaron y permitieron articular en conjunto todas las actividades desarrolladas durante 2019, con la finalidad de avanzar y comprometernos a diario con la acción por el Desarrollo Sostenible. También, quiero reconocer a cada uno de nuestros grupos de interés por la confianza depositada en la empresa e invitarlos a seguir construyendo relaciones sólidas y sinérgicas.

Agradezco a quienes han sido parte de este camino y a quienes nos acompañan a diario en este proceso de mejora continua y los y las invitamos a leer nuestro Reporte de Sostenibilidad para conocer más sobre los resultados.

Stephane Samuel Maquaire

Capítulo 1: Somos Carrefour.

1.1 Equipo Carrefour

Carrefour Argentina está presente en el país desde 1982, donde formamos parte de la cadena multinacional de distribución de origen francés que lleva el mismo nombre. Nuestra principal actividad es la distribución y comercialización minorista en cadenas de productos, fundamentalmente alimenticios.

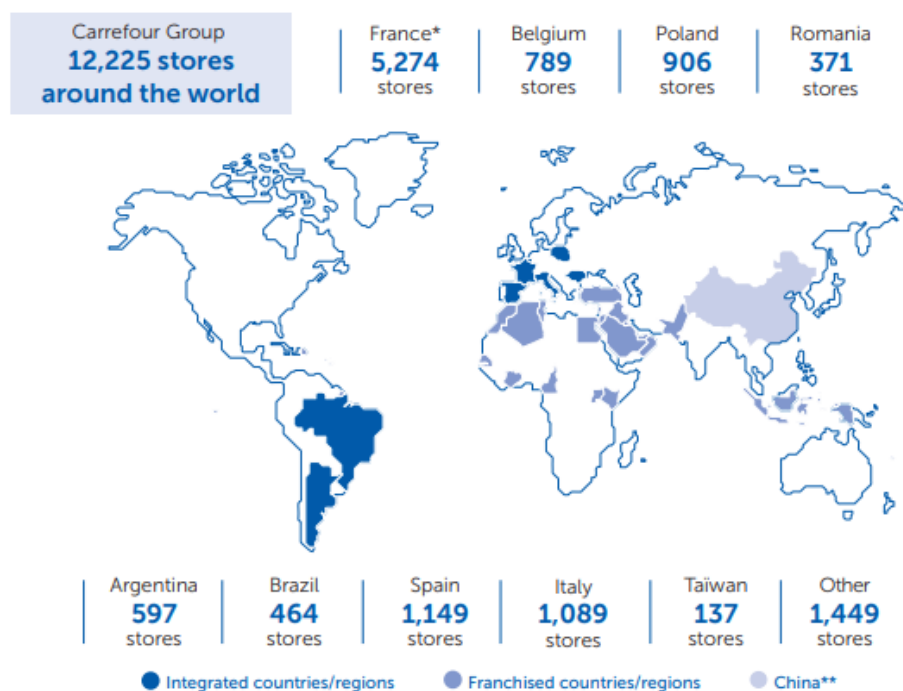
Nuestro principal objetivo es la satisfacción de nuestros clientes y clientas, es por esto que asumimos la responsabilidad de fomentar el acceso al consumo de calidad de todas las personas, contribuyendo al desarrollo económico, social, cultural y medioambiental de las localidades donde estamos presentes.

Nuestro objetivo es convertirnos en la empresa líder mundial de la Transición Alimentaria, ofreciendo el mayor y mejor surtido de productos saludables y consumo responsable, sobre la base del cumplimiento de nuestra misión y objetivo.

Nuestra misión es ofrecer al mayor número de clientes la más amplia gama de productos de calidad al mejor precio.

Nuestros valores son la innovación, la competitividad, la ética en las relaciones y la adecuación e integración en el entorno específico de cada cultura y país.

Carrefour en números:



* Metropolitan France.

** Carrefour divested control of Carrefour China in 2019. The agreement stipulates that the 234 stores can remain under the Carrefour banner.

Carrefour Argentina en Números:



En Argentina ocupamos el 22,2% de la cuota del Mercado

NUESTROS FORMATOS

Persiguiendo nuestro objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes y nuestras clientas, desde Carrefour Argentina presentamos una multiplicidad de formatos de tiendas permitiéndonos llegar a todos nuestros clientes y clientas y fomentar el desarrollo socioeconómico de las comunidades donde estamos presentes.

	HASTA 11.000 M2, NUESTRA ESENCIA TODA BAJO UN MISMO TECHO	89 locales
	HASTA 2.500 M2, TIENDA DE CERCANÍA Y GRAN DESARROLLO DE PRODUCTOS FRESCOS	98 locales
	COMERCIOS DE ENTRE 100 Y 300 M2, EL NEGOCIO BÁSICO DE CERCANÍA	396 locales
	SUPERMERCADO MAYORISTA	8 Locales



TIENDA ONLINE DE PRODUCTOS FOOD + NON FOOD

Tenemos en cuenta que nuestros clientes y clientas responden a una gran variedad de perfiles, es por esto que para facilitar su libertad de elección contamos con un surtido de 953 productos Marca Carrefour, llegando a las góndolas luego de un riguroso control de calidad que garantiza que cada producto cumpla con las máximas exigencias de sanidad. Entre nuestros productos se encuentran: Productos Carrefour, Huella Natural, Carrefour orgánico, TEX, Carrefour Etiqueta Negra y Carrefour Home.

Más del 85% de nuestros envases de las marcas Carrefour son reciclables o fácilmente separables.

Para 2025, todos los envases de las marcas Carrefour serán reciclables, reciclados o reutilizables.

Trabajamos junto a más de 120 PyMES y micropymes argentinas para producir nuestras marcas.

NUESTROS SERVICIOS

Además de lo ya mencionado, ofrecemos una variada elección de servicios para que puedan resolver todas sus necesidades en un mismo lugar, nuestras sucursales.



La Tarjeta Carrefour fue emitida para 46.792 nuevos usuarios durante el 2019 alcanzando los 126.697 usuarios totales.

1.2 NUESTRA RAZÓN DE SER

En línea con el trabajo que Carrefour realiza desde años ofreciendo más y mejores opciones de consumo al mejor precio y calidad y teniendo en cuenta el impacto de nuestra actividad, en la permanente escucha a nuestros clientes y clientas, en Carrefour notamos que existían preferencias e intereses crecientes por una alimentación más saludable y el consumo responsable.

Es así, que Grupo Carrefour se ha trazado a nivel global liderar la Transición Alimentaria para todas las personas. Esto se traduce en realizar todos los esfuerzos alineados a un Plan de Transformación interno y externo, que moviliza a todos nuestros equipos para poder ofrecer en todos los canales de venta - presencial y *on line* - el mayor surtido de alimentación saludable y consumo responsable con la mejor calidad y al mejor precio.

De esta manera, la Sustentabilidad se convierte en un pilar estratégico de nuestra actividad como retail y moviliza transversalmente en un trabajo mancomunado y en equipo junto a todas las áreas de la compañía, de manera tal que el triple impacto sea parte de cada decisión, iniciativa, proyecto, producto, servicio o desarrollo.

Consideramos que es importante y necesario que las personas involucradas en cada proceso a lo largo de la cadena de valor puedan conocer el impacto de sus acciones y brindar resultados que reflejen su aporte, creando sinergia y co-creando soluciones y oportunidades conjuntas a través del fortalecimiento de alianzas estratégicas.

Desde Carrefour consideramos trabajamos para que el triple impacto y la economía circular se parte de en cada propuesta que desarrollamos junto a todos nuestros colaboradores, clientes, proveedores, organizaciones del tercer sector y gobierno, entre otros.

Tenemos la convicción de que para pensar a futuro las empresas debemos tener la visión del desarrollo sostenible traducido en el impacto social, económico y ambiental en cada paso, y llevarlo a la acción.

De esta manera, implementamos un plan de transformación enfocado en las siguientes premisas:

- Accesibilidad: Garantizando Precios
- Alimentación Saludable: Desarrollo y Visibilidad
- Vegetalización del Consumo: Desarrollo de productos vegetarianos y veganos.
- Agroecología: Puesta en valor de nuestra marca Huella Natural y Bienestar Animal.
- Sustentabilidad: Considerando el triple impacto en cada desarrollo y nuevo producto o servicio a ofrecer, con foco en la preservación de bosques nativos y la reducción de plástico
- Marca Carrefour: Compromiso de Precio y Calidad.

1.3 NUESTRA GOBERNANZA

Nuestro órgano de gobierno asume la responsabilidad de la toma de decisiones y los impactos generados en cuanto a lo social en toda la organización y sus relaciones, y determina la puesta en práctica de los lineamientos de Sustentabilidad transversalmente a toda la compañía.

Nuestro Comité Ejecutivo es el órgano máximo de gobierno de la empresa en el país. El mismo establece el compromiso con la estrategia de desarrollo sustentable del Grupo y además, define y aprueba la implementación de lineamientos globales o de procesos locales de sustentabilidad. Está integrado por:

- Stephane Samuel Maquaire (Presidente)
- David Patricio Fernandes (Vicepresidente)
- Francois Ludovic Vincent (Director Titular)
- Pablo Héctor Lorenzo (Director Titular)
- Néstor Atilio Sist (Director Titular)

- Candela Belén Arias (Directora Suplente)

Por otra parte contamos con un Comité Ético que coordina el dispositivo y el seguimiento de las cuestiones éticas en el país. Entre las principales funciones que desarrollan se encuentran:

garantizar la difusión de nuestros principios éticos y asegurarse que se dan todas las condiciones para que todos los empleados y empleadas conozcan, comprendan, adopten y respeten estos principios; de realizar una reflexión y aplicar un plan de acción sobre las principales cuestiones éticas, desde un enfoque de anticipación y dentro de una visión amplia de dichas cuestiones; de organizar los sistemas de denuncia profesionales y garantizar que funcionan correctamente;

brindar asesoramiento al director ejecutivo del país ante cualquier cuestión relativa a la aplicación o el cumplimiento de nuestros principios éticos;

tratar las denuncias de forma objetiva, imparcial e independiente con estricto respeto de la legalidad y estudiar posibles medidas disciplinarias en caso de violaciones de nuestros principios éticos o de la política de lucha contra la corrupción y el tráfico de influencias, incluidas las reveladas por una denuncia;

mantener actualizada la evaluación de riesgos de corrupción y de tráfico de influencias en función de las violaciones de nuestros principios éticos o de la política de lucha contra la corrupción y el tráfico de influencias, incluidas las reveladas por una denuncia, y de las sanciones disciplinarias impuestas;

controlar y evaluar con regularidad la eficacia del dispositivo basándose principalmente en indicadores e informes periódicos.

Está integrado por:

- Stephane Samuel Maquaire (Presidente)
- Candela Belén Arias (Directora de Mantenimiento, Legales, Compliance, Calidad, Seguridad y Seguridad e Higiene)
- David Patricio Fernández (CFO)
- Florencia Manrique (Directora de RRHH)

Por último, el 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 y de Responsabilidad Social, alineados a Transición Alimentaria. El mismo está integrado por:

- Stephane Samuel Maquaire (Presidente)
- Francisco Zoroza – Director de Asuntos Corporativos
- Yamila Scollo – Gerente de Sustentabilidad & RSE y Fundación Carrefour
- Fabio Noriega – Responsable de Sustentabilidad & RSE y Fundación Carrefour

GESTIÓN DE RIESGOS

Nuestro sistema de gestión de riesgos se basa en la identificación de factores de riesgo 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
- Estrategia y gobernanza
- Operaciones
- Financieros.

Durante el año 2019 lanzamos la “Política contra la Corrupción y el Tráfico de Influencias”, donde capacitamos al personal más expuesto a riesgos de corrupción.

1.4 Sustentabilidad en Carrefour Argentina

La Sustentabilidad es una parte integral de nuestra estrategia, a través de un enfoque de trabajo generando valor permanente tanto en lo económico, como social y ambiental en todas nuestras acciones con una visión 360°. Esto es, tanto hacia nuestros clientes y clientas, como a nuestros equipos, así como en la comunidad. Y un alcance de acción que involucra tanto a los bienes y servicios que ofrecemos, como a las distintas interacciones con los grupos de interés en cada una de las comunidades donde estamos presentes..

Nuestra estrategia de sustentabilidad se basa en cuatro pilares:

- **Alimentación Saludable y Nutrición:**

Nuestro objetivo es liderar la propuesta de surtido saludable y nutritivo a nuestros clientes y clientas en todos los canales de venta. Ofreciendo tanto los productos como soluciones e interacciones innovadoras sobre la alimentación saludable y las distintas dietas alimentarias, tanto para quienes tengan restricciones alimentarias por cuestiones de salud de un determinado ingrediente - como gluten, sal, azúcar -, tanto como quienes decidan llevar una alimentación diferenciada.

Junto a nuestros equipos, fortalecemos la información y los talleres sobre alimentación saludable y nutrición. Así como el cero desperdicio alimentario en nuestras sucursales, en donde, en un trabajo articulado con la Red de Banco de Alimentos de Argentina y otras ONGs afines, llevamos a cabo el aprovechamiento de los alimentos en todos nuestros formatos a lo largo del país.

Los principales objetivos se centran en los siguientes planes de acción:

- Reducción del desperdicio de alimentos en un 50% para 2025 (Base 2016)
- Aumentar la oferta de productos orgánicos
- Aumentar el surtido de la línea Huella Natural
- Reforzar el programa centrado en productos y compras locales.
- Puesta en marcha un plan de acción para una dieta más saludable para 2022.

- Una comunidad global de más de 2000 colaboradores y colaboradoras de los países del Grupo Carrefour que llevan a cabo distintas iniciativas que aceleran y promueven la Transición Alimentaria en nuestras sucursales. "Superhéroes y superheroínas de la transición alimentaria y la RSE".

Tanto en asistencia alimentaria como en la inversión social realizada a través de Fundación Carrefour, realizamos distintos proyectos que permiten que más personas accedan a una alimentación saludable y nutritiva en todo el país.

Para más información, por favor consultar capítulo 3 -Alimentación Saludable y Nutrición y capítulo 6 - Responsabilidad Social Empresaria.

- Medioambiente y Consumo Responsable:

Con el conocimiento enfocado en la identificación del triple impacto de cada acción y alineado con Grupo Carrefour, los pilares principales:

- Eficiencia energética
- Packaging
- Logística y Transporte
- Deforestación
- Agricultura Sostenible
- Bienestar Animal

Los principales objetivos se centran en los siguientes planes de acción:

- La implementación de pesca sustentable en los productos Carrefour
- La aplicación de un plan de acción de bosques sostenibles para los productos vinculados a la deforestación.
- Ahorro de 10 000 toneladas de envases para 2025.
- 100% de envases reutilizables, reciclables o compostables para 2025.
- Recupero y gestión del 100% de los residuos para 2025.
- Reducción las emisiones de CO2 en un 40% para 2025 y en un 70% para 2050 (base 2010).

Para más información, por favor consultar capítulo 4 - Medioambiente y Consumo Responsable.

- Diversidad e Inclusión:

En reconocimiento de que la Diversidad forma parte de cada interacción, en nuestros equipos, con nuestros clientes y clientas y en toda la cadena de valor e interacción, y con la convicción de que la inclusión y el respeto a la diversidad es el camino hacia la construcción de una sociedad más justa e igualitaria para todas las personas, este eje de interacción forma parte de nuestra labor diaria y continua en su enfoque integral.

De esta manera, durante el año llevamos a cabo distintas formaciones, capacitaciones, propuestas e iniciativas con nuestros equipos enfocados en el respeto a la diversidad y la acción por la inclusión de todas las personas.

En nuestras sucursales, implementamos acciones concretas en todas las comunidades donde estamos presentes, tanto como junto a ONGs y distintos grupos de interés.

Para más información, por favor consultar capítulo 5 - Diversidad e Inclusión.

- Responsabilidad Social:

Tanto desde nuestras sucursales como a través de Fundación Carrefour Argentina, implementamos distintas iniciativas que promueven la construcción de capacidad instalada en los ejes mencionados, ampliando el alcance a la educación en todos sus niveles y salud.

Para más información, por favor consultar capítulo 6 - Responsabilidad Social Empresaria.

Adherimos al concepto de Sustentabilidad como la relación ética y transparente de la compañía con todos nuestros grupos de interés con los que nos vinculamos, el medioambiente y la economía, considerando el triple impacto de cada acción en cada interacción.

Incorporamos en nuestros lineamientos de gestión objetivos empresariales alineados al desarrollo sostenible de la sociedad, preservando los recursos naturales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

Grupo Carrefour trabaja desde el año 2016 en base a nuestro propio Índice de RSC, donde medimos el progreso realizado según los planes de acciones definidos. A partir de este año, el índice de RSC se extiende y reconvierte en el índice de Responsabilidad social Corporativa (RSC) y Transición Alimentaria. Este índice es aplicado a todos los países del Grupo Carrefour y nos desafía en ejes clave a acelerar y profundizar todos los cambios planeados relativos al Desarrollo Sustentable.

El índice se focaliza en 4 ejes estratégicos: Productos, Tiendas, Clientes y Equipos alineados todos a el concepto transversal de Sustentabilidad en todas las partes del proceso de cada eje, con un plan específico para cada subcategoría.

Todas estas acciones y planes de trabajo se verán reflejados y medidos en el Índice de Transición Alimentaria y RSC de Grupo Carrefour, el cual es informado, verificado y auditado externamente a fin de que pueda medirse y publicarse el plan de progreso sobre cada eje principal de acción.

ADHESIÓN A LINEAMIENTOS INTERNACIONALES

Además, nos comprometemos 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 Principios de Empoderamiento de la Mujer (ONU); las Directrices OCDE, y el estándar AA1000SES de relacionamiento con los Grupos de Interés.

En Carrefour Argentina realizamos una gestión alineada a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y contribuimos a través de nuestra estrategia corporativa a las siguientes metas:



Alineadas al enfoque de Sustentabilidad, para cada eje prioritario, Carrefour utiliza hace más de 10 años KPIs para medir su desempeño. Cada KPI fue elegido por su relevancia para cada eje con la intención de

responder a las partes interesadas, a las obligaciones reglamentarias y a la contribución del desarrollo sostenible.

1.5 SUSTENTABILIDAD EN NUESTRA CADENA DE VALOR

Diariamente, trabajamos por la integración de la sustentabilidad en todos los niveles de la cadena de valor: desde la selección de proveedores y productores hasta el etiquetado, su envase 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. Incluyendo en esta cadena de valor pequeñas y medianas empresas, organizaciones y empresas de triple impacto.

CICLO DE VIDA SUSTENTABLE

Abastecimiento: contamos con relaciones duraderas con nuestros proveedores; promoviendo a proveedores y productos locales. Contamos con un abastecimiento responsable que considera las condiciones sociales y ambientales de fabricación.

Transporte: optimizamos la cadena logística; reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y promovemos la logística sostenible.

Durante el 2019 se alcanzó una eficiencia del 93,5% en la tasa de carga de cada camión.

Para mayor información se puede dirigir al capítulo 4 Medio Ambiente y consumo responsable.

Tiendas: trabajamos para obtener eficiencia energética reduciendo el consumo de energía y de los recursos naturales; clasificamos nuestros residuos y realizamos reciclado. Además hemos incorporado criterios medioambientales a la construcción y/o edificación de nuestras tiendas.

Para mayor información se puede dirigir al capítulo 4 Medio Ambiente y consumo responsable

Productos: ofrecemos gran cantidad de productos propios donde garantizamos la calidad y seguridad. Además promovemos un consumo responsable y ofrecemos precios que se ajusten a los distintos niveles adquisitivos de todos nuestros clientes. Implementamos una reducción de nuestros embalajes

Alineado a Transición Alimentaria, durante 2019 se aceleró el surtido de alimentos saludables, poniendo foco en productos orgánicos, agroecológicos (como frutas y vegetales Huella Natural), sin y reducidos en sal, azúcar, gluten, lactosa, conservantes, etc.

Asimismo, en este periodo, se comenzó a desarrollar un surtido de Bazar eco-amigable incorporando proyectos de mujeres y productos de producción de inclusión social.

Para mayor información se puede dirigir al capítulo 3 Alimentos sanos y nutritivos.

Equipos: contamos con una estrategia integral diversidad en donde el abordaje es 360°; es decir tanto con equipos como con clientes, proveedores, y con la comunidad toda. Aseguramos la seguridad de nuestros equipos en nuestros establecimientos y promovemos la escucha activa de nuestros colaboradores y colaboradoras, así como el desarrollo interno.

Para mayor información se puede dirigir al capítulo 5 Diversidad e Inclusión.

Cientes: informamos y concientizamos a nuestros clientes y clientas sobre el desarrollo sostenible en nuestras sucursales y la importancia del consumo responsable y saludable aportando soluciones concretas y fomentando la reducción, separación y reciclaje de residuos. Además, escuchamos y medimos la satisfacción de las expectativas de clientes de manera permanente.

Para mayor información se puede dirigir al capítulo 2 Nuestro compromiso con el desarrollo sostenible.

Comunidades locales y grupos de interés: promovemos el empleo local, dialogamos con las comunidades locales.

A través de la Fundación Carrefour para la asistencia social y la protección del medioambiente, apoyamos proyectos alineados al fortalecimiento de las comunidades en ejes clave como Nutrición y alimentación, Cuidado del medioambiente, Inclusión Social, Salud y Educación. También promovemos la solidaridad a través del programa de voluntariado corporativo "Sumando Voluntades".

Para mayor información se puede dirigir al capítulo 6 Responsabilidad Social Empresarial

CONSTRUYENDO VÍNCULOS

Construimos alianzas de valor 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.

Red de Empresas contra el Trabajo Infantil - CONAETI, Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.

Comisión de Relaciones Laborales- Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social de la Nación.

ASU (Asociación Supermercados Unidos).

Cámara de Comercio e Industria Franco Argentina.

Red de Empresas por la diversidad. Universidad Torcuato Di Tella.

De manera permanente, participamos en encuentros y mesas de debate y acción organizados por diferentes organismos e instituciones donde hemos dado a conocer nuestro compromiso con el desarrollo sostenible y generamos puentes para mayores resultados.

Durante el 2019 además de reforzar alianzas de valor, trabajamos en conjunto con diferentes organizaciones para promover la concientización y la participación en el triple impacto tanto con nuestros clientes y clientas, como con nuestros equipos, proveedores y toda la cadena de valor e interrelación.

Algunas de las campañas fueron:

- La hora del Planeta
- Día Internacional por la igualdad de derechos de las mujeres
- Lanzamiento de La Hora Silenciosa Carrefour
- Semana de la miel
- Semana de la celiacía
- Día mundial de reciclaje
- Día mundial de concientización contra el trabajo infantil
- Día mundial del ambiente
- Distintas fechas de Diversidad en su enfoque integral. Diversidad sexual, identidad sexual, género, personas con discapacidad, diversidad cultural, generaciones, entre otras.
- Bolsas de reutilizables
- Jornada mundial de la limpieza
- Día internacional y nacional contra el Desperdicio Alimentario
- Día Internacional por la eliminación de la violencia contra las mujeres



Además del acompañamiento a las campañas comerciales con un enfoque de inclusión y diversidad, como el día de los padres, el día de la niñez, el día de las madres, la vuelta al cole, entre otras.

Capítulo 2: Nuestro compromiso con el desarrollo sostenible



En Carrefour, tenemos el compromiso de que una gestión sostenible a lo largo de toda nuestra cadena de valor es nuestra responsabilidad y es por ello que la impulsamos en todos los actores que la componen, desde nuestros proveedores hasta nuestros consumidores.

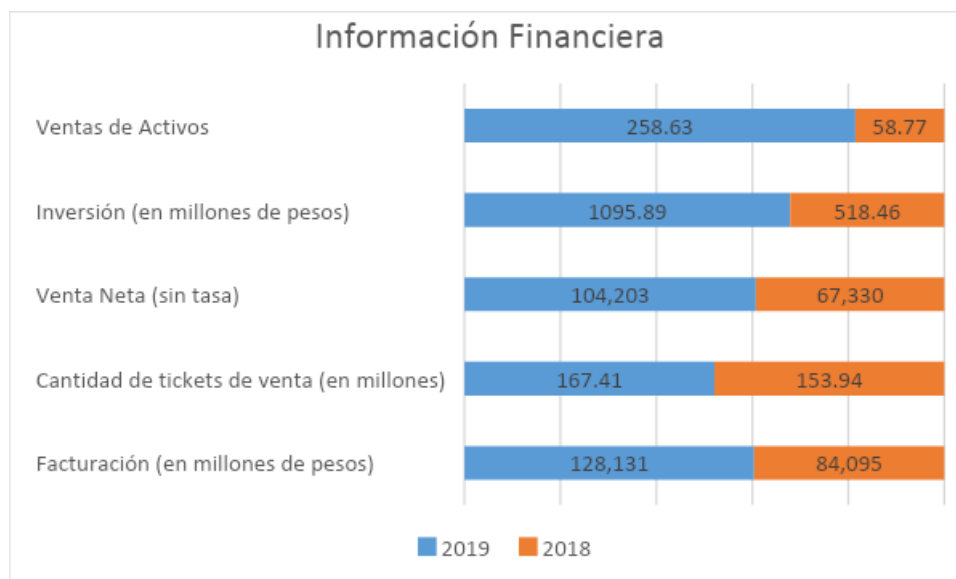
De esta manera, enfocamos los esfuerzos en cada eje e interacción para que el triple impacto esté considerado desde el diseño de cada propuesta y cada implementación.



2.1 Nuestro Desempeño Económico

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

Nuestros principales indicadores de gestión económica



2.2 Procesamiento y Abastecimiento

En Carrefour contamos con más de 4500 proveedores, es por esto que entendemos que nuestras decisiones de compras ejercen un impacto considerable sobre el desarrollo socioeconómico de los mismos, a raíz de ello, mejoramos continuamente nuestras prácticas de compra, asegurando el pago de precios justos, plazos de entrega adecuados y contratos estables.

96% de los productos alimenticios de nuestra Marca Carrefour son realizados por PyMes nacionales.

Proveedores B y proyectos de impacto social: Comenzamos a incluir en nuestra cadena de valor a pequeños proveedores, emprendimientos sociales y empresas B. Empresas como Daravi y PAPA Studio, que brinda capacitación y trabajo a mujeres en situaciones de vulnerabilidad socioeconómica y además produce productos reciclados y Red Activos junto a La Usina, empresa social que brinda trabajo a personas con discapacidad, han sido parte de nuestros proveedores 2019 en nuestras góndolas.

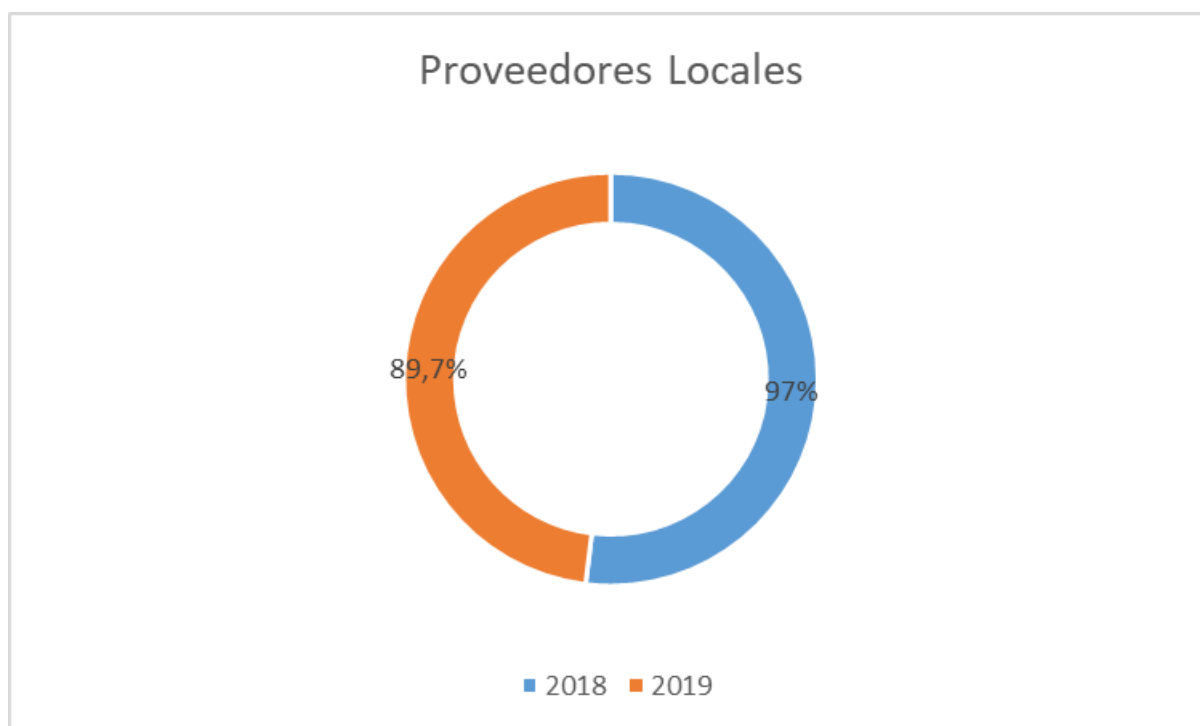
Hemos adoptado un enfoque de abastecimiento responsable con el fin de reducir el impacto que nuestro negocio tiene en el medio ambiente y preservar la biodiversidad al mismo tiempo que aseguramos el cumplimiento con los derechos humanos.

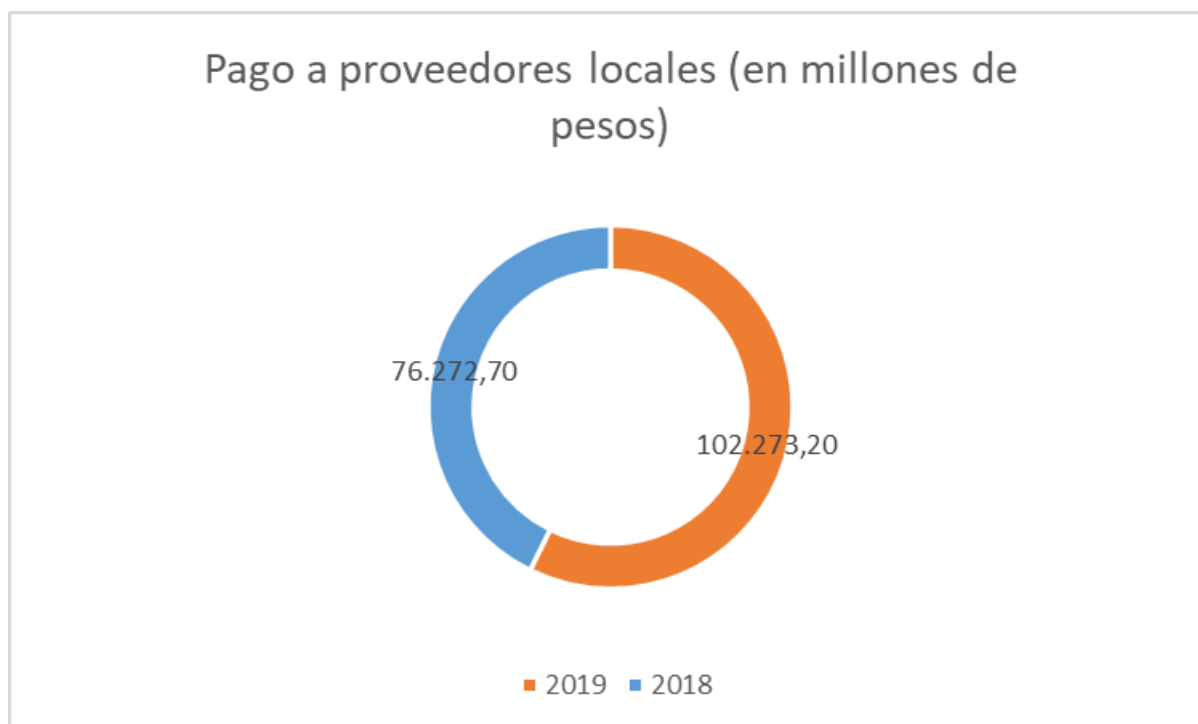
En este marco, involucramos a nuestros proveedores a través de diversos compromisos:

Desarrollo sustentable en los proveedores: invitándolos a alianzas sinérgicas y de co-construcción por el desarrollo sostenible y en la permanente búsqueda de innovaciones y mejora continua.

Evaluación de proveedores sobre derechos humanos: deben responsabilizarse sobre el respeto de los derechos laborales y de sus equipos, acompañándolos en su progreso.

Damos prioridad a las compras locales de productos, particularmente productos alimenticios, desde hace años. El 99,9% de las ventas de productos frescos provienen de marcas Carrefour de producción nacional y el 85,3% para el caso de productos de gran consumo.





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, generando un intercambio de crecimiento y mejora continua alineada al desarrollo sustentable, todos los proveedores que comienzan a trabajar con Carrefour firman en los respectivos acuerdos las cláusulas de respeto y compromiso 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.

Derechos humanos – Respeto por la diversidad y no discriminación: 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.

Por último cada proveedor debe firmar la Carta Social y Ética, donde 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.

Para asegurar el cumplimiento de todos estos aspectos, durante el 2019 llevamos a cabo 243 auditorías de calidad y medio ambiente y 191 auditorías sociales, mediante las cuales monitoreamos el comportamiento respecto a las prácticas laborales y medioambientales y velamos por el cumplimiento de las reglas establecidas.

Durante el año, desarrollamos distintas acciones e iniciativas de inclusión social:

- Daravi - Papa Studio, en el desarrollo de bazar proveniente de descartes.
- La Usina
- Ferias de Inclusión. Ferias y stands en los que en distintos momentos del año y lugares del país, se realizaron brindando un espacio en nuestras sucursales a proyectos y pequeños emprendimientos de inclusión social de impacto social:
 - Emprendimientos de mujeres,
 - emprendimientos de ONGs de jóvenes con discapacidad,
 - cooperativas de pueblos originarios,
 - emprendimientos de reinserción social.

Realizamos junto a grandes proveedores acciones que construyen, algunos ejemplos de ellos son:

- Junto a Nestlé y Huella Natural trabajamos en alimentación saludable para niños y niñas.
- Junto a Unilever fomentamos el Cero desperdicio a través de una campaña de concientización nacional en todas nuestras sucursales donde además en alianza con FAO y con el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, compartimos la guía para reducir el desperdicio de alimentos en casa a nuestros clientes y clientas de todo el país.
- Junto a P & G desarrollamos la instalación de Lactarios en el salón de compras para que quienes nos visitan puedan alimentar a sus bebés lactantes con comodidad.

Evento de cierre de proveedores: Además de compartir los logros 2019, se compartieron los objetivos 2020 y los principales temas para trabajar en equipo durante el 2020 poniendo foco en las materias primas, los productos, la reutilización y la economía circular en cada lanzamiento.

2.3 Consumo: Cuidado de nuestros clientes y clientas

En la permanente escucha a nuestros clientes y a nuestras clientas, encontramos la verdadera sinergia que nos permite mejorar nuestros servicios y productos continuamente.






Así, el cliente es el centro de nuestra atención, para brindar cada vez más y mejores productos y servicios de consumo saludable, responsable y de cercanía.

En Carrefour trabajamos diariamente para lograr la excelencia, nuestros altos estándares de calidad son acompañados por controles que fomentan el cuidado de la salud y seguridad de los consumidores a través de nuestros productos.

El 100% de nuestros productos frescos son etiquetados en origen, lo que nos permite realizar la trazabilidad identificando cada etapa desde la producción hasta la góndola. Este sistema de control, nos permite rastrear la mercadería y en el caso de detectar productos defectuosos, retirarla de las Tiendas y frenar su distribución.

2.4 Escucha activa

Nuestros clientes y clientas están en el corazón de todo lo que hacemos y por eso ponemos la interacción con ellos en el centro de nuestra estrategia de negocio. Con todos los aportes que recibimos, llevamos un registro de nuestro historial de servicio a clientes, con un plan de seguimiento anual y toda la información se registra junto a sus comentarios.

 <p>Atención a Clientes: 0- 800 -444- 8484 Se recibieron 401.721 llamadas.</p>	<p>Sitio web: Carrefour.com.ar Supermercadoscarrefour.com.ar 48.911.196 Sesiones y 22.696.360 usuarios registrados. 30.579.767 consultas recibidas.</p> 	<p>Canal oficial de Twitter: @carrefourarg 30.494 seguidores</p> 
<p>Fanpage en Facebook: Carrefour Argentina 2.196.148 fans</p> 	<p>Instagram oficial: /carrefourargentina 216.174 seguidores</p> 	<p>Paneles sensoriales: "Totems Carrefour Responde" Botonera sensorial</p>
<p>Durante el 2019 lanzamos los sitios maxi.carrefour.com.ar y express.carrefour.com.ar</p>	<p>Además iniciamos la comunicación en las novedades de los perfiles de Google My Business de las sucursales.</p>	<p>Por último para tener una línea directa con los clientes creamos grupos de difusión de Whatsapp de cada tienda.</p>

Escuchar a nuestros clientes y clientas es una pieza fundamental en nuestra actividad. En este contexto realizamos periódicamente “Mesas con Clientes” donde podemos tomarnos un momento, conversar sobre sus necesidades, expectativas, experiencias y sobre todo aprender y mejorar su experiencia en nuestras tiendas.

Asimismo, todos los productos de la Marca Carrefour son co-creados junto a clientes y clientas a través de paneles de degustación, y están certificados por las Autoridades Sanitarias Nacionales para asegurarnos de ofrecerte la mejor calidad. Luego nuestro equipo de profesionales controla cada paso del proceso de producción, distribución y reposición garantizando que cada producto Carrefour llegue a nuestros clientes y clientas cumpliendo las máximas exigencias de sanidad.

Estamos tan seguros de la calidad de nuestros productos Carrefour que contamos con un “Compromiso de Calidad Garantizada”: si alguna vez nuestros clientes y clientas no están conformes con la calidad de nuestros productos pueden acercarse a cualquiera de nuestras tiendas con el envase y le devolveremos el dinero que pagaron.

2.5 Accesibilidad económica

En Carrefour tenemos el compromiso de contar con "el precio más bajo garantizado" en la totalidad de nuestros productos, es por esto, que en la permanente búsqueda de brindar el mejor calidad en nuestros productos y servicios, acompañando a todos nuestros clientes y clientas en cada momento, impulsamos promociones acorde a determinados eventos y necesidades de los clientes.

Durante el 2019 se han realizado diferentes promociones:

Hot Sale - Cyber Monday - Vuelta al Cole - Día de la Niñez - Día de las Madres – Black Carrefour - Pascua - Navidad - Días de Descuentos & Promociones - Fin de semana GIGANTE – Demoledor – Día de los padres, entre otras.

Además formalizamos durante este año diferentes eventos:

Precios Corajudos: *Durante el primer trimestre 2019 mantuvimos los precios de 1300 productos Marca Carrefour y le sumamos la Carne Carrefour también con más de 16 cortes de carne vacuna.*

Contá con Carrefour: Durante el mes de Octubre no aumentamos los precios de ningún producto por 15 días llevando tranquilidad a nuestros clientes en un momento crítico y de elecciones.

Copa América: Realizamos el evento Copa América en conjunto con Coca Cola, sorteando paquetes completos para ir a ver a la Selección Argentina a Brasil + camisetas de la selección Argentina + descuentos en productos Coca Cola.

Disney: Carrefour te lleva a Disney On Ice, sorteamos entradas entre nuestros clientes Mi Crf para presenciar el evento de Disney On Ice en el Luna Park.

Bioferia:

Participamos del Evento Bioferia, el evento de Sustentabilidad & Consumo responsable más grande de las empresas con un stand exhibiendo y vendiendo productos Huella Natural y Productos Carrefour sin TACC, sin sal y orgánicos.



Además, invitamos a nuestros clientes y clientas a comunicarse al en caso de encontrar precios más bajos del que ofrecemos, como parte de nuestros compromisos. Nuestros compromisos actuales están comunicados en carrefour.com.ar/compromisos, en nuestras tiendas, en las radios y cartelería de cada sucursal.

Compromiso Electro: si el/la cliente encuentra el mismo producto más barato en nuestros competidores dentro de los 10 días de realizada tu compra, se acerca con el ticket y le devolvemos la diferencia.

Calidad de Productos Carrefour, Carnes Carrefour y Frutas/Verduras: si el cliente no está

conforme con la calidad de alguno de nuestros productos le devolvemos lo que pagó por el producto en cuestión.

Precio en góndola igual a precio en caja: si al llegar a la caja por un error involuntario el precio de un producto es mayor al que el cliente vió en góndola le devolvemos el doble de la diferencia.

Error en el ticket: si alguna vez, involuntariamente, le cobramos productos de más, le devolvemos el dinero de los productos mal cobrados y le regalamos el producto que compró.

Garantía Carrefour o te devolvemos lo que pagaste: si el producto que comprado tiene una falla o no cumple con las expectativas, lo puede traer con el ticket dentro de los 15 días de realizada la compra y le devolvemos lo que pagó.

Shopping Terrazas de Mayo

En 2019 continuamos afianzando el vínculo con nuestros clientes y clientas, para quienes ya es habitual visitar el Shopping, ofreciéndoles diversos eventos y acciones lúdicas, tanto en el centro comercial como on line, para una experiencia completa.

Las campañas más importantes, como lo son Día de los Padres, Día de la Niñez, Día de las Madres y Navidad, se llevaron a cabo con acciones comerciales y eventos específicos. Por ejemplo, la tradicional foto gratuita con Papá Noel y la acción de la “Noche de Descuentos” previa a Navidad, con descuentos que se incrementan a lo largo de la noche, y apertura prolongada del centro comercial.

A destacar, la celebración del Aniversario de los 5 años del Shopping, realizada en Noviembre, que contó con un show musical gratuito en las terrazas exteriores, sobre el área verde, y varias acciones de descuentos y sorteos para los visitantes y clientes.

En cuanto a la relación con los locatarios, seguimos también afianzando los lazos de trabajo en conjunto, a través de presentaciones a los mismos, de los resultados del Estudio anual de satisfacción del Shopping. Recreamos así un momento y espacio de intercambio privilegiado con ricas aportaciones y feedback.

Capítulo 3 - Alimentos sanos y nutritivos



Huella Natural



Con el objetivo de *ser líderes de la Transición Alimentaria*, brindando la mayor oferta de productos más saludables y opciones de consumo responsable en toda la cadena de valor a través de todos los canales de venta, esto es, ofrecer el más amplio surtido de productos orgánicos y agroecológicos y alimentos reducidos en y sin gluten, azúcar, sal, lactosa, aditivos y conservantes como así también el más amplio surtido de productos y servicios de consumo responsable, seguimos ampliando las opciones a través de producciones innovadoras y sostenibles como lo es nuestra línea de productos frescos Huella Natural.

A través de nuestra marca Huella Natural, fomentamos el bienestar animal y la agroecología. Huella Natural se caracteriza por ofrecer productos frescos, naturales, seleccionados y de estación cuyo principal compromiso es el trabajo en conjunto con los productores, preservando el medio ambiente y la biodiversidad.

Nuestros productos Huella Natural, se obtienen a partir de producciones basadas en el cuidado del medioambiente, la biodiversidad y el bienestar animal.

Para el caso de frutas y verduras, se basa en producciones agroecológicas, sin tratamientos químicos post cosecha, con polinización natural y que respetan la zona y la temporada de maduración óptima de cada especie.

La propuesta incluye **frutas**: manzana, pera, kiwi, mandarina, naranja, uva, melón, durazno, pelón, sandía, **y vegetales**: tomate, batata, zanahoria, zapallo y lechuga.

De esta manera no sólo es una opción mucho más sana para nuestro organismo, y respetuosa del medioambiente sino además con los sabores auténticos de cada fruta y cada vegetal en su momento justo.

Para el caso de productos animales, Huella Natural se basa en el bienestar animal y en producciones no confinadas.

La marca Huella natural ofrece 16 productos, involucrando a 92 productores nacionales.

Carne Vacuna Huella Natural

Carne vacuna proveniente de pastizales nativos con crianza de los animales 100% a campo abierto durante toda su vida. Los productores ganaderos de Huella Natural son de la región pampeana, del Litoral argentino, de la región chaqueña, de Santiago del Estero y los Esteros del Iberá. El ganado es criado a campo abierto y de forma extensiva, alimentado a pastizales naturales y pasturas entre más de 1000 variedades autóctonas. En armonía con su ecosistema nativo, se desarrollan las expresiones y conductas propias de su especie.

Además de ser una propuesta de bienestar animal, es una carne proveniente de cero deforestación.

La carne vacuna Huella Natural es una propuesta innovadora e integral al implicar una opción de alimentación saludable, consumo responsable, respeto del bienestar animal y regeneración de ecosistemas silvopastoriles autóctonos.

Desarrollo de surtido saludable

Con el objetivo de ofrecer más y mejores opciones de productos saludables para todas las personas, desarrollamos un surtido exclusivo con identificación en góndola de productos para quienes tengan restricciones alimentarias por cuestiones de salud y no puedan ingerir un determinado integrante, tanto como para quienes elijan llevar una dieta diferenciada.

Este surtido se compone de más de 500 productos sin o reducidos en: sal, azúcar, lactosa y libres de gluten.

En línea con lo anterior, el surtido de productos veganos y vegetarianos continúa su expansión.

Huella Natural, con sus frutas y vegetales de estación y las producciones que priorizan el bienestar animal y la biodiversidad, forman parte de la propuesta saludable y diferenciadora, tanto como el desarrollo y la oferta de productos orgánicos, creciente en nuestras sucursales.



- ✓ Este año, lanzamos los Huevos Huella Natural, huevos pastoriles libres de jaula y con acceso a campo abierto, alimentadas exclusivamente a vegetales.
- ✓ Langostinos Huella Natural, langostinos salvajes de Mar abierto argentino, con barcos con geolocalización que permite la trazabilidad completa de las zonas y los momentos del año, que permiten la captura del tamaño óptimo del animal sin afectar la reproducción natural de la población.

Capítulo 4: Medioambiente y Consumo Responsable



Alineados con nuestro compromiso de liderar la Transición Alimentaria, nuestro objetivo se materializa en poder brindar a nuestros clientes el más amplio surtido de alimentos saludables y consumo responsable a través de nuestros productos y servicios así como la promoción de hábitos que promueven el consumo responsable. En Carrefour Argentina tenemos el objetivo de garantizar un uso eficaz de los recursos, generando valor e innovando junto con los diversos grupos de interés.

Bajo la campaña Anti Derroche, desde el año 2013, impulsamos la toma de conciencia y acción con una visión integral tanto con nuestros equipos, clientes, proveedores y la comunidad toda a fin de reducir el impacto ambiental y promover el consumo responsable y los hábitos ecoamigables.

La eficiencia energética forma parte de unos de los indicadores que se reportan a casa matriz para el seguimiento y la búsqueda permanente de mejoras para reducir su impacto.

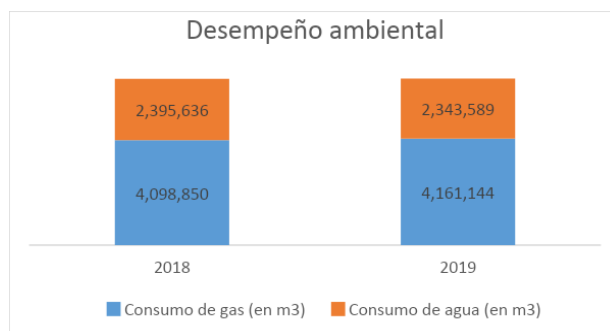
Nuestros principales focos de acción se basan en: nuestra operación, nuestros productos y servicios, la comunidad.

4.1. Nuestra operación

4.1.1 Desempeño Ambiental

En Carrefour tomamos el eje ambiental como un aspecto relevante en cada decisión. Es así, que priorizamos cada opción que mejore y reduzca el impacto a la vez que nos desafiamos a mejores resultados año a año.

Tanto en el uso eficiente de la energía y los recursos, como en la logística, el packaging, los residuos generados y gestionados, como a través del desarrollo de nuevos productos y servicios.



4.1.2 Gestión de los residuos

En Carrefour nos enfocamos en la gestión de nuestros residuos según la regla de las 4 R en todos los lugares donde operamos.

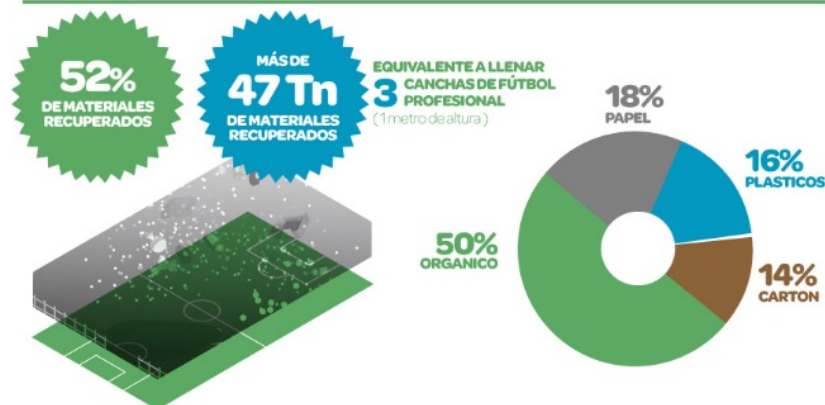


Nuestra política de reciclaje se enmarca en la gestión diferenciada de los residuos sólidos urbanos (RSU). Nuestro esquema de segregación nos permite reducir la cantidad de RSU que se genera.

RSU Orgánicos	RSU Húmedos	Cartones y plásticos reciclables
Deshechos de carnes con o sin huesos, grasas, frutas, verduras, restos de panaderías, comidas elaboradas, fiambrerías, alimentos secos, pastas frescas y lácteos (no líquidos)	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 film stretch que son descartes de embalajes de la logística.

Además, en nuestra sede administrativa promovemos la separación de residuos y su recuperación. Recuperamos papel y cartón, plásticos y orgánicos que se transforman en compost, disponible para nuestra huerta y espacios verdes, tanto como para que los colaboradores y colaboradoras puedan llevarse.

Resultados operativos 2019



4.1.3 Desperdicio alimentario

Los desperdicios de alimentos constituyen grandes impactos sobre el medio ambiente al producirse alimentos que no se consumen.

El desperdicio alimentario constituye una verdadera pérdida para la sociedad tanto en términos de alimentación y nutrición como en todos los recursos que se utilizaron para la fabricación y distribución de ese producto, al desecharse los recursos naturales como agua, suelo, energía, y combustibles, entre otros.

En Carrefour Argentina, con la finalidad de reducir el desperdicio de los alimentos y permitir su aprovechamiento, se creó un equipo inter-área con un circuito específico para el recupero de alimentos con el fin de evitar excedentes de stock no vendidos. Y trabajar en la reducción de residuos transversal a todas las áreas. Dicho equipo controla y analiza las causas de generación de los desperdicios, para mejorar los procesos internos asegurando que el stock adecuado para cada sucursal y región y explorando la mejora continua en cada decisión de compra, distribución y venta.

Durante en 2019, hemos reforzado el trabajo junto a la red de Bancos de Alimentos ampliando la red de contacto y acción a todos los bancos de país y sumado nuevas ONGs al circuito de recupero de alimentos, expandiendo nuestra red activa a más de 87 sucursales de distintas partes del país, haciendo posible el recupero de más de 62,2 toneladas de productos alimenticios, superando en un 64% los recuperos del año 2018 y permitiendo que se transformen en más de 300.000 platos de comida en distintas regiones del país.

En 2019 recuperamos 62,2 toneladas de alimentos de nuestras sucursales junto a los Bancos de Alimentos de todo el país.

Esto representa un incremento del 64% respecto del año anterior.

Nuestros lineamientos para combatir los desperdicios alimenticios se centran en 3 pilares:



4.1.4 Bolsas plásticas

Desde el 2016 dejamos de entregar bolsas plásticas de manera gratuita en todos nuestros formatos, promoviendo el uso de bolsas reutilizables con el fin de reducir el consumo de bolsas plásticas.

En 2019 utilizamos 1.424.704 de bolsas plásticas menos que el año anterior y entregamos 4.256.388 bolsas reutilizables.

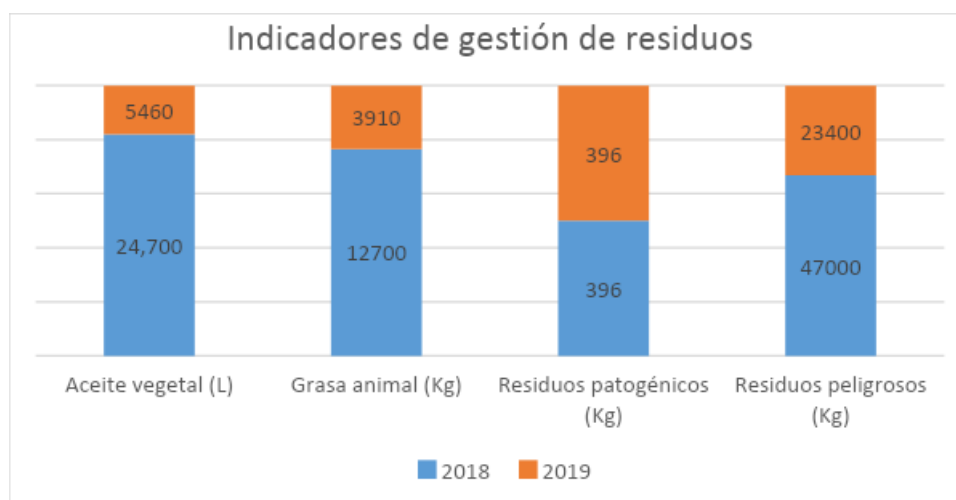
Durante todo el año, realizamos campañas de concientización para la generación de hábitos eco-amigables, entre los que se encuentra el recordatorio de traer bolsas reutilizables.

También disponemos de cajas de cartón gratuitas para que puedan transportar las compras sin utilización de bolsas plásticas.

4.1.5 Reducción y Recupero

Tipo de Residuo	Descripción
Aceite vegetal	Su recolección y acopio favorece: <ul style="list-style-type: none"> ✓ La producción de biodiesel como combustible ✓ Reducción del vertido en las cloacas

Aceite animal	Su recolección y favorece: <ul style="list-style-type: none"> ✓ La producción de biodiesel como combustible ✓ Reducción del vertido en las cloacas
Residuos patogénicos	En nuestras tiendas que disponen de Servicio Médico se originan residuos patológicos como algodones, gasas, vendas usadas, objetos cortantes o punzantes, materiales descartables y elementos impregnados en sangre. Estos residuos se retiran para su posterior tratamiento y disposición final según la legislación vigente
Residuos peligrosos	Estos residuos se originan por las tareas de mantenimiento de los activos de las tiendas y se disponen según la legislación vigente



4.1.6 Plástico y cartón recuperado

Durante 2019, tuvimos el recupero de cartón y plástico de nuestra operación en los formatos Carrefour Hipermercados, Carrefour Markets, Carrefour Express y Maxi Carrefour de más de 28.990,2 toneladas de estos materiales.

- Papel y cartón: 22.088 toneladas.
- Plástico: 6.902,2 toneladas.

En los centros de distribución de Esteban Echeverría, Isidro Casanova y Munro recuperamos 16.359,30 kilos de reciclables.

4.1.7 Logística Sustentable

Nuestro plan de mejoramiento del sistema de transporte, distribución y logística tiene como objetivo reducir el impacto ambiental y sumar la eficiencia en los costos.

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

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 nuestra logística, logramos disminuir la cantidad de kilómetros de viaje, reduciendo la emisión de CO₂ por combustión.

Nuestras emisiones de CO₂ equivalente durante el 2019 por logística fue de 13.730,9.

En 2019 realizamos 640 viajes por el Sistema Backhauling reduciendo 3,10 Tn de CO₂ con respecto al año anterior.

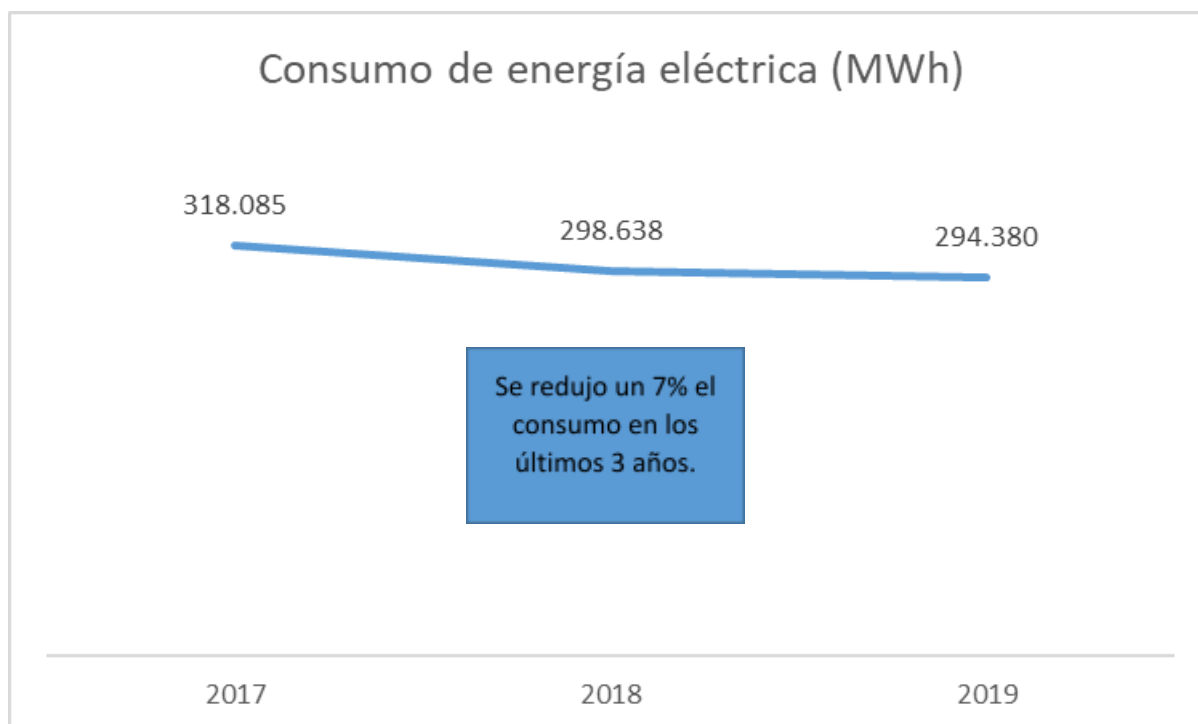
Durante 2019, la logística tuvo una eficiencia de carga del 93,5% transportando 1,853,530 de pallets.

4.1.8 Eficiencia Energética

Nuestro Programa de Eficiencia Energética consiste en racionalizar el consumo de energía en función de la demanda para obtener una optimización del funcionamiento de las instalaciones.

Durante el 2019 hemos monitoreado las centrales de frío alimentario, con el fin de reducir el consumo. Además, se continuó también con la automatización del frío alimentario, actualmente con sede central en el Pañol de San Martín, provincia de Buenos Aires.

Continuamos con la campaña de Eficiencia Energética con la finalidad de sensibilizar en todas nuestras 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.



4.2. NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

4.2.8 Preservación de la Biodiversidad

Para preservar nuestros recursos debemos ser responsables, por esto la oferta de productos que ponemos a disposición de nuestros clientes y clientas cuenta con un enfoque diseñado para proteger la biodiversidad y los recursos naturales tanto desde su producción o fabricación, como desde su uso y su desecho post-utilización o consumo, liderando desde las marcas Carrefour e invitando a nuestros proveedores a que se sumen al cambio.

A través de **Huella Natural**, ofrecemos una oferta diferenciada respecto de los beneficios ambientales. El proceso productivo de Huella Natural prioriza la estacionalidad de los productos, el bienestar animal, así como también el respeto por el medioambiente y la biodiversidad.

De esta manera, en el caso de las frutas y verduras, se logra que tengan un sabor notable a través de un proceso de producción controlado. Cada producto es cosechado en el momento justo para garantizar dulzura, acidez y firmeza óptimas. Además, se controlan biológicamente para un uso mínimo de químicos y tienen una polinización natural con abejorros.

La carne Huella Natural, es carne de pastizal proveniente de animales que se alimentan de pastizales naturales a través de pastoreo directo y bajo un sistema extensivo. Esta carne, de ganadería

sustentable, resulta soporte para importantes superficies de campos naturales en su sitio de origen, donde se preservan especies de aves, mamíferos y plantas típicas de los pastizales nativos, muchas de ellas amenazadas de extinción, como el tordo amarillo, el yetapá de collar y el venado de las pampas. Asimismo, este tipo de ganadería permite aumentar la fijación de carbono en los suelos y disminuir la emisión de gases de efecto invernadero (GEI).

Los langostinos Huella Natural, son de captura a mar abierto argentino, garantizando la crianza de la especie en su hábitat natural, lo que permite su desarrollo y crecimiento óptimo y también la recuperación natural de la población. Estos métodos de captura son responsables, ya que se respetan zonas y épocas de pesca habilitadas, lo que permite mantener el recurso de manera sostenible en su reproducción natural.

Por su parte, los huevos Huella Natural, provienen de gallinas criadas libres de jaula, alimentadas a base de vegetales y con acceso libre al campo, garantizando así el bienestar de estos animales.

A través del surtido de **productos orgánicos** y frutas y verduras orgánicas, promovemos a la vez que la alimentación saludable, la producción responsable en toda su cadena de valor.

La marca Carrefour prioriza el envasado de tetra pack con certificación de packaging proveniente de producciones libres de deforestación. 105 productos Marca Carrefour tienen envase esta con certificación.



En cuanto al Bazar, desarrollamos una línea de surtidos enfocada en el Cero desperdicio, con foco en la reutilización y ampliando la propuesta de consumo responsable en todos nuestros formatos

En línea con el camino recorrido años anteriores, TEX reforzó su propuesta de consumo responsable a través de dos productos innovadores:

- Jean de producción eco-amigable.



Con un ahorro de +34% de agua en su producción.

La reutilización del 99% del agua utilizada en su fabricación

Utilización de tintas naturales

Eficiencia energética en su confección.

- Corpiño maternal:



Realizado en algodón

Testeado por mujeres reales

Alta calidad y accesibilidad única en el mercado.

Bajo el proceso de mejora continua de nuestros procesos, las marcas Carrefour persiguen constantemente la eliminación, reducción y reconversión de packaging a través de innovaciones tecnológicas.

De esta manera, durante el 2019 tuvimos una **reducción de 142 toneladas de packaging** de los productos de nuestras marcas Carrefour y TEX.

Servicios

Con el objetivo de promover los hábitos de consumo responsables y eco-amigables, llevamos a cabo de manera permanente diversas iniciativas y campañas de concientización en todos nuestros formatos. Algunas de ellas son:

- Puesta a disposición de cajas gratuitas para el transporte de compras.
- Bolsas de madera para compra de producto a granel.
- “Traé tu propia bolsa”, para compras de frutas y verduras.

4.3. COMUNIDAD

Estando presentes en 21 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con un equipo compuesto por miles de personas y proveedores y alianzas que nos acompañan desde todas partes del país, sabemos que el compromiso no es solo a través de nuestra actividad sino también que tenemos la gran oportunidad de multiplicar las buenas prácticas y mensajes.

Es así, que llevamos a cabo distintas iniciativas que promueven mejores hábitos en la comunidad a la vez que forman parte de una cadena virtuosa del triple impacto.

- Puntos Verdes Carrefour:

Son puntos en nuestras sucursales que conectan la separación de reciclables en hogares con las distintas asociaciones que lo recuperan y permiten su transformación en nuevas materias primas a través del circuito del reciclado.

Contamos con 20 puntos Verdes en distintas partes del país que reciben tapitas plásticas,

envases pet, latas, vidrio, aceite vegetal usado, cartón y papel.

Durante el 2019, de las 120 toneladas recuperadas a nivel país en los puntos verdes, 14,97 fueron en los 16 puntos verdes de nuestras sucursales.

- **Campañas de acción:**

Involucramos activamente a la comunidad a través de distintas propuestas con nuestros clientes y clientas, equipos y toda la comunidad de las cercanías de nuestras sucursales.

- **Movilidad Segura:** Compartimos una jornada de charla y concientización sobre manejo seguro junto a la Asociación Madres del dolor y expertos en manejo. Esta charla fue brindada a más de 80 clientes y clientas, en nuestra sucursal Market de Av del Libertador, en Martínez.
- **La hora del Planeta.** Nos unimos a la campaña apagando nuestras marquesinas en el horario indicado y participando de la maratón nocturna, en donde uno de nuestros colaboradores obtuvo el primer puesto.
- **Semana de la miel.** Compartimos información útil sobre la importancia de los polinizadores en la biodiversidad y recetas útiles potenciando el uso de la miel responsable.
- También realizamos un taller de cocina abierta sobre recetas saludables con miel para nuestros clientes y clientas de nuestro Hipermercado Vicente López.
- **Día del medioambiente:** Compartimos actividades en nuestras sucursales junto a nuestros clientes y clientas y nuestros equipos, a través de charlas, juegos de concientización, recorridas en la sucursal y entrega gratuita de bolsas reutilizables en todo el país.
- **Día Mundial de la Limpieza:** Movilizamos a brigadas de limpieza en todo el país, desde Ushuaia hasta Jujuy, liderados por colaboradores y colaboradoras de nuestros equipos, invitando a clientes y clientas a ser parte de la jornada junto a la ONG Vamos a hacerlo Argentina, en ocasión del World Cleaning Day.
- **Movilidad Sustentable:** Compartimos en nuestras sucursales y con nuestros clientes y clientas información sobre la importancia de la Movilidad Sustentable y Segura en todo el país, tanto como tips y consejos para incorporar hábitos de movilidad sostenible.

- **Campañas de concientización:**

Durante todo el año y en distintas fechas del calendario, realizamos campañas de concientización en todo el país, sobre distintas temáticas alineadas al triple impacto. Algunas de ellas han sido:

- **Día del reciclaje:** Compartimos actividades en nuestras sucursales y en visitas a jardines y escuelas promoviendo la separación de residuos y la importancia de la correcta disposición para que sea posible recuperarlos en el circuito de reciclaje.
- **Julio sin plásticos:** Nos sumamos a la campaña mundial promoviendo consejos útiles para el reemplazo de plásticos de un solo uso y reforzando las soluciones que desde Carrefour ofrecemos en esa línea.
- **Festejos eco-amigables:** En cada fecha importante, compartimos propuestas de hábitos responsables para
 - Vuelta al cole saludable y cero desperdicio.
 - Primavera eco-friendly
 - Verano eco-amigables
 - Fiestas de fin de año.
- **Bolsas reutilizables – reducción de plásticos:** Incorporamos la campaña “Traé tu propia bolsa” para la compra de frutas y verduras y sumado a las campañas continuas de bolsas reutilizables para las compras.
- **Visitas:** Recibimos durante todo el año, visitas de jardines, escuelas y centros de formación con foco en distintas temáticas tales como alimentación saludable, consumo responsable, frutas y verduras de estación, reciclaje, funcionamiento de un supermercado, entre otros.

Superhéroes y Superheroínas de la Transición Alimentaria y la RSE.

Todas estas acciones e iniciativas en nuestras sucursales fueron potenciadas y lideradas por un equipo de trabajo sinérgico y proactivo que conecta sin distinción de región del país, formato o rol.

Un grupo de trabajo que acelera la Transición Alimentaria en nuestras sucursales y con nuestra comunidad, llevando a cabo un cambio transformador y de cercanía en cada lugar donde están presentes.



Con la realización de más de 200 acciones en 2019, nos reunimos anualmente junto al equipo de RSE de Grupo Carrefour y junto a dos representantes de este gran equipo de Argentina.

Capítulo 5: Diversidad e Inclusión



En Carrefour trabajamos por el respeto a la diversidad, la inclusión de todas las personas e igualdad de oportunidades, tanto en el ámbito laboral con nuestros equipos de más de 15.693 colaboradores y colaboradoras como con nuestros clientes y clientas, proveedores, tercer sector y toda la comunidad.

En Carrefour Argentina no existe diferencia salarial por género.

Los salarios se determinan en paritaria por la categoría, y responsabilidades de los empleados en convenio y anualmente por encuestas salariales para los que están fuera de convenio.

Además, son evaluados tanto por consultoras externas como también por nuestra gerencia de Beneficios y Compensaciones.

Equipos de trabajo



En búsqueda de la mejora continua, nuestro compromiso diario por con el bienestar de los colaboradores y colaboradoras que forman parte de nuestros equipos, ya que, su bienestar es fundamental para garantizar un servicio de excelencia.

Preceptos:

- Respeto a la diversidad en cada individualidad en todos los ámbitos
- Búsqueda y contratación sin distinción de género.
- Promoción de equipos diversos e inclusivos
- Formación y talleres de Diversidad e Inclusión para todos los colaboradores
- Formación de liderazgo inclusivo.

Eje	Nuestros Programas y Beneficios
Igualdad de Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> ● Contamos con un Comité de Carrera que nos permite identificar a hombres y mujeres con Potencial de promoción. ● Desarrollamos un Programa de Mentoring 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. Datos ● Aportamos, a través de la Escuela de Líderes Carrefour, una formación integral para así poder potenciar el ascenso hacia cargos jerárquicos. Con 335 participantes, el 25% mujeres.

Ser Padres y Madre sen Carrefour	<ul style="list-style-type: none"> ● Contamos con un programa de Regreso Paulatino 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). ● El programa Back to School permite de manera oficial flexibilizar los horarios para poder asistir a estos eventos de inicio de clases a los colaboradores y colaboradores con hijos e hijas en edad escolar. ● Para los colaboradores con hijos e hijas en edad escolar se flexibilizan sus horarios para organizar y asistir al cumpleaños de ellos. ● En casos de adopción se otorga los mismos beneficios equivalentes para todos los padres y madres. ● Programa de acompañamiento médico a personas embarazadas. <p style="text-align: center;">75% de mujeres han optado por el programa 95% de hombres han tomado el beneficio de paternidad</p>
Equilibrio de vida	<ul style="list-style-type: none"> ● Las personas pueden retirarse 2 horas antes de su jornada de trabajo el día de su cumpleaños. ● Formalizamos un Decálogo de Reuniones Eficaces que permite optimizar las reuniones y mejorar la gestión del tiempo profesional y personal a través de 10 recomendaciones. ● A través del programa Vivir Mejor, se llevan a cabo distintas actividades de deporte, alimentación saludable, acompañamiento nutricional, cuidado, estudio, ocio, entre otras propuestas.
Difusión y formación	<ul style="list-style-type: none"> ● Contamos con espacio para reflexionar acerca de la diversidad. ● Se realizan charlas y talleres en distintos momentos del año con fechas clave para la concientización y la construcción de una cultura por respeto a la diversidad. ● Se comparten campañas de Diversidad e inclusión con distintas interacciones. <p>Algunas de las acciones realizadas durante el año son:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Desayuno a ciegas para más de 80 colaboradores y colaboradoras.. Junto a la ONG Gallito Ciego. > Ferias de inclusión y diversidad, facilitando espacios en nuestras sucursales para que pequeños emprendimientos den a conocer sus proyectos. > Cierre de actividades del curso de Trabajo e inclusión junto a Libertate, con una jornada de recorrido en nuestras sucursales y prácticas de entrevistas grupales. > Degustaciones inclusivas, incorporando catering de jóvenes con discapacidad en los festejos de nuestro calendario.

	<p>> Stands a asociaciones de jóvenes con discapacidad para que puedan ofrecer sus productos y dar a conocer emprendimiento - Jujuy.</p> <p>>Otras actividades internas de concientización sobre temáticas sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Igualdad de derechos de las mujeres - 8 de Marzo - Sesgos de comunicación con enfoque de género - Cartelería interna para compartir sobre cuestiones de género y estereotipos. - Eliminación de Violencia contras las mujeres - Talleres de discapacidad <p>Formación en diversidad e inclusión y comunicación con perspectiva de género para los equipos que comunican y líderes.</p> <p>Todo comunica - Charla en graduación de escuela de líderes Carrefour 2019. + 400 personas.</p> <p>Capacitaciones y seguimiento junto a ONU Mujeres, a través del programa Ganar-Ganar y otras actividades propuestas alineadas a la identificación y eliminación de sesgos de género.</p> <p>Guías de atención a clientes con discapacidad y normativa vigente.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>Además, realizamos junto a la Agencia Nacional de Discapacidad - ANDIS - el diagnóstico de accesibilidad de nuestra sede administrativa, obteniendo un resultado favorable como así también los puntos de mejora.</p> <p>Fuimos reconocidos por la Agencia Nacional de Discapacidad por nuestro trabajo integral.</p>
Hábitos Saludables	<ul style="list-style-type: none"> • A través del Programa Vivir Mejor, nos orientamos a fomentar la adquisición de hábitos saludables, integrar y profundizar las relaciones personales de los colaboradores y colaboradoras, combatir el estrés, minimizar la sensación de rutina y favorecer el trabajo grupal y la sinergia. • Bajo el eje de la nutrición desarrollamos: Día Saludable - Nutricionista Virtual y Consultorio nutricional en sede - Charlas de Seguridad e

	<p>higiene - Campañas de Concientización - Entrega de presentes en fechas especiales (Día de la madre/Día del Padre, etc.) - Clases de funcional - Entrenamiento corredores – Día de la primavera – festejos en familia como Vuelta a clases, día de la niñez, Navidad, entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 tabaquismo y otras adicciones como así también preventivas de enfermedades. • Continuamos con los beneficios a los colaboradores y colaboradoras que están próximos a jubilarse, ofreciendo charlas para que conozca las acciones para obtener el mayor haber que les corresponda, para que puedan gozar de su derecho desde el primer día y planifiquen su futuro conociendo el proyectado de su renta. En este período participaron 46 personas.
--	--

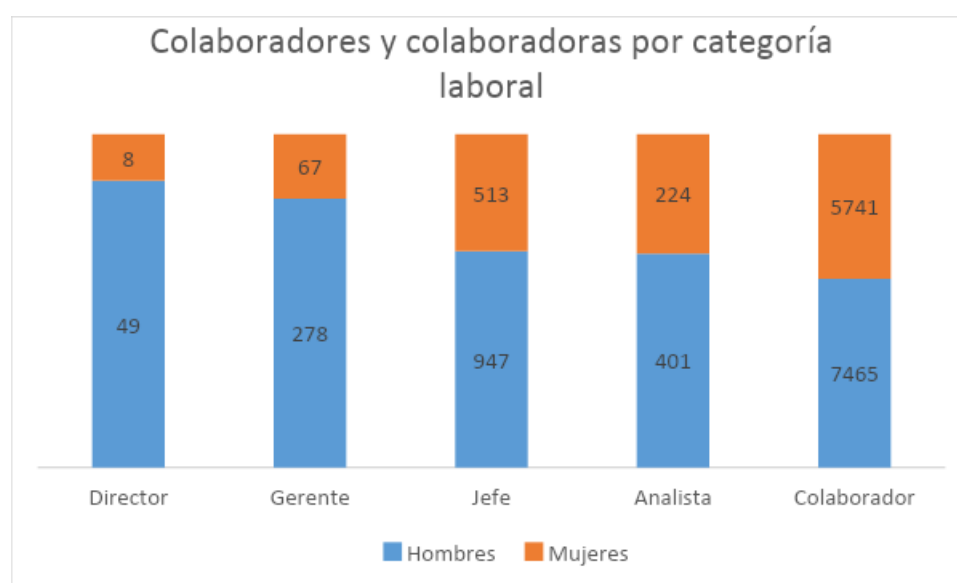
Además, desarrollamos diversas iniciativas que nos permiten abordar la inclusión:

Mujeres Líderes	<p>Nuestro Programa Mujeres Líderes, fomenta el desarrollo de las mujeres dentro de Carrefour Argentina. Este año continuamos trabajando en la consolidación del Programa y 8 miembros del directorio son mujeres.</p> <p><u>19% de las posiciones de liderazgo, están ocupadas por mujeres.</u></p>
Violencia de Género	<p>Nuestro protocolo interno sobre Violencia de Doméstica, establece los criterios de actuación y contención para contener a nuestras colaboradoras que sufren violencia doméstica. Brindamos licencia especial para las mujeres víctimas de violencia, confidencialidad de los casos presentados, traslado de lugar de trabajo o cambio de horario laboral en los casos que fuese necesario y adelanto de sueldo y/o préstamo personal y/o cambio de cuenta sueldo y acompañamiento integral psicológico según corresponda.</p> <p>Se realizan campañas de comunicación en distintos momentos del año para informar a todas las personas de nuestros equipos las herramientas y canales de comunicación disponibles para la activación del protocolo.</p> <p>0800 ACTUAR- A través los distintos canales de comunicación interna y de comunicación de líderes a sus equipos, se comparte permanentemente las herramientas y canales de comunicación disponibles tanto para la activación del protocolo de Violencia Doméstica como para cualquier denuncia de falta ética, abuso, acoso y/o cualquier situación que se desee informar con total confidencialidad y con distintos canales: línea telefónica nacional, línea telefónica global, mail nacional, mail a Grupo Carrefour.</p>

	Al 2019, el protocolo ha sido activado
Jóvenes y Adultos	Para estas poblaciones venimos trabajando desde hace varios años, dándoles la oportunidad de hacer experiencia y crecer en Carrefour, muchas de ellas con su primer empleo.
Discapacidad - Estrategia 360	Desde el año 2015 desarrollamos una estrategia 360° que abarca la inclusión de personas con discapacidad tanto en nuestros equipos como en toda la cadena de valor: clientes y clientas, proveedores, ONGs, comunidad. Además junto a diferentes ONGs e instituciones especializadas en discapacidad, lanzamos 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.

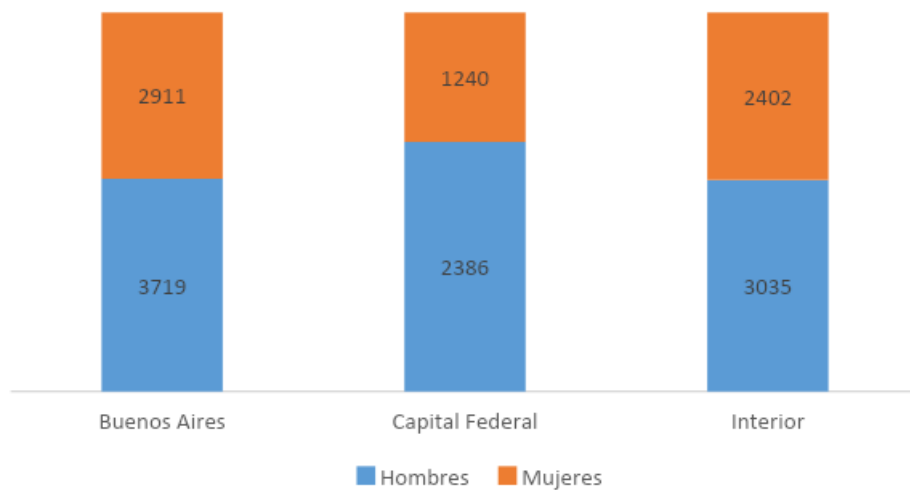
Nuestros indicadores:

Colaboradoras 6.591 - 42% 3630 trabajan jornada completa	Colaboradores 9.102 – 58 % 7665 trabajan jornada completa
100% son contratos laborales permanentes	
94% provienen de la esfera de influencia de las tiendas	
El 96% recibió evaluación de desempeño	
89% de los cargos directivos que proceden de promoción interna	
2 nuevos colaboradores con discapacidad	
La rotación fue 11,75%	

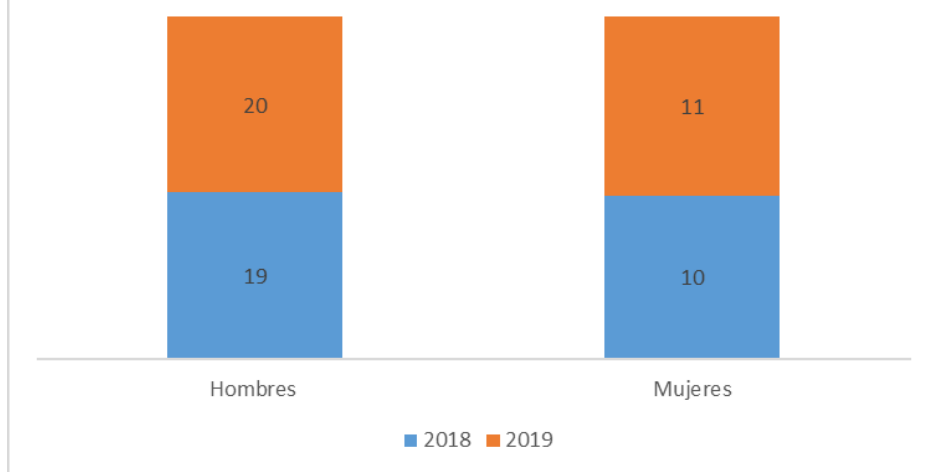


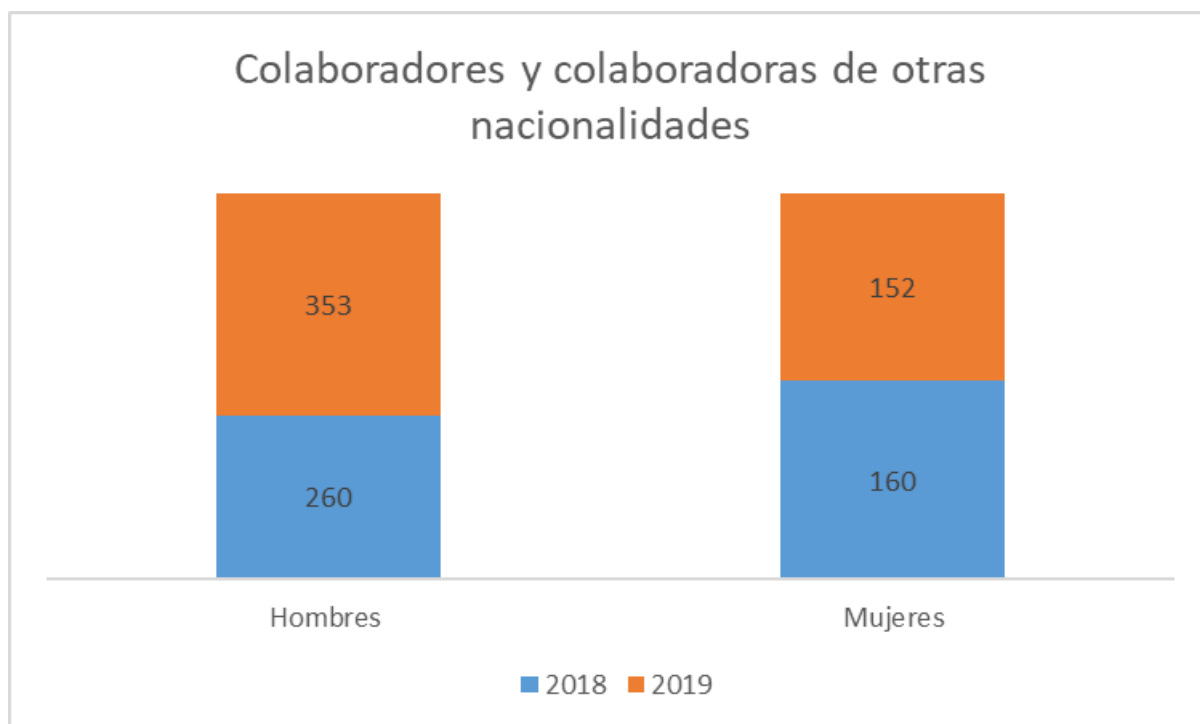
31,57% de los puestos de liderazgo son ocupados por mujeres

Colaboradores y colaboradoras por región del País



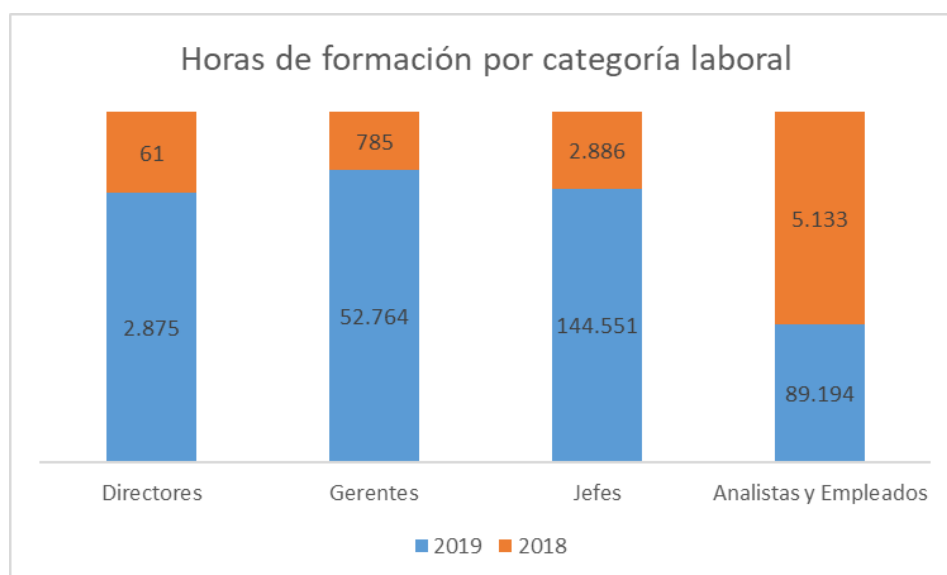
Colaboradores y colaboradoras con discapacidad

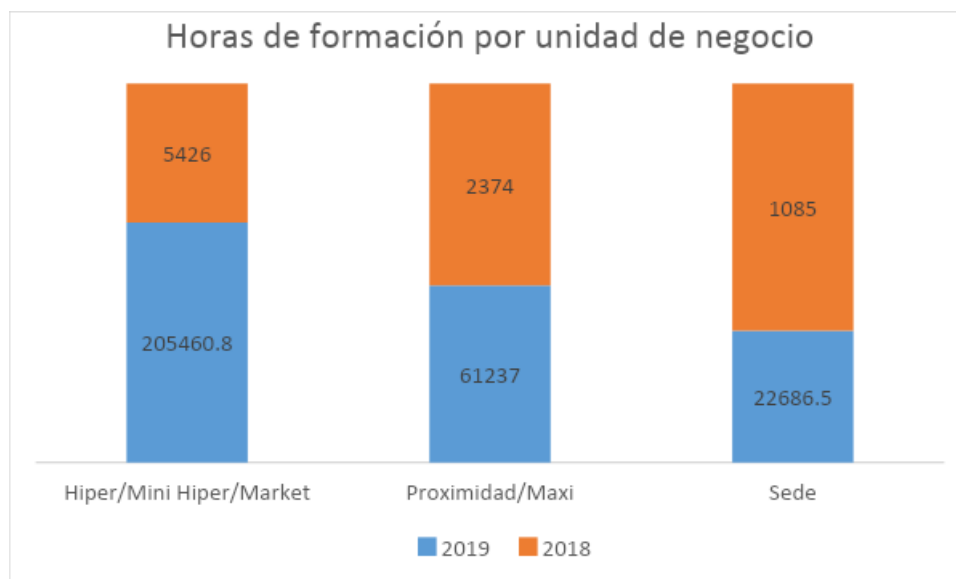




El desarrollo de nuestro personal es fundamental para que puedan transmitir, crecer y evolucionar dentro de Carrefour Argentina.

Durante el 2019 se destinaron 289.384 horas de formación a nuestros empleados y empleadas, con la firme convicción de que la formación de nuestros equipos permiten que sean son más eficientes.





Este año aumentamos en 280.519 Horas las horas brindadas a la formación de nuestros colaboradores y colaboradoras.

Salud y seguridad de nuestros Colaboradores

Nuestra Gerencia de Salud y Seguridad de las personas fija las pautas y los controles necesarios para lograr un entorno de trabajo saludable y seguro.

Durante el año, hemos desarrollado diferentes iniciativas sobre Higiene y Seguridad a todos los ingresantes, realizamos simulacros de evacuación y capacitamos sobre roles y acciones de emergencia a nuestra brigada.

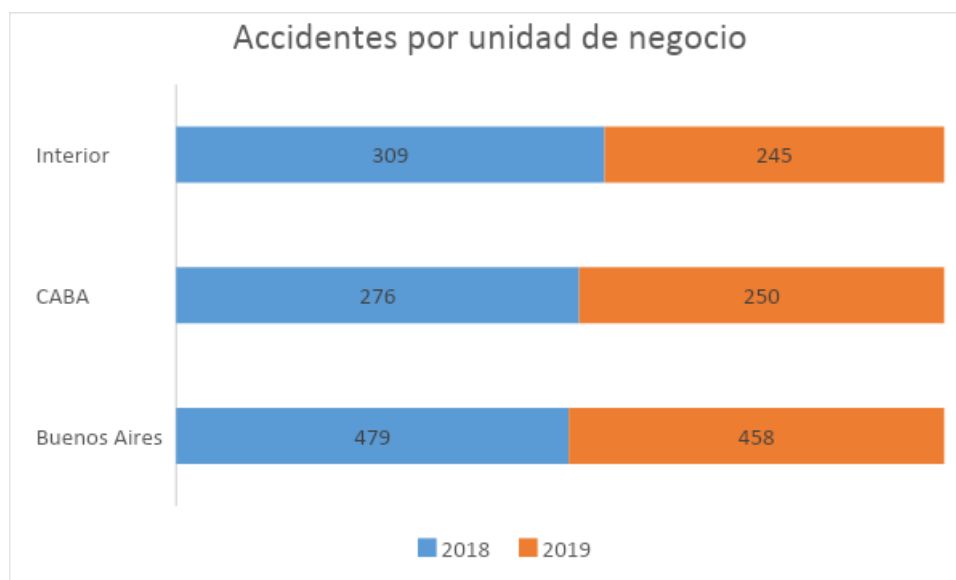
En cuanto a nuestro personal de taller lo capacitamos sobre tareas específicas, manejo seguro de autoelevadores, riesgos en oficina, elementos de protección personal y primeros auxilios.

Por otra parte, nuestros mandos medios reciben manuales de ergonomía 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.

Asimismo, contamos con un área de medicina laboral y un Sistema de atención médica, quienes se encargan de mejorar las condiciones de Salud de los trabajadores y reducir el ausentismo.

Dentro de las medidas de prevención de accidentes se ha adoptado una fuerte política de reducción de la siniestralidad que nos permitió reducir en

un 10,4% los accidentes en el último año.



ACCIONES CONCRETAS - LA HORA SILENCIOSA

En Carrefour, como compañía comprometida con la diversidad, reconocemos, celebramos y respetamos la individualidad de cada persona. La inclusión como resultado de la base en el respeto por la diversidad es el verdadero camino hacia una sociedad más igualitaria y por consiguiente más justa. Por eso, buscamos permanentemente y en proceso de mejora continuo, brindar soluciones concretas y propuestas que sean pasos hacia una sociedad más justa e igualitaria.

Con una mirada 360° del triple impacto del Desarrollo Sostenible, el eje social aborda también las relaciones con nuestros equipos, con clientes, con proveedores y la comunidad toda tanto en acciones relacionadas con nuestro negocio y operación como en la interacción social comunitaria diaria con los distintos stakeholders.

La Hora Silenciosa

Cada martes de 10 a 11 horas y cada jueves de 14 a 15 horas en todos los hipermercados y todos los Markets Carrefour de Argentina, se bajan las luces, se apaga el sonido de la radio, los monitores, carteles destellantes y se despejan los pasillos. Un entorno silencioso con menos estímulos visuales y sonoros para realizar las compras.



Este evento, que se repite semanalmente en las 22 provincias en donde estamos presente, se llama **“La Hora Silenciosa”**. Una iniciativa que tiene el objetivo de brindar un ambiente confortable a clientes y clientas con CEA (Condición del Espectro Autista), a sus familias, y a quienes prefieran lugares con menos ruido, sin música

fuerte ni luces altas para hacer sus compras con prioridad en la atención en la línea de cajas.

La generación de un espacio amigable e inclusivo fomenta no solo el poder compartir en compañía el momento de compra sino y por sobre todo la construcción inicial para la autonomía de niños y niñas con TEA para que, en su adultez, puedan desenvolverse con mayor facilidad en tareas cotidianas como hacer las compras. Una pequeña acción que aporta a la inclusión de personas con discapacidad y con distintas preferencias que visitan nuestras sucursales cotidianamente y que, al mismo tiempo, promueve el desarrollo cultural e igualitario de la comunidad.

El objetivo de esta iniciativa es brindar un ambiente de compra más agradable para que personas con TEA y sus familias, puedan compartir un momento de integración en nuestras tiendas a la vez que permite visibilizar la neurodiversidad y poner en conversación temas que permiten derribar tabúes y construir bases sociales sólidas sobre la importancia de la diversidad y la inclusión en todos los niveles y ámbitos.

¿En dónde? En todas las provincias donde está Carrefour, está La Hora Silenciosa. Esto es, en los formatos Hiper y Market de Buenos Aires, CABA, Catamarca, Chaco, Chubut, Córdoba –incluye el formato Maxi-, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Cruz, Santa Fe, Tierra del Fuego, Tucumán.

Esta propuesta refleja que no solo es posible ofrecer más y mejores opciones accesibles de consumo responsable y alimentación saludable, sino que se puede lograr que las sucursales de Carrefour también sean espacios inclusivos en donde todas las personas se sientan a gusto y bienvenidas a través de una mejor experiencia de compra. Esta iniciativa justamente busca dar respuestas a clientes y clientas con TEA, a sus familias, y a quienes prefieran lugares con menos ruido, sin música fuerte ni luces altas al momento de hacer sus compras.

Se trata de una acción concreta para impulsar mejoras en la sociedad que puedan servir de ejemplo para otros espacios y del involucramiento de nuestros equipos en propuestas inclusivas y de impacto social.

Del sueño a la realidad. Recorrido y aprendizajes

¿Cómo fue posible?

La Hora Silenciosa comenzó en diciembre 2018 en 4 tiendas en un esquema piloto.

En la permanente escucha a nuestros clientes y clientas y el relacionamiento continuo con distintas ONGs que trabajan en la temática, comenzamos a soñar con la idea de que La Hora Silenciosa – en piloto en 4 tiendas a principios de 2019 – pudiera expandirse.

Así, fuimos conversando con distintas asociaciones especialistas en el tema para entender el alcance y posibilidad y también testeo de la iniciativa.

Con el apoyo del Comité Ejecutivo y de la mano de la asociación APADEA exploramos la capacitación y piloto por dos semanas con el fin de comprobar la efectividad de la capacitación y de la implementación para que finalmente el 2 de Abril – Día mundial de Concientización sobre Autismo - 95 hipermercados del país pudieran vestirse de azul y junto a ONGs de todas partes del país, pudiera

llevarse a cabo La Hora Silenciosa. La meta inicial era poder realizarlo en al menos 10 tiendas. Pudimos hacerlo en 95.

Gracias a las valiosas devoluciones de nuestros clientes y clientas y del apoyo de la comunidad de nuestros equipos, no quedaban dudas de que podíamos dar el siguiente paso.

Así, iniciamos el camino de asesoramiento para la implementación en gran escala, realizando distintas reuniones y conversaciones con ONGs de todo el país y reforzando con una Mesa de clientes con TEA y familias TEA para escuchar sus sugerencias, sus opiniones y co-construir de la mejor manera los próximos pasos.

Luego la siguiente meta fue poder implementarla de manera permanente un día semanalmente en los Hipermercados del país. Resultado: Pudimos implementarlo en dos.

Para llevarlo adelante, se trabajó con capacitaciones internas y meses de pruebas piloto. En lo operativo se confirma el funcionamiento de los audios previos al comienzo de La Hora Silenciosa., que no haya sonido de radio, que estén las luces bajas, que se hayan apagado luces intermitentes o destellantes, que los televisores y otros dispositivos electrónicos estén sin sonido, Los pasillos despejados, orden de salón.

De esta manera, en Septiembre 2019, la Hora Silenciosa llega a todos los hipermercados del país de manera permanente todas las semanas en dos días y rangos horarios distintos. Y gracias al compromiso de los equipos y su acompañamiento, en Octubre La Hora Silenciosa se extendió a todos los Markets del país, alcanzando de esta manera estar en todas las provincias en donde estamos presentes.

En cada provincia en donde está Carrefour, está La Hora Silenciosa. Finalmente en noviembre, el Maxi Córdoba se sumó alcanzando las 186 sucursales en Argentina desde Ushuaia hasta Jujuy.

Nos han acompañado ONGs especialistas de todo el país, tanto en el asesoramiento, como en el trabajo conjunto y en la difusión.

Para hacerlo posible, se involucran más de 10.000 colaboradores y colaboradoras que trabajan en las sucursales, distintas áreas del centro de soporte como los formatos Híper, Market y Maxi, la gerencia de sustentabilidad y RSE, comunicaciones, clientes que participan y ONGs que acompañan.

Así, La Hora Silenciosa nos continúa enriqueciendo a través de:

- > Implementación en todos los Hipermercados del país.
- > Implementación en todos los Markets del país
- > Implementación en Maxi Córdoba
- > Feedback continuo de colaboradores y colaboradoras
- > Feedback continuo de ONGs y personas usuarias de LHS.
- > Reconocimientos de interés por distintos organismos tanto ONGs como el Estado en distintos niveles (municipal y provincial).

> Reconocimiento por parte de Grupo Carrefour.

Pero los resultados no son solo de Carrefour sino algunos testimonios compartidos por papás y mamás de niños o niñas con TEA, indicando que por primera vez su hijo adolescente había podido comprar solo en un Supermercado, que había podido ir con su hija a explicarle cómo era el circuito de compra para que pueda hacerlo autónomamente, y por múltiples familias que nos agradecieron y agradecen poder compartir ese momento con una mayor tranquilidad con sus hijos e hijas, tanto como adultos y adultas que nos comparten que utilizan La Hora Silenciosa para poder hacer las compras más distendidamente.

Uno de los principales desafíos fue el de ser la primera cadena de supermercados en implementarlo en Argentina. Por lo que fue fundamental reunirnos con todos los sectores involucrados para explicar la relevancia del proyecto, trabajar en la capacitación de nuestros equipos y conectar con ONGs de padres, madres y personas con TEA para que nos den su mirada y desarrollar, en conjunto, la mejor estrategia para implementarlo.

La Hora Silenciosa es una iniciativa que llega para quedarse y forma parte de nuestro circuito de atención a clientes. Vive en la cultura de Carrefour, en el compromiso de sus equipos y en la permanente búsqueda de oportunidades de mejora y ampliación.



Sumate a
LA HORA SILENCIOSA
en todos los Hiper, Market del país y Maxi Córdoba

¿QUÉ ES?
Es una iniciativa pensada para brindar un ambiente de compra más agradable para personas con TEA (Trastorno del Espectro Autista) o con poca tolerancia a los ruidos, música y/o luces altas.

¿CUÁNDO?
Los **martes** de **10 a 11** y los **jueves** de **14 a 15** hs.

Alianzas para el progreso

Firma de un convenio de colaboración conjunta con el Instituto Nacional de la Mujer (INAM) + Secretaría Nacional del Trabajo + Carrefour Argentina.



Convenio de colaboración para promover la igualdad, la equidad y la erradicación de la violencia de género.



Acuerdo tripartito para trabajar de manera articulada en diferentes acciones que promuevan la igualdad, la equidad y la erradicación de la violencia de género.



De esta manera, reafirmamos nuestro compromiso en el marco del Protocolo de actuación contra la Violencia Doméstica, por el cual ofrecemos herramientas de contención y apoyo a nuestras colaboradoras y colaboradores y sus familias.

Otras iniciativas

- Además, seguimos implementando el desarrollo de productos sociales como el corpiño para personas que hayan atravesado por una mastectomía y corpiño de lactancia, ambos realizados junto al testeo de mujeres reales y con la asesoría permanente de asociaciones expertas.
- Las Tiendas accesibles continúan su esquema piloto, con oportunidad de expansión en algunas de sus propuestas.
- Implementamos subtítulos en todos nuestros videos institucionales
- Realizamos un piloto en folleto accesible - aún en desarrollo.

En el desarrollo del capítulo 2, abordamos la inclusión de pequeñas economías a través del trabajo junto a pymes y micropymes y la creación de ferias en todo el país de emprendimientos locales, regionales, emprendimientos de mujeres y de personas con discapacidad.

Realizamos más de 20 ferias durante el año.



A través de Fundación Carrefour y de nuestro programa de Voluntariado Corporativo “Sumando Voluntades”, expandimos nuestra área de actuación a toda la comunidad.

Además, cada dos años, somos auditados externamente en la certificación GEEIS (Gender Equality European & International Standard), obteniendo como resultado el nivel 3, reportando mejoras desde la última revisión y con un compromiso fuerte y acelerado en la construcción de oportunidades iguales y equitativas para las mujeres.

Capítulo 6: Responsabilidad Social Empresarial



Sumado a todo lo realizado y los planes de acción por cada eje de la Sustentabilidad que acompaña el quehacer diario de nuestra actividad, abordamos la Responsabilidad Social completamente a las acciones de Desarrollo Sostenible de manera que a través de la RSE podamos brindar asistencia a quienes más lo necesitan a la vez que enfocamos los esfuerzos a apoyar proyectos que priorizan la instalación de capacidad en las comunidades y la igualdad de oportunidades para todas las personas.

En ese sentido, tanto a través de nuestras sucursales con iniciativas como colectas de alimentos, de abrigo, donaciones y otras actividades, tanto como desde nuestro programa de Voluntariado corporativo Sumando voluntades, movilizamos a las comunidades y a nuestros equipos por la colaboración solidaria y sostenible por quienes más lo necesitan.

Gracias a Fundación Carrefour Argentina y a Fundación Internacional Carrefour, brindamos asistencia y financiamiento para hacer proyectos de desarrollo sostenible que permitan el crecimiento de las comunidades y las personas en un cuidado integral de progreso.

Sumando Voluntades

Movilizando a nuestros equipos de todo el país, voluntarios y voluntarias de Carrefour se suman a las distintas iniciativas de **Sumando Voluntades**, nuestro programa de voluntariado corporativo, para dejar una huella transformadora en la comunidad donde estamos presentes a la vez que nos enriquece y fortalece como equipo.



Principales acciones de voluntariado

2019

Mesas en la calle Red Solidaria Jornada de voluntariado y donaciones en la que asistimos a personas en situación de calle. 103 voluntarios/as - Jornadas de 4 hs. 412 HS. 	Jornada de Huerta en Olavarría, Moreno y Sede Jornadas de Huerta en escuelas de Moreno y Olavarría. Y también 4 Jornadas de Huerta en Sede. 70 Voluntarios/as - Total de 390 HS. 	Vamos a hacerlo Jornada de limpieza de espacios públicos en áreas cercanas a las tiendas. 71 voluntarios/as - Jornada de 4 hs. 284 HS. 
Cierre de campaña de "Vuelta al cole" Aaer y Vanish Compartimos una jornada con chicos/as de una escuela de Entre Ríos. 5 voluntarios/as - Jornada de 10 hs. 50 HS. 	Día del voluntariado Jornada en el Banco de Alimentos Jornada de clasificación de alimentos. 10 voluntarios - Jornada de 3 hs. 30 HS. 	Redondeo de vuelta Campañas de redondeo de vuelta en la línea de cajas en beneficio de UNICEF y Fundación Huerta Niño. 10417 cajeros y cajeras participantes +13216 HS 
Donación de sangre para el Hospital Garrahan Jornada de donación de sangre en sede. 50 voluntarios/as - 30 min. 25 HS. 	Día de la niñez Hogar de día Cilsa Compartimos una jornada en el Hogar de día de Cilsa para celebrar el día de la niñez. 35 voluntarios/as - 3 hs de jornada. 105 HS. 	Inserción Laboral de jóvenes con discapacidad Jornada interactiva de simulación de entrevistas y dinámicas grupales brindada a jóvenes con discapacidad para primer empleo. 11 voluntarios/as - Jornada de 4 hs. 44 HS. 



Detalle de las principales acciones de voluntariado:



2019



Frío Cero – Mesa en la calle



Jornada de voluntariado junto a Red Solidaria en la que apoyamos hace de 6 años con donaciones y voluntariado en la jornada de "Mesa en la Calle" de la campaña "Frío Cero" en la que acompañamos y asistimos a personas en situación de calle todos los viernes durante otoño e invierno.

Total 103 voluntarios y voluntarias en el año



Construcción de Huertas



Huertas en Olavarría y Moreno: Se realizaron jornadas de huerta con voluntarios/as de tienda y sede. Participaron 40 voluntarios/as



Huerta en Sede: Realizamos 4 jornadas de voluntariado de limpieza, mantenimiento, siembra y cosecha. Las cosechas fue entregada a **Asociación Sonrisas y al Hogar de Niños Leandro Olmos**. Participaron 30 voluntarios/as.



2019



¡Vamos a hacerlo! (World Cleaning day)



Jornada de limpieza de espacios públicos en aéreas cercanas a las tiendas.

Total 71 voluntarios y voluntarias en distintos puntos del país



Vuelta al cole



Jornada de construcción de huerta, de cocina saludable, de buenas prácticas de higiene, de entrega de donaciones, y juegos con los niños de la escuela rural en la provincia de Entre Ríos junto al proveedor Vanish y la Fundación APAER. (Asociación de Padrinos de Escuelas Rurales)

También se entregaron becas a APAER y A CILSA con las que más de 30 jóvenes pudieron llevar a cabo sus estudios durante el año.



2019

Día del Voluntariado – Jornada en el Banco de Alimentos de BsAs



Jornada de clasificación de alimentos en el Banco de Alimentos de Buenos Aires.
Total de 10 voluntarios/as
Luego de la jornada, se lanzó el rescate de alimentos en esas 10 tiendas



Donación de vuelto



Campañas de redondeo de vuelto en la línea de cajas, en la cual los cajeros/as solicitan si los clientes desean donar a favor UNICEF u otra ONG.

> **"Tu cambio puede cambiar vidas" – UNICEF:** (Enero a Septiembre + Diciembre)

Participaron 10111 cajeros/as de la campaña.

> **"Das un vuelto, das una mano" – Fundación Huerta Niño:** (Octubre y Noviembre)

Participaron 7925 cajeros/as de la campaña

Participaron 10417 cajeros/as. En ambas campañas



2019

Hospital Garrahan



Jornada de donación de sangre en sede y tiendas en distintas partes del país durante el año. También se colabora con el Hospital Garrahan en la recolección de materiales reciclables con la que se obtienen fondos para su funcionamiento. 2019: 17.500 kg recuperados.
50 voluntarios/as en Sede



CILSA



Cajeros/as premiados por su labor en la Donación de vuelto fueron invitados a participar de una jornada de voluntariado para celebrar el día de la niñez en el hogar de día de CILSA, en la que compartimos una tarde de juegos y merienda con los chicos/as del hogar.
Participaron 35 voluntarios/as



Inclusión de jóvenes al mundo laboral



Jornada interactiva de simulación de entrevistas y dinámicas grupales brindada a jóvenes con discapacidad para primer empleo.
11 voluntarios/as



Otras acciones de voluntariado

- > Colecta de alimentos – diversas colectas durante el año y destino a muchas asociaciones.
- > Voluntariado saludable - A través de los Superhéroes, se han llevado a cabo muchas acciones como paseos saludables con clientes, actividades deportivas con jóvenes, clases de baile con clientes, clases de gimnasia con clientes.
- > Espacios en tiendas para las Asociaciones a través de facers y stands.
- > Numerosas campañas de sensibilización sobre la solidaridad.



Fundación Carrefour



FUNDACIÓN
Carrefour
ARGENTINA

Durante el 2019, desde Fundación Carrefour continuamos difundiendo diferentes campañas nacionales para abordar los temas de educación, inclusión y diversidad, alimentación y compromiso con el medio ambiente, generando alianzas estratégicas con distintas ONG referentes en cada una de estas temáticas.

Asimismo, continuamos realizando donaciones económicas y de alimentos a entidades que atiendan las problemáticas relacionadas con nutrición, educación, salud, inclusión social y ayuda de emergencia por desastres naturales.

> Medioambiente

Conscientes de que la mejor manera de promover iniciativas a favor del medioambiente es a través de acciones concretas y campañas de concientización, en el año 2019 la Fundación Carrefour realizó diversas campañas e iniciativas:

- *Fundación Vida Silvestre*

Apoyamos la Campaña La Hora del Planeta, uno de los eventos de concientización ambiental más importantes del mundo, impulsado por la Organización Mundial de Conservación de la Vida Silvestre (WWF). Esta Campaña fue creada para demostrar en forma simbólica que gobiernos, empresas e individuos, pueden trabajar juntos por un planeta vivo. Fundación Vida Silvestre Argentina coordinó y llevó a cabo esta campaña de WWF en Argentina realizando la Carrera por La Hora del Planeta de 3K y 10K, bajo el lema “Conectate con la naturaleza”.

- *Impulsar Proyectar Tigre*

A través de la Campaña de Vamos a Hacerlo, Argentina, un movimiento que trabaja para eliminar basurales ilegales por medio de jornadas de capacitación y limpieza masiva, concientizando a la población sobre la gestión de residuos, la Fundación Carrefour colaboró con la compra de kits de limpieza para las brigadas de voluntarios que colaboraron con la limpieza de los basurales en diferentes zonas del País en 19 provincias donde se sumaron más de 70 voluntarios y voluntarias de las sucursales de Carrefour.

> Nutrición

A través de Fundación Carrefour, buscamos constantemente concientizar acerca de la importancia de mantener una alimentación saludable y nutritiva a través de campañas y en alianza con ONGs referentes en esta temática. Por esta razón, renovando nuestro compromiso con la nutrición y el bienestar de los niños, niñas, adolescentes y quienes más lo necesitan en nuestro país, nos aliamos con Fundación Huerta Niño, Red Argentina de Banco de Alimentos, Manos Abiertas, entre otras, abarcando la asistencia alimentaria a distintas partes del país.

> INCLUSIÓN SOCIAL Y EDUCACIÓN:

Por otra parte, incentivamos la inclusión social, a través de acciones concretas y campañas:

- *CILSA*: realizamos aportes que fueron destinados a su programa de becas de educación superior, acompañando, de esta manera, a estudiantes con discapacidad y en situaciones de vulnerabilidad socioeconómica.
- *APAER*: comprometidos con la educación de niños, niñas y adolescentes de nuestro país, Fundación Carrefour junto con APAER llevó adelante un programa de becas para que alumnos del nivel de estudio secundario puedan terminar sus estudios. Durante 2019 el acompañamiento de Fundación Carrefour a APAER permitió la asistencia a estudiantes en las provincias de Chaco, Formosa y el Delta de Buenos Aires.

Además, durante este año, también aportamos a la construcción de un edificio propio que permitirá albergar a más 35 alumnos y alumnas de la escuela 156 de Campo Araoz – Chaco, que viven a más de 25 km de allí.

FUNDACIÓN INTERNACIONAL CARREFOUR



Durante 2019, llevamos a cabo la coordinación y seguimiento de los proyectos aprobados en el año 2018 y 2019 por Fundación Internacional Carrefour donde se realizó una convocatoria nacional de ONGs, dirigida a organizaciones que aborden la temática Alimentación. Se llevó a cabo con más de 170 proyectos de todo el país, resultando ganadores por voto del público, de los siguientes proyectos:

- *SonRisas para los chicos Asociación Civil - Proyecto 1000 Días para toda la vida:* el proyecto consiste entre otros contenidos, acompañar a las madres y sus niños y niñas desde la concepción y hasta los 3 años de edad con un equipo de profesionales (obstetras, pediatras, nutricionistas, especialistas en neurodesarrollo y trabajadores sociales) para detectar en forma temprana las necesidades a ser atendidas, principalmente las alimenticias y ligadas a la nutrición que son muy importantes durante estos primeros años de vida para el desarrollo del cerebro. El programa hará foco en la Nutrición y Estimulación temprana.
- *Scouts de Argentina - Proyecto Al fuego!:* el proyecto consistirá en brindar oportunidades, experiencias y talleres educativos sobre alimentación saludable a niños y niñas de entre 7 y 14 años en situación de vulnerabilidad, dictando talleres en alimentación. Este proyecto les permitirá fortalecer la infraestructura y apoyar la acción educativa de los 84 grupos scouts en contextos de vulnerabilidad de nuestro país, incorporando habilidades y competencias en nutrición y alimentación en los niños y niñas que participen, pero también en sus familias y hogares, generando un efecto multiplicador.
- *Pequeño Cottolengo Argentino Don Orione de Claypole - Pequeña Obra de la Divina Providencia - Proyecto Amor de Cocina:* el proyecto de equipamiento permitirá mejorar el cuidado en la recepción, acopio, elaboración y distribución de los alimentos, lograr el cuidado y los controles de calidad en la alimentación, disminuir los accidentes durante las tareas en la cocina, y evitar el desperdicio de alimentos.

- *Haciendo Camino - Proyecto Construcción Centro de prevención de desnutrición infantil en Colonia Dora:* el Proyecto consiste en la construcción de un nuevo Centro de Prevención de Desnutrición Infantil y la implementación de programas sobre Nutrición, Embarazadas, Primera Infancia y Oficios. Un equipo interdisciplinario de 15 profesionales formado por pediatra, nutricionistas, estimuladora temprana, maestra jardinera, trabajadores sociales, educadores sanitarios, talleristas, brindaran asistencia personalizada a las madres y niños.
- Otros proyectos:
 - ✓ *Fundación Conin, adquisición de unidad móvil pediátrica.*
 - ✓ *Fundación Huerta Niño, construcción de huertas comunitarias en escuelas rurales.*
 - ✓ *Fundación Banco de Alimentos, compra de camión para transporte de alimentos.*
 - ✓ *Fundación Margarita Barrientos, compra de Foodtruck para asistir con alimentos a personas en situación de calle.*

APAER, proyecto “Agua Segura”, programa de potabilización de agua en zonas rurales del país donde no cuentan con el acceso al agua.

FONDATION  D'ENTREPRISE Carrefour				2019
 <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin: 5px auto;">Alimentación</div> <ul style="list-style-type: none"> 136 personas. Construcción del nuevo centro de “Colonia Dora”. Implementación de programas de Nutrición, de embarazadas y oficios. Adquisición del equipamiento sanitario y amoblamiento de la cocina. ALCANCE: Provincia de Santiago del Estero <div style="display: flex;">   </div>	 <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin: 5px auto;">Alimentación</div> <ul style="list-style-type: none"> 400 familias. Distribución de canastos de alimentos, contribuyendo al desarrollo de una nutrición equilibrada. Compra de insumos destinados al cuidado de la salud e higiene. Contratación de una Licenciada en Enfermería y una Trabajadora Social. ALCANCE: Provincia de Buenos Aires. Monte Grande. <div style="display: flex;">   </div>	 <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin: 5px auto;">Alimentación</div> <ul style="list-style-type: none"> 800 personas. Adquisición de equipamiento e insumos de trabajo. Mejoras sustanciales en el tratamiento de los alimentos. Compra de tráiler para transporte de alimentos. ALCANCE: Provincia de Buenos Aires. Claypole. <div style="display: flex;">   </div>	 <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin: 5px auto;">Nutrición</div> <ul style="list-style-type: none"> 3000 niños y niñas. Equipamiento de cocina para los grupos de niños y niñas, y sus comunidades scouts. Talleres educativos de alimentación saludable. Confección y realización de un menú de campamento por parte de los niños y niñas. ALCANCE: 13 provincias <div style="display: flex;">   </div>	

Capítulo 7: Nuestro Reporte

Sobre nuestro Reporte

Este es nuestro nuevo Reporte que elaboramos desde Carrefour Argentina para brindar información transparente y sistematizada sobre nuestro desempeño económico, social y ambiental a todos nuestros grupos de interés. El Reporte presenta los avances en nuestra gestión sustentable durante el periodo comprendido entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2019, incluyendo indicadores comparativos correspondientes a períodos anteriores.

Nuestro Reporte ha sido elaborado bajo lineamientos y estándares internacionales de transparencia y rendición de cuentas. Este informe ha sido elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI (Global Reporting Initiative). Además, el compromiso de Carrefour Argentina con la sustentabilidad se manifiesta a lo largo del Informe en la contribución a los ODS, comunicaciones del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y principio de empoderamiento de las Mujeres (Naciones Unidas)

Análisis de Materialidad

Continuando con el proceso de revisión de nuestros temas materiales, teniendo como objetivo la verificación de los asuntos estratégicos de alto impacto para nuestro negocio, el sector retail y para nuestros grupos de interés, reforzamos nuestras prioridades alineadas a los del Grupo Carrefour:

NUESTROS EJES	NUESTROS TEMAS MATERIALES
ANTIDERROCHE	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
BIODIVERSIDAD	Deforestación
	Agroecología
	Pesca sustentable
	Apicultura sostenible
SOCIOS	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
DIVERSIDAD Y DINAMICA SOCIAL	Desarrollo de la diversidad e igualdad de oportunidades
	Promoción de empleo en jóvenes
	Promoción de la diversidad de género 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 Diálogo Social
	Clima laboral
	Voluntariado corporativo. Promover la solidaridad en nuestros colaboradores

Grupos de Interés: Relaciones que construyen

Comunicar las acciones, los logros y los principales desafíos forma parte de nuestra cultura de construcción de relaciones a largo plazo con grupos de interés y principalmente de nuestros clientes y clientas para quienes es clave la información de nuestro desempeño.

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
	Compromiso con la comunidad		X
SOCIOS	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

Índice de contenidos

Estándar GRI	Contenido	Capítulo y/o Respuesta	Omisión	ODS
Contenidos generales				
GRI 102: Declaraciones generales 2016	Perfil de la Organización			
	102-1 Nombre de la organización	1		
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	1		
	102-3 Ubicación de la sede	1		
	102-4 Ubicación de las operaciones	1		
	102-5 Propiedad y forma jurídica	1		
	102-6 Mercados servidos	1		
	102-7 Tamaño de la organización	5		
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	2		8.5, 10.3
	102-9 Cadena de Suministro	2		
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	2		
	102-11 Principio o enfoque de precaución	1		
	102-12 Iniciativas externas	1,2 y 6		
	102-13 Afiliación a asociaciones	1,2 y 6		
	Estrategia			
	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Carta Ceo		
	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	1 y 7		
	Ética e Integridad			
	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	1		

	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	1		
	Gobernanza			
	102-18 Estructura de gobernanza	1		
	102-19 Delegación de autoridad	1		
	102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	1		
	102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	7		
	102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	1		
	102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	1		
	102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	1		
	102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	1		
	102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	1		
	102-31 Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	1		
	102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	1		
	102-33 Comunicación de preocupaciones críticas	1		
	102-37 Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	7		
	102-38 Ratio de compensación total anual	Las políticas de confidencialidad de datos de Carrefour no permiten la publicación de esta información.		

	102-39 Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual	Las políticas de confidencialidad de datos de Carrefour no permiten la publicación de esta información.		
Participación de los Grupos de Interés				
	102-40 Lista de grupos de interés	7		
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	5		8.8
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	7		
	102-43 Enfoque sobre participación de los grupos de interés	7		
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	7		
Prácticas para la elaboración de informes				
	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	En el balance financiero de la compañía están alcanzadas las mismas entidades que se incluyen en este Reporte de Sustentabilidad. Este Reporte incluye los resultados de INC S.A		
	102-46 Definición del contenido de los informes y la cobertura del tema	Tabla de contenido		
	102-47 Lista de los temas materiales	7		
	102-48 Reexpresión de la información	No existe		
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	Este reporte se realiza de forma anual.		
	102-50 Período objeto de la memoria	1/01/2019 - 31/12/2019		

	102-51 Fecha del último informe	2017/2018		
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	Anual		
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	ar_sumando_voluntades@carrefour.com		
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	7		
	102-55 Índice de Contenidos GRI	Tabla Contenidos		
	102-56 Verificación externa	-	X	
Temas materiales				
Temas económicos				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	2 y 6		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	2 y 6		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	2 y 6		
GRI 203: Impactos Económicos Indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructura y servicios apoyados	2 y 6		9.4
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	2 y 6		1.2, 2.3, 8.5
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	2		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	2		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	2		
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	2		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	2		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	2		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	2		

GRI 205: Anti corrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	2		
	205-2 Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	<p>El Código de Conducta Profesional de Carrefour es el marco ético en el que los colaboradores y colaboradoras deben ejercer su actividad profesional diaria, dando prioridad al respeto de la ética y la legalidad. Todos los colaboradores y colaboradoras al ingresar a la Compañía se comprometen a respetar el Código y los “Principios de Actuación y Comportamiento”, que comprenden las temáticas de respeto por la legalidad, rechazo a toda forma de corrupción y prácticas leales y transparentes. Para asistir a los colaboradores y colaboradoras a adoptar el Código realizamos campañas de comunicación y utilizamos distintas piezas gráficas y audiovisuales en nuestra intranet.</p>		

		carteleras internas, pantallas y mailing		
	205-3 Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	No se han confirmado		
Temas ambientales				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	4		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	4		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	4		
GRI 301: Materiales 2016	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	4		
	301-2 Insumos reciclados	4		12.2, 12.5
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	4		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	4		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	4		
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	4		7.4, 12.2
	302-4 Reducción del consumo energético	4		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	4		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	4		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	4		
GRI 303: Agua y Efluentes 2018	303-5 Consumo de agua	4		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	4		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	4		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	4		

GRI 304: Biodiversidad 2016	304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	4		
	304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	4		
	304-3 Hábitats protegidos o restaurados	4		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	4		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	4		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	4		
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	4		
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	4		
	305-5 Reducción de las emisiones GEI	4		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	4		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	4		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	4		
GRI 306: Efluentes y Residuos 2016	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	4		6.3, 12.5
	306-3 Derrames significativos	4		6.3, 14.1
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	4		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	4		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	4		
GRI 307: Cumplimiento ambiental 2016	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	4		
Temas sociales				

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	5		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	5		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	5		
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	5		5.1, 8.5, 8.6, 10.3
	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales		No existen diferencias entre los beneficios otorgados a los empleados a tiempo parcial como temporales.	
	401-3 Permiso Parental	5		5.1, 8.5
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	5		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	5		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	5		
GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	5		8.8
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	5		
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	5		
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	5		
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	5		
	403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	5		

	403-9 Lesiones por accidente laboral	5		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	5		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	5		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	5		
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	5		5.1, 8.5, 10.3
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	5		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	5		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	5		
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	5		
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	5		5.1, 5.5, 8.1
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	5		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	5		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	5		
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	En 2019 no se presentaron casos ni denuncias de discriminación.		5.1, 8.8
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	5		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	5		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	5		
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016	407-1: Operaciones y proveedores cuyos derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	5		8.8

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	5		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	5		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	5		
GRI 408: Trabajo Infantil 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	5		8.7, 16.2
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	5		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	5		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	5		
GRI 409: Trabajo Forzoso u Obligatorio 2016	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	5 y 6		8.7
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	5 y 6		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	5 y 6		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	5 y 6		
GRI 412: Evaluación de los derechos humanos 2016	412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	5 y 6		
	412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	6		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	6		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	6		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	6		
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	6		
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	6		1.2, 2.3
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	2		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	2		

	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	2		
GRI 414: Evaluación Social de los Proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	2		5.2, 8.8
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	2		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	3		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	3		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	3		
GRI 416: Salud y Seguridad de los Clientes	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	3		
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios		En 2019 no hubo casos que impliquen incumplimientos asociados a la salud y seguridad de las categorías de productos.	
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	2		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	2		
	103-3 Evaluación del Enfoque de gestión	2		
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016	419-1 Incumplimiento de leyes y normativas en los ámbitos social y ambiental		En 2019 no hubo incidentes significativos fruto del incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico.	
Indicadores que responden a los criterios de COP de los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas.				

Proceso de elaboración de la memoria de sostenibilidad

Coordinación general

Gerencia de Sustentabilidad y RSE, Dirección de Asuntos Corporativos

Creatividad, diseño, contenidos y producción:

Dirección de Asuntos Corporativos

Asesoramiento y asistencia técnica para la confección del Reporte

Crowe

Por cualquier consulta o sugerencia, se puede contactar con nosotros a la dirección de correo ar_sumando_voluntades@carrefour.com, Yamila_scollo@carrefour.com.