

# CIMIENTOS PARA EL FUTURO

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD  
/ 2017 / LIBERTAD S.A.



**Libertad**



## Créditos:

### Jean Christophe Tijeras

Director General de Libertad

### Diego Martín Sabat

Dirección de Legales y Relaciones Institucionales

### Viviana Soria

Líder de Sustentabilidad

### LIBERTAD S.A.

Fray Luis Beltrán y Manuel Cardeñosa.

5000 Córdoba. Argentina.

Tel. 54-351 474-7200

Fax. 54-351 474-7229

### Facilitadores externos

Alicia Rolando de Serra

ARS REPORTE SUSTENTABLE

[www.ars-reportesustentable.com](http://www.ars-reportesustentable.com)

### Edición de contenidos:

Marcela Farré

Carolina Lamas

### Diseño gráfico:

Quinta Pata - Usina Creativa

# Índice de CONTENIDOS

|  |    |  |     |
|--|----|--|-----|
| Cimientos para el futuro   | 04 | Una empresa proactiva por el medio ambiente.   | 100 |
| Bases sólidas para crecer  | 12 | Un socio de confianza                          | 122 |
| Una gestión comprometida   | 24 | Compromisos y Desafíos 2018                    | 132 |
| Juntos en acción:<br>Sustentabilidad Libertad                    | 34 | Anexo 1: Temas materiales, alcance y cobertura | 136 |
| Un actor local solidario: Consolidando nuestro compromiso social | 44 | Anexo 2: Índice de contenido GRI               | 143 |
| Una cadena responsable: Nuestros clientes nos impulsan a crecer  | 60 |  |     |
| Un empleador comprometido:<br>¡Un gran equipo!                   | 78 |  |     |





# 01

## Cimientos para **EL FUTURO**

### UN CAMINO PARA CRECER

Carta del Director

6

### COMPROMETIDOS CON EL FUTURO DE LIBERTAD

Carta del Comité Ejecutivo

9

Quiénes somos. Comité Ejecutivo

10





2017



# Un camino para **CRECER** Carta del Director

102-14



**Jean Christophe Tijeras**

DIRECTOR GENERAL LIBERTAD S.A.

## UN TRABAJO SOSTENIDO EN EL TIEMPO

**Creemos en el futuro y queremos ser líderes de esa esperanza.** Con esa convicción, tenemos el orgullo de presentar hoy nuestro Cuarto Reporte de Sustentabilidad, cuyos resultados de 2017 evidencian un trabajo sostenido en el tiempo, tanto en el sector de venta minorista como inmobiliario, con nuestros paseos comerciales. Estos logros constituyen cimientos sólidos, basados en políticas claras, desde las cuales trabajamos. **Nuestras acciones están centradas en cinco Responsabilidades, que han sido definidas en nuestro programa Juntos en Acción,** y me complace destacar algunos resultados alcanzados en 2017, con el esfuerzo de todos los que hacemos Libertad.

## ACTOR SOLIDARIO

Con el foco puesto en el bienestar de los niños, continuamos trabajando en alianza con organizaciones cuyo objetivo es la nutrición infantil. Gracias a la campaña “Derroche de alimentos Cero”, entregamos 44 toneladas de alimentos, a lo que se suman las diversas campañas y colectas para la alimentación de los niños.

**>>> En donaciones de alimentos aportamos 18 % más que en 2016.**

## CADENA RESPONSABLE

En 2017 llegamos a más de 5 millones de clientes con propuestas de consumo responsable y saludable, y promociones pensadas para la economía familiar, entre otras.

**>>> El 100% de los productos de marca propia cumplen rigurosamente las normas de calidad de IFS (International Featured Standards), garantizando seguridad alimentaria en todas nuestras tiendas.**



## EMPLEADOR COMPROMETIDO

Buscamos el progreso de nuestros colaboradores, y lo hacemos a través de programas que persiguen el desarrollo y bienestar para ellos y sus familias. Los datos de 2017 muestran que logramos un nivel alto de estabilidad laboral, respetando la igualdad y promoviendo el desarrollo, además difundimos entre todos los colaboradores nuestro programa “Los honestos somos más”, que sensibiliza contra cualquier modo de corrupción.

**>>> El 97% de la planta tiene contrato permanente y el 46% de ellos son mujeres. Dedicamos más de 47 mil horas a la capacitación.**

---

## PROACTIVOS POR EL MEDIO AMBIENTE

Incrementamos el recupero de residuos para su reciclado, en alianza con socios estratégicos. También limitamos la cantidad de residuos y logramos una mayor eficiencia energética.

**>>> Desde que nos propusimos esta responsabilidad en 2012, redujimos en 71% las toneladas de papel. Entre 2016 y 2017, disminuimos 44,5% la entrega de bolsas plásticas.**

---

## SOCIO DE CONFIANZA

Nuestros proveedores son aliados en la construcción de un mundo sustentable, por eso extendemos hacia ellos nuestras políticas, como por ejemplo la invitación a adherirse a la “Carta Ética” de Libertad, un compromiso con los Derechos Humanos, Laborales y a la Lucha contra la Corrupción.

**>>> En 2017 incorporamos en esa Carta los asuntos de lavado de activos, cuidado del medio ambiente y protección animal. Además, buscamos promover proveedores locales, que hoy representan el 88% del total.**

**Este Cuarto Reporte representa, así, la consolidación de nuestras políticas,** que nos unen a las prácticas del Grupo Casino y Éxito, que conformamos. Alineados en objetivos exigentes, este año 2018 trabajaremos en cuatro ejes, que son nuestro compromiso social:

- Reducir aún más el derroche de alimentos.
- Aplicar un plan de gestión de residuos, tanto propios como los que acarrea el consumo.
- Desarrollar un plan de mecenazgo social, apadrinando comedores de nuestra comunidad inmediata, que trabajan por la nutrición de los niños más vulnerables.
- Incentivar el consumo responsable de nuestra gente, colaboradores y clientes, dando herramientas que les permitan mejorar su alimentación, reducir el derroche de alimentos y aprender sobre el cuidado del medioambiente.
- Enmarcamos nuestro trabajo en políticas de responsabilidad social porque queremos crecer junto a nuestros colaboradores, clientes, proveedores, socios y la comunidad donde estamos. En 2018 continuaremos reforzando nuestros compromisos, asociados a los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas al cual nos hemos adherido y que, sin duda, nos marcan el camino de crecimiento que estamos transitando.

*Jean Christophe Tijeras*



**Creemos en el futuro y queremos ser líderes de esa esperanza.**





**# LIBERTAD ES  
SUSTENTABLE**

# Comprometidos con **EL FUTURO DE LIBERTAD**

## *Carta del Comité Ejecutivo*

102-14

Sentimos una gran satisfacción al ser parte de Libertad y de contribuir a su gestión sustentable; creemos en ella y trabajamos a diario por sus objetivos, cada uno desde su Dirección.

Este Reporte de Sustentabilidad 2017 muestra logros construidos junto a nuestra gente. Los resultados nos fortalecen y sostienen en nuestra meta, a la vez que nos exigen y comprometen a seguir creciendo: ¡Nos sentimos comprometidos!

Contamos con buenos cimientos y con un equipo de colaboradores, cuya labor construye la sustentabilidad en acciones cotidianas; junto a los clientes, a los proveedores, a los socios y a la comunidad.

Este año 2018 continuamos en ese rumbo, por un camino que se ha consolidado, deseando que este Reporte sea una invitación a profundizar el esfuerzo por la meta, porque creemos que **#LibertadEsSustentable**.



## QUIÉNES SOMOS. COMITÉ EJECUTIVO

102-18

El Comité Ejecutivo tiene la responsabilidad de hacer que la estrategia corporativa sea una realidad, liderando a sus equipos para que las acciones de cada uno reflejen los valores de Libertad.

Está compuesto por un Director Ejecutivo, seis Directores de áreas y una Gerenta.



**JEAN CHRISTOPHE TIJERAS**   
**DIRECTOR GENERAL**  
@jeanchristophetijeras

*#LibertadEsSustentable* porque nuestras políticas se ordenan hacia el futuro, previendo el crecimiento del negocio en armonía con los intereses sociales, económicos y ambientales de todos nuestros públicos.



**DANIEL PERALTA**   
**DIRECTOR DE SERVICIOS CORPORATIVOS**  
@danielperalta

*#LibertadEsSustentable* porque cuidamos a nuestra gente, generando oportunidades de desarrollo, bienestar y seguridad, guiados por una conducta ética.



**DIEGO MARTIN SABAT**   
**DIRECTOR DE LEGALES  
Y RELACIONES INSTITUCIONALES**  
@diegomartinsabat

*#LibertadEsSustentable* porque tenemos un plan de Responsabilidad Social donde la ética y el respeto por los derechos guían nuestras prácticas en todos los ámbitos, con un enfoque de gestión centrado en las personas ante todo.



**RENZO RICCI**   
**DIRECTOR COMERCIAL FOOD**  
 @renzor Ricci

*#LibertadEsSustentable* porque nuestras estrategias comerciales tienen en cuenta la salud, bienestar y economía de nuestros clientes, en alianza con los proveedores como socios.



**JACQUES MOLINA**   
**DIRECTOR COMERCIAL NON FOOD**  
 @jacquesmolina

*#LibertadEsSustentable* porque trabajamos en sinergia con el grupo, con la responsabilidad de incorporar más beneficios para nuestros clientes.



**RODRIGO BARRAZA**   
**DIRECTOR DE OPERACIONES & SUPPLY CHAIN**  
 @rodrigobarraza

*#LibertadEsSustentable* porque ponemos la innovación al servicio de mejorar la calidad del trabajo en todas las áreas y procesos, y esto siempre al servicio de nuestro objetivo central: el cliente.



**RAMÓN QUAGLIATA**   
**DIRECTOR REAL ESTATE**  
 @ramonquagliata

*#LibertadEsSustentable* porque el negocio inmobiliario se integra en su modelo de negocio, potenciando las oportunidades de crecimiento para más públicos.



**REGIS MORATIN**   
**DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS**  
 @regismoratin

*#LibertadEsSustentable* porque aseguramos una gestión sana y transparente de las finanzas, con acciones pensadas a largo plazo; y lo hacemos con una estricta conducta ética.



**SILVINA CHIALVA**   
**GERENTA DE MARKETING**  
 @silvinachialva

*#LibertadEsSustentable* porque promovemos buenas prácticas para nuestros clientes, tanto en hábitos saludables como en el cuidado del ambiente y la economía familiar.

# 02

## Bases sólidas **PARA CRECER**

Nuestra Historia 14

---

La meta de nuestra trabajo 16

---

Nuestros valores 17

---

Libertad está cerca 18

---

Modelos de crecimiento 19

---

Marcas propias 22

---

Elaboración propia 23

---





# Bases sólidas **PARA CRECER** *Nuestra historia*

102-2; 102-7

## **CRECEMOS CON FUERZA PORQUE TENEMOS RAÍCES PROFUNDAS**

Nos sentimos consolidados para expandir nuestra organización y hacerla sustentable, porque venimos de más de 30 años de experiencia, construyendo el Mundo Libertad.



Se inaugura un gran emprendimiento, con los **Paseos Comerciales** (Villa Rivera Indarte, Ciudad de Córdoba; y Villa María, Córdoba).

2008

**Salta, Rosario y Mendoza** conocen Libertad, que lidera así el sector norte y centro del país.

2000

Se suman más locales en todo el país. **Libertad pasa a formar parte del Grupo Casino**, una de las mayores empresas de distribución a nivel mundial.

1998

Nuevos locales se inauguran en **Córdoba, Santiago del Estero, Chaco y Tucumán**. Libertad se convierte en el primer Hipercenter de Argentina, al abrir centros con productos de alimentación, recreación y hogar.

1996

**Tucumán**. Libertad lleva el Primer Hipermercado al interior del país.

1993

Primer Autoservicio Mayorista de Córdoba, en la calle Libertad, de donde toma el nombre. Se abrirán luego locales minoristas en esta ciudad.

1989

**Córdoba**. Libertad es una pequeña fraccionadora y distribuidora de azúcar, con 3 empleados.

1986



2010

Se suma el **Paseo Rafaela** consolidando más la expresión de nuestro modelo Real Estate.

2012

Se inaugura el primer **Mini Libertad**, que hoy son 10 propuestas del formato "ceranía".

2015

Nos integramos al **Grupo Sudamericano Éxito**, conformando una plataforma líder en **Colombia, Brasil, Uruguay y Argentina**, con alcance sobre el 75% de la población.

2016

Nace el formato **Petit Libertad** en Córdoba, que hoy tiene 4 tiendas con productos seleccionados. Comienza el Proyecto Patagonia (expansión de Paseos Comerciales) y el Proyecto London, aplicado en el marco de la sinergia con Grupo Éxito de Colombia en las ventas de textil con #Moda en Libertad.

2017

Se consolida un modelo de expansión líder en sustentabilidad. El **Proyecto London** se consolida porque **#Moda en Libertad llega a los 15 Hipermercados**. El **Proyecto Patagonia** avanza con la remodelación del Paseo San Juan, Salta, Paseo Rivera y Resistencia. Se inaugura el concepto **Fresh Market** con la instalación de sectores especiales dentro de los hipermercados para la venta alimentos frescos, gourmet y saludables.



# LA META

## de nuestro trabajo

“La gente dirá que es el mejor lugar para trabajar, los clientes que es el mejor lugar para hacer sus compras y pasear, nuestros accionistas que es el mejor lugar para invertir, y la comunidad que es el mejor lugar para vivir”.



“ El norte de nuestro trabajo es el cliente. ”

# Nuestros VALORES

102-16

## SIMPLICIDAD

Hacer las cosas de manera sencilla y práctica.

## EXCELENCIA

Ser los mejores en lo que hacemos.

## INNOVACIÓN

Animarnos a cambiar proponiendo novedades.

## HONESTIDAD

Tener una conducta ejemplar.

Estas son nuestras bases, los cimientos sólidos que nos permiten crecer, expandirnos, apostar al futuro y establecernos en la comunidad, cerca de la gente.

# Libertad ESTÁ CERCA

102-2; 102-7

Desde que nació hace 32 años, **Libertad** se convirtió en una organización líder, porque hizo de la innovación su estrategia fundamental. Desde entonces ha buscado crear valor, brindando servicios, e incorporando nuevos conceptos en la comercialización de productos de consumo masivo –sector Retail- que contribuyan a mejorar la calidad de vida de las personas.

En este trayecto, llegó el momento de ampliar la visión del negocio, sumando servicios inmobiliarios (Real Estate) con 15 grandes Paseos Comerciales. Hoy somos líderes en ambos sectores –Retail y Real Estate- en la región donde operamos, centro y norte de la Argentina.

La expansión vivida por Libertad nos ha permitido estar más cerca de la gente.

+ de 5.000.000  
de clientes



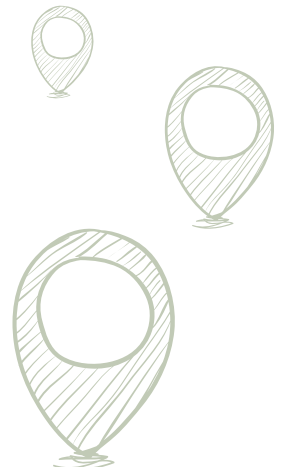
# Modelos de **CRECIMIENTO**

102-4; 102-6; 102-7

Diversificar nuestros formatos, servicios y espacios ha logrado que el cliente siempre nos encuentre al alcance de sus necesidades.

La experiencia de elegir se adapta a cada perfil de consumidor con una diversidad de alternativas. Así, Libertad presenta una propuesta Multi Formato y Multi Negocio, ampliando las posibilidades de elección en sus más de casi 1.400.000 m<sup>2</sup> de superficie total (Retail y Real Estate) en 11 localidades de 9 provincias.

**1.400.000 M<sup>2</sup>**  
**SUPERFICIE TOTAL**  
en 11 localidades  
de 9 provincias.



## Salta

Salta

## Tucumán

San Miguel de Tucumán

## San Juan

San Juan

## Mendoza

Godoy Cruz

## Chaco

Resistencia

## Misiones

Posadas

## Santiago

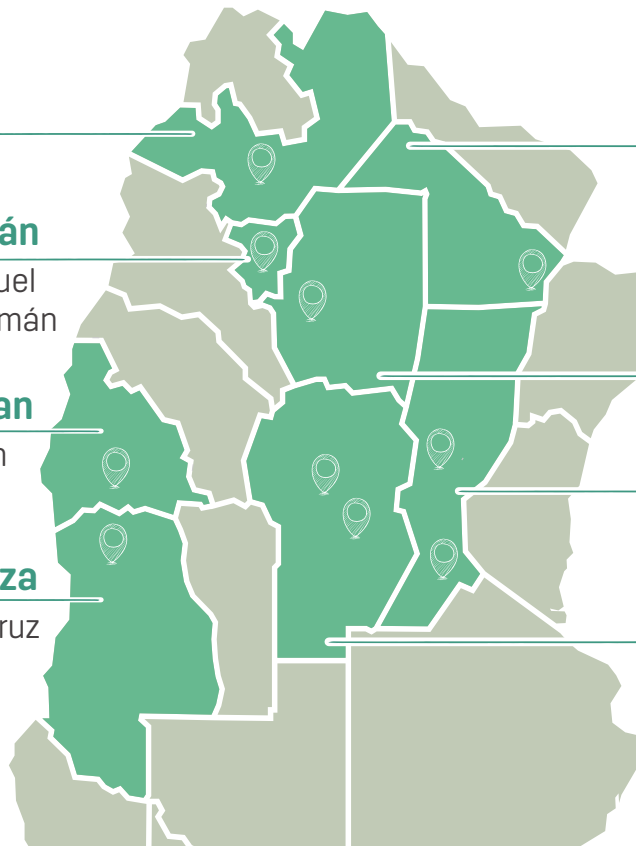
Santiago del Estero

## Santa Fe

Rafaela  
Rosario

## Córdoba

Córdoba  
Villa María



## 28 TIENDAS RETAIL

### 15 HIPERMERCADOS

Grandes superficies con toda la oferta de alimentos, recreación y artículos del hogar, incluyendo marcas propias y elaboración de productos frescos. Se encuentran unidos a los Paseos Comerciales.

### 10 MINI LIBERTAD

Es una propuesta resumida del Hiper, para una experiencia de compra cercana, cómoda y ágil. Se encuentran en lugares estratégicos de las ciudades donde está Libertad. Los “Mini” combinan precio, calidad y cercanía.

### 3 PETIT LIBERTAD

Es la experiencia más reciente de comprar en Libertad, productos seleccionados para un consumo fresco, saludable y cómodo.

## 1 CENTRO DE DISTRIBUCIÓN

Concentra en Córdoba el 62% de la mercadería que comercializamos.

## 15 PASEOS COMERCIALES

Unidos a los 15 Hipermercados, integran la mejor oferta de productos de venta masiva con la mejor experiencia de compra y recreación en un entorno que concentra importantes marcas nacionales de indumentaria, hogar, gastronomía, entretenimiento y servicios.

Paseo Libertad posee distintos formatos de centros comerciales desarrollados estratégicamente en función de las necesidades, cultura y hábitos de cada localidad. Esta estrategia forma parte de nuestro programa **Patagonia**, puesto en marcha en 2012 y retomado en 2016 con **Patagonia 2**, readecuando y optimizando las superficies de los Paseos para hacerlos más atractivos para los clientes y más eficientes para los locatarios de Libertad.

### EN 2017 CONCRETAMOS ESTOS PROYECTOS DE EXPANSIÓN:



#### SAN JUAN

18.300m<sup>2</sup> intervenidos.

De 15.200m<sup>2</sup> GLA a 17.500 m<sup>2</sup>

12 meses de obra.

“La renovación y ampliación del Shopping N°1 de la plaza.”



#### SALTA

20.000m<sup>2</sup> intervenidos.

De 10.400m<sup>2</sup> GLA a 13.900 m<sup>2</sup>

12 meses de obra.

“Transformación total de galería a shopping.”



#### RIVERA

12.000m<sup>2</sup> intervenidos.

De 8.300m<sup>2</sup> GLA a 11.300 m<sup>2</sup>

10 meses de obra.

“Ampliación y nuevo concepto espacio Outlet Premium.”



#### RESISTENCIA

21.000m<sup>2</sup> intervenidos.

De 10.800m<sup>2</sup> GLA a 22.300 m<sup>2</sup>

12 meses de obra.

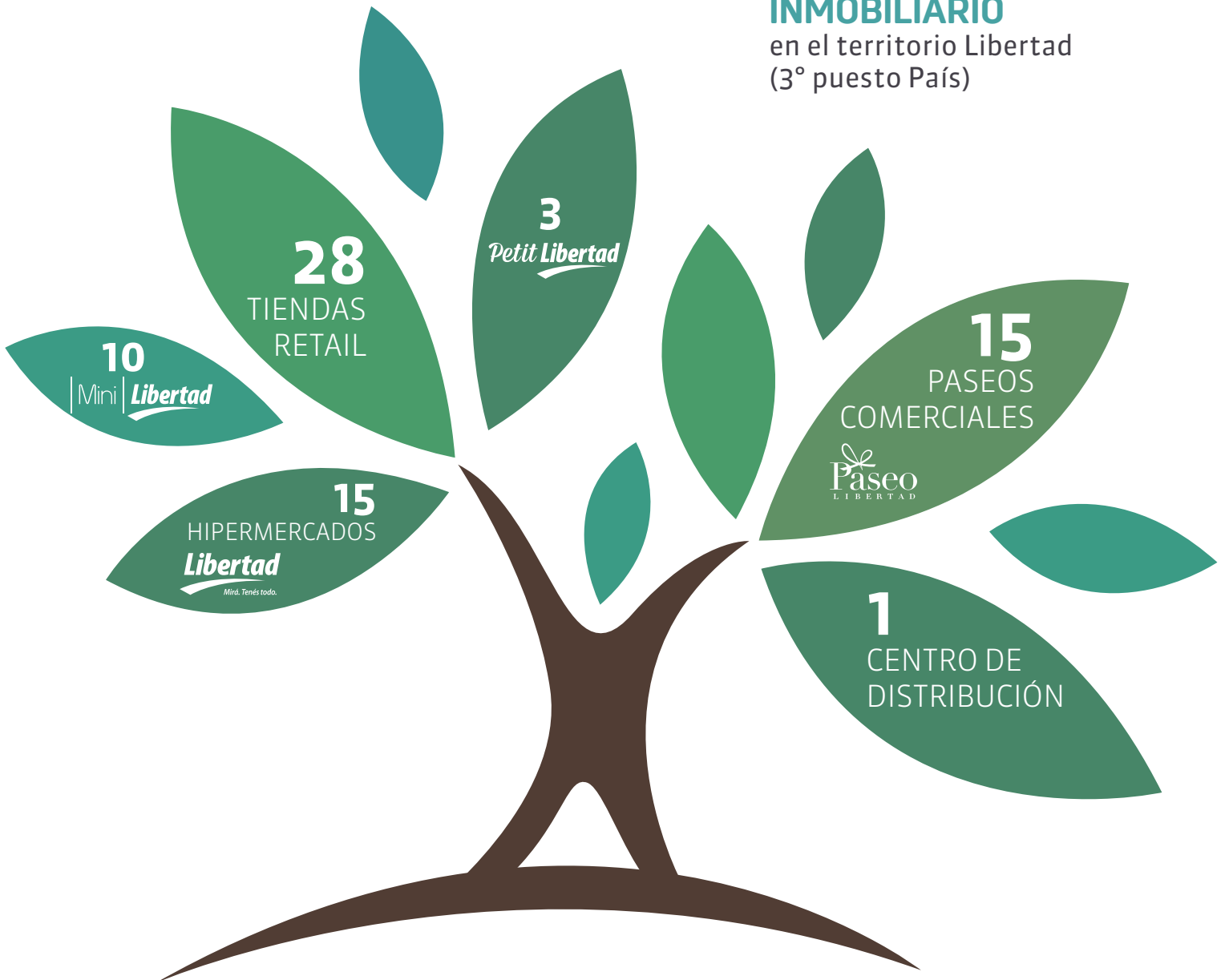
“Transformación total de galería a centro comercial.”

+ de 1.400 locales y  
stands comerciales

**156.000 M<sup>2</sup>**  
**ALQUILADOS**

**SOMOS 1º OPERADOR  
INMOBILIARIO**

en el territorio Libertad  
(3º puesto País)



# Modelos de CRECIMIENTO

102-7; 102-8; 102-9; 202-2



\* Volumen de negocios, impuestos excluidos, de las tiendas y del comercio electrónico.



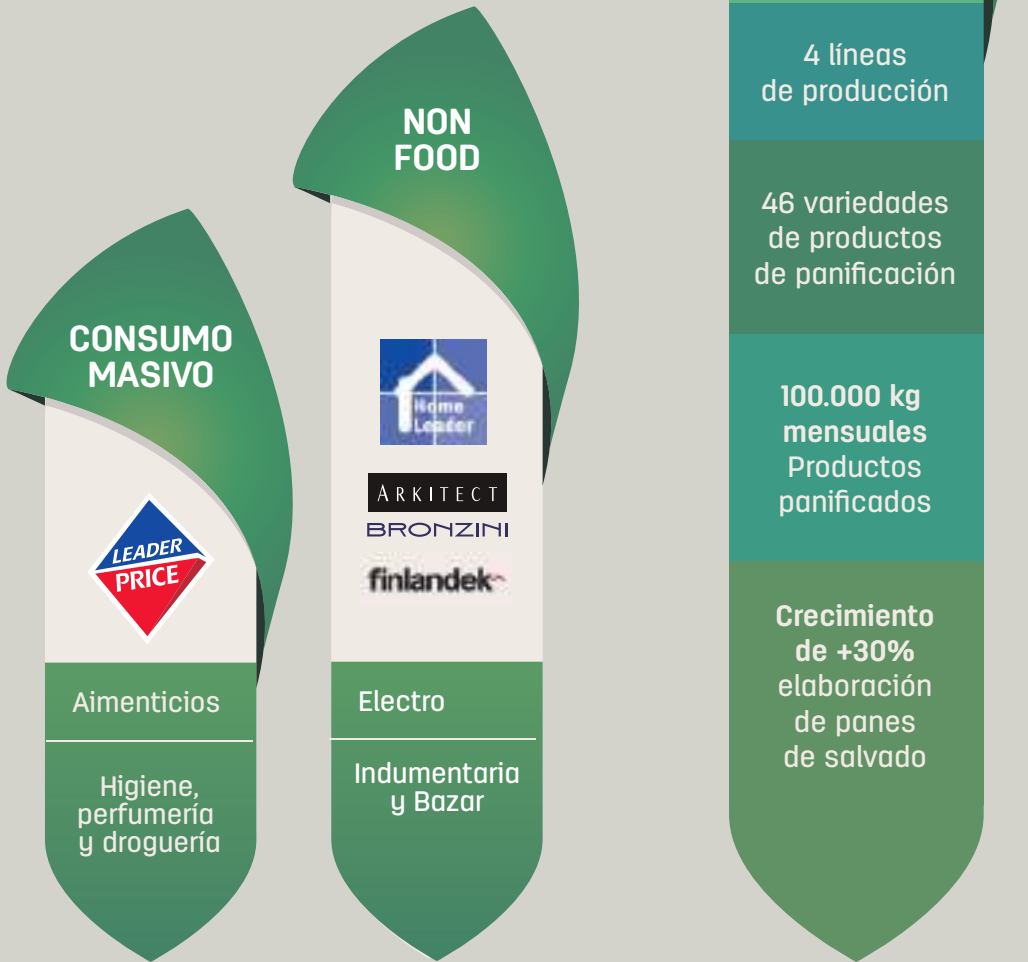
**EMPLEO INDIRECTO CRECIÓ UN 45%**  
1.924 puestos más que en 2016



# Marcas PROPIAS

102-2

A lo largo de los años Libertad ha logrado posicionar sus marcas propias entre los consumidores, alcanzando un alto nivel de aceptación. Se trata de productos y alimentos de gran consumo a precios competitivos. Tenemos nuestras propias marcas de Alimentos, de productos del Hogar (como electro, higiene, bazar, herramientas) e indumentaria.



# Elaboración PROPIA

416-1

Nuestro **Centro de Producción de Congelados (CPC)** elabora alimentos frescos y de calidad. Fundado en el año 2007 en Paseo Lugones abastece a nueve sucursales de manera permanente. En el **CPC** se trabaja de acuerdo con normas que aseguran la calidad de todo el proceso, desde su elaboración hasta la distribución en las sucursales.

# 03

## Una gestión **COMPROMETIDA**

Gobierno y transparencia. Directorio **26**

---

Desempeño económico. **28**

---

Desempeño ético.  
Libertad Transparente. **30**

---

Alianzas por el futuro. **32**

---

Membresías **33**

---





# Una gestión **COMPROMETIDA**



102-5; 102-18

**Organizamos nuestro gobierno corporativo pensando en el futuro. Orden y transparencia son conductas que nos permitieron desarrollar bases sólidas y hoy nos impulsan a crecer.**

## **GOBIERNO Y TRANSPARENCIA**

Libertad es una Sociedad Anónima con un órgano de Gobierno constituido por un Directorio. Este se encuentra formado por un Presidente, un Vicepresidente y tres Directores Titulares, quienes tienen a cargo fijar la estrategia, dictar las políticas y establecer los objetivos para cada área y las metas por alcanzar.

## **DIRECTORIO**



### **PRESIDENTE JEAN CHRISTOPHE TIJERAS DIRECTOR GENERAL**

Cuenta con 30 años de experiencia en la distribución minorista (Retail). Comenzó su carrera en Grupo Casino en Francia en el año 1989 y ha ocupado importantes cargos en el Grupo Casino tanto en Europa como en América del Sur. Presidente y Director General Ejecutivo de la cadena Libertad de Grupo Éxito, que forma parte de Grupo Casino.

### **VICEPRESIDENTE REGIS JEAN PIERRE LOUIS MORATIN DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS**

Se desempeñó como Jefe de Controlling y Planificación Financiera en el Grupo Pão de Azúcar de São Paulo, Brasil. Entre 2011 y 2014 fue Jefe de Controlling y Planificación Financiera de Libertad SA, en Córdoba, Argentina. Actualmente es Director de Administración y Finanzas.



## DIRECTORES TITULARES



### JACQUES JOAQUIN MOLINA

#### DIRECTOR COMERCIAL NON FOOD

Comenzó su carrera en el grupo Casino en 2003 en Polonia como Director Comercial. Después de un periodo de 6 años en Vietnam donde ocupó diferentes responsabilidades, se trasladó a Montevideo como Director de Operaciones en Uruguay. Hoy se desempeña como Director Comercial Non Food en Libertad S.A. en Córdoba (Argentina).

### JOSÉ GABRIEL LOAIZA HERRERA

#### VICEPRESIDENTE NEGOCIOS INTERNACIONALES GRUPO ÉXITO

Comenzó su carrera laboral en el Grupo Éxito en 1996 como estudiante en práctica y fue creciendo en diferentes áreas. Luego de un período en Estados Unidos, en 2006 regresó al Grupo Éxito como Jefe de Departamento de Relación con Inversionistas, donde ocupó diferentes posiciones de responsabilidad. Hoy se desempeña como Vicepresidente de Negocios Internacionales.



### JUAN LUCAS VEGA PALACIO

#### VICEPRESIDENTE DE INMOBILIARIA GRUPO ÉXITO

En 2006 se vinculó al Grupo Casino en Francia y en 2008 ingresó al Grupo Éxito como Director de Planeación y Expansión en la Vicepresidencia Inmobiliaria, en donde dirigió el proyecto de integración Éxito-Cafam. Estuvo al frente de la apertura de varios almacenes a través de Adquisiciones. Actualmente Vicepresidente de Inmobiliaria Grupo Éxito.

# Desempeño ECONÓMICO

103-1; 103-2; 103-3; 201-1; 203-1; 203-2

Tenemos un modelo dual que conjuga el sector Ventas de productos de gran consumo minorista (*Retail*) con el Inmobiliario (*Real Estate*). Entre ambos sectores nuestro negocio se hace más sólido y sustentable. Los Mini mercados, Hipermercados y Paseos potencian nuestra capacidad y nos fortalecen.

**Durante 2017 se verificaron los siguientes flujos de capital entre nuestros grupos de interés, con el consiguiente impacto en la sociedad de nuestra operación:**

| VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO (valores en millones de AR\$) |   |       |       |
|--|---|-------|-------|
| COMPONENTE   | COMENTARIO  | 2016  | 2017  |
| <b>VALOR ECONÓMICO DIRECTO CREADO (VEC)</b>                                  |   |       |       |
| a) Ingresos  | Ventas netas más ingresos procedentes de inversiones financieras y venta de activos                     | 6.885 | 8.464 |
| <b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (VED)</b>                                     |   |       |       |
| b) Costes operativos   | Pagos a proveedores, royalties  | 5.489 | 6.690 |
| c) Salarios y beneficios sociales para empleados                             | Pagos totales realizados a empleados y contribuciones sociales. No incluye compromisos de pagos futuros | 1.008 | 1.304 |
| d) Pagos a proveedores de capital  | Todos los pagos financieros a los proveedores de capital de la organización                             | 181   | 257   |
| e) Pagos a gobierno  | Tasas e impuestos brutos  | 94    | 61    |
| <b>VALOR ECONÓMICO RETENIDO (VER)</b>  |   |       |       |
| Calculado como Valor Económico Generado menos Valor Económico Retenido       | Reservas, amortizaciones  | 113   | 156   |



Uno de los avances más significativos del año, fue la expansión de los Paseos. Particularmente importantes resultaron las remodelaciones de los Paseos San Juan y Rivera Indarte en Córdoba, con el consecuente incremento de 6 mil metros<sup>2</sup> en la superficie disponible para locales.

**La inversión total realizada alcanzó a \$70 millones en bienes de capital (CAPEX).**

Esta importante obra, además de impactar en la evolución de nuestro negocio, tuvo un impacto positivo indirecto en la comunidad.

**Los locatarios presentaron una evolución de un 64% en sus ventas. También, al final del periodo, contabilizamos más de 4.000 empleos indirectos, lo que significó un incremento de un 45% puestos de trabajo más que en el periodo anterior generado por locatarios.**



# Desempeño ético

## LIBERTAD TRANSPARENTE

102-17; 103-1; 103-2; 103-2; 103-3

**Libertad Transparente** es nuestro Programa de comportamiento ético, basado en el **Código de Conductas Libertad (CCL)**, el cual manifiesta nuestro compromiso con la Responsabilidad Social. Nos orienta hacia las mejores prácticas empresariales, como también en el cumplimiento de los derechos humanos y laborales. Da el marco integrador para nuestras políticas internas, pero se extiende también hacia acciones con nuestros clientes, proveedores, accionistas y todos los grupos de interés con quienes nos relacionamos.



El **CCL** contempla políticas de formación de los empleados, acceso a la información, reglas de selección y evaluación de los colaboradores, respeto al derecho a la intimidad y la igualdad, no discriminación, conciliación entre la vida laboral y familiar, así como también aspectos de salud y seguridad en el trabajo.

“El Código de Conductas de Libertad es una referencia fundamental que guía nuestro hacer diario, por el cual queremos ser respetados y distinguidos.”

## Comité de ética y lucha CONTRA EL FRAUDE Y CORRUPCIÓN

102-17; 102103-2; 103-3

Contamos con el **Comité de Ética y Lucha contra el Fraude y Corrupción**, que receipta denuncias e integra las funciones del **Comité de Análisis de Conductas**. Está formado por el Director General, el Director de Administración y Finanzas, el Director de Legales y Relaciones Institucionales, el Director de Servicios Corporativos y el Gerente de Auditoría.

### FUNCIONES

- >>> Realizar el seguimiento y control de la aplicación del CCL
- >>> Evacuar consultas vinculadas a la interpretación del CCL
- >>> Recibir denuncias sobre irregularidades o actos contra la legalidad o las normas de actuación del CCL



>>> Establecer, difundir y monitorear el correcto funcionamiento del canal de Denuncias de Conductas que contravengan el CCL.

>>> Formular propuestas de mejora o promover la adaptación del CCL en su conjunto

## Acciones contra LA CORRUPCIÓN

102-17; 103-1; 103-3

La corrupción está incluida dentro de la lista de los mayores riesgos que puede enfrentar la compañía, por eso al incluirla nos mantenemos alertas para evitar cualquier acción contraria a la ética.

En el transcurso del año realizamos las siguientes acciones:

### RELANZAMOS LIBERTAD TRANSPARENTE

102-17; 103-1; 103-2; 103-3

Relanzamos nuestro Programa Libertad Transparente, que no sólo abarca a los colaboradores, sino que también se extiende a los proveedores. Al ingresar a nuestra red, firman la Carta Ética, que manifiesta un compromiso con el bienestar social y comunitario en la lucha contra todo tipo de corrupción.

### CANAL DE DENUNCIAS

102-17

Desde mayo de 2017, se decidió externalizar la recepción de denuncias como un modo más transparente de gestionar cada posible caso. Esto nos brinda la posibilidad de tener un seguimiento por número de denuncia y la posibilidad de dar un nuevo canal de denuncias, vía telefónica, mail o web.



Con nuestro programa Libertad Transparente reforzamos el compromiso de adhesión al pacto Global (principio 10) y los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS 16, que promueve la Paz, la justicia y la instauración de instituciones sólidas).



# Alianzas por EL FUTURO

Tenemos una responsabilidad tanto para disminuir el impacto negativo de las acciones de nuestro negocio, como para hacer crecer entre nuestros públicos la conciencia por crear un futuro para todos.

En esas búsquedas, establecemos alianzas nacionales e internacionales que nos permiten mantenernos en el camino.

102-12; 102-13

**ADHESIÓN A PACTO GLOBAL**  
Desde 2013 adherimos al Pacto Global de Naciones Unidas y somos miembro de la Red de Pacto Global de Argentina.



## DERECHOS HUMANOS

**1**

Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

**2**

Asegurarse de que las empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

## ÁMBITO LABORAL

**3**

Apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

**4**

Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

**5**

Apoyar la erradicación del trabajo infantil.

**6**

Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

## MEDIO AMBIENTE

**7**

Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

**8**

Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

**9**

Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.

## ANTI CORRUPCIÓN

**10**

Trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno

# MEMBRESÍAS



## CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA FRANCO ARGENTINA

Asociación privada, sin fines de lucro. Representa a empresas francesas y argentinas, vinculadas con Francia, ante las autoridades públicas o privadas de ambos países, y sirve de marco de referencia para la defensa de los intereses comunes.

## IARSE, INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA.

Brinda conocimiento y herramientas de gestión para promover las prácticas de responsabilidad social en las organizaciones, a fin de impulsar el desarrollo sustentable de la Argentina.



## FUNDACIÓN MEDITERRÁNEA

Asociación Civil de Córdoba, sin fines de lucro. Promueve la investigación de problemas económicos de Latinoamérica, busca soluciones regionales y es foro para el debate apartidista con la “adhesión irrenunciable al respeto de la libertad y dignidad de la persona humana”.

## ASU, ASOCIACIÓN DE SUPERMERCADOS UNIDOS

Trabaja en políticas para la defensa de los supermercados de la Argentina, vinculando sectores de Gobierno y asociaciones de entidades privadas como la Cámara Argentina de Comercio o la Unión Industrial Argentina, para resolver problemas que pueden afectar la economía del sector y a los consumidores.



# 04

## JUNTOS EN ACCIÓN SUSTENTABILIDAD LIBERTAD

Compromiso con  
nuestros públicos 36

Aspectos más significativos que  
gestionamos y reportamos 39

Nuestro Programa de trabajo:  
JUNTOS EN ACCIÓN 42





Repositores

sorprendidos ti...

FESTIVAL

FESTIVAL

Estadística para el...

# JUNTOS EN ACCIÓN: SUSTENTABILIDAD LIBERTAD

## Compromiso con nuestros públicos

102-40; 102-43

Comprometernos con las personas, grupos y organizaciones con quienes nos relacionamos hace que nuestras actividades se enfoquen mejor.

Dialogar, conocer sus prioridades e integrarlas en la gestión, nos permite dar respuestas con acciones concretas y comunicar los resultados.



Para ello contamos con diversos canales de comunicación que están a disposición de nuestros grupos de interés para informar, escuchar y tomar mejores decisiones para gestionar.

| Comunicaciones  |               |                            |             |          |                       |                    |            |             |         |                        |             |
|---|---------------|----------------------------|-------------|----------|-----------------------|--------------------|------------|-------------|---------|------------------------|-------------|
| Canales   | Públicos      |                            |             |          |                       |                    |            |             |         |                        |             |
|   | Colaboradores | Directivos y Mandos Medios | Proveedores | Clientes | Gobierno y organismos | Comunidad y Medios | Locatarios | Accionistas | Gremios | Empresariado y Cámaras | Competencia |
| Publicaciones internas (Revista semanal Punto de Encuentro, Monitores, Intranet, Cartelera y Boletín Hipernoticias) | ●             | ●                          |             |          |                       |                    |            |             |         |                        |             |
| Folletería  | ●             | ●                          | ●           | ●        |                       |                    |            |             |         |                        |             |
| Sitio Web   | ●             | ●                          | ●           | ●        | ●                     | ●                  | ●          | ●           | ●       | ●                      | ●           |
| Redes Sociales  | ●             | ●                          | ●           | ●        | ●                     | ●                  | ●          | ●           | ●       | ●                      | ●           |
| WhatsApp  | ●             | ●                          |             |          |                       |                    |            |             |         |                        |             |
| Reuniones, encuentros, encuestas  | ●             | ●                          | ●           | ●        |                       | ●                  |            | ●           |         |                        |             |
| Mail y teléfono   | ●             | ●                          | ●           | ●        | ●                     | ●                  | ●          | ●           | ●       | ●                      | ●           |
| Gacetillas y eventos  |               |                            |             | ●        | ●                     | ●                  |            |             |         | ●                      |             |
| Reporte de Sustentabilidad  | ●             | ●                          | ●           | ●        | ●                     | ●                  | ●          | ●           | ●       | ●                      | ●           |
| Intranet del Grupo. Casino World Community  | ●             | ●                          |             |          |                       |                    |            |             |         |                        |             |

## Entre los canales de comunicación destacan las redes sociales.

Año a año van cobrando mayor importancia al conformar una vía de comunicación muy activa que nos permite informar y estar atentos a su participación y aportes de manera inmediata. Nuestros seguidores utilizan las siguientes redes, con un crecimiento marcado respecto del reporte anterior.



Facebook  
**656.000**  
+ 9,4 %



Instagram  
**10.000**  
+ 67 %



LinkedIn  
**3.300**  
+ 27 %



Twitter  
**4.600**  
- 8 %

TOTAL REDES  
**673.900 seguidores**  
+ 10 %



# ASPECTOS MÁS SIGNIFICATIVOS

que gestionamos y reportamos

102-47

En la gestión de la sustentabilidad de Libertad tenemos en cuenta, además de la estrategia de la compañía, la opinión de nuestros principales públicos sobre los asuntos económicos, sociales y ambientales que debemos gestionar y sus inquietudes sobre cómo gestionamos.

Así, en los dos últimos años consultamos a colaboradores, clientes y proveedores a los fines de contar con esta información, para luego cotejarla con la estrategia de sustentabilidad de la propia compañía a nivel local y global.

Hicimos este proceso a través de encuestas con los públicos externos y de reuniones y diálogos con áreas internas de Libertad consultando a mandos medios de los 15 Hipermercados.



De estas consultas, y de la consideración de múltiples factores internos y externos, surgieron los aspectos más significativos a la gestión de sustentabilidad que Libertad gestiona y reporta en forma anual y que reflejamos en el siguiente gráfico.



| Temas materiales  |               | Prioridad |       |      |          |
|---|---------------|-----------|-------|------|----------|
|   |               | Bajo      | Medio | Alto | Muy Alto |
| <b>Desempeño económico</b>                                  |               |           |       |      |          |
| Importancia en la estrategia de la empresa                  |               |           |       |      | •        |
| Importancia para los principales públicos                   | Mandos medios |           |       |      | •        |
|   | Clientes      |           |       | •    |          |
|   | Proveedores   |           |       | •    |          |
| <b>Integridad y rendición de cuentas</b>                    |               |           |       |      |          |
| Importancia en la estrategia de la empresa                  |               |           |       |      | •        |
| Importancia para los principales públicos                   | Mandos medios |           |       |      | •        |
|   | Clientes      |           | •     |      |          |
|   | Proveedores   |           |       | •    |          |
| <b>Prácticas de Adquisición y Desarrollo de Proveedores</b> |               |           |       |      |          |
| Importancia en la estrategia de la empresa                  |               |           |       | •    |          |
| Importancia para los principales públicos                   | Mandos medios |           |       | •    |          |
|   | Clientes      |           | •     |      |          |
|   | Proveedores   |           |       | •    |          |
| <b>Calidad e Innovación</b>                                 |               |           |       |      |          |
| Importancia en la estrategia de la empresa                  |               |           |       |      | •        |
| Importancia para los principales públicos                   | Mandos medios |           |       |      | •        |
|   | Clientes      |           |       | •    |          |
|   | Proveedores   |           |       | •    |          |
| <b>Prácticas Laborales</b>                                  |               |           |       |      |          |
| Importancia en la estrategia de la empresa                  |               |           |       |      | •        |
| Importancia para los principales públicos                   | Mandos medios |           |       |      | •        |
|   | Clientes      |           | •     |      |          |
|   | Proveedores   |           | •     |      |          |
| <b>Inversión social</b>                                     |               |           |       |      |          |
| Importancia en la estrategia de la empresa                  |               |           |       |      | •        |
| Importancia para los principales públicos                   | Mandos medios |           |       |      | •        |
|   | Clientes      |           | •     |      |          |
|   | Proveedores   |           |       | •    |          |
| <b>Reducción del Impacto Ambiental</b>                      |               |           |       |      |          |
| Importancia en la estrategia de la empresa                  |               |           |       |      | •        |
| Importancia para los principales públicos                   | Mandos medios |           |       |      | •        |
|   | Clientes      |           |       | •    |          |
|   | Proveedores   |           | •     |      |          |

Nuestro Programa de trabajo:

# JUNTOS EN ACCIÓN



102-44

Los aspectos materiales que resultaron prioritarios (los situados en los cuadrantes de importancia Media a Muy Alta en el gráfico anterior), se gestionan mediante el Programa **JUNTOS EN ACCIÓN**, que, desde su implementación en 2012, nos ha permitido superarnos año a año en las iniciativas de responsabilidad social.

La importancia de nuestro programa ha sido creciente y comprende a todas las áreas de la compañía, tanto que a comienzos del año 2017 se creó la **Dirección de Legales y Asuntos Institucionales** que tiene a su cargo la gestión de la sustentabilidad de la compañía. Además, a comienzos de 2018 se creó dentro de esa Dirección el puesto de **Líder de Sustentabilidad** que tiene por función la coordinación del programa de responsabilidad social **JUNTOS EN ACCIÓN**.

**JUNTOS EN ACCIÓN** comprende **5 Responsabilidades** que guían nuestras políticas y **14 prioridades para gestionarlas**.

Estas **5 Responsabilidades y 14 prioridades**, contribuyen a aportar desde la perspectiva de la empresa privada a determinados Objetivos de Desarrollo Sostenible, que son metas al 2030 establecidas por Naciones Unidas para combatir la pobreza y promover el desarrollo.

A continuación, informamos los resultados destacados de la gestión 2017 en cada una de esas Responsabilidades para, luego, presentar los principales desafíos que trabajaremos durante 2018.





\* Temas identificados como prioritarios en la gestión de sustentabilidad

👍 **Compromiso Libertad: 5 Responsabilidades 14 Prioridades** y su vínculo con **los Objetivos de Desarrollo Sostenible**

(Para mayor información sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible ver: <http://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>)

# 05

## Actor local solidario. Consolidando nuestro **COMPROMISO SOCIAL**

Principales logros asociados  
al Desarrollo Sostenible 46

---

Estrategia para el desarrollo  
de la infancia 47

---

Colectas por el bienestar  
de los niños 51

---

Donemos sonrisas: así se implican  
nuestros cliente 53

---

Reciclar para ayudar 54

---

Educación para el mañana 56

---

Decimos no a la violencia 58

---





# Actor local solidario. Consolidando nuestro **COMPROMISO SOCIAL**

103-1; 103-2; 103-3

**Tenemos** una clara decisión de construir futuro, por eso nuestro enfoque de gestión como Actor Local se centra en mejorar las oportunidades de los niños y su entorno, cuidando su desarrollo.

**Trabajamos** en alianza con proveedores e instituciones, haciendo foco en la nutrición infantil. El plan “Los alimentos no se tiran” orientó nuestro mayor compromiso durante 2017.

**Sumamos** a otros actores a través de colectas, actuando junto a clientes, colaboradores y la comunidad en general. El resultado fue un gran crecimiento de nuestro impacto como actor local solidario.

## PRINCIPALES LOGROS ASOCIADOS AL DESARROLLO SOSTENIBLE

203-1; 203-2; 413-1





# Estrategias para el desarrollo de la **INFANCIA**

103-1; 103-2; 103-3; 413-1

En todos los Hipermercados se han implantado programas en alianza con Fundaciones y Organizaciones No Gubernamentales que trabajan por la infancia en cuatro grandes ejes de trabajo.



**VIDA SALUDABLE Y FELIZ**



**ACCESO Y CUIDADO A LA NUTRICIÓN**



**OPORTUNIDADES EDUCATIVAS**



**CRECIMIENTO Y DESARROLLO**



## Los alimentos NO SE TIRAN

203-1; 203-2; 413-1

Estamos comprometidos con la nutrición infantil y, para eso, trabajamos fuertemente junto al Banco de Alimentos, donando la merma de alimentos que por diferentes razones no se ponen a la venta en cada una de nuestras sucursales. **“Los alimentos no se tiran”** es la campaña que busca concientizar sobre el valor de rescatar y cuidar la comida, pensando en quien necesita.

### Aprendiendo a cuidar

Con el fin de formar y sensibilizar a nuestros públicos en la importancia de no derrochar los alimentos, realizamos acciones que permiten multiplicar los frutos de este importante objetivo.

- **Con colaboradores.** Aplicamos un procedimiento de manipulación de alimentos y prácticas concretas en todas nuestras tiendas, para que participen del objetivo derroche cero.
- **Con clientes.** Realizamos diversas campañas de concientización y educación. En la sucursal Rosario nos sumamos al programa denominado Los alimentos no se tiran, impulsado por la Secretaría de Ambiente y Espacio Público de Rosario.

Libertad ofreció un espacio en el salón de ventas para el encuentro Cocinando con Arte, intervención que tuvo como fin concientizar y educar mediante clases de cocina y la entrega de material impreso con recetas y estrategias para disminuir el desperdicio de alimentos.

“ Los alimentos no se tiran ”

## ¡Por más alimentos!

Además de reducir el derroche en nuestras tiendas, una acción fundamental fueron las campañas llevadas a cabo con la solidaridad de nuestros clientes y proveedores, que se sumaron a nuestro aporte, aliados por el futuro de la infancia. Realizamos dos campañas en el marco de las promociones “**Marcas Solidarias**” y “**Compartí tu Plato**”, además de una colecta de leche.

SE  
DONARON  
**14tn**  
DE ALIMENTOS

**74% más**  
que en 2016



## Aliados para sumar: Marcas Solidarias

Como parte de la dinámica promocional IRTS (International Retail Trade Services), y de la mano de nuestros proveedores internacionales, llevamos a cabo la promoción **MARCAS SOLIDARIAS: ENTRE TODOS PODEMOS AYUDAR**.

Así, durante el período comprendido entre el 17 de noviembre y el 10 de diciembre de 2017, por cada 5 productos participantes de la promoción, el cliente recibía un código para cargar en “Marcas Solidarias” de la página, lo que le permitía sumar alimentos para LA RED BANCO DE ALIMENTOS, además de participar de un sorteo por \$50.000 entre los participantes.

Gracias a esta dinámica solidaria conjunta.

## Campaña “Compartí tu Plato”

Participamos de la campaña “Compartí tu Plato” impulsada por la Red Banco de Alimentos (REDBdA) con motivo de celebrar el día mundial de la alimentación. Invitamos a nuestros clientes seguidores de redes a compartir una foto de un plato de comida junto al hashtag #CompartíTuPlato y, por cada foto, las empresas sponsors realizamos un aporte para que la REDBdA pueda alimentar cada día a más personas.

El objetivo de esta campaña, además de las donaciones realizadas por las empresas que se aliaron, fue crear conciencia sobre la problemática del hambre a nivel nacional.



DONACIONES TOTALES  
EN ALIMENTOS Y \$

**44tn**  
**\$200.400**

**18% más que en 2016**

# Colectas por el BIENESTAR DE LOS NIÑOS

203-1; 203-2; 413-1

Desde hace tiempo, llevamos a cabo diferentes colectas durante el año en las que la comunidad participa activamente, conscientes de la necesidad del otro y siempre solidarios con los demás.



## Abrigando corazones

Esta colecta de ropa y abrigo tuvo gran impacto en nuestros clientes, aumentando visiblemente su participación. Se realizó en invierno y lo recaudado se donó a instituciones que trabajan con personas en situación de vulnerabilidad.



**38 % más  
que en 2016**

**71% más  
que en 2016**



**34 % más  
que en 2016**



## Maratón de útiles escolares

Se lleva a cabo a principios de año, coincidiendo con el comienzo del ciclo lectivo. El objetivo es recolectar útiles, material didáctico y guardapolvos, que son destinados a organizaciones de localidades donde Libertad opera.



GRACIAS A LA  
COMUNIDAD  
RECAUDAMOS

**1.219 kg.**  
DE ÚTILES  
ESCOLARES

PARA EL DÍA  
DEL NIÑO  
RECOLECTAMOS

**385 kg.**  
DE JUGUETES



## Maratón de juguetes

Buscando que todos los niños sean iguales, tengan las mismas posibilidades y alegría en el Día del Niño, recolectamos juguetes que son destinados a instituciones y fundaciones locales sugeridas por nuestros colaboradores voluntarios.

## Actuamos ante la necesidad

Por las inundaciones producidas en Tucumán, realizamos una colecta especial para recaudar ropa, alimentos no perecederos, agua y todo tipo de productos útiles para situaciones dramáticas como las ocasionadas por las inundaciones, en la que la gente pierde todo lo que tiene.



RECOLECTAMOS  
Y DONAMOS

**446 kg.**  
DE PRODUCTOS



# DONEMOS SONRISAS:

así se implican nuestros clientes

203-1; 203-2; 413-1



Nuestro programa “Donemos sonrisas” permite al cliente donar el dinero proveniente del redondeo de su vuelto para contribuir al bienestar de niños de diversas localidades en las que Libertad tiene operación. Lo hacemos aliados con instituciones que cuidan el desarrollo, la salud, el crecimiento y la educación de los menores.

**EL DINERO RECAUDADO SE DISTRIBUYÓ**  
en las instituciones de las 11 ciudades donde Libertad tiene presencia



| Provincias/<br>ciudades    | Instituciones que recibieron la donación               | Proyectos que recibieron las donaciones  |
|----------------------------|--|--|
| <b>CÓRDOBA</b>             | Asociación Hospital Infantil Alta Córdoba              | Proyecto Adolescencia Positiva   |
| <b>TUCUMÁN</b>             | Fundación Ayuda al Niño Necesitado                     | Aporte a la atención, asistencia y tratamiento de niños, adolescentes y jóvenes en condiciones humildes con familias en crisis.                                |
| <b>CHACO</b>               | Ciudad Limpia (en colaboración con casa Garrahan)      | Construcción del Primer Albergue Regional de Recuperación de Pediatría que replica el Modelo Casa Garrahan de Buenos Aires.                                    |
| <b>SANTIAGO DEL ESTERO</b> | Fundación Banco de Alimentos de Santiago               | Proyecto Nutrihuevo  |
| <b>SAN JUAN</b>            | SAHNI - Sociedad Amigos del Hospital de Niños          | Mantener y dar asilo y contención a niños de 0 a 18 años con sus madres que se alojaron en la casa.  |
| <b>ROSARIO</b>             | Fundación Hospital de Niños Víctor Vilela              | Equipo de PHmetría e Impedanciometría  |
| <b>MENDOZA</b>             | Fundación CONIN (Cooperadora de la Nutrición Infantil) | Prevención y recuperación de niños desnutridos -Barranqueiras Chaco-.  |
| <b>POSADAS</b>             | Techo  | Desarrollo comunitario a través de la construcción de viviendas de emergencia  |
| <b>VILLA MARÍA</b>         | Asociación Cooperadora Hospital Pasteur                | Albergue para familiares de Pacientes.   |
| <b>SALTA</b>               | Fundación El Alfarcito                                 | Lograr alimentación balanceada y nutritiva para los jóvenes alumnos que viven en el Colegio de montaña El Alfarcito en el momento de la Cena.                  |
| <b>RAFAELA</b>             | Fundación Hogar Granja El Ceibo                        | Incorporación de AT (acompañante terapéutico) a fin de disminuir la situación de vulnerabilidad de los niños con discapacidad y en situación de riesgo social. |

# Reciclar para AYUDAR

203-1; 203-2; 413-1

En nuestras 15 sucursales, recuperamos residuos de los clientes y les damos valor. No sólo lo reciclamos para cuidar el medio ambiente, sino que, además, lo recaudado se convierte en dinero que destinamos a instituciones sociales con las que trabajamos.



2016

KG RECICLADOS

2017

32.221



PAPEL

10.323

2.378



CARTÓN

10.339

25.277



TAPITAS DE PLÁSTICO

14.559

531,22



TETRA

589,5





2016

KG RECICLADOS

2017

2.342



VIDRIO

2.307

15.362



PET

20.044

453, 23



PILAS

478

1.855



ACEITE VEGETAL

3.000

## NUEVAS DONACIONES

Donamos lonas de banners y cartelería publicitaria a la Asociación Civil El Arca, quienes se encargan de reutilizarlas, elaborando el packaging de las muñecas de la PYME “Vasalisa Juguetes por la Diversidad”, que confecciona y vende muñecas que fomentan la inclusión social y la no discriminación.

230  
unidades  
de pallets

127  
unidades  
de lonas  
de banners



**PROMOVEMOS LA REUTILIZACIÓN DE MATERIALES EN DESUSO**  
mientras apoyamos una causa social

# Educación para **EL MAÑANA**

203-1; 203-2; 413-1

## Libertad Junior

Este Programa nos permite vincularnos con los niños de colegios cercanos a Libertad y transmitirles las bases de una alimentación sustentable, generando una experiencia en nuestras instalaciones que además de informarles les permite conocer las actividades que realizamos.

**14% más  
que en 2016**



NOs VISITARON  
49 ESCUELAS  
=  
1.561 NIÑOS Y NIÑAS

## “Socios por un día” junto a Fundación Junior Achievement

Por medio del Programa “**Socios por un día**” de la Fundación Junior Achievement logramos que jóvenes estudiantes de colegios secundarios compartan un día de trabajo con profesionales de la empresa, con el fin de aprender sobre su futura profesión, a partir de la experiencia de una jornada laboral.

A hand in a light blue sleeve is holding a black starburst graphic. The starburst contains white text. Another hand is pointing towards the starburst from the bottom left.

EN CASA CENTRAL,  
PARTICIPARON  
**3 alumnos**  
a través del programa  
Socios por Un Día



## Leer es Crear

En 2017, los colaboradores pudieron participar en el programa “**Lees es Crear**” como parte del plan de voluntariado de Libertad, poniendo en práctica su solidaridad con donaciones de libros para los niños del Jardín de Infantes N° 286 “Duendes Traviesos” y la Escuela N° 1216 “San Francisco Solano” (Santiago del Estero) y a la Biblioteca Eva Perón, de Villa María.



**PARTICIPARON  
60 niños y niñas**

Se donaron a  
bibliotecas escolares  
**50 libros infantiles**

## Carrera por la Educación: Maratón UNICEF

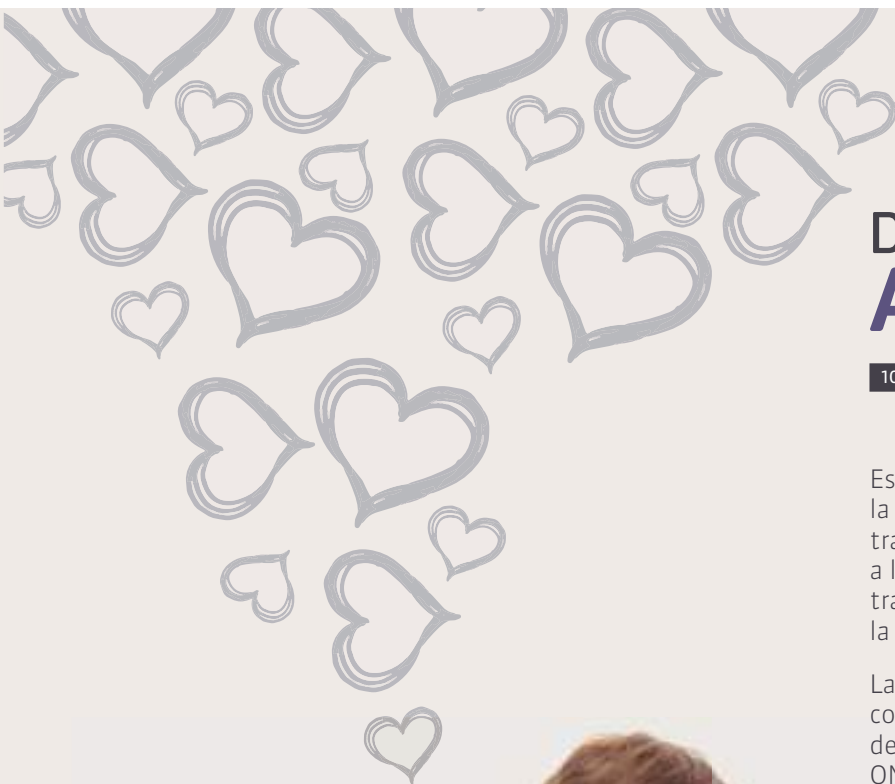
Participamos en esta campaña en beneficio de la educación, organizada por UNICEF, para que alumnos del nivel secundario finalicen el colegio. Unimos nuestros esfuerzos a Colgate, nuestro aliado estratégico en estas acciones.

Logramos que los clientes Club Libertad pudieran inscribirse en la carrera o adquirir remeras de Unicef, canjeando sus Liberpesos y si, además, compraban un producto de la marca Colgate, éstos valían el doble de puntos. A este beneficio se le sumó que, por cada canje realizado, desde Libertad donamos \$50 a la institución organizadora para apoyar las acciones que realiza en favor de los niños, niñas y adolescentes



INVERTIMOS EN TOTAL  
**\$30.000**  
(400 remeras  
+ 10 Inscripciones)

**\$20.500**  
POR LA DONACIÓN



## Decimos NO A LA VIOLENCIA

103-1; 103-2; 103-3

Esta campaña busca educar en el respeto a la equidad y la diversidad de género. Fue impulsada en el marco del trabajo conjunto con el Grupo Casino, que continuará a lo largo del 2018. Durante 2017, en Libertad elegimos trabajar en la educación por la no violencia, atendiendo la realidad de nuestro país.

Las acciones de concientización se valoran dentro del compromiso asumido por el Grupo Casino por el empoderamiento de las mujeres, objetivo establecido por la ONU.





## Día de la RSE

En Libertad, festejamos el día de la Responsabilidad Social Empresaria como un modo de celebrar y fortalecer nuestros objetivos. Recordamos el 23 de abril como fecha de adhesión de Argentina a los 10 principios universales de Pacto Global de la ONU.

Esta celebración significa un gran avance para toda la comunidad internacional, pero Libertad adopta una faceta especial, porque impregna todas nuestras prácticas con un compromiso social por un futuro para todos.



# 06

## Una cadena responsable. Nuestros clientes nos **IMPULSAN A CRECER**

Principales logros asociados  
al Desarrollo Sostenible **62**

---

Libertad incomparable:  
facilitando la vida del cliente **62**

---

Enfocados en la educación  
sobre consumo responsable **65**

---

Club Libertad: propuestas  
que cuidan a los socios **67**

---

Cuidamos la salud del cliente **68**

---

Fresh Market: nueva experiencia de  
consumo para el cliente **74**

---

Escuchamos al cliente **75**

---





## Una cadena responsable. Nuestros clientes nos **IMPULSAN A CRECER**

**Nuestros clientes** son el norte de nuestro trabajo, y todas nuestras acciones apuntan a brindarle soluciones y facilitar un consumo cuidado, educando hábitos, dando alternativas de compra y favoreciendo la alimentación sana.

**Diseñamos** múltiples estrategias para lograrlo: concursos, campañas, ofertas, beneficios, todo al alcance de los vecinos.

**Estamos** atentos a sus intereses y necesidades a través de diversos canales, que nos permiten estar comunicados. Las encuestas de clientes superan el 67% de satisfacción, y esto nos motiva a dar más.

## **PRINCIPALES LOGROS ASOCIADOS AL DESARROLLO SOSTENIBLE**

203-2; 416-1

1.375.000 m<sup>2</sup>  
al servicio del cliente



15 Hiper  
certificamos con IFS  
Food Store

## Libertad incomparable **FACILITANDO LA VIDA DE LA GENTE**

103-1; 103-2; 103-3

En Libertad, sostenemos una cultura del servicio basada en **sonreír, escuchar, resolver, acompañar y gestionar** las demandas de nuestros clientes, no solo para que regresen satisfechos sino, además, para transmitir valores y hábitos comunes de respeto por el otro.

Para adquirir estos hábitos, capacitamos a nuestros colaboradores en la gestión de atención, a fin de optimizar su gestión y contar con herramientas que les permitan dar conformidad a las necesidades de nuestros clientes.

También contamos con **Protocolos de Servicio al Cliente** para sectores clave como cajas, carnicería, seguridad, tecnología porque consideramos que la atención al cliente no se reduce a un área, sino que debe ser una actitud de todos los colaboradores de Libertad.



### SONREIR

Lo que expresamos con una sonrisa siempre suena mejor.



Trabajamos en equipo para hacerlo fácil para el cliente.



### ESCUCHAR

Nos interesamos en el cliente y lo hacemos sentir único.



### RESOLVER

### GESTIONAR

Resolvemos oportunamente las inquietudes de nuestros clientes.



### ACOMPañAR

Nuestra diferencia con el resto es la atención que damos a nuestros clientes

“ Debemos enfocarnos en las cosas simples y que logren ser soluciones para los clientes. Nuestro principal desafío es ser facilitadores de vida para nuestros clientes. ”

*Jean Christophe Tijeras, Director General*

## Cada cliente es único

103-1; 103-2, 103-3

Estamos preparados para atender especialmente a quienes más lo necesitan, con cajas de pago con prioridad para personas con movilidad reducida y espacios más cómodos en el estacionamiento.

Algunos sectores de la tienda cuentan con atención personalizada para atender las inquietudes y consultas de nuestros clientes.



## Valoramos tu visita

103-1; 103-2, 103-3

El tiempo del cliente, su comodidad y compromiso con el medioambiente son valores que reconocemos en nuestras tiendas, poniendo a disposición cajas habilitadas para cobro diferencial: rápidas, con prioridad y verdes.

**Cajas**  
Hasta 20 productos  
Libertad

**Cajas con mayor agilidad**

**PARA ELLOS PRIORITY**  
Libertad

**Cajas para quien necesita comodidad**

**CAJA VERDE**  
En esta caja dejamos de entregar bolsas de nylon.  
Libertad

**Cajas que colaboran con el ambiente**

## Enfocados en la educación sobre consumo responsable

103-1; 103-2, 103-3

Uno de nuestros pilares en la gestión de la sustentabilidad se basa en la educación sobre consumo responsable a nuestros clientes y colaboradores. Adaptamos nuestros precios para que nuestros clientes sigan adquiriendo productos de calidad. Diseñamos propuestas y acciones que transformen sus compras en efectivas y beneficiosas



**5.000.000**  
DE CLIENTES POR MES VISITAN NUESTRAS TIENDAS Y PASEOS COMERCIALES

## Ofertas para nuestros clientes

103-1; 103-2, 103-3

Decidimos acompañar la economía de nuestros clientes y, por esta razón, desarrollamos propuestas comerciales, ofertas exclusivas que pongan productos de calidad seleccionados al alcance de todos:

**-Todo por \$15:** Más de 1.000 productos y marcas nos acompañaron durante todo el año 2017, adaptando sus propuestas.

**-Ahorro de Verdad:** gran variedad y cantidad de productos para que el cliente tenga la oportunidad de ahorrar todos los días, combinando propuestas especiales con formas de pago. Incluyó las siguientes promociones:

- El más Barato
- Hiperferia
- 1, 2, 3 - Ahorrá todo el mes
- Hiperplan
- Hiper Ahorro
- 2° al 50%
- 2° al 60%
- LIBERPE\$OS
- Precio Oferta

En total, los clientes pudieron aprovechar más de

**Libertad**  
**33.000**  
REFERENCIAS DE CONSUMO RESPONSABLE

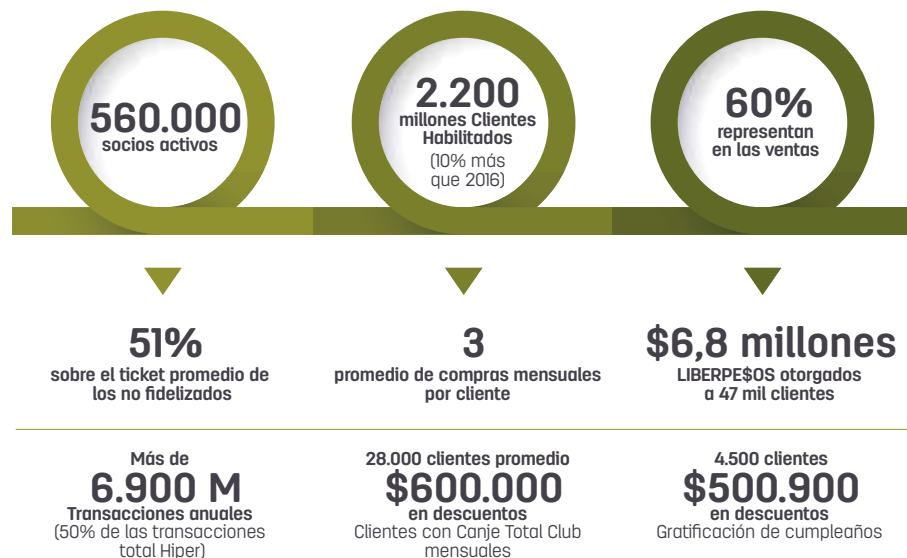


## Club Libertad: propuestas que cuidan **A LOS SOCIOS**

103-1; 103-2; 103-3

A través de Club Libertad, nuestro programa de fidelización de clientes, otorgamos beneficios a cambio de puntos que compensan las compras de nuestros clientes.

En 2017, incorporamos los LIBERPE\$OS como una nueva forma de ahorrar: comprando productos de las marcas participantes, los clientes club Libertad suman liberpesos útiles para realizar nuevas adquisiciones.



# Cuidamos la salud del **CLIENTE**

103-1; 103-2; 416-1; 416-2

Durante 2017 mantuvimos la limitación de uso de grasas trans (máximo del 5% sobre el total de grasas en productos propios o de la industria nacional e internacional, garantizando que esté especificado en las etiquetas), además de la reducción del contenido de sodio en panes de mesa de elaboración propia no congelados.

Desde el punto de vista nutricional, fueron optimizados todos los productos propios que creamos en 2017.

Por su parte, en el 100% de los productos propios, cumplimos con el Etiquetado Nutricional Tipo 2, exigido legalmente en Argentina. Allí declaramos el valor energético y la cantidad de proteínas, hidratos de carbono, azúcares, grasas, ácidos grasos saturados, fibra alimentaria y sodio.



## Nuestro control de calidad

103-3

Con el objetivo de conservar la calidad de nuestros productos y cuidar la salud de nuestros clientes, prestamos especial atención a todo el proceso de distribución, desde su origen.

Contamos con un **Centro de Distribución** que se encarga de recibir, almacenar, preparar y distribuir los productos, garantizando el perfecto estado hacia las tiendas. Los productos entregados directamente por los proveedores son estrictamente sometidos a controles específicos para garantizar las condiciones adecuadas.

Cada tienda cuenta con equipos capacitados en estos procesos que tienen la tarea de asegurar el flujo de mercadería hasta la góndola, evitando mermas, roturas o calidad insuficiente como, así también, gestionar los envases y desechos.



## Profesionales de la Calidad

103-3

Nuestro proceso para garantizar la calidad a los consumidores está a cargo de un equipo de profesionales especializados en Calidad, conformado por Directores Técnicos de Alimentos (Bromatólogos, Licenciados en Alimentos, Microbiólogos, etc.) que colaboran con el personal operativo y administrativo de cada tienda (hipermercados y formatos de cercanía). Asimismo, son los encargados de realizar capacitaciones y auditorías semanales, velando por la inocuidad en la manipulación de los alimentos desde la recepción hasta el consumidor.

**1. Coordinación General:** brinda el soporte técnico desde la Administración General para todas las sucursales, en diferentes procesos.

**2. Operación del Centro de Distribución:** centraliza el control de los productos en su ingreso y despacho. Para ello, existe un equipo profesional formado por:

- Un Director Técnico de Alimentos (Bromatólogo).
- Un Ingeniero Agrónomo responsable del programa SICOFHOR (Sistema de Control de Frutas y Hortalizas).
- Un Médico Veterinario definido por SENASA (Servicio Nacional de Calidad y Seguridad Alimentaria).

**3. Auditores de Calidad:** Realizan auditorías mensuales a los Hipermercados y, anualmente, a proveedores de marca propia. El equipo auditor es seleccionado por proceso de licitación para asegurar la competencia del personal y la transparencia de su actuación.

**4. Laboratorios Certificados:** Analizamos muestras de agua de elaboración, materias primas y productos terminados en laboratorios certificados por la norma de calidad ISO 17025. Estos análisis se llevan a cabo de modo específico, según el tipo de producto, para garantizar al cliente la mejor calidad de consumo.



Al firmar la Carta de Calidad del Grupo Casino, en Libertad asumimos 7 compromisos que garantizan un proceso de mejora continua, siempre haciendo hincapié en la salud del consumidor.

## Carta de Calidad

### PRINCIPIOS

- Garantizar una selección de productos que responda consistentemente a los estándares de calidad definidos en colaboración con las marcas.
- Integrar en el desarrollo de productos las expectativas de la sociedad local, en particular, lo que concierne a la salud, la nutrición y la sostenibilidad.
- Garantizar el cumplimiento del marco regulatorio y la seguridad en todas las etapas de la vida de los productos.
- Contribuir a mejorar la satisfacción de los clientes y el desempeño global de la compañía.
- Buscar la excelencia operacional a través del intercambio de conocimiento y experiencias.
- Crear un entorno favorable para la realización de nuestros colaboradores.
- Trabajar con honestidad y transparencia.



Como cada año, ejecutamos el plan anual de auditorías a proveedores y el control de los productos bajo el método Mystery Shopper.

Este desafío es llevado a cabo por el área de Gestión de Calidad, quien se encarga de controlar el cumplimiento de las especificaciones técnicas y de seguridad alimentaria de nuestros productos Leader Price.





## Informamos la calidad por tipo de producto

102-2; 103-2

El tratamiento de cada producto se realiza según su tipología:

### **Productos frescos no industrializados: frutas, verduras y productos cárnicos.**

Disponemos de fichas técnicas confeccionadas de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes que definen los aspectos cualitativos y cuantitativos para su recepción, manipulación y exhibición en las tiendas.

### **Productos frescos industrializados: lácteos, embutidos, congelados, pastas.**

Cumplimos con el Código Alimentario Argentino y la normativa Mercosur vinculada, verificando:

- Rotulación y atributos
- Vida útil
- Temperatura
- Condiciones de embalaje
- Estado general del producto

### **Productos de almacén: galletas, pastas secas, golosinas, infusiones, bebidas, perfumería, limpieza.**

Se controla el cumplimiento del Código Alimentario Argentino y la normativa Mercosur vinculada. El foco del control de calidad está relacionado a la vida útil de los productos a través de una herramienta informática que permite aceptar/rechazar, o rotar los productos, de acuerdo con el periodo de aptitud remanente.

### **Productos para celíacos**

103-2

Para imposibilitar la contaminación cruzada con TACC, estos productos son exhibidos en sectores especiales de las góndolas, con cartelera indicativa.

Contamos con 508 referencias de marcas nacionales para celíacos, incluyendo artículos de fresco y masivo. Estos últimos no incluyen artículos que son de venta masiva que sí tienen el logo SIN TACC como, por ejemplo, polenta, mermeladas, yerbas, entre otros.

En nuestras góndolas se pueden encontrar cada vez más empresas que no utilizan gluten en la formulación de sus productos y están gestionando el mismo como un alérgeno, a los fines de entregar productos gluten free, como mermeladas, café, azúcar, etc.



## Productos frescos y orgánicos

Realizamos evaluaciones periódicas de frutas y vegetales para evitar desvíos de productos con residuos de agroquímicos, garantizándole a nuestros clientes alimentos sanos y de calidad.

Destacamos el incremento en el volumen de negocios por la venta de productos orgánicos respecto del año anterior que, en moneda local, creció un 82% en ganancias netas. Mejorar el surtido de alimentos orgánicos y funcionales, precisamente, fue una de las metas que nos trazamos a fin de 2016 para abordar en el año siguiente.

## Productos de Marca Propia

**Desarrollamos productos de Marca Propia de la más alta calidad a precios competitivos.**

## CONSUMO MASIVO

---

Leader Price

## NON FOOD

---

Home Leader | Arkitec | Bronzini | Finlandek

Nuestros productos masivos (comestibles) son monitoreados por los directores técnicos y auditados mensualmente por un organismo externo, que verifica las condiciones de elaboración, manipulación, almacenamiento y exhibición de los mismos. Además, se encuentran inscriptos ante la autoridad sanitaria correspondiente para la obtención del Registro Nacional de Producto Alimenticio.

Se realizan controles fisicoquímicos y microbiológicos a los productos terminados y a las materias primas utilizadas para asegurar el cumplimiento del CAA (Código Alimentario Argentino) y la normativa de Libertad.

Semanalmente, al ingresar al Centro de Distribución o a las tiendas, estos productos son controlados y monitoreados en las auditorías de los directores técnicos.



## Cuidamos la higiene y seguridad alimentaria

103-2

Conforme nuestra política de garantizar la calidad en nuestros productos, lanzamos diversas campañas de sensibilización dirigidas hacia nuestro público interno, con el fin de educar sobre la inocuidad alimentaria y mantener la higiene necesaria para convivir en espacios limpios y desinfectados, estén en contacto con los clientes o no.

Además, nuestra Gestión de Calidad utiliza métricas que exponen los diferentes métodos, técnicas y tecnologías que aplicamos en la compañía, informando sobre nuestras buenas prácticas y aprendizajes.

## Auditorías IFS Food Store

103-2; 103-3; 416-1

Implementamos la **Norma IFS Food Store** desde 2015, con el fin de asegurar la inocuidad de los alimentos y seguir avanzando en la mejora de nuestros procesos. La medición de la Norma es realizada por auditores calificados y su frecuencia es bimensual.

De esta manera, nos comprometemos con las normativas legales, brindando confianza a nuestros clientes.

A partir de allí, realizamos el ranking de calidad con normas IFS e implementamos un plan de comunicación con consejos útiles en materia de calidad alimentaria para educar a nuestros colaboradores bajo la consigna de ¿sabías qué?



# FRESH MARKET

## nueva experiencia de consumo para el cliente

Implementamos el concepto **“Fresh Market”** donde desafiamos las tradicionales formas de exhibición y procesos para lograr una solución de compra para cada cliente, en cada rincón de nuestro salón de ventas, con productos saludables, orgánicos y de elaboración propia.

Este proyecto se inició con una nueva estructura arquitectónica dentro de la tienda, alineada al concepto “mercado de frescos” y que desarrolla sectores para que el cliente recorra la tienda encontrando productos de toda la cadena de perecederos.

El formato busca generar una experiencia, transformando la vivencia de compra; esto es favorecido por el ambiente relajado, sin góndolas, con cajones, mesas de exhibición a la altura de la mano y una comunicación que conecta al cliente con la emoción.

Dentro de este recorrido de “mercado de frescos”, exhibimos nuestros productos de modo experiencial, agrupando aquellos alimentos e ingredientes que conviven o forman parte de una misma instancia (un evento o un tipo de comida específica), desde el pan y el vino hasta la pasta y la salsa para su cocción.



“ El Fresh Market está asociado a la venta de alimentos frescos, gourmet y saludables, con surtido diferencial. ”

# Escuchamos AL CLIENTE

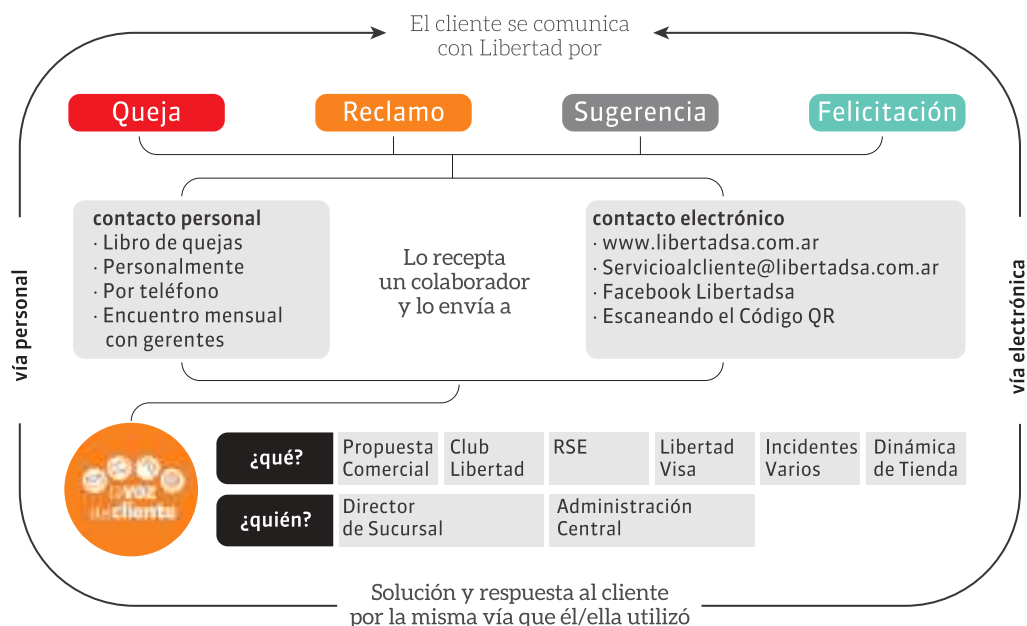
102-43

Para propiciar un diálogo abierto y transparente con nuestros clientes que nos permita conocernos y escuchar sugerencias que nos empujen a crecer, contamos con diferentes canales de comunicación mediante los cuales les facilitamos la transmisión de sus mensajes.

Los escuchamos y prestamos atención a sus recomendaciones. Queremos saber cuáles son sus necesidades, sus deseos, cómo nos ven y, para ello, diseñamos un proceso de recepción de comunicaciones mediante

el cual gestionamos el diálogo y efectivizamos nuestras respuestas.

Además del mail específico de atención al cliente ([servicioalcliente@libertadsa.com.ar](mailto:servicioalcliente@libertadsa.com.ar)), tenemos presencia en redes sociales, donde recibimos y respondemos sus consultas. Asimismo, les hacemos llegar nuestros catálogos con ofertas de manera individualizada a sus hogares.



**560 mil clientes**  
reciben catálogos de ofertas  
puerta a puerta y  
**100 mil** de manera digital



**684.000**  
Seguidores Facebook



**10.700**  
Seguidores Instagram

## Encontrarnos y conocernos

102-43

Una vez al mes, invitamos a nuestros clientes a participar de conversaciones con el director de la sucursal y escuchar sus experiencias en nuestras tiendas.

De esta manera, interpretamos sus necesidades, validamos el efecto de nuestras campañas de promoción en sus compras y ajustamos los resultados para mejorar el proceso de compra de los clientes.

**12 encuentros  
anuales por  
sucursal**



## Información real sobre nuestros clientes

102-43; 103.3

Nuestro Programa **Libertad Incomparable** cuenta con dos herramientas que nos permiten obtener información cualitativa y cuantitativa. La misma es utilizada para mejorar la eficiencia en nuestro trabajo y la atención a las demandas de nuestros clientes. Éstas son:



Índice de Satisfacción del Cliente

Arroja información e indicadores **CUANTITATIVOS**  
Frecuencia **TRIMESTRAL**

La Voz del Cliente

Arroja información e indicadores **CUALITATIVOS**  
Frecuencia **MENSUAL**

▪ **La voz del cliente:** es una encuesta mensual que nos acerca información cualitativa de nuestros clientes. Los conocemos a ellos, sus preferencias, opiniones y necesidades. Mediante la misma, recibimos casos y los gestionamos.

▪ **El índice de Satisfacción del Cliente (ISC):** medimos la percepción de los clientes sobre los productos, precios y atención de nuestros colaboradores. Obtenemos datos cuantitativos a través de encuestas semestrales cuyos resultados son muy valiosos para Libertad pues manifiestan que la mayoría de nuestros clientes están conformes con los productos y servicios que brindamos, en diferentes períodos del año.

**65% junio | 68% noviembre**  
CLIENTES SATISFECHOS

En 2017, incorporamos tótems digitales con diversas encuestas, entre ellas, la del Índice de Satisfacción del Cliente, en los 15 hipermercados y paseos comerciales, mientras algunos locales de formato proximi cuentan con los soportes para impulsar esta estrategia. Los clientes que responden los cuestionarios participan por premios mensuales.



# 07

## Un empleador comprometido: **¡UN GRAN EQUIPO!**

|   |    |
|---|----|
| Principales logros asociados al Desarrollo Sostenible | 80 |
| Con la camiseta puesta.                               | 81 |
| Alineados a nuestro Código de Conductas.              | 82 |
| Identidad del Gran Equipo.                            | 83 |
| Capacitar como forma de planear el futuro.            | 87 |
| Empleabilidad, inclusión y diversidad.                | 93 |
| Clima Laboral: Yo Soy Libertad.                       | 93 |
| Comités de Clima Laboral.                             | 93 |
| Gestión del desempeño.                                | 94 |
| Salud, Seguridad, Higiene y Prevención del Riesgo     | 86 |
| Prestaciones y Beneficios.                            | 96 |
| Libertad de Asociación y Diálogo Social.              | 99 |







# Un empleador comprometido: ¡UN GRAN EQUIPO!

103-1; 103-2; 102-3

>>> Nos proponemos construir un espíritu de equipo, con un gran sentido de pertenencia dado por la participación y el reconocimiento a nuestros colaboradores. En 2017 empezamos a trabajar este objetivo desde el **Programa “Un Gran Equipo”**.

>>> Mantenemos una política de prioridades de gestión: **Facilitar la inserción y evolución laboral, preservar la higiene y seguridad, la salud y bienestar laboral y promover la diversidad**.

>>> Nuestro Código de Conductas guía nuestras decisiones. Además, evaluamos interna y externamente cada acción que implementamos con los colaboradores, **fomentando la sinergia y las posibilidades de mejora en el equipo**.



## PRINCIPALES LOGROS ASOCIADOS AL DESARROLLO SOSTENIBLE

403-1; 405-2; 203-2



# CON LA CAMISETA PUESTA

103-1; 103-2; 103-3; 102-43

En el año 2017 iniciamos un programa para mejorar la sinergia entre las áreas e impulsar dos competencias clave de Libertad: Nos apasionamos por la satisfacción del cliente y Trabajamos en equipo.

**Estos son los objetivos de nuestro Programa ¡UN GRAN EQUIPO!**

»» Poner en valor el rol de cada colaborador y del área que ocupa dentro del equipo global de Libertad.

»» Que todos dentro de Libertad conozcan y comprendan el papel que cumplen los diferentes sectores y su impacto en la actividad de Libertad.

El colaborador que conoce la importancia de su trabajo en el proceso integral y sabe hacia dónde vamos, genera un **mayor sentido de pertenencia y “amor por la camiseta”**. Cada colaborador será un embajador de la marca Libertad.

Integramos a todos, escuchando sus puntos de vista. Cada área o gerencia presentó al resto de la Compañía una descripción propia de su misión, las tareas que realiza y los logros o desafíos destacados de su área.

**Motivamos la escucha entre las áreas** con un concurso de preguntas sobre cada presentación, donde premiamos el conocimiento de cómo se organiza y funciona la empresa y el rol de cada colaborador dentro de ella.



# Alineados a nuestro CÓDIGO DE CONDUCTAS

103-1; 103-2; 103-32

## PRINCIPIOS DEL CÓDIGO DE CONDUCTAS

|   |   |
|---|---|
| <b>DERECHOS HUMANOS Y LABORALES</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;&gt;&gt; Respeto de las legislaciones nacionales e internacionales.</li> <li>&gt;&gt;&gt; Total rechazo al trabajo infantil y al trabajo forzoso u obligatorio.</li> <li>&gt;&gt;&gt; Libertad de asociación y negociación colectiva y derechos de las minorías.</li> </ul>  |
| <b>NO DISCRIMINACIÓN E IGUALDAD</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;&gt;&gt; Promoción de la igualdad de oportunidades entre todos los colaboradores.</li> <li>&gt;&gt;&gt; Prevención de cualquier forma de abuso de autoridad.</li> </ul>  |
| <b>CONCILIACIÓN ENTRE VIDA FAMILIAR Y LABORAL</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;&gt;&gt; Beneficios y disposiciones para el equilibrio entre el trabajo y la vida personal.</li> </ul>   |
| <b>DERECHO A LA INTIMIDAD</b>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;&gt;&gt; Respeto de la intimidad en todas sus manifestaciones, incluidas las comunicaciones personales de sus integrantes.</li> <li>&gt;&gt;&gt; Resguardo de los datos personales de cada colaborador.</li> </ul>   |
| <b>SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;&gt;&gt; Adopción y difusión de medidas preventivas señaladas por la legislación.</li> </ul>   |
| <b>SELECCIÓN Y EVALUACIÓN</b>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;&gt;&gt; Aplicación de una política rigurosa y objetiva para la selección y promoción de colaboradores, atendiendo al mérito de los candidatos.</li> <li>&gt;&gt;&gt; Definición participativa de objetivos y criterios de evaluación, que se aplican de manera objetiva según el desempeño personal y profesional.</li> </ul> |
| <b>POLÍTICAS DE FORMACIÓN</b>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;&gt;&gt; Promoción de la capacitación, favoreciendo el desarrollo de la carrera profesional.</li> </ul>  |
| <b>POLÍTICAS DE INFORMACIÓN</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;&gt;&gt; Fácil acceso a la información para todos los integrantes.</li> <li>&gt;&gt;&gt; Comunicación del Plan Estratégico, Políticas y resultados de la gestión.</li> </ul>   |

<sup>3</sup> Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), Declaración Tripartita de Principios para las Empresas Multinacionales, Política Social de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y otras.

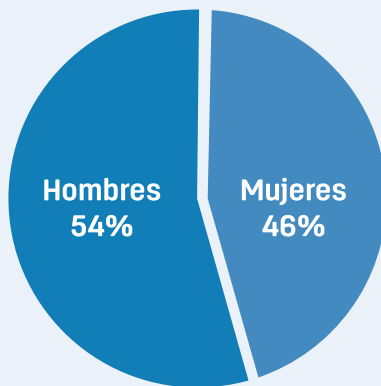
# Identidad DEL GRAN EQUIPO

102-8; 202-2; 401-1; 405-1

Diversidad y mixtura son características predominantes de nuestro equipo, y el respeto y la unión son nuestros ejes de convivencia. Trabajamos pensando en los objetivos individuales sin descuidar el trabajo grupal, el de equipo, el que da sentido y pone en valor nuestros resultados.

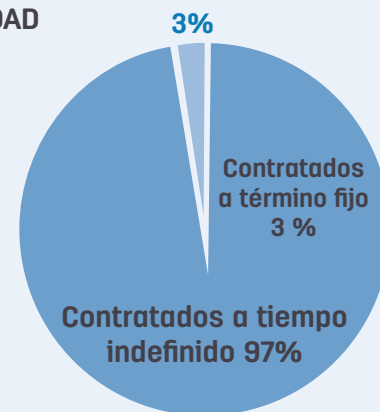
## 3.223 COLABORADORES

### POR GÉNERO



Hombres = 1.741 / Mujeres = 1.482

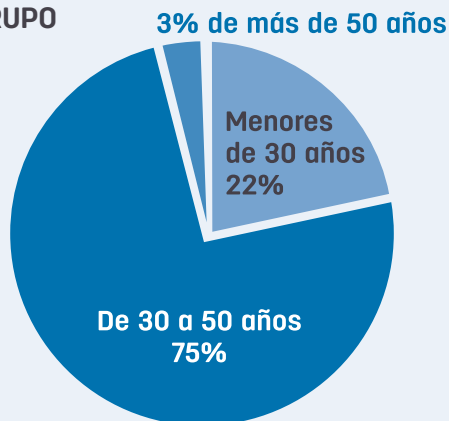
### ESTABILIDAD LABORAL



Contratados a Tiempo Indefinido = 3126  
Contratados a Término Fijo en el año = 97

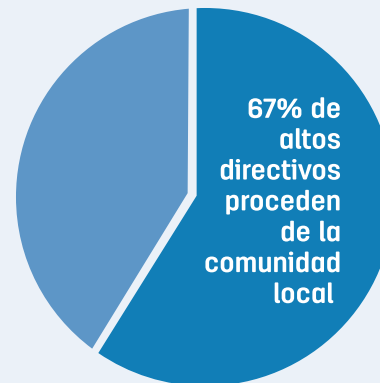
## EDAD DE NUESTROS COLABORADORES

### POR GRUPO ETARIO



Empleados menores de 30 años = 708  
Empleados de 30 años a 50 años = 2.423  
Empleados de más de 50 años = 92

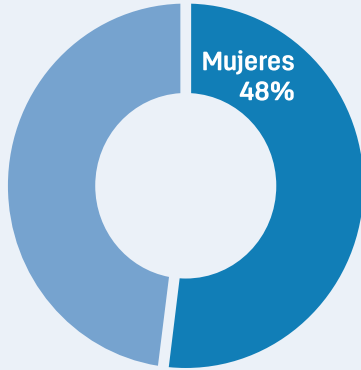
### LÍDERES LOCALES



En lugares donde se desarrollan operaciones significativas.

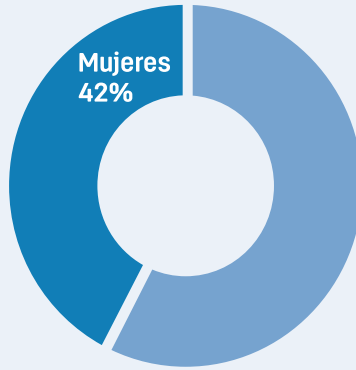
## IGUALDAD PROFESIONAL

### % MUJERES POR CATEGORÍA



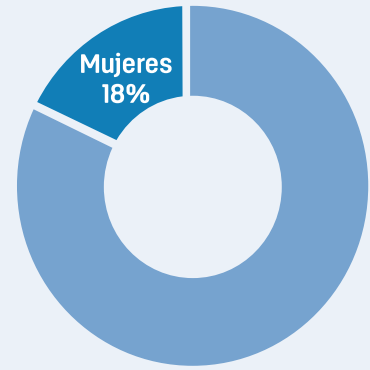
#### EMPLEADOS

De la población de empleados (2.852), 48% (1.364) son mujeres



#### SUPERVISORES

De la población de supervisores, 42% (91) son mujeres



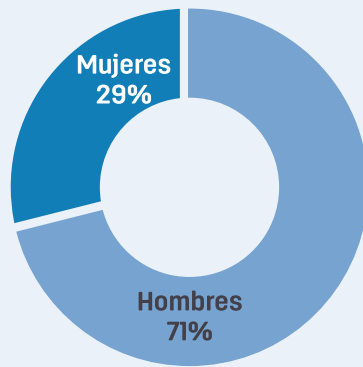
#### DIRECTIVOS

De la población de directivos, 17,64% (27) son mujeres

### PROMOCIONES

#### PROMOCIONES A NIVELES SUPERIORES

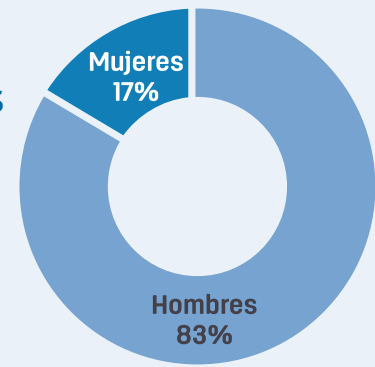
Promociones a niveles superiores = 31 (9 mujeres)



### CONTRATACIONES

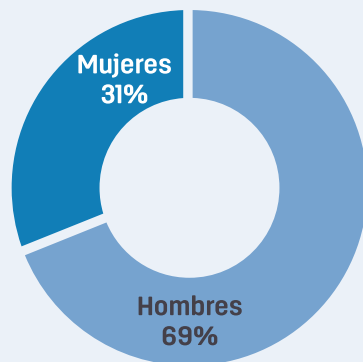
#### CONTRATACIONES A NIVELES SUPERIORES

Contrataciones a niveles superiores = 6 (1 mujer)



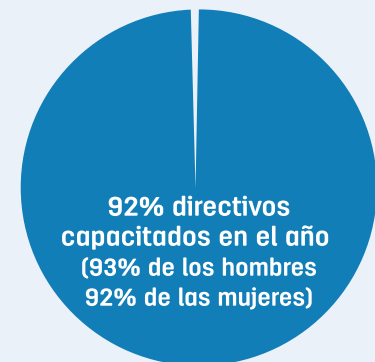
#### COLABORADORES IDENTIFICADOS COMO "HIGH POTENTIALS"

High potentials= 58 (26 mujeres)



#### CAPACITACIÓN DIRECTIVOS

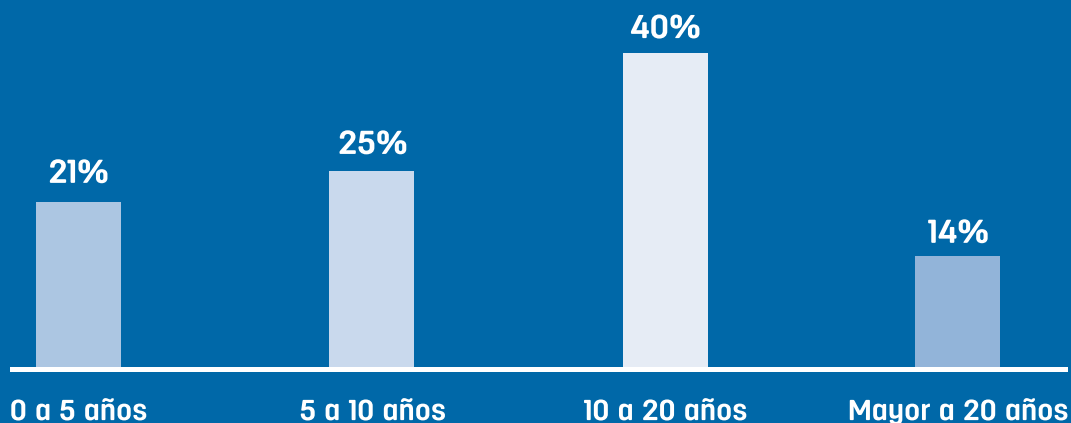
92% DIRECTIVOS CAPACITADOS EN EL AÑO (93% de los hombres – 92% de las mujeres)



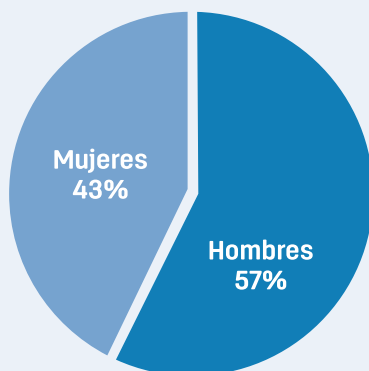


# LOS COLABORADORES HACEN LA HISTORIA DE LIBERTAD

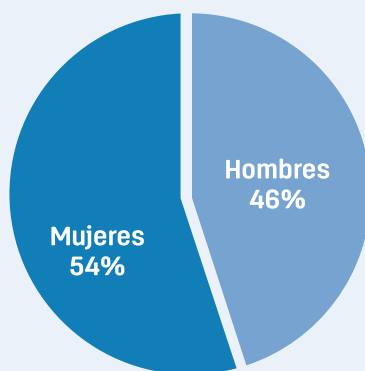
## ANTIGÜEDAD



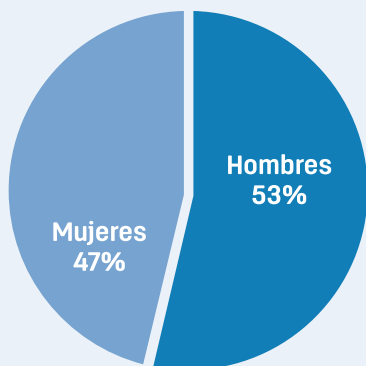
0 a 5 años



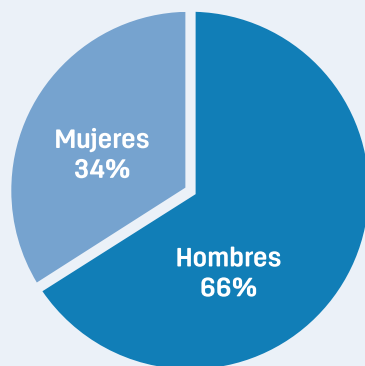
5 a 10 años



10 a 20 años



Mayor a 20 años



7%



### ROTACIÓN

401-1

7%

Se mantuvo igual a 2016.

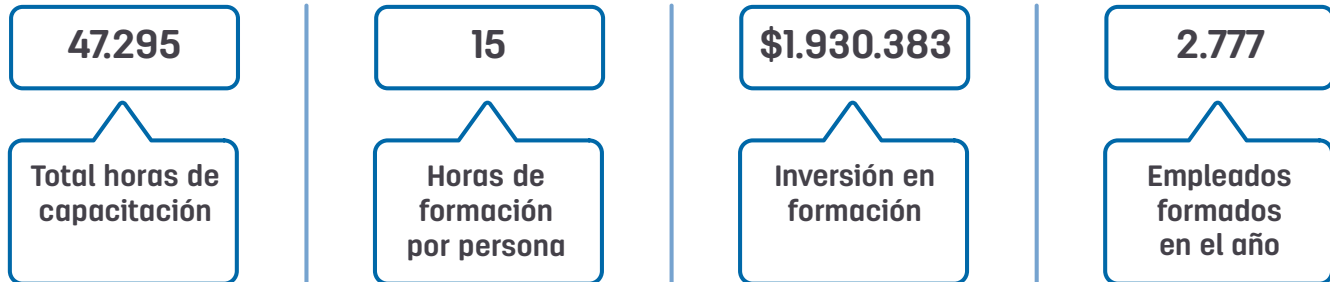
*Se destaca como la mejor tasa dentro del Grupo Casino en 2017.*



# CAPACITAR

## como forma de planear el futuro

103-1;103-2;103-3;404-1; 404-2



**86% de colaboradores capacitados / 11% más que en 2016**



En Libertad, no solo pretendemos que nuestros colaboradores desempeñen bien su función dentro de la empresa. También queremos que se superen en su vida cotidiana y se realicen personalmente, que alcancen sus sueños más allá del trabajo. Estamos convencidos de que, fomentándoles una formación integral, que les permita mejorar sus aptitudes, habrán dado pasos firmes hacia nuevas oportunidades.

Con este claro propósito, **llevamos adelante múltiples acciones de capacitación y formación**, en función de los objetivos y necesidades de cada sector:

## GraduaRSE: 1º Edición

Un programa de fuerte impacto, que implementamos con gran éxito en su primera edición en 2017, es GraduaRSE. Mediante el mismo **acompañamos a los colaboradores del Centro de Distribución en la finalización de sus estudios secundarios**, promoviendo el cumplimiento de esta materia pendiente.

Las clases se dictaron en el lugar de trabajo de los colaboradores, en el Centro de Distribución, y estuvieron a cargo del **Instituto San Ignacio**, uno de nuestros socios estratégicos.



**Libertad**

**25 colaboradores  
alumnos**

**1 clase semanal de 2 hs**



**Libertad concede 1 hora del horario laboral a cada colaborador alumno para que asista a clases.**

**1 kit escolar + Manual de Estudios a cargo de Libertad**



**Libertad cubre el 100% del costo del Programa.**



## DESARROLLO DE LÍDERES

### Segunda etapa

Durante 2017, contamos con la participación de 4 instructores externos que enfocaron los objetivos de la formación en la generación y gestión de planes de acción, para impactar en el rendimiento de nuestros líderes de manera inmediata.

147

líderes capacitados

160

horas de capacitación

## ESCUELA DE REAL ESTATE

Durante 2017, se llevó a cabo la primera etapa de la Escuela de Real Estate, denominada **“Introducción al Modelo de Gestión de Real Estate”**, con el objetivo de nivelar el conocimiento sobre el modelo de gestión de Real Estate y profesionalizar a los colaboradores en los procesos claves de la actividad, manteniéndolos actualizados con los nuevos conocimientos de la dinámica del negocio.

Alcance: **90 colaboradores**

de Real Estate de Administración Central y sucursales

## Programa

# ENSEÑANDO TAMBIÉN CRECES

A través de este programa de desarrollo y capacitación, buscamos promover el progreso de los colaboradores contribuyendo al crecimiento de sus pares y, por lo tanto, al desarrollo profesional de los mismos. En este sentido, realizamos distintas capacitaciones con instructores internos.

| CAPACITACIONES  | CANTIDAD DE INSTRUCTORES |
|---|--------------------------|
| Escuela de Mantenimiento  | 14                       |
| Escuela de Ventas (Técnicas de ventas/ Contratos de reparación) | 15                       |
| Escuela de Real Estate  | 4                        |
| Escuela de Textil   | 1                        |
| Calidad   | 2                        |
| Auditoria   | 1                        |
| Facturación / Servicio al cliente                               | 3                        |
| Excel Avanzado  | 1                        |
| Microstrategy   | 1                        |
| Total Instructores  | 42                       |

## JUNTOS SOMOS +

Para incentivar el trabajo en equipo y el compañerismo entre colaboradores de administración central y sucursales, desarrollamos este programa mediante el cual **contribuimos con las sucursales los días de mayor venta (Día de la Madre, Navidad, Fin de Año)** y vivenciamos la actividad de la operación, **en tareas vinculadas a la reposición y las líneas de cajas, mediante:**

»»» La coordinación con cada área de la Administración Central para lograr la mayor participación, garantizando el correcto funcionamiento de las mismas.

»»» La identificación anticipada de los puestos a cubrir y la asignación de tareas específicas a realizar a cada colaborador.

»»» El establecimiento de un referente por sucursal, encargado de guiar a los colaboradores de AC en sus tareas.

**63% de participación**

**de colaboradores de la Casa Central**



## Programa Internacional DE DESARROLLO DE TALENTOS

**Dos de nuestros colaboradores viajaron a Francia,** para participar de este taller con el objetivo de representarnos en el **Talent Development Program**, que es una comunidad de profesionales que puedan desarrollarse en una organización internacional, a través de una posible evolución de carrera en otro país.

**El programa se realizó en París, durante 4 días,** donde los participantes pudieron conocer el Grupo Casino, desarrollar la gestión, actitudes y comportamientos alineados con la compañía y las habilidades de trabajo en equipo, innovación y visión estratégica.



## OTRAS CAPACITACIONES ESPECÍFICAS



## ¡LOS HONESTOS SOMOS MÁS!

205-2

Durante 2017 se realizaron diversas campañas para sensibilizar a nuestra gente con el Programa Libertad Transparente y comprometerse con sus objetivos.

El objetivo de la campaña "¡Los honestos somos más!" fue formar a los colaboradores para conocer y, así, evitar cualquier conducta que pudiera comprometer sus decisiones y transparencia.

**Lo que daña  
a la organización,  
también me daña a mí.**

# Programa JÓVENES TALENTOS INTERNACIONALES

404-2

Coherentes con nuestra política de incluir a los jóvenes y potenciarlos, **fomentamos la experiencia laboral en otros países**, con el fin de darles acceso a nuevas oportunidades en sucursales de las empresas del Grupo Casino.

**4 colaboradores  
viajaron a**

**Francia (2), Colombia (1) y Brasil (1)**

*De esta manera, sus  
competencias se nutren  
de nuevos vínculos,  
aprendizajes, culturas,  
permitiéndoles ampliar  
su visión del mundo.*



## Empleabilidad **INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD**

103-1; 103-2; 203-1; 203-2; 405-1

- >>> **4.024 empleos indirectos generados por obra por expansión de locatarios.**
- >>> **27 colaboradores con discapacidad trabajando en nuestros Hipermercados.**
- >>> **31 jóvenes ingresados por el programa “Empleo Joven”:**
  - **22 prácticas profesionales Universitarios.**
  - **9 prácticas profesionales Secundarios Técnicos y Terciarios.**
- >>> **218 contratos de aprendizaje.**

## Programa **POR MÍ**

Reconocimos a colaboradoras incorporadas al programa de prácticas laborales xmí.



## Clima Laboral: **YO SOY LIBERTAD**

103-3

Atentos al trabajo en equipo y al desempeño de cada trabajador en un contexto de confianza y bienestar, realizamos una encuesta interna para **medir el clima de trabajo y poder planificar acciones que contribuyan con el bienestar del equipo Libertad.**

**80% colaboradores**  
participaron de la encuesta interna

Asimismo, desde hace varios años, sostenemos los desayunos de trabajo con colaboradores y directores para compartir inquietudes y comunicar procesos y desafíos de la organización.

## Comités de **CLIMA LABORAL**

En 2017 se crearon comités de los cuales participan 169 colaboradores, que asumen la responsabilidad de representar a sus compañeros y trabajan como un **GRAN EQUIPO:**

- >>> **Conociendo la realidad de la vida laboral y personal de la gente.**
- >>> **Estimulando la participación de los colaboradores en las decisiones de la organización y en las actividades con impacto en el clima.**
- >>> **Garantizando un mayor flujo de comunicación ascendente y descendente.**

# Gestión del DESEMPEÑO

404-3

Buscando potenciar a cada colaborador, en Libertad acompañamos sus objetivos prestando especial atención a su desempeño, a través de entrevistas con el líder del equipo donde definen conjuntamente los objetivos y planes de acción. Mediante reuniones cotidianas se pueden revisar y ajustar los planes al desarrollo personal y colectivo de los equipos.

Casi todos los colaboradores con contrato indefinido han tenido en 2017 este seguimiento que promueve el desarrollo profesional.

**99,64% de los colaboradores**  
recibieron evaluación de su desempeño

**44 evaluaciones**  
de potencial

Plan de Acción Desarrollo  
de Competencias

**42**  
colaboradores

promovidos a una  
categoría superior





# Salud, Seguridad, Higiene y **PREVENCIÓN DEL RIESGO**

103-1; 103-2; 103-3; 403-2

Prestamos especial atención a las exigencias y normativas legales vinculadas a la salud y seguridad laboral, tomando decisiones que prevengan y reduzcan los riesgos en el ámbito del trabajo.

Entre las acciones que implementamos para reducir accidentes, se encuentran:

- >>> **Seguimiento de accidentes.**
- >>> **Comunicación y seguimiento diario con la sucursal sobre los accidentes ocurridos.**
- >>> **Investigación de los hechos.**
- >>> **Implementación de LUPs (Lección de un Punto).**
- >>> **Mantener stock de EPP (elementos de protección personal) en las sucursales.**
- >>> **Continuar con el trabajo sinérgico entre el Jefe de RRHH y el Asesor de Higiene y Seguridad.**

## RESULTADOS DEL PERÍODO

**10% menos**  
de horas perdidas por accidentes y enfermedad

**42,90% menos**  
de enfermedades profesionales

**181** colaboradores  
Recibieron formación en cuidado de las personas en caso de siniestros.

**171** colaboradores  
Realizaron cursos de reanimación cardiovascular, primeros auxilios y prevención de incendios.

## Comités de **HIGIENE Y SEGURIDAD**

403-1

Para monitorear y prevenir la seguridad e higiene, cada sucursal cuenta con dos representantes de estas áreas y un médico; mientras, un comité se encarga de proponer acciones para la preservación de la salud e integridad física de nuestros colaboradores, tales como: capacitación en control de plagas, control sanitario, higiene alimentaria, levantamiento manual de cargas, manipulación correcta de productos alimentarios y operación segura de equipos.

**100% del personal**  
representado en los  
**Comités de Higiene y Seguridad**  
en cada sucursal



# Prestaciones Y BENEFICIOS

102-43, 201-3

Todos los colaboradores de la compañía están incluidos en el Plan de Reconocimiento que implementamos para premiar su desempeño y compromiso.

Organizamos diferentes actividades que ponen en el centro a los colaboradores, con el fin de entregar beneficios adicionales que estén a nuestro alcance para reconocer su trabajo.

>>> **Vuelta al Cole:** 1.729 colaboradores (con hijos en escolarización primaria) accedieron al beneficio de un **80% de descuento en la compra de los kits escolares.**

>>> **Obsequios por nacimientos:** los papás reciben de obsequio una sillita de bebé.

>>> **Salas de descanso con juegos** para el esparcimiento (metegoles, mesas de ping pong, televisión, heladeras, microondas).

>>> **Descuentos mensuales para compras en los Hipermercados:** **20% de descuento mensuales en sus compras** (con límite de descuento de \$600), lo que implica un aporte significativo adicional por mes de la empresa para sus colaboradores.

>>> **Descuentos especiales de hasta 50%** en diferentes categorías.

>>> **Beneficios exclusivos para los cumpleaños del mes:** todos los colaboradores gozan de **un día no laboral por su cumpleaños** y, además, **se les obsequian descuentos especiales** en productos que compren durante dicho mes.

>>> **Bono de fin de año.** Los colaboradores recibieron un **bono del 80% de descuento para sus compras de fin de año** (con tope de \$4.300), lo que significó una gran inversión para la compañía y un incentivo destacado para el personal.

>>> **Clases de idiomas a una tarifa diferencial** con la posibilidad de cursarlas en horario laboral (inglés, francés, portugués) para colaboradores de casa central.

>>> **Menú a precio diferencial para los almuerzos de colaboradores.**

>>> **Bonificaciones especiales para colaboradores que estudian carreras empresariales** en diferentes universidades.

>>> **Beneficios de cobertura de salud en la licencia extendida por maternidad.**





# Festejos ESPECIALES

Día de la Mujer

Día del Trabajador

Día de la Familia

## DÍA DE LA FAMILIA

Desde el año pasado incorporamos este festejo unificando Día del Padre, la Madre y del Niño con el propósito de promover la **conciliación entre la vida familiar y laboral**, invitando a la familia de nuestros colaboradores a participar, juntos, de actividades de recreación y solidaridad, **mejorando la calidad de la relación colaborador-empresa**.

Además de compartir un día al aire libre, buscamos generar conciencia sustentable en nuestras acciones cotidianas, **promoviendo el consumo responsable, el cuidado del medio ambiente y la solidaridad para con el resto de las personas**.

Como venimos haciendo desde el programa **Juntos en Acción**, nuestras actividades están enmarcadas en una propuesta sustentable que alcanza a todos los colaboradores:



## Libertad de Asociación Y DIÁLOGO SOCIAL

103-3; 102-41

Son 40 los delegados que representan a los empleados en el sindicato y ante las autoridades de la empresa, incorporando tres personas más en relación a 2016.

Mantenemos reuniones diarias con los representantes del personal y supervisores, **con el propósito de promover el diálogo y la asociación, propuestas de cambios y mejoras, trabajando en equipo por las iniciativas que surjan.**

Asimismo, los colaboradores poseen la libertad de adherirse a Convenios de Trabajo, con lo cual 2.624 de los empleados se encuentran comprendidos en Convenios Colectivos.



**84% de los  
colaboradores**

**están comprendidos en  
Convenios Colectivos.**

# 08

## UNA EMPRESA PROACTIVA POR EL MEDIO AMBIENTE: PORQUE EL MUNDO ES LA CASA DE TODOS

Principales logros asociados al desarrollo sostenible. 103

---

Proteger el medio ambiente: un objetivo estratégico. 104

---

El agua: un recurso vital y preciado 113

---

Transformando nuestros insumos 114

---

Juntos en Acción, conmemorando el cuidado al medioambiente 118

---



# UNA EMPRESA PROACTIVA POR EL MEDIO AMBIENTE:

## Porque el mundo es la casa de todos

103-1; 103-2; 103-3

No podemos crear ni creer en un mundo mejor si no cuidamos el planeta en el que vivimos y queremos dejar a las próximas generaciones.

Por eso, nuestro enfoque de gestión está en reducir el impacto negativo de nuestras operaciones y mejorar el ambiente de manera proactiva.

Elaboramos planes para mejorar la eficiencia energética y el uso de los recursos naturales, limitando y valorizando residuos y reduciendo las emisiones de gases de efecto invernadero.

Medimos todos los efectos de nuestra actividad para controlar sus resultados y tomar las medidas convenientes para mejorar nuestra huella en el planeta.





# PRINCIPALES LOGROS

## asociados al Desarrollo Sostenible

302-4; 301-1; 301-3; 103-2

7 ENERGÍA ASEQ  
Y NO CONTAM



**-9,71%**

en el consumo  
total de energía  
entre 2013 y 2017

17 ALIANZAS PARA  
LOGRAR  
LOS OBJETIVOS



Afianzamos vínculos  
estratégicos  
con proveedores  
y organizaciones  
que apuestan  
al cuidado del  
medioambiente.

13 ACCIÓN  
POR EL CLIMA



**-44,5%**

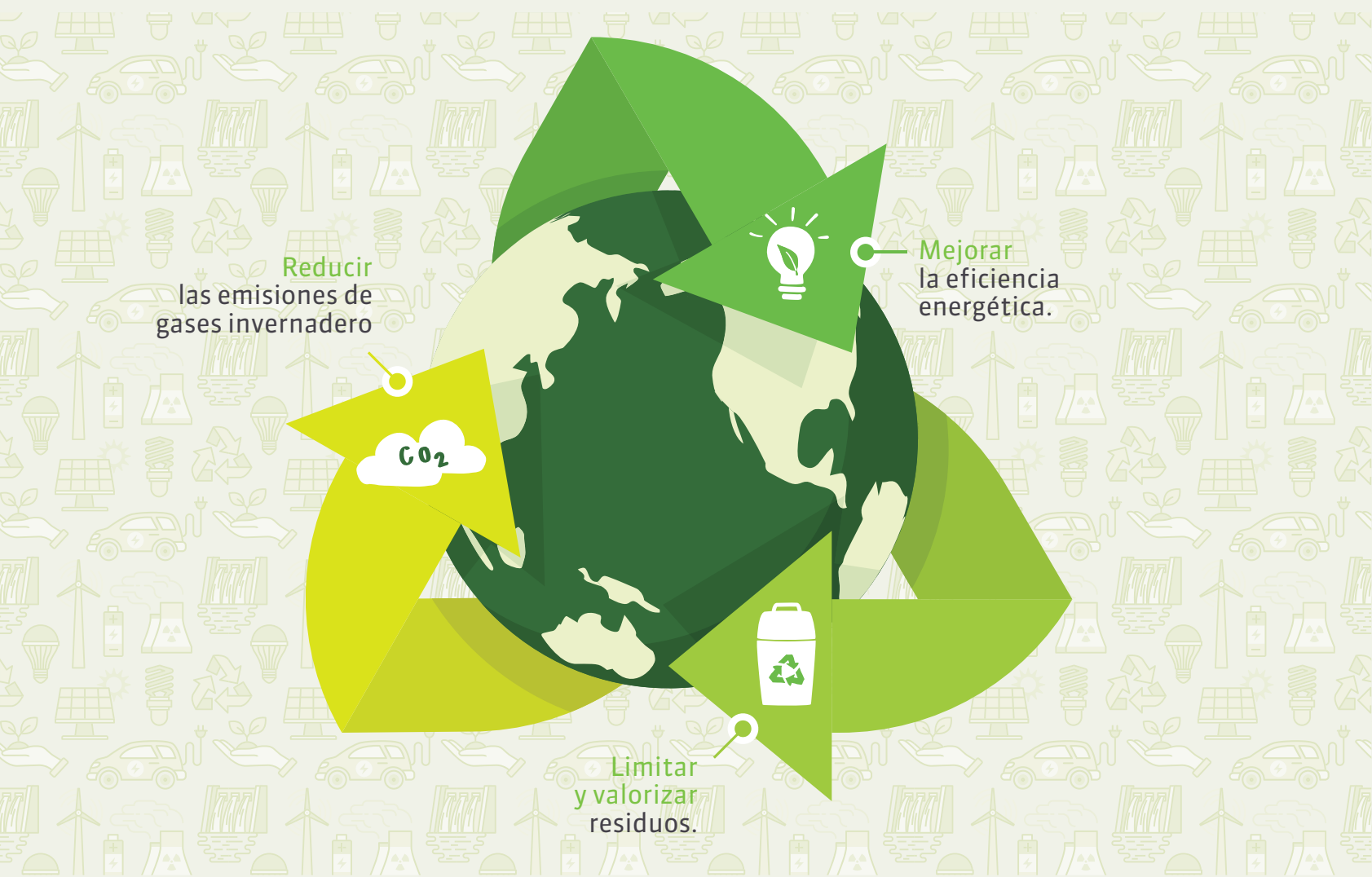
bolsas plásticas  
entregadas  
en caja

# Proteger el medio ambiente: un objetivo estratégico

103-2; 103-2

Fijamos tres ejes de trabajo para limitar el impacto de nuestras operaciones en el medio ambiente no solo para cuidar de él sino, también, como decisión estratégica para generar conciencia en la sociedad y hacernos responsables, todos y cada uno, desde el lugar que ocupa.

Medimos el desenvolvimiento anual de estos ejes y proponemos diversas acciones para revertir los resultados desfavorables.



## Administramos la eficiencia energética

302-1; 302-2; 302-3; 302-4

En 2015, nos planteamos como meta para 2020 reducir un 20% el consumo energético de la empresa y ese camino estamos transitando.

Es así que, durante 2017, implementamos una estrategia de gestión energética con especialistas y mediciones puntuales de consumo en Hipermercados (Retail) e Inmobiliaria (Real Estate).

## Reduciendo el consumo de energía

302-1; 302-4

| ENERGÍA CONSUMIDA  | 2016      | 2017       | VARIACIÓN INTER ANUAL |
|--|-----------|------------|-----------------------|
| <b>Hipermercados</b>   | <b>15</b> | <b>15</b>  |                       |
| Superficie de venta de los establecimientos relacionados con los datos: m2 | 108.925   | 107.251    |                       |
| Electricidad MWh   | 50.963    | 49.412     | -3%                   |
| Gas Natural MWhPCI   | 5.516     | 5.373      | -3%                   |
| Gas de Petróleo Licuado MWhPCI   | 1.030     | 1.116      | 8%                    |
| <b>Formato Cercanía (Mini Libertad y Petit Libertad)</b>                   | <b>11</b> | <b>15*</b> |                       |
| Superficie de venta de los establecimientos relacionados con los datos: m2 | 1.775     | 2.414      | 26%                   |
| Electricidad MWh   | 1.442     | 1.420      | -2%                   |
| <b>Galería Comercial</b>   | <b>15</b> | <b>15</b>  |                       |
| Superficie relacionados con los datos: m2                                  | 166.782   | 175.131    | 5%                    |
| Electricidad MWh   | 30.950    | 30.471     | 2%                    |
| Gas Natural MWhPCI   | 3.677     | 3.582      | -3%                   |
| Gas de Petróleo Licuado MWhPCI   | 687       | 744        | 8%                    |
| <b>Centro de Distribución Logística</b>                                    | <b>1</b>  | <b>1</b>   |                       |
| Electricidad MWh   | 1.253     | 1.234      | -2%                   |

\*2017 finalizó con 14 locales de formato proximidad: 4 Petit y 10 Minis Libertad.

## Ahorro de Energía eléctrica en 5 años

302-5

| Años | Consumo Energía Eléctrica en Mwh | Variación   |
|------|----------------------------------|---|
| 2013 | 99.312                           | Variación entre 2013 a 2017:<br><br><b>-9,71%</b> |
| 2014 | 96.994                           |   |
| 2015 | 88.404                           |   |
| 2016 | 84.608                           |   |
| 2017 | 89.660                           |   |

## Intensidad eléctrica

302-3

| Intensidad eléctrica | Consumo Energía Eléctrica en Mwh |
|----------------------|----------------------------------|
| 2015                 | 810                              |
| 2016                 | 765                              |
| 2017                 | 810                              |

## Renovación energética (fluidos)

302-5

| Renovación energética (fluidos)        |         |         |           |
|--|---------|---------|-----------|
| Recarga de fluidos frigorígenos        | 2016    | 2017    | Variación |
| <b>Hipermercados</b>                   |         |         |           |
| Cantidad de establecimientos cubiertos | 15      | 15      |           |
| Superficie (m2)                        | 107.251 | 107.052 |           |
| R22 (kg)*                              | 8.752   | 8.084   | -8%       |
| <b>Petit y Mini</b>                    |         |         |           |
| Cantidad de establecimientos cubiertos | 11      | 14      | 27%       |
| Superficie (m2)                        | 1.775   | 2.414   | 36%       |
| R22 (kg)*                              | 82      | 80      | -2        |
| <b>Centro de distribución</b>          |         |         |           |
| Cantidad de establecimientos cubiertos | 1       | 1       |           |
| R22 (kg)*                              | 299     | 54      | -82%      |

\*El R-22 o clorodifluorometano es un gas incoloro, comúnmente utilizado para los equipos de refrigeración.

# Acciones para limitar y valorizar residuos

306-2

## Recuperar y reciclar

Residuos tales como cartón, nylon, huesos y grasa, son vendidos a diferentes recicladoras encargadas del tratamiento eficiente y seguro del material. Por su parte, los clientes también nos acercan sus residuos reciclables, sensibilizados por la responsabilidad de todos de no dañar el medioambiente.



| Recupero y Reciclado (toneladas)             | 2016  | 2017  | Variación interanual |
|--|-------|-------|----------------------|
| Cartón                                       | 1.570 | 1.904 | 21%                  |
| Nylon  | 94    | 113   | 21%                  |
| Huesos y grasa                               | 406   | 496   | 22%                  |
| Residuos recuperados de clientes (toneladas) | 2016  | 2017  | Variación interanual |
| Pilas  | 1     | 0,478 |                      |
| Plásticos                                    | 46    | 44    | -5%                  |
| Papeles                                      | 8     | 10    | 20%                  |
| Vidrio                                       | 2     | 2     | 0%                   |
| Cartones (nuevo)                             | S/D   | 8     |                      |

# Reducir las emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI)

305-1; 305-2; 305-3; 305-4; 305-5; 305-6

A los fines de mitigar los efectos de nuestras operaciones en el calentamiento global, desde 2014 –con el apoyo de una consultora internacional- venimos midiendo y controlando nuestras emisiones de GEI en toneladas CO2 (dióxido de carbono).

## Objetivos del Grupo Casino:

Inventariar las emisiones GEI de las principales actividades del Grupo (Alcance 1, 2 y 3).

Reducir en un 20% las emisiones comparadas con el año base 2012.

Reducir el impacto de las emisiones de GEI relativas a los sistemas refrigerantes y el transporte de mercaderías.



## Inventario de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI)

El consumo energético, la logística y los gases refrigerantes generan las mayores emisiones y allí se ha puesto el foco a los fines de reducir la huella de carbono .

Al igual que en 2016, la operación de Libertad significó solo el

**3,7%**

de las emisiones totales de GEI del Grupo Casino.



## Inventario de GEI Alcance 1 y 2 (GEI)

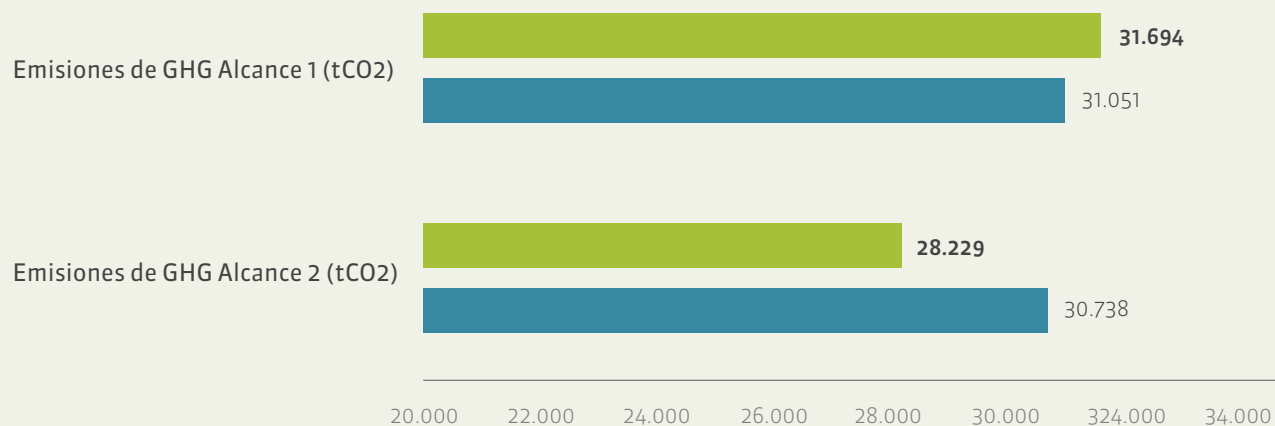
305-6

|  | 2016   | 2017   | Variación  |
|--|--------|--------|------------|
| <b>Emisiones de GHG Alcance 1 (tCO2)</b> | 30.738 | 28.229 | <b>-8%</b> |
| <b>Emisiones de GHG Alcance 2 (tCO2)</b> | 31.051 | 31.694 | <b>2%</b>  |

Fuente: Grupo Casino 2017.

### Emisiones de GEI

■ 2017 ■ 2016





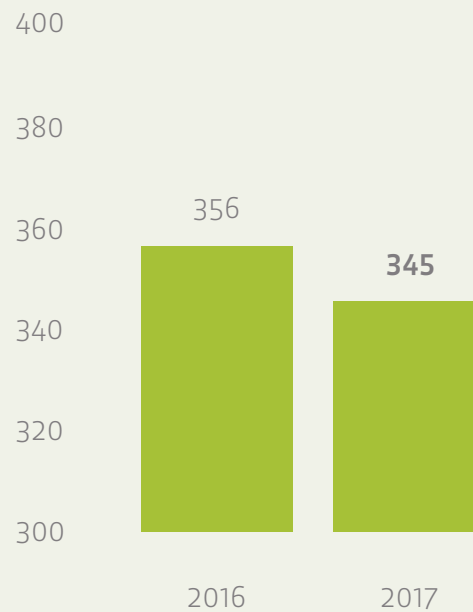
## Intensidad de las emisiones de Carbono Alcance 1 y 2\*

|   | 2016 | 2017 | Variación  |
|---|------|------|------------|
| <b>KgCO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup> - superficie de venta</b> | 356  | 345  | <b>-3%</b> |

Fuente: Grupo Casino 2017.

### Intensidad de las emisiones de Carbono Alcance 1 y 2

■ KgCO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup> superficie de venta



\* Alcance 1: Emisiones directas resultantes de la combustión de energías fósiles (incluye fluidos refrigerantes y combustibles). Alcance 2: Emisiones indirectas que se generan por la adquisición de energía eléctrica.

## Intensidad de las emisiones de Carbono por consumo eléctrico (superficies comerciales)

| 2017                   | Variación  |
|------------------------|------------|
| 286 kWh/m <sup>2</sup> | <b>-5%</b> |

Fuente: Grupo Casino 2017.

# Emisiones por logística de distribución

305-4

Del Centro de Distribución a las tiendas: (carga/flete)



| CONCEPTO   | UNIDAD DE MEDIDA                 | TOTAL      | LIBERTAD HIPERMERCADOS | FORMATO DE PROXIMIDAD |
|--|----------------------------------|------------|------------------------|-----------------------|
| Tasa de concentración logística estimada                     | %                                |            | 63%                    | 47%                   |
| Número de tiendas entregadas                                 | tiendas                          | 29         | 15                     | 14                    |
| (2) Actividad transporte toma en cuenta en su cálculo de GEI | toneladas.km                     | 50.254.305 | 50.116.965             | 137.340               |
| Perímetro 1  | tCO <sup>2</sup>                 | 2.895      | 2869                   | 26                    |
| Perímetro 3  | tCO <sup>2</sup>                 | 641        | 638                    | 3                     |
| Total  | tCO <sup>2</sup>                 | 3.536      | 3507                   | 28                    |
| Ratio  | g CO <sub>2</sub> / toneladas.km | 70         | 70                     | 206                   |



# El agua: un recurso vital y preciado

103-1; 103-2; 103-3

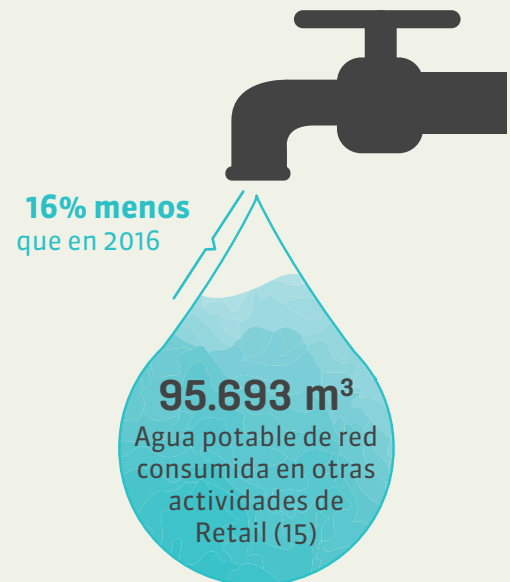
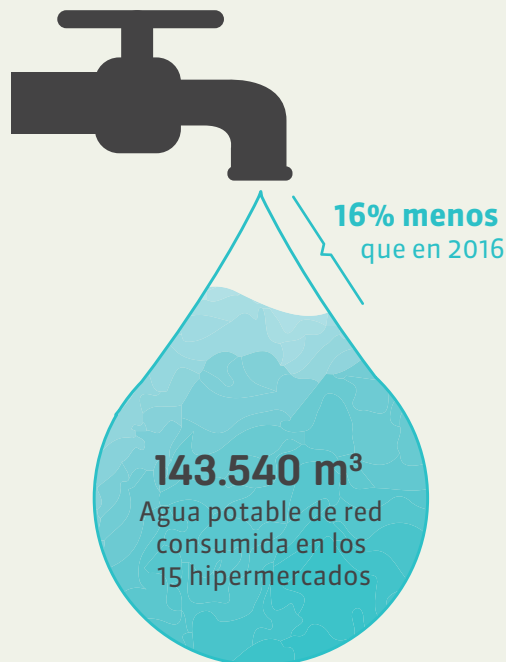
De 2013 a esta parte, llevamos adelante acciones en nuestras tiendas que promueven la disminución del consumo de agua potable de red. En 2015, comenzamos a disponer de datos sobre el consumo de agua en todos los hipermercados y locales, lo que nos permite controlar el consumo e implementar planes de acción de uso racional del agua.

Por otra parte, realizamos campañas de concientización sobre el cuidado del agua, fundamentalmente, cuando conmemoramos el Día Mundial del Agua (22 de marzo).



## Captación de agua según la fuente

303-1



# Transformando nuestros insumos

103-2; 103-3

Comprometidos con la sustentabilidad, fuimos reemplazando nuestros insumos contaminantes por sus versiones más ecológicas como, así también, reduciendo el consumo de aquellos que aún no tienen sustitutos.

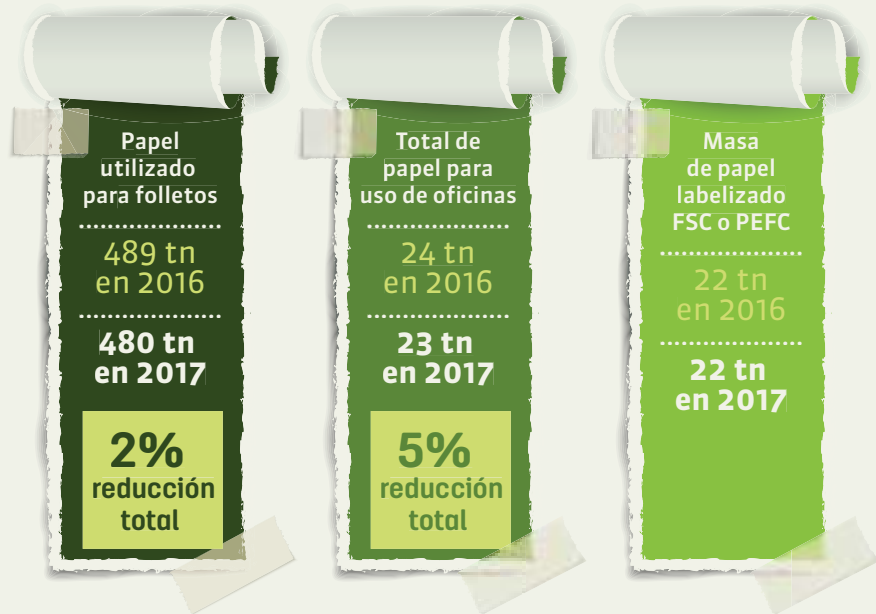




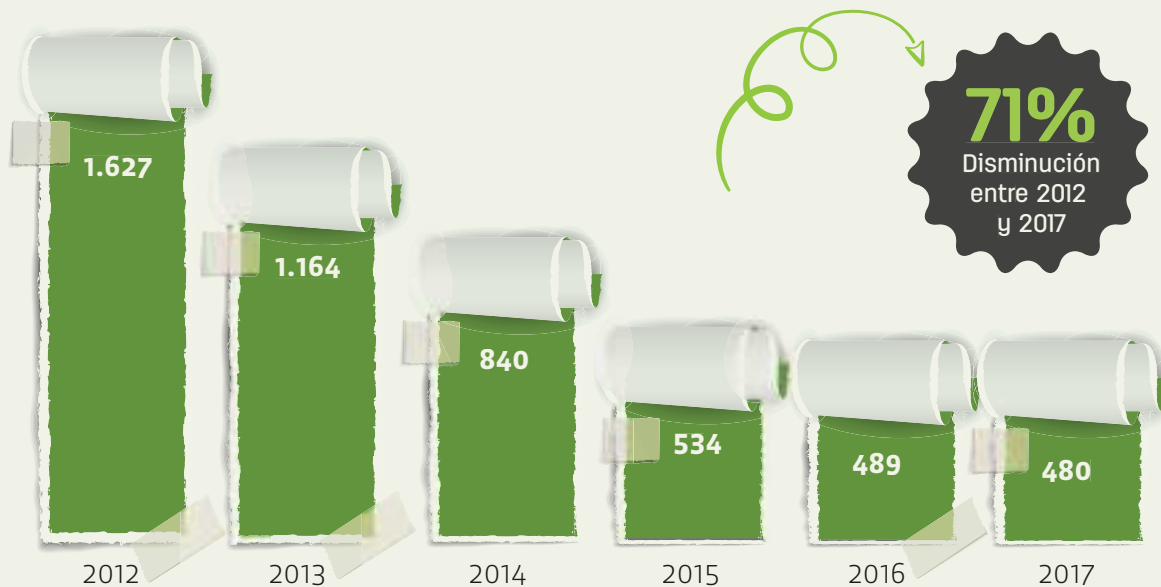
## Control en el consumo de papel

301-1; 301-2

Se mantuvo la tendencia a disminuir el uso de papel en todas sus formas, manteniendo la masa de papel etiquetado FSC o PEFC, certificaciones que garantizan que los productos tienen su origen en bosques gestionados sustentablemente.



## Consumo de papel (Toneladas)



## Bolsas plásticas por ecológicas

301-1; 301-2; 301-3

En estos años venimos reforzando nuestra campaña para reducir el consumo de bolsas plásticas, a partir de diversos incentivos, entre ellos, promoviendo la venta de bolsas degradables y/o reutilizables.

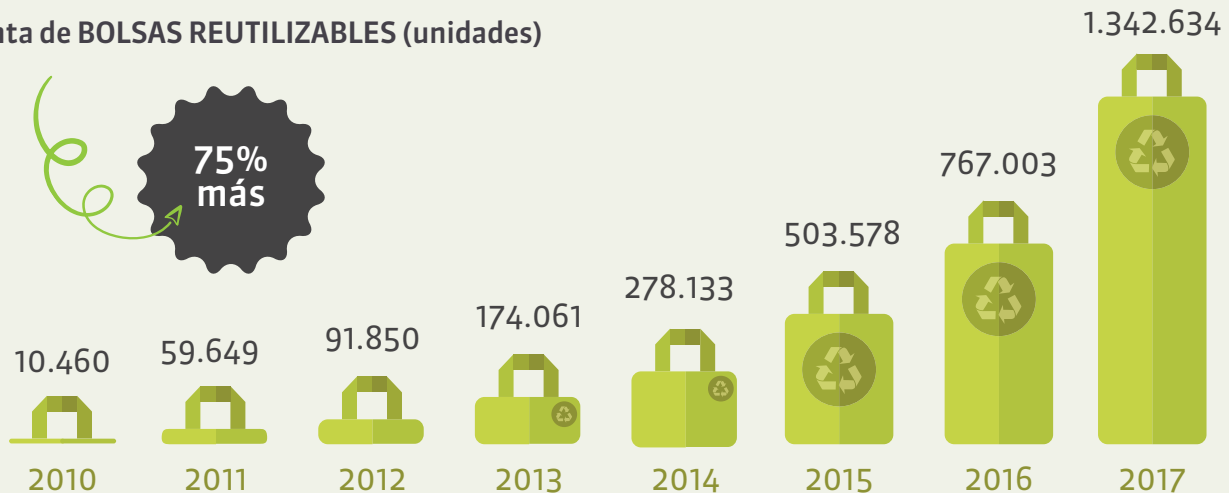
**80,4 tn**  
de bolsas plásticas  
entregadas en caja

**44,5%  
menos**  
que en 2016



## INCREMENTO EN LA VENTA DE BOLSAS REUTILIZABLES

Venta de BOLSAS REUTILIZABLES (unidades)



## Cajas verdes que incentivan el compromiso del cliente

103-1; 103-2; 103-3

Nuestras sucursales cuentan con Cajas Verdes, cumpliendo con el propósito de reducir el uso de bolsas plásticas. En estas cajas no se entregan ese tipo de bolsas, incentivando a los clientes a usar bolsas reutilizables o llevar los productos por sí mismos\*.



**39**  
cajas  
verdes

\* Las sucursales de Rosario y Villa María, por disposición municipal, no entregan bolsas plásticas, por lo que no es necesario que cuenten con cajas verdes.

# Juntos en Acción, conmemorando el cuidado al medioambiente

## 22 de marzo Día Mundial del Agua

103-1; 103-2

En 1993, la Asamblea General de las Naciones Unidas designó el 22 de marzo como el Día Mundial del Agua, para destacar la función esencial de este recurso y proponer alternativas de mejora para la población mundial que sufre de problemas relacionados con su escasez.

Es un día clave para puntualizar en el debate sobre la gestión de los recursos hídricos en el futuro, razón por la cual desde Libertad nos aliamos a nuestros proveedores para sensibilizar y reeducar a nuestro público interno, a través de acciones diversas.

Entrega de agua y una tarjeta con un mensaje alusivo a los colaboradores de casa central (2.700) y sucursales.



Mensaje con consejos sobre consumo responsable en Fondos de Pantalla, mail de comunicación interna y cartelera interna.



30.000 rollos de tickets en líneas de cajas con mensajes de ahorro de agua distribuidos en el mes de marzo.



Campaña en redes sociales



## 22 de abril Día de la Tierra

No dejamos pasar el Día de la Tierra sin recordarle a la comunidad que está en nuestras manos la posibilidad de cuidarla, conmemorando este día con una comunicación interna.



## 17 de mayo Día Mundial del Reciclaje

103-2

Difundimos una comunicación a nuestros colaboradores y clientes para recordarles el valor de las **4 R** en la sustentabilidad: Reutilizar, Reciclar, Reducir, Recuperar, haciendo alusión al Día Internacional del Reciclaje.



En este objetivo, destacamos además la presencia de contenedores para recoger distintos materiales reciclables en los llamados “puntos de recolección”, instalados en las playas de estacionamiento de los Hipermercados. Allí nuestros clientes pueden acercar cómodamente materiales para reciclar como vidrio, papel, plástico y aceite.



# 09

## Un socio de confianza: una relación a **LARGO PLAZO**

Principales logros asociados  
al Desarrollo Sostenible **124**

---

Descripción de la cadena  
de suministro **125**

---

Integridad y transparencia  
en la cadena de valor **126**

---

Desarrollo de proveedores locales  
para marca textil propia **130**

---

Aliados que trascienden lo comercial **131**

---





## Un socio de confianza: una relación a **LARGO PLAZO**

103-1; 103-2; 102-3

Los proveedores son nuestros socios comerciales, porque juntos somos más sustentables.

Seleccionamos proveedores con criterios de objetividad e imparcialidad y evitando cualquier conflicto de interés o favoritismo.

Solicitamos la adhesión de nuestros proveedores a nuestra Carta Ética procurando un trabajo que se sostenga en el tiempo, basado en la integridad y la confianza.



## Principales logros asociados al **DESARROLLO SOSTENIBLE**

102-9; 205-2; 403-1; 205-1

88%  
de proveedores  
nacionales

**17** ALIANZAS PARA  
LOGRAR  
LOS OBJETIVOS



**16** PAZ, JUSTICIA  
E INSTITUCIONES  
SÓLIDAS



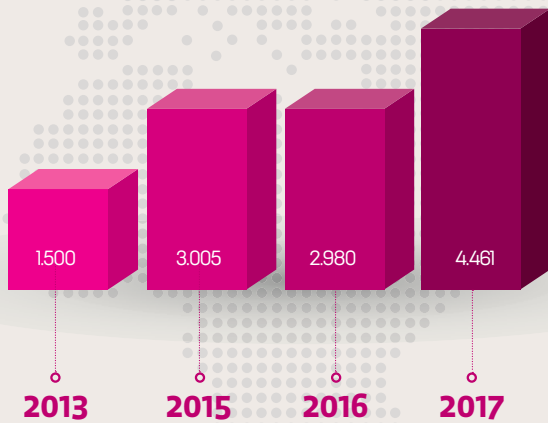
50%  
más proveedores que  
en 2016, con quienes  
compartimos nuestro  
Código de Conductas  
y Carta Ética

# Descripción de la cadena de SUMINISTRO

102-9

## Cantidad Total de Proveedores

Incorporamos **nuevos proveedores** a nuestra cadena de suministro



## TIPO DE PROVEEDORES

### Servicios

2016 > 1.810  
2017 > **2.475**



### Productos\*

2016 > 1.170  
2017 > **1.986**

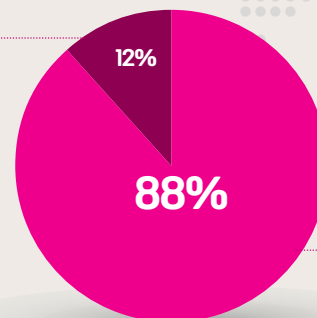
\* Ventas bienes muebles, Mercadería, bienes y servicios



## PROVEEDORES POR ORIGEN

PROVEEDORES INTERNACIONALES

516



PROVEEDORES NACIONALES

3.945

# Integridad y transparencia

## EN LA CADENA DE VALOR

103-1; 103-2; 103-3; 205-1; 205-2

Trabajamos respetando los valores de honestidad, equidad e integridad personal y esperamos lo mismo de nuestros proveedores.

Fuimos creciendo año a año, en este sentido, tomando diferentes medidas que hoy nos consolidan como empresa de confianza para nuestros socios y aliados comerciales como, así también, ante nuestros clientes. Entre estas decisiones, destacamos que:

- En 2012 creamos el Programa Libertad Transparente, dando el puntapié inicial para definir nuestra política de transparencia.
- En 2013 adherimos al Pacto Global de Naciones Unidas, cuyo 10° Principio es la lucha contra la corrupción.
- En 2014 comenzamos a circular nuestra Carta Ética con los Proveedores, mientras que, en 2015, la lanzamos logrando la adhesión de 900 proveedores que expresaron su compromiso con los principios que contiene.
- En 2016 incorporamos la norma sobre lavado de activos a la Carta Ética.
- En 2017, todos nuestros proveedores suscribieron la **Carta Ética** y sus últimas modificaciones. También, para llevar desarrollar proveedores locales, adherimos al **Programa de Cumplimiento de Proveedores de Marcas Propias y al Estatuto de Ética del Proveedor del Grupo Casino.**

Programa Libertad Transparente

2012

Pacto Global de Naciones Unidas

2013

Carta Ética

2014

Norma sobre lavado de activos a la Carta Ética

2016

Carta Ética y sus últimas modificaciones

2017



## Programas de Proveedores del Grupo Casino

408-1; 409-1; 414-1; 414-2

Como empresa del Grupo Casino, Libertad suscribió al **Programa de Cumplimiento de Proveedores (SCOP)**, que entre sus propósitos comprende:

- Disponer de una lista exacta y actualizada de todas las fábricas que manufacturan los productos de marcas propias o genéricos.
- Asegurar que las fábricas mencionadas operen de acuerdo con los requerimientos de la Carta de Ética del Grupo Casino que se basa en las leyes nacionales y/o locales aplicables a la conducta de sus negocios y a las normas Internacionales del Trabajo.
- Llevar a cabo un programa de evaluación de riesgo a nivel de fábricas basado en las auditorías externas realizadas bajo las normas de la ICS (Iniciativa Cláusula Social) de la que el Grupo Casino es miembro desde 1998;
- Apoyar a las fábricas, en la medida de lo posible, mediante el Plan de Acción Correctivo (PAC) publicado después de la auditoría.

El SCOP no es un programa de certificación. El Grupo Casino es miembro de la iniciativa Clausula Social ([www.ics-assoc.fr](http://www.ics-assoc.fr)) la cual tiene como objetivo promover y apoyar la mejora continua de las condiciones de trabajo en las instalaciones que suministran los miembros de la ICS.

El alcance de la auditoría incluye 9 áreas:

- 1. Sistemas de Gestión y Trazabilidad**
- 2. Trabajo Infantil**
- 3. Trabajo Forzados**
- 4. Discriminación**
- 5. Prácticas Disciplinarias, Acoso y Abuso**
- 6. Libertad Sindical y Mecanismos de Reclamación**
- 7. Horas de Trabajo y Horas Extras**
- 8. Remuneración y Beneficios**
- 9. Salud y Seguridad laboral**





## Código de Conductas y Acuerdos de Colaboración Comercial

102-17; 103-1; 103-2

La relación con los proveedores también se enmarca en nuestro **Código de Conductas**, dedicando todo un capítulo a la misma:

- “LIBERTAD adecuará los procesos de selección de proveedores y suministradores a criterios de objetividad e imparcialidad y evitará cualquier conflicto de interés o favoritismo en la selección de los mismos.”
- “Los integrantes de LIBERTAD evitarán cualquier clase de interferencia o influencia de clientes, proveedores o terceros, que pueda alterar su imparcialidad y objetividad profesional. Esta obligación afecta de modo especial a los integrantes que tengan que tomar decisiones sobre contratación de suministros y servicios y a los que deciden las condiciones económicas de las operaciones con clientes”.

Para ingresar como proveedor de libertad, es indispensable darse de alta en nuestro sistema, lo que implica acordar y cumplir las condiciones que establece el Acuerdo de Colaboración Comercial.

En él incluimos desde disposiciones relacionadas a la calidad óptima que deben de poseer los productos hasta la integridad comercial que exigimos para mantener las relaciones con clientes y proveedores.

Además, el Grupo cuenta con otro instrumento denominado Estatuto de Ética del Proveedor, con el que también convenimos. En él, se definen las normas que se aplican en todos los casos dentro de la cadena de suministro del Grupo Casino y sus subsidiarias para asegurar que:

- Los empleados sean tratados con respeto y dignidad en un ambiente de trabajo que garantice su salud y seguridad laboral;
- La producción y los servicios sean realizados con el mayor respeto posible para el medio ambiente;
- Las relaciones comerciales sostenidas por los Proveedores sean libres de cualquier manipulación, corrupción activa o pasiva, extorsión, malversación de fondos y, en general, prácticas ilegales de cualquier tipo.

“ **Realizamos fuertes campañas de comunicación sobre el tema, concientizando y capacitando a los colaboradores, en el marco del programa Libertad Transparente, para detectar hechos irregulares y evitar el fraude y la corrupción.** ”

## Actualización de nuestra Carta Ética

103-1; 103-2; 103-3; 205-1; 308-2; 408-1; 409-1; 414-1; 414-2

La **Carta Ética** describe las conductas que esperamos de nuestros proveedores en relación a los Derechos Humanos, Laborales y a la Lucha contra la Corrupción. Los criterios básicos de conducta se vinculan con:

1. Trabajo Infantil
2. Trabajo forzoso
3. Medidas disciplinarias reprobadas y acoso
4. Discriminación
5. Libertad de asociación, derecho de negociación colectiva
6. Duración del trabajo
7. Remuneración
8. Higiene, salud y seguridad
9. Corrupción
10. Lavado de Activos

En 2017 la actualizamos incorporando dos nuevos criterios a los 10 existentes:

**11. Medio Ambiente:** para controlar que nuestro socio comercial implemente los procedimientos y planes de desarrollo necesarios para identificar, evitar y o reducir el impacto negativo de sus actividades en el medio ambiente.

**12. Protección Animal:** para exigir a nuestros socios comerciales, compromiso con el bienestar de los animales, cuando los productos o materias primas se derivan o son obtenidos de la cría de los mismos.

Los proveedores de Libertad reciben la invitación para adherir a la Carta Ética y expresar conformidad con sus principios.

También, aceptan auditorías a sus lugares de producción, personas y registros que requiera Libertad, pudiéndose cesar la relación en casos de graves transgresiones o propiciar un plan de acciones correctivas.

Además, para llevar a cabo tareas en sus espacios comerciales, exigimos el cumplimiento de normas laborales y de higiene y seguridad a todos los proveedores de servicios y reposidores.



# Desarrollo de proveedores locales **PARA MARCA TEXTIL PROPIA**

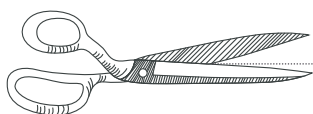
203-2

Desde 2016, en Libertad fuimos trayendo de Colombia el Proyecto London del Grupo Éxito, con el fin de democratizar la moda a través del desarrollo de un negocio textil rentable y diferenciador, haciendo hincapié en las marcas propias para mejorar la experiencia de compra de nuestro cliente.

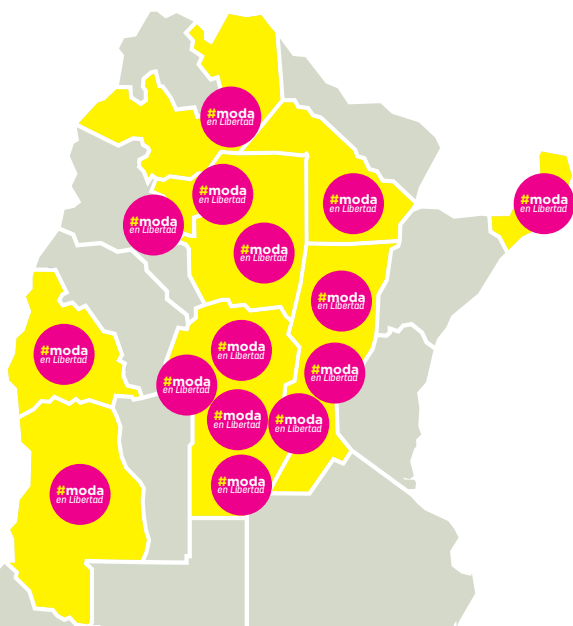
**En 2017, decidimos comenzar el proceso de desarrollo de proveedores locales del rubro textil para autoabastecernos de productos de indumentaria, con aliados nacionales que ya fueron seleccionados para comenzar su producción para 2018.**

Esta implementación no solo generará una gran cantidad de fuentes de trabajo indirectas. Además, dinamizará la industria textil local para abastecer a todo el país Libertad ya que hemos cumplido con nuestro objetivo de desembarcar con **#moda en Libertad** en todas nuestras sucursales.

El desarrollo de proveedores locales conlleva un trabajo conjunto con el Grupo Casino que permite hacer “debida diligencia” y que exige la adhesión al **Programa de Cumplimiento para Proveedores** de marcas propias, mediante el cual el Grupo se asegura que los proveedores de todas las filiales cumplan con los aspectos sociales y medioambientales obligatorios.



**#moda**  
en Libertad



## Aliados que trascienden lo **COMERCIAL**

Establecemos alianzas estratégicas para la promoción de la sustentabilidad con proveedores que tienen el mismo propósito que nosotros: estar más allá de lo meramente comercial o económico.

Junto a COLGATE, llevamos adelante diferentes campañas de concientización para conmemorar el Día Mundial del Medio Ambiente y el del Agua; mientras que NIVEA nos acompaña en la impresión de bolsas reutilizables.

Contamos, además, con un ECOPUNTO de COCA COLA, en nuestra sucursal de Poeta Lugones, con el fin de facilitarle a los clientes la posibilidad de reciclar sus residuos.



**10**

Desafíos y

**COMPROMISOS**





# Desafíos y compromisos 2018



El trabajo que venimos realizando nos da confianza y fuerza para continuar el camino. Consolidados en nuestras políticas de sustentabilidad, presentamos los principales ejes en los que estaremos trabajando en 2018, para seguir creciendo en Libertad.

## UNA CADENA RESPONSABLE

- Educar a los clientes sobre consumo responsable (web-PV-Clientes Club).
- Promover campañas de educación alimentaria y reducción del derroche de alimentos en alianzas con organismos públicos y proveedores.

## PADRINAZGO

- Mecenazgo Social: estrategia de Padrinazgo de comedores que se encuentren en el área de influencia de los Hipermercados cuyo principal objetivo será aportar a la nutrición de niños en situación de vulnerabilidad y lograr la sustentabilidad del comedor.

## PLAN “LOS ALIMENTOS NO SE TIRAN”

- Promover el recupero de alimentos que se merman en alianza con los Bancos de Alimentos.
- Educar a los colaboradores en técnicas de manipulación de alimentos y prácticas de derroche cero.

## SOCIO DE CONFIANZA

- Desarrollo de prácticas sustentables: Promover productos saludables y beneficiosos para la salud y el medio ambiente de productores locales de manera tal de ofrecer surtido, calidad y precio a nuestros clientes.

## HÁBITOS SALUDABLES EN EL TRABAJO

- Promover mediante acciones de educación el cuidado de la salud de los colaboradores con el fin de generar hábitos de consumo saludable.



# PLAN 2018

Alimentos + Sustentabilidad



# ANEXO I

## Temas materiales, alcance y cobertura

102-44; 102-46; 102-47

### Asuntos tomados en cuenta

Para definir los temas más importantes de la gestión de sustentabilidad, tomamos en cuenta:

- El interés de la empresa local y global
- Las expectativas de los públicos
- Certificaciones y tendencias en la rendición de cuentas.
- Impactos de la actividad de Libertad sobre la economía, la comunidad y el ambiente.
- Agenda de sustentabilidad del sector.
- Marco legal.
- Iniciativas internacionales de desarrollo sostenible Pácto Global y ODS Naciones Unidas.



## ALCANCE Y COBERTURA

| Expectativas de los públicos de interés   | Aspectos de la gestión de sustentabilidad identificados como prioritarios en el proceso de definición del contenido del Reporte  | Respuesta Libertad 5 RESPONSABILIDADES / 14 PRIORIDADES.  | Vinculación con contenidos temáticos Estándares GRI  | Cobertura   Alcance de los datos   |   |
|---|--|---|--|--|---|
| <p>Calidad del empleo y desarrollo de los colaboradores.</p> <p>Salud y Seguridad en el trabajo.</p> <p>Desempeño económico y reputación.</p> <p>Integridad y transparencia.</p>  | <p><b>Desempeño económico</b><br/>Desempeño económico y Reputación</p>   | <p><b>Pautas Gobierno Corporativo- Gestión Económica Financiera- Gestión de Sustentabilidad</b></p> | <p>Gobierno corporativo. Desempeño Económico. Presencia en el Mercado Cumplimiento social y económico. Cumplimiento ambiental.</p>   | <p>Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria</p>   |   |
| <p>Salud y seguridad de productos y servicios.</p> <p>Calidad e innovación en la atención al cliente.</p> <p>Información sobre productos.</p> <p>Precio.</p> <p>Calidad de productos y servicios.</p>   | <p><b>Integridad y Rendición de Cuentas</b><br/>Transparencia en procesos clave: contrataciones, compras, publicación de información financiera, etc.</p> <p>Cumplimiento del Código de Conducta</p> <p>Cumplimiento de la Ley</p> | <p><b>Valores, Código de Conductas, Reportes de Sustentabilidad.</b></p>                            | <p>Ética y Transparencia</p>   | <p>Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria.</p>  |   |
| <p>Desarrollo de proveedores locales.</p> <p>Ética y transparencia.</p> <p>Control sobre proveedores para garantizar la calidad.</p> <p>Accesibilidad e inclusión.</p> <p>Participación en la comunidad local.</p> <p>Gestión ambiental: Emisiones; Agua, Residuos, Energía, Transporte y logística, uso y gestión de plásticos. Impacto en el entorno comunitario.</p> | <p><b>Prácticas de Adquisición y Desarrollo de Proveedores</b><br/>Políticas claras de contratación de proveedores</p> <p>Priorizar Pymes y proveedores locales</p> <p>Iniciativas para el desarrollo de proveedores</p>           | <p><b>SOCIO DE CONFIANZA</b></p>  | <p><b>Programa Libertad Transparente - Carta Ética Proveedores</b></p> <p><b>- Reforzar la ética y gestionar el riesgo.</b></p> <p><b>- Sostener la producción local y el desarrollo de las Pymes.</b></p> | <p>Ética y Transparencia<br/>Anticorrupción<br/>Prácticas de Adquisición</p> <p>Ética y Transparencia<br/>Anticorrupción<br/>Prácticas de Adquisición</p> <p>Impacto económico indirecto</p> | <p>Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria.</p> <p>Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria.</p> <p>Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria.</p> |

## ALCANCE Y COBERTURA

| Expectativas de los públicos de interés | Aspectos de la gestión de sustentabilidad identificados como prioritarios en el proceso de definición del contenido del Reporte  | Respuesta Libertad<br>5 RESPONSABILIDADES / 14 PRIORIDADES. | Vinculación con contenidos temáticos Estándares GRI   | Cobertura   Alcance de los datos  |
|---|--|---|---|---|
|   | <b>Calidad de Atención, Innovación, Precio</b><br><br>Calidad de la atención<br>Innovación en productos y servicios<br>Fomento del consumo responsable<br>Fomento del consumo saludable<br>Política de precios | <b>UNA CADENA RESPONSABLE</b>                               | <b>Calidad de atención respeto, innovación</b><br><br>Salud y Seguridad de los clientes<br>Marketing y Etiquetado<br>Privacidad de la información | Hipermercados/Minimercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria. |
|   |  |   | <b>Fomentar el consumo responsable</b><br><br>Comunidades locales<br>Impacto económico indirecto  | Hipermercados   |
|   |  |   | <b>Actuar para la salud del consumidor.</b><br><br>Salud y Seguridad de los clientes  | Hipermercados/Minimercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria. |
|   |  |   | <b>Satisfacción del consumidor</b><br><br>Enfoque de Gestión Clientes.  | Hipermercados/Minimercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria. |
|   |  |   | <b>Política de precios</b><br><br>Impacto económico indirecto   | Hipermercados/Minimercados/Centro de Distribución                         |
|   | <b>Prácticas Laborales y desarrollo del capital humano</b><br><br>Empleo<br>Diversidad y Empleo<br>Capacitación y desarrollo<br>Salud y Seguridad en el trabajo<br>Respeto a los derechos de los colaboradores | <b>UN EMPLEADOR COMPROMETIDO</b>                            | <b>Facilitar la inserción y evolución laboral.</b><br><br>Empleo<br>Relaciones Laborales<br>Libertad de Asociación<br>Formación y Educación       | Hipermercados/Minimercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria. |
|   |  |   | <b>Preservar la H&amp;S, salud y el bienestar laboral.</b><br><br>Salud y Seguridad Ocupacional   | Hipermercados/Minimercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria. |
|   |  |   | <b>Promover la igualdad y diversidad.</b><br><br>Diversidad e igualdad de oportunidades<br>No discriminación                                      | Hipermercados/Minimercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria  |

## ALCANCE Y COBERTURA

| Expectativas de los públicos de interés | Aspectos de la gestión de sustentabilidad identificados como prioritarios en el proceso de definición del contenido del Reporte  | Respuesta Libertad 5 RESPONSABILIDADES / 14 PRIORIDADES.  | Vinculación con contenidos temáticos Estándares GRI  | Cobertura   Alcance de los datos   |  |
|---|--|---|--|--|--|
|   | <p><b>Inversión social</b></p> <p>Participación en proyectos de beneficio social</p> <p>Participación en alianzas por causas sociales</p>  | <p><b>UN ACTOR LOCAL SOLIDARIO</b></p>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Desarrollar alianzas de solidaridad</b></li> <li>▪ <b>Multiplicar las acciones solidarias</b></li> </ul>   | <p>Impacto económico indirecto</p> <p>Impacto económico indirecto</p>                  | <p>Hipermercados</p> <p>Hipermercados</p>  |
|   | <p><b>Reducción del impacto ambiental</b></p> <p>Políticas claras de cuidado del medio ambiente en los procesos de la empresa</p> <p>Gestión de residuos</p> <p>Mejora en el consumo energético</p> <p>Reducción emisiones GEI</p> <p>Promoción del cuidado del ambiente con colaboradores, clientes y proveedores</p> | <p><b>UNA EMPRESA PROACTIVA POR EL MEDIO AMBIENTE</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Limitar y valorizar los residuos.</b></li> <li>▪ <b>Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero</b></li> <li>▪ <b>Mejorar la eficiencia energética y la gestión del agua</b></li> <li>▪ <b>Gestión y uso del plástico y Cajas Verdes</b></li> </ul> | <p>Efluentes y Residuos</p> <p>Emisiones</p> <p>Energía<br/>Agua</p> <p>Materiales</p> | <p>Hipermercados</p> <p>Hipermercados/Centro de Distribución</p> <p>Hipermercados</p> <p>Hipermercados</p> |

## RESULTADOS DE LA CONSULTA A GRUPOS DE INTERÉS

| TEMAS PRINCIPALES   | SUBTEMAS CONSULTADOS  | PÚBLICOS CONSULTADOS Y AÑO DE CONSULTA |     |     |      |     |     |             |     |      |      |     |     |               |     |     |    |          |      |
|---|---|--|-----|-----|------|-----|-----|-------------|-----|------|------|-----|-----|---------------|-----|-----|----|----------|------|
|   |   | CLIENTES                               |     |     |      |     |     | PROVEEDORES |     |      |      |     |     | MANDOS MEDIOS |     |     |    | GERENTES |      |
|   |   | 2017                                   |     |     | 2018 |     |     | 2017        |     |      | 2018 |     |     | 2017          |     |     |    | 2017     |      |
|   |   | B                                      | M   | A   | B    | M   | A   | B           | M   | A    | B    | M   | A   | B             | M   | A   | B  | M        | A    |
| <b>Desempeño económico y reputación</b>                     | Desempeño económico   | 6%                                     | 30% | 59% | 3%   | 32% | 61% | 0%          | 21% | 71%  | 0%   | 36% | 57% | 0%            | 16% | 84% | 0% | 0%       | 100% |
|   | Prestigio, reputación y buen nombre   | 5%                                     | 23% | 71% | 1%   | 15% | 82% | 0%          | 0%  | 100% | 7%   | 36% | 57% | 0%            | 1%  | 99% | 0% | 0%       | 100% |
| <b>Integridad y Rendición de Cuentas</b>                    | Transparencia en procesos clave (contrataciones, compras, publicación de información financiera, entre otros.). | 8%                                     | 22% | 59% | 6%   | 22% | 64% | 0%          | 7%  | 93%  | 0%   | 43% | 57% | 0%            | 10% | 90% | 0% | 0%       | 100% |
|   | Cumplimiento del código de conducta   | 10%                                    | 18% | 72% | 3%   | 17% | 72% | 0%          | 0%  | 93%  | 0%   | 21% | 64% | 1%            | 4%  | 94% | 0% | 0%       | 100% |
|   | Cumplimiento de la ley  | 4%                                     | 15% | 70% | 2%   | 11% | 76% | 0%          | 0%  | 93%  | 0%   | 21% | 71% | 1%            | 6%  | 93% | 0% | 0%       | 100% |
| <b>Prácticas de Adquisición y Desarrollo de Proveedores</b> | Políticas claras de contratación de proveedores   | 6%                                     | 23% | 49% | 4%   | 21% | 52% | 0%          | 7%  | 93%  | 7%   | 21% | 57% | 0%            | 12% | 85% | 0% | 14%      | 86%  |
|   | Priorización de proveedores Pymes   | 10%                                    | 22% | 48% | 8%   | 23% | 51% | 0%          | 43% | 50%  | 21%  | 36% | 7%  | 3%            | 25% | 69% | 0% | 14%      | 86%  |
|   | Priorización de proveedores locales   | 12%                                    | 21% | 51% | 11%  | 21% | 54% | 0%          | 43% | 43%  | 21%  | 36% | 7%  | 9%            | 12% | 76% | 0% | 14%      | 86%  |
|   | Acciones orientadas a la promoción del crecimiento de los proveedores   | 9%                                     | 20% | 51% | 8%   | 28% | 48% | 0%          | 21% | 71%  | 0%   | 43% | 50% | 4%            | 24% | 69% | 0% | 14%      | 86%  |
| <b>Calidad e Innovación</b>                                 | Calidad de la atención  | 5%                                     | 19% | 75% | 4%   | 14% | 81% | 0%          | 14% | 86%  | 0%   | 43% | 57% | 0%            | 7%  | 93% | 0% | 0%       | 100% |
|   | Innovación en productos ofrecidos   | 8%                                     | 27% | 63% | 6%   | 22% | 70% | 7%          | 14% | 79%  | 0%   | 64% | 36% | 1%            | 22% | 76% | 0% | 29%      | 71%  |
|   | Innovación en servicios al cliente  | 11%                                    | 24% | 64% | 8%   | 18% | 72% | 7%          | 14% | 79%  | 7%   | 50% | 43% | 0%            | 21% | 79% | 0% | 29%      | 71%  |
|   | Fomento de un consumo saludable   | 12%                                    | 26% | 61% | 9%   | 23% | 66% | 7%          | 14% | 71%  | 7%   | 29% | 64% | 6%            | 21% | 73% | 0% | 14%      | 86%  |
|   | Fomento de un consumo responsable   | 12%                                    | 24% | 61% | 8%   | 25% | 65% | 7%          | 7%  | 86%  | 7%   | 29% | 57% | 7%            | 19% | 73% | 0% | 14%      | 86%  |
|   | Política de precios responsable con la economía del cliente   | 12%                                    | 24% | 62% | 7%   | 19% | 72% | 0%          | 14% | 86%  | 0%   | 36% | 64% | 4%            | 7%  | 88% | 0% | 14%      | 86%  |

## RESULTADOS DE LA CONSULTA A GRUPOS DE INTERÉS

| TEMAS PRINCIPALES                                 | SUBTEMAS CONSULTADOS   | PÚBLICOS CONSULTADOS Y AÑO DE CONSULTA |     |     |      |     |     |             |     |     |      |     |     |               |     |     |      |          |      |
|---|--|--|-----|-----|------|-----|-----|-------------|-----|-----|------|-----|-----|---------------|-----|-----|------|----------|------|
|   |  | CLIENTES                               |     |     |      |     |     | PROVEEDORES |     |     |      |     |     | MANDOS MEDIOS |     |     |      | GERENTES |      |
|   |  | 2017                                   |     |     | 2018 |     |     | 2017        |     |     | 2018 |     |     | 2017          |     |     | 2017 |          |      |
| B   | M  | A                                      | B   | M   | A    | B   | M   | A           | B   | M   | A    | B   | M   | A             | B   | M   | A    |          |      |
| <b>Prácticas de desarrollo del capital humano</b> | Política de contratación de personal   | 8%                                     | 23% | 46% | 5%   | 20% | 59% | 0%          | 7%  | 50% | 0%   | 43% | 14% | 1%            | 10% | 88% | 0%   | 0%       | 100% |
|   | Políticas de contratación de grupos vulnerables para promover la igualdad y la diversidad  | 14%                                    | 21% | 49% | 10%  | 16% | 61% | 0%          | 7%  | 64% | 0%   | 29% | 29% | 3%            | 16% | 79% | 0%   | 14%      | 86%  |
|   | Políticas de contratación a través de planes sociales                                      | 16%                                    | 24% | 33% | 14%  | 27% | 35% | 7%          | 21% | 29% | 14%  | 21% | 7%  | 15%           | 28% | 54% | 0%   | 29%      | 71%  |
|   | Planes de formación y desarrollo del personal  | 9%                                     | 19% | 48% | 6%   | 13% | 59% | 0%          | 14% | 57% | 7%   | 21% | 36% | 3%            | 7%  | 87% | 0%   | 0%       | 100% |
|   | Cuidado de la salud y bienestar de los trabajadores  | 7%                                     | 18% | 54% | 4%   | 13% | 66% | 0%          | 0%  | 64% | 14%  | 36% | 36% | 0%            | 7%  | 90% | 0%   | 0%       | 100% |
|   | Respeto a los derechos de los trabajadores   | 7%                                     | 17% | 55% | 4%   | 13% | 65% | 0%          | 0%  | 64% | 7%   | 29% | 36% | 1%            | 1%  | 94% | 0%   | 0%       | 100% |
| <b>Inversión social</b>                           | Participación en proyectos que benefician a la comunidad                                   | 15%                                    | 23% | 50% | 11%  | 22% | 60% | 7%          | 36% | 43% | 0%   | 36% | 57% | 4%            | 18% | 76% | 0%   | 0%       | 100% |
|   | Participación en alianzas solidarias para promover proyectos que benefician a la comunidad | 15%                                    | 22% | 50% | 10%  | 17% | 61% | 7%          | 36% | 43% | 0%   | 43% | 50% | 6%            | 12% | 81% | 0%   | 0%       | 100% |
| <b>Reducción del impacto ambiental</b>            | Políticas claras de cuidado del medio ambiente en los procesos de la empresa               | 9%                                     | 21% | 60% | 6%   | 16% | 69% | 7%          | 0%  | 79% | 0%   | 29% | 43% | 0%            | 9%  | 90% | 0%   | 0%       | 100% |
|   | Gestión de los residuos que la empresa genera  | 8%                                     | 19% | 55% | 5%   | 13% | 66% | 7%          | 0%  | 64% | 0%   | 21% | 57% | 0%            | 9%  | 90% | 0%   | 0%       | 100% |
|   | Mejora en el uso y consumo de energía  | 9%                                     | 22% | 55% | 6%   | 14% | 62% | 7%          | 7%  | 57% | 0%   | 36% | 36% | 0%            | 9%  | 90% | 0%   | 0%       | 100% |
|   | Reducción de las emisiones de gases que contaminan el medio ambiente                       | 7%                                     | 20% | 51% | 3%   | 12% | 63% | 7%          | 0%  | 57% | 0%   | 21% | 43% | 3%            | 13% | 82% | 0%   | 14%      | 86%  |

## RESULTADOS DE LA CONSULTA A GRUPOS DE INTERÉS

| TEMAS PRINCIPALES | SUBTEMAS CONSULTADOS  | PÚBLICOS CONSULTADOS Y AÑO DE CONSULTA |     |     |      |     |     |             |    |     |      |     |     |               |     |     |          |     |      |
|-------------------|---|--|-----|-----|------|-----|-----|-------------|----|-----|------|-----|-----|---------------|-----|-----|----------|-----|------|
|                   |   | CLIENTES                               |     |     |      |     |     | PROVEEDORES |    |     |      |     |     | MANDOS MEDIOS |     |     | GERENTES |     |      |
|                   |   | 2017                                   |     |     | 2018 |     |     | 2017        |    |     | 2018 |     |     | 2017          |     |     | 2017     |     |      |
| B                 | M   | A                                      | B   | M   | A    | B   | M   | A           | B  | M   | A    | B   | M   | A             | B   | M   | A        |     |      |
|                   | Gestión de los impactos negativos en el ambiente                  | 7%                                     | 20% | 52% | 5%   | 14% | 62% | 7%          | 0% | 57% | 0%   | 29% | 43% | 1%            | 12% | 85% | 0%       | 14% | 86%  |
|                   | Promoción del cuidado del ambiente entre colaboradores y clientes | 9%                                     | 20% | 59% | 6%   | 12% | 70% | 0%          | 0% | 86% | 7%   | 36% | 50% | 3%            | 7%  | 88% | 0%       | 0%  | 100% |
|                   | Promoción del cuidado del ambiente junto a proveedores            | 9%                                     | 19% | 52% | 5%   | 12% | 63% | 7%          | 0% | 79% | 7%   | 29% | 57% | 1%            | 12% | 82% | 0%       | 14% | 86%  |





# ANEXO II

## Índice de contenido GRI Estándar GRI 2016

102-55

El índice GRI incluye la referencia a los indicadores que conforman la COMUNICACIÓN PARA EL PROGRESO (COP) de PACTO GLOBAL.



También, se incluye la vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas.

| Contenidos Generales        | Página/Respuesta directa   | Omisión  | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|-----------------------------|--|--|---|---|
| <b>PERFIL DE LA EMPRESA</b> |  |  |   |   |
| 102-1                       | <b>Nombre de la organización</b>   | Libertad S.A.  |   |   |
| 102-2                       | <b>Actividades, marcas, productos y servicios</b>                          | Pág. 14; 18; 23  |   |   |
| 102-3                       | <b>Ubicación de la sede</b>  | Fray Luis Beltrán y Manuel Cardeñosa. 5000 Córdoba. Argentina. Tel. 54-351 474-7322. Fax. 54-351 474-7229.   |   |   |
| 102-4                       | <b>Ubicación de las operaciones</b>  | Pág. 19  |   |   |
| 102-5                       | <b>Propiedad y forma jurídica</b>  | Pág. 26<br>Libertad es una sociedad anónima constituida según las leyes de Argentina.  |   |   |
| 102-6                       | <b>Mercados servidos</b>   | Pág. 19 a 21   |   |   |
| 102-7                       | <b>Tamaño de la organización</b>   | Pág. 14; 18; 19; 22  |   |   |
| 102-8                       | <b>Información sobre empleados y otros trabajadores</b>                    | Pág. 22; 83  | Principio 6                                     | 8.5   |
| 102-9                       | <b>Cadena de suministro</b>  | Pág. 22; 124 a 125   |   |   |
| 102-10                      | <b>Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro</b> | No se han registrado cambios significativos.   |   |   |
| 102-11                      | <b>Principio o enfoque de precaución</b>                                   | Libertad implementa una serie de iniciativas para mitigar su impacto ambiental que se encuentran descritas en el Capítulo "Una empresa proactiva por el medio ambiente." |   |   |
| 102-12                      | <b>Iniciativas externas</b>  | Pág. 32  |   |   |
| 102-13                      | <b>Membresía a asociaciones</b>  | Pág. 33  |   |   |

| Contenidos Generales                          | Página/Respuesta directa   | Omisión  | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|---|--|--|---|---|
| <b>ESTRATEGIA</b>                             |  |  |   |   |
| 102-14  | <b>Declaración del más alto responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia para abordar la sostenibilidad</b> | Pág. 6 y 7; 9  |   | Adhesión y Compromiso con los Principios de PG                |
| <b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>                     |  |  |   |   |
| 102-16  | <b>Valores, principios, estándares y normas de conducta</b>  | Pág. 17  | Principio 10                                    | 16.3  |
| 102-17  | <b>Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas</b>   | Pág. 30 y 31; 128  | Principio 10                                    | 16.3  |
| <b>GOBERNANZA</b>                             |  |  |   |   |
| 102-18  | <b>Estructura de gobierno</b>  | Pág. 10 y 11; 26 a 27  |   |   |
| 102-32  | <b>Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad</b>   | La Gerencia General es la encargada de revisar y aprobar la memoria de sostenibilidad de la organización.  |   |   |
| <b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b> |  |  |   |   |
| 102-40  | <b>Lista de grupos de interés</b>  | Pág. 36  |   |   |
| 102-41  | <b>Acuerdos de negociación colectiva</b>   | Pág. 99  | Principio 3                                     | 8.8   |
| 102-42  | <b>Identificación y selección de grupos de interés</b>   | <p>La selección de los principales públicos con los cuales se vincula Libertad S.A. se ha realizado teniendo en cuenta los siguientes criterios: la proximidad, el tipo de relación, las responsabilidades que se tiene con cada uno de ellos; el impacto de las operaciones y el tipo de influencia que tienen en el cumplimiento de los objetivos estratégicos de Libertad.</p> <p>También se analizaron en función de la capacidad de actuar como aliados para la gestión de la sustentabilidad para los próximos años.</p> |   |   |

| Contenidos Generales   | Página/Respuesta directa  | Omisión   | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|--|---|---|---|---|
| 102-43 <b>Enfoque para la participación de los grupos de interés</b>                 | Pág. 36 a 38; 75 a 76; 81; 96   | <p>Libertad cuenta con canales de comunicación formales e informales con los principales públicos, los que, sumados a investigaciones de mercado, la sistematización de reuniones formales y la realización de grupos foco, permiten mantener actualizada la información sobre las principales expectativas de cada uno de ellos.</p> <p>Para la elaboración del Reporte 2016 se consultó a Directivos, Mandos Medios de la organización, Proveedores y Clientes. Para la elaboración del Reporte 2017 se consultó nuevamente a Proveedores y Clientes.</p> <p>De estas consultas, surgieron los principales temas que se detallan en el análisis de materialidad y que se desarrollan en el texto del Reporte.</p> |   |   |
| 102-44 <b>Temas y preocupaciones clave mencionados</b>                               | Pág. 42; 136 a 142  |   | Principio 10                                    | 16.3  |
| <b>PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES</b>                                     |   |   |   |   |
| 102-45 <b>Entidades incluidas en los estados financieros consolidados</b>            | El presente reporte se refiere con exclusividad a la operación de Libertad S.A        |   |   |   |
| 102-46 <b>Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema</b> | Pág. 136 a 142  |   |   |   |
| 102-47 <b>Lista de temas materiales</b>  | Pág. 39; 136 a 142  |   |   |   |
| 102-48 <b>Re expresión de la información</b>   | La información presentada es consistente con la proporcionada en el Reporte anterior. |   |   |   |

|        | Contenidos Generales  | Página/Respuesta directa   | Omisión | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|--------|---|--|---------|---|---|
| 102-49 | <b>Cambios en la elaboración de informes</b>  | Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI, no habiendo cambios significativos en el alcance y la cobertura de los aspectos materiales |         |   |   |
| 102-50 | <b>Periodo objeto del informe</b>   | 01/01 al 31/12 de 2017.  |         |   |   |
| 102-51 | <b>Fecha del último informe</b>   | El Reporte 2016 fue presentado en el 2° Semestre de 2017   |         |   |   |
| 102-52 | <b>Ciclo de elaboración de informes</b>   | Anual  |         |   |   |
| 102-53 | <b>Punto de contacto para preguntas sobre el informe</b>                            | Viviana Soria<br>Líder de Sustentabilidad<br>Dirección de Legales y Asuntos Corporativos<br>Administración Central<br>+54 351 4747200 int. 7418<br>vsoria@libertadsa.com.ar          |         |   |   |
| 102-54 | <b>Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI</b> | Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI 2016  |         |   |   |
| 102-55 | <b>Índice de contenidos GRI</b>   | Pág. 143   |         |   |   |
| 102-56 | <b>Verificación externa</b>   | No verificado externamente. Los datos han sido proporcionados por las distintas Gerencias de la Compañía y validados por la Dirección.   |         |   |   |

| Tópicos materiales           | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa   | Omisión   | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|------------------------------|----------------------|--|---|---|---|
| <b>GRI 200: Económicos</b>   |                      |  |   |   |   |
| <b>Desempeño Económico</b>   | 201                  |  |   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión  | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones                                       | La información económico financiera de LIBERTAD -en especial las Cuentas Anuales-, reflejan fielmente su realidad económica, financiera y patrimonial, acorde con los principios de contabilidad generalmente aceptados y las normas internacionales de información financiera aplicables. LIBERTAD informa de forma veraz, adecuada, útil y congruente, de sus políticas y actuaciones tanto al interior de LIBERTAD –a empleados, sociedades controladas, departamentos y órganos internos, órganos de administración, etc.– como al exterior del mismo –a auditores, accionistas e inversores, organismos reguladores, medios de comunicación, etc |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión  | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes   | Pág. 28   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión  | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión  | Pág. 28   |   |   |
| GRI 201- Desempeño económico | 201-1                | Valor económico directo generado y distribuido   | Pág. 28   |   |   |
|                              | 201-2                | Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático | Baja en la disponibilidad de Energía. Implantación de Planes de Ahorro Energético y Buenas Prácticas Incorporación de tecnologías verdes  |   |   |

| Tópicos materiales                    | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa  | Omisión  | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|---------------------------------------|----------------------|---|--|---|---|
|                                       | 201-3                | Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación              | Pág. 96 a 98<br><br>Se otorgan todas las prestaciones sociales exigidas por ley. Además, se otorga al personal fuera de convenio una prepaga médica, con mejores prestaciones a la obra social obligatoria por ley | Principio 6                                     |   |
|                                       | 201-4                | Asistencia financiera recibida del gobierno   | No las ha habido en el periodo   |   |   |
| <b>Presencia en el mercado</b>        | 202                  |   |  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión           | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones                                      | Pág. 80 a 82   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión           | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes  | Pág. 80 a 82   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión           | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión   | Pág. 80 a 82   |   |   |
| GRI 202: Presencia en el mercado      | 202-1                | Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local | Los salarios mínimos (cualquiera sea la ubicación de las tiendas) en el transcurso de 2017, superaban en un 203% al SMVM Nacional.   | Principio 6                                     | 8   |
|                                       | 202-2                | Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local                        | Pág. 22; 83<br><br>El 67% de los altos directivos proceden de la comunidad en las cuales tenemos operaciones.  | Principio 6                                     |   |
| <b>Impactos económicos indirectos</b> | 203                  |   |  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión           | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones                                      | Pág. 46  |   |   |

| Tópicos materiales                      |       | Contenidos temáticos                                 | Página/Respuesta directa   | Omisión | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2)  |
|---|-------|--|--|---------|---|--|
| GRI 103: Enfoque de Gestión             | 103-2 | Enfoque de gestión y componentes                     | Pág. 46  |         |   |  |
| GRI 103: Enfoque de Gestión             | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión                    | Pág. 46 y 47   |         |   |  |
| GRI 203: Impactos económicos indirectos | 203-1 | Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados | Pág. 47 a 59; 93   |         |   |  |
|   | 203-2 | Impactos económicos indirectos significativos        | Pág. 47 a 59; 62; 93; 130 a 131  |         |   | 1; 8   |
| <b>Prácticas de Adquisición</b>         | 204   |  |  |         |   |  |
| GRI 103: Enfoque de Gestión             | 103-1 | Explicación del asunto material y sus limitaciones   | Pág. 124; 128<br>LIBERTAD adecúa sus procesos de selección de proveedores y suministradores a criterios de objetividad e imparcialidad y evita cualquier conflicto de interés o favoritismo en la selección de los mismos. |         |   |  |
| GRI 103: Enfoque de Gestión             | 103-2 | Enfoque de gestión y componentes                     | Pág.124; 128   |         |   |  |
| GRI 103: Enfoque de Gestión             | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión                    | Pág. 124; 128  |         |   |  |
| GRI 204: Prácticas de Adquisición       | 204-1 | Proporción de gasto en proveedores locales           |  |         |   | Esta información no se encuentra disponible para este periodo en razón que, en la actualidad, no se registra como tal en la contabilidad de la compañía. |

| Tópicos materiales          | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa   | Omisión   | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|-----------------------------|----------------------|--|---|---|---|
| <b>Anticorrupción</b>       | 205                  |  |   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones                       | En el marco de la revisión anual de riesgos, se incluyó el riesgo de corrupción dentro del Top 10 de riesgos que enfrenta la compañía, manteniendo así el compromiso de los equipos de Libertad con la lucha contra la corrupción, y avalando las acciones y programas existentes para mitigar este flagelo.          |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes   | Pág. 30 y 31; 126; 128 a 129<br>Acciones llevadas a cabo durante 2016 y sostenidas durante 2017:<br>▪ Funcionamiento del Comité de Auditoría.<br>▪ Funcionamiento del Comité de Lucha Contra el Fraude y Corrupción, antes llamado Comité de Análisis de Conducta.  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión  | Pág. 30 y 31; 126; 128 a 129<br>Contamos con un Auditor Forense, responsable de realizar investigaciones de las denuncias recibidas a través de Libertad Transparente.  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 205-1                | Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción        | Pág. 124; 126; 128 a 129<br>Revisión de todas las actividades y centros de operación de la compañía.  |   | 16  |
| GRI 205: Anticorrupción     | 205-2                | Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción | Pág. 91; 126<br>Campaña de sensibilización sobre la Lucha contra el fraude y la corrupción.   | Principio 10                                    | 16  |
|                             | 205-3                | Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas                        | La compañía cuenta con un canal de denuncia el cual está gestionado por un Comité de Lucha contra el Fraude y la Corrupción. En ese marco las denuncias recibidas son revisadas para determinar la veracidad de los hechos expuestos y en su caso proceder a la aplicación de las sanciones legales que correspondan. | Principio 10                                    | 16  |



| Tópicos materiales           | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa  | Omisión  | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|------------------------------|----------------------|---|--|---|---|
| <b>Competencia desleal</b>   | 206                  |   |  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión  | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones  | El tema se encuentra incluido en el Código de Conductas de la compañía. En su Pág. 16 expresa que: “Los integrantes de Libertad deberán respetar especialmente el ordenamiento jurídico en cada caso aplicable en materia de defensa de la competencia y competencia desleal.  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión  | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes  | Los integrantes de Libertad se abstendrán de cualquier acuerdo con competidores, proveedores o clientes, de naturaleza colusoria o que, de cualquier otro modo, tenga por objeto o por efecto restringir la libre competencia en cualquiera de los mercados en que está presente LIBERTAD.<br><br>Se abstendrán además de cualquier actuación que pudiera constituir abuso de una posición de dominio en el mercado y de cualquier comportamiento desleal, actuando en los mercados con arreglo a la buena fe. |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión  | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión   | Actualmente, el monitoreo de la libre competencia está a cargo del área de Legales.  |   |   |
| GRI 206: Competencia desleal | 206-1                | Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia | No las ha habido en el periodo   |   | 16  |

| Tópicos materiales               | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa                           | Omisión   | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|----------------------------------|----------------------|--|---|---|---|
| <b>GRI 300: AMBIENTALES 2016</b> |                      |  |   |   |   |
| <b>Materiales</b>                | 301                  |  |   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión      | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones | Pág. 102; 117   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión      | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes                   | Pág. 102 a 104; 114; 117  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión      | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión                  | Pág. 102 a 104; 114; 117  |   |   |
|                                  | 301-1                | Materiales utilizados por peso o volumen           | Pág. 103; 115 a 116   | Principio 7<br>Principio 8                      | 12  |
|                                  | 301-2                | Insumos reciclados utilizados                      | Pág. 115 a 116<br>No se reciclan insumos en los procesos de elaboración de productos. |   |   |
|                                  | 301-3                | Productos reutilizados y materiales de envasado    | Pág. 116<br>No se reutilizan productos y/o materiales de envasado.                    |   |   |
| <b>Energía</b>                   | 302                  |  |   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión      | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones | Pág. 102 a 104  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión      | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes                   | Pág. 102 a 104  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión      | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión                  | Pág. 102 a 104  |   |   |
|                                  | 302-1                | Consumo energético dentro de la organización       | Pág. 105 y 106  | Principio 8                                     | 12; 13  |
|                                  | 302-2                | Consumo energético fuera de la organización        | Pág. 105 y 106  | Principio 8                                     |   |

| Tópicos materiales          | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa   | Omisión   | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|-----------------------------|----------------------|--|---|---|---|
|                             | 302-3                | Intensidad energética  | Pág. Pág. 105 y 106<br>2014: 555 KWh/m2<br>2015: 810 KWh/m2<br>2016: 765 KWh/m2<br>2017: 810 KWh/m2   |   | Principio 8 12; 13  |
|                             | 302-4                | Reducción del consumo energético                                       | Pág. 103  |   | Principio 9 12; 13  |
|                             | 302-5                | Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios   | Pág. 106  |   | Principio 7<br>Principio 9 12; 13                             |
| <b>Agua</b>                 | 303                  |  |   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones                     | Pág. 102 a 104; 113   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes                                       | Pág. 113; 118 a 119<br>A partir de 2013, se implementaron acciones en diversas sucursales tendientes a la reducción del consumo de agua potable de red.   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión                                      | Pág. 113<br>Desde 2015, se cuenta con datos de consumo de agua potable de red para todos los hipermercados y locales, lo que permite monitorear su consumo.   |   |   |
|                             | 303-1                | Extracción de agua por fuentes   | Pág. 113<br>Datos 2016:<br>15 Hipermercados: Total de agua potable de red consumida 170.608 m3<br>15 Libertad (locales): Total de agua potable de red consumida: 113.739 m2<br>Datos 2017:<br>15 Hipermercados: Total de agua potable de red consumida 143.540 m3<br>15 Libertad (locales): Total de agua potable de red consumida: 95.693 m3 |   | Principio 7<br>Principio 8 12; 13                             |
|                             | 303-2                | Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua | No se afectan significativamente fuentes del recurso  |   | Principio 8   |

| Tópicos materiales          | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa   | Omisión                               | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|-----------------------------|----------------------|--|---------------------------------------|---|---|
|                             | 303-3                | Agua reciclada y reutilizada   | No se reutiliza o recicla el recurso. |   |   |
| <b>Emisiones</b>            | 305                  |  |                                       |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones   | Pág. 102 a 104                        |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes   | Pág. 102 a 104                        |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión  | Pág. 102 a 104                        |   |   |
|                             | 305-1                | Emisiones directas de GEI (alcance 1)  | Pág. 108 a 110                        |   |   |
|                             | 305-2                | Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)                                 | Pág. 108 a 110                        |   |   |
|                             | 305-3                | Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)  | Pág. 108 a 110; 112                   |   |   |
|                             | 305-4                | Intensidad de las emisiones de GEI   | Pág. 111                              | Principio 7<br>Principio 8                      | 12; 13  |
|                             | 305-5                | Reducción de las emisiones de GEI  | Pág. 108 a 110                        | Principio 7<br>Principio 8                      | 12; 13  |
|                             | 305-6                | Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)                                  | Pág. 110                              |   |   |
|                             | 305-7                | Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire | No Aplica                             |   |   |

| Tópicos materiales            | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa                                       | Omisión  | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|-------------------------------|----------------------|--|--|---|---|
| <b>Efluentes y residuos</b>   | 306                  |  |  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión   | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones             | Pág. 102 a 104   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión   | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes                               | Pág. 102 a 104; 120  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión   | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión                              | Pág. 102 a 104   |   |   |
|                               | 306-1                | Vertido de aguas en función de su calidad y destino            | 900 m <sup>3</sup><br>11 de las tiendas poseen plantas de tratamiento de líquidos cloacales. Se establecen controles estándar para el control y el seguimiento del buen funcionamiento de estas plantas. | Principio 8                                     | 6   |
|                               | 306-2                | Residuos por tipo y método de eliminación                      | Pág. 107   | Principio 8                                     | 3; 6; 12  |
|                               | 306-3                | Derrames significativos  | No Aplica  |   |   |
|                               | 306-4                | Transporte de residuos peligrosos                              | No Aplica  |   |   |
|                               | 306-5                | Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentía | No Aplica  |   |   |
| <b>Cumplimiento ambiental</b> | 307                  |  |  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión   | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones             | Los integrantes de Libertad deben cumplir con la legalidad vigente en el lugar en el que desarrollen su actividad, atendiendo al espíritu y la finalidad de las normas.                                  |   |   |

| Tópicos materiales                         | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa   | Omisión  | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1)           | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|--|----------------------|--|--|---|---|
| GRI 103: Enfoque de Gestión                | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes   | El Código de Conductas, indica el respeto integral de los compromisos y obligaciones asumidas por la compañía en sus relaciones contractuales con terceros, así como los usos y buenas prácticas de los lugares en los que ejerzan su actividad. |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión                | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión  | El cumplimiento normativo está a cargo de la Dirección de Legales de la compañía.  |   |   |
|  | 307-1                | Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental   | En Octubre del año 2017 se han realizado requerimientos por parte de las autoridades de control con emplazamiento a Febrero 2018.  | Principio 8   | 3; 6; 12  |
| <b>Evaluación ambiental de proveedores</b> | 308                  |  |  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión                | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones   | Pág. 129   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión                | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes   | Pág. 129<br>En todos los contratos firmados por la Compañía se incorpora una cláusula relativa a la adhesión por parte del contratante a la Carta Ética de Negocios de Libertad.   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión                | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión  | Pág. 129   |   |   |
|  | 308-1                | Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales | Pág. 129   | No se dispone del porcentaje para el periodo considerado. |   |
|  | 308-2                | Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas                                  | Pág. 129   |   |   |

| Tópicos materiales          | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa  | Omisión   | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|-----------------------------|----------------------|---|---|---|---|
| <b>GRI 400: SOCIALES</b>    |                      |   |   |   |   |
| <b>Empleo</b>               | 401                  |   |   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones  | Pág. 80a 82   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes  | Pág. 80a 82<br><br>Mantenemos la más rigurosa y objetiva política de selección, atendiendo exclusivamente a los méritos personales y profesionales de los candidatos y a las necesidades de la empresa, procurando dar prioridad a la promoción de empleados de la firma en aquellos puestos para los cuales sus perfiles resulten idóneos.<br><br>Respetamos la vida personal y familiar de nuestros integrantes y promovemos políticas de conciliación que faciliten el mejor equilibrio entre éstas y las responsabilidades laborales de los mismos.<br><br>Fuente: Código de Conductas. |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión   | Pág. 80 a 82; 84  |   |   |
|                             | 401-1                | 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personas   | Pág. 83<br><br>2012: Contrataciones: 415 - Rotación 8,37%<br>2013: Contrataciones: 409 - Rotación 8,27%<br>2014: Contrataciones: 553 - Rotación 10%<br>2015: Contrataciones: 241 - Rotación 11%<br>2016: Contrataciones 499 - Rotación 7%<br>2017: Contrataciones 498 - Rotación 7%   | Principio 6                                     | 5; 8  |
|                             | 401-2                | Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales | Se otorgan las mismas prestaciones sociales para el personal de tiempo completo y media jornada   | Principio 6                                     | 8   |

| Tópicos materiales                     |       | Contenidos temáticos                                | Página/Respuesta directa   | Omisión | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|--|-------|---|--|---------|---|---|
|  | 401-3 | Permiso parental                                    | Reincorporaciones post licencias maternidad: 99,4%.  |         | Principio 6                                     | 5, 8  |
| <b>Relaciones trabajador - empresa</b> |       |   |  |         |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión            | 103-1 | Explicación del asunto material y sus limitaciones  | Pág. 82<br>Libertad manifiesta su compromiso y vinculación con los derechos humanos y laborales reconocidos en la legislación nacional e internacional y con todos los instrumentos internacionales en materia de Derechos Humanos ratificados por el país en donde se opera, las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) para Empresas Multinacionales, la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la Organización Internacional del Trabajo, así como los documentos o textos que puedan sustituir o complementar a los anteriormente referidos.<br>En particular, Libertad manifiesta su total rechazo al trabajo infantil y al trabajo forzoso u obligatorio y se compromete a respetar la libertad de asociación y negociación colectiva y los derechos de las minorías. Fuente: Código de Conductas. |         |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión            | 103-2 | Enfoque de gestión y componentes                    | Pág. 82  |         |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión            | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión                   | Pág. 82; 99  |         |   |   |
|  | 402-1 | Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales | El convenio no establece plazos de preavisos, Libertad opta como política un preaviso de rotación de tareas, horarios, sector, sucursal, etc. de 72 hs.  |         | Principio 3                                     | 8   |



| Tópicos materiales                     | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa  | Omisión  | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|--|----------------------|---|--|---|---|
| <b>Salud y Seguridad en el trabajo</b> | 403                  |   |  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión            | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones  | Pág. 82; 95  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión            | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes  | Pág. 82; 95  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión            | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión   | Pág. 95<br><br>En los Convenios Colectivos se contempla: la existencia de Comités de Salud y Seguridad conjuntos para la Dirección y los Colaboradores, la participación de los colaboradores en inspecciones, auditorías e investigaciones de accidentes relacionados con la salud y la seguridad, la capacitación y educación, la existencia de mecanismos de consulta y reclamación, así como la entrega de equipos de protección personal.   |   |   |
|  | 403-1                | Representación de los trabajadores en comités formales trabajador empresa de salud y seguridad  | Pág. 95<br><br>El 100% de personal se encuentra representado en los Comités de Higiene y Seguridad que funcionan en cada sucursal.   |   | 3; 8  |
|  | 403-2                | Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional | Tasa de frecuencia de accidentes con baja de al menos un día basada en el número total de horas trabajadas: 2014: 36,59%; 2015: 32,11%; 2016: 28,20% 2017: 28,10%.<br><br>Tasa de gravedad de accidentes con baja de al menos un día basada en el número total de horas trabajadas: 2014: 0,64%; 2015: 0,76%; 2016: 0,50% 2017: 0,60%.<br><br>Tasa de ausencia por accidente y enfermedad basada en el número total de horas trabajadas: 2014: 3,29%; 2015: 3,22%; 2016: 3,34%; 2017: 3,02%. |   | 3; 8  |

| Tópicos materiales           | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa  | Omisión   | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|------------------------------|----------------------|---|---|---|---|
|                              |                      | Número total de horas perdidas por accidentes y enfermedad: 2014: 3,29; 2015; 3,22; 2016: 210,486%; 2017: 188.423                 |   |   |   |
|                              |                      | Número de enfermedades profesionales registradas en 2017: 10.   |   |   |   |
|                              |                      | Número de accidentes con baja de al menos un día: 170.  |   |   |   |
|                              |                      | Número de días perdidos por accidentes de trabajo: 3348   |   |   | 3; 8  |
|                              |                      | Igual a lo reportado en el periodo 2012-2013, en el bienio 2014-2015 y en el 2016, en 2017 tampoco hemos tenido víctimas fatales. |   |   |   |
|                              | 403-3                | Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad                                      | No contamos con puestos con riesgos elevados de enfermedad profesional.   |   |   |
|                              | 403-4                | Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos   | Siguen las normas de la OIT.<br><br>Todos los colaboradores cuentan con ART (Aseguradora de Riesgo de Trabajo) y la cobertura de la obra social establecida por el sindicato, abonándose a todos los colaboradores como si fueran full time, sin importar su condición horaria. |   | 3; 8  |
| <b>Formación y enseñanza</b> | 404                  |   |   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión  | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones  | Pág. 82; 87 a 90  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión  | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes  | Pág. 82; 87 a 90  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión  | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión   | Pág. 82; 87 a 90  |   |   |

| Tópicos materiales                            | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa   | Omisión   | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|---|----------------------|--|---|---|---|
|   | 404-1                | Media de horas de formación al año por empleado  | Pág. 87<br>2012: 8,7<br>2013: 6,2<br>2014: 5<br>2015: 15<br>2016: 15<br>2017: 15  |   | Principio 6<br>4; 5; 8  |
|   | 404-2                | Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición         | Pág. 87 y 88; 92  |   | 4; 5; 8   |
|   | 404-3                | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional | Pág. 94   |   | Principio 6<br>4; 5; 8  |
| <b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b> | 405                  |  |   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión                   | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones   | Pág. 93<br><br>Libertad manifiesta su compromiso y vinculación con los derechos humanos y laborales reconocidos en la legislación nacional e internacional y con todos los instrumentos internacionales en materia de Derechos Humanos ratificados por el país en donde se opera, las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) para Empresas Multinacionales, la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la Organización Internacional del Trabajo, así como los documentos o textos que puedan sustituir o complementar a los anteriormente referidos.<br><br>En particular, Libertad manifiesta su total rechazo al trabajo infantil y al trabajo forzoso u obligatorio y se compromete a respetar la libertad de asociación y negociación colectiva y los derechos de las minorías.<br>Fuente: Código de Conductas. |   |   |

| Tópicos materiales          | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa  | Omisión   | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|-----------------------------|----------------------|---|---|---|---|
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes  | Pág. 82; 93   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión                                       | Pág. 82; 93   |   |   |
|                             | 405-1                | Diversidad en órganos de gobierno y empleados                           | Pág. 83 y 84  | Principio 6                                     | 5; 8  |
|                             | 405-2                | Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres | No existen diferencias entre salarios de mujeres y hombres que realizan la misma función.   | Principio 6                                     | 5; 8  |
| <b>No discriminación</b>    | 406                  |   |   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones                      | Libertad manifiesta su compromiso y vinculación con los derechos humanos y laborales reconocidos en la legislación nacional e internacional y con todos los instrumentos internacionales en materia de Derechos Humanos ratificados por el país en donde se opera, las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) para Empresas Multinacionales, la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la Organización Internacional del Trabajo, así como los documentos o textos que puedan sustituir o complementar a los anteriormente referidos.<br><br>Fuente: Código de Conductas. |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes  | Promovemos la no discriminación por ninguna razón, así como la igualdad de oportunidades entre sus integrantes. Rechazamos cualquier manifestación de violencia, de abuso -físico, sexual, psicológico, moral u otros-, de abuso de autoridad en el   |   |   |

| Tópicos materiales                                    | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa   | Omisión   | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|---|----------------------|--|---|---|---|
|   |                      | trabajo y cualesquiera otras conductas que generen un entorno intimidatorio u ofensivo para los derechos personales de sus integrantes. En este sentido, Libertad promueve las medidas específicas para prevenir el abuso en cualquiera de sus formas. |   |   |   |
|   |                      | Fuente: Código de Conductas.   |   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión                           | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión  | Pág. 82   |   |   |
|   | 406-1                | 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendida  | No se han recibido reclamaciones de esta naturaleza, a través del Canal de Denuncias.   | Principio 4                                     | 5; 16   |
| <b>Libertad de asociación y negociación colectiva</b> | 407                  |  |   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión                           | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones   | Libertad manifiesta su compromiso y vinculación con los derechos humanos y laborales reconocidos en la legislación nacional e internacional y con todos los instrumentos internacionales en materia de Derechos Humanos ratificados por el país en donde se opera, las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) para Empresas Multinacionales, la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la Organización Internacional del Trabajo, así como los documentos o textos que puedan sustituir o complementar a los anteriormente referidos. |   |   |

| Tópicos materiales          | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa  | Omisión   | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|-----------------------------|----------------------|---|---|---|---|
|                             |                      | En particular, Libertad manifiesta su total rechazo al trabajo infantil y al trabajo forzoso u obligatorio y se compromete a respetar la libertad de asociación y negociación colectiva y los derechos de las minorías. |   |   |   |
|                             |                      | Fuente: Código de Conductas.  |   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes  | Pág. 82   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión   | Pág. 82   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 407-1                | Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo   | Ver Capítulos: Un Empleador Comprometido: Diálogo Social; Capítulo Un Socio de Confianza. Prácticas de Adquisición y Principios de la Carta Ética con Proveedores.  | Principio 3                                     | 16  |
| <b>Trabajo infantil</b>     | 408                  |   |   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones  | Libertad manifiesta su compromiso y vinculación con los derechos humanos y laborales reconocidos en la legislación nacional e internacional y con todos los instrumentos internacionales en materia de Derechos Humanos ratificados por el país en donde se opera, las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) para Empresas Multinacionales, la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la Organización Internacional del Trabajo, así como los documentos o textos que puedan sustituir o complementar a los anteriormente referidos. |   |   |
|                             |                      | En particular, Libertad manifiesta su total rechazo al trabajo infantil y   |   |   |   |

| Tópicos materiales                   | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa  | Omisión  | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|--------------------------------------|----------------------|---|--|---|---|
|                                      |                      | al trabajo forzoso u obligatorio y se compromete a respetar la libertad de asociación y negociación colectiva y los derechos de las minorías.<br>Fuente: Código de Conductas. |  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión          | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes  | Pág. 129<br><br>En todos los contratos firmados por la Compañía se incorpora una cláusula relativa a la adhesión por parte del contratante a la Carta Ética de Negocios de Libertad.   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión          | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión   | Pág. 82; 129   |   |   |
|                                      | 408-1                | Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil   | Pág. 127; 129<br><br>Ver capítulos: Un Empleador Comprometido; Un Socio de Confianza: Principios de la Carta Ética con Proveedores.  | Principio 5                                     | 16  |
| <b>Trabajo forzoso u obligatorio</b> | 409                  |   |  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión          | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones  | Libertad manifiesta su compromiso y vinculación con los derechos humanos y laborales reconocidos en la legislación nacional e internacional y con todos los instrumentos internacionales en materia de Derechos Humanos ratificados por el país en donde se opera, las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) para Empresas Multinacionales, la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la Organización Internacional del Trabajo, así como los documentos o textos que puedan sustituir o complementar a los anteriormente referidos.<br><br>En particular, Libertad manifiesta su total rechazo al trabajo infantil y al trabajo forzoso u obligatorio y se |   |   |

| Tópicos materiales          | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa  | Omisión  | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|-----------------------------|----------------------|---|--|---|---|
|                             |                      | compromete a respetar la libertad de asociación y negociación colectiva y los derechos de las minorías. |  |   |   |
|                             |                      | Fuente: Código de Conductas.  |  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes  | En todos los contratos firmados por la Compañía se incorpora una cláusula relativa a la adhesión por parte del contratante a la Carta Ética de Negocios de Libertad.   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión   | Pág. 127   |   |   |
|                             | 409-1                | Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio            | Pág. 127<br>Ver capítulos: Un Empleador Comprometido; Un Socio de Confianza: Prácticas de Adquisición y Principios de la Carta Ética con Proveedores.  |   | 8; 16   |
| <b>Comunidades locales</b>  | 413                  |   |  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones  | Pág. 46 y 47   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes  | Pág. 46 y 47   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión   | Pág. 46 y 47   |   |   |
|                             | 413-1                | Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo | Pág. 47 a 59<br>En el 100% de los Hipermercados se han implantado programas en alianza con Fundaciones y Asociaciones no gubernamentales locales que trabajan por el desarrollo de la infancia en cuatro ejes: nutrición-educación-salud y recreación. | Principio 1                                     | 1; 2  |



| Tópicos materiales                       | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa  | Omisión  | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|--|----------------------|---|--|---|---|
|  | 413-2                | Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales | Constantemente se realizan diálogos con la comunidad y con las autoridades. También, se articulan iniciativas sociales con instituciones comunitarias.   | Principio 1                                     |   |
| <b>Evaluación social de proveedores</b>  | 414                  |   |  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión              | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones  | Pág. 124   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión              | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes  | Pág. 124<br>En todos los contratos firmados por la Compañía se incorpora una cláusula relativa a la adhesión por parte del contratante a la Carta Ética de Negocios de Libertad.   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión              | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión   | Pág. 124   |   |   |
|  | 414-1                | Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales        | Pág. 127; 129<br>En el transcurso de 2015, cerca de 900 proveedores fueron invitados a adherir a la Carta Ética de Proveedores.<br><br>A partir de enero 2017, todos los nuevos contratos con proveedores incluyen la adhesión a la Carta Ética. | Principio 2                                     | 8; 16   |
|  | 414-2                | Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas                            | Pág. 127; 129<br>Los riesgos reales y potenciales, están vinculados a los principios contenidos en la Carta Ética de Proveedores, que al firmarla los proveedores se comprometen a respetar.   | Principio 2                                     | 8; 16   |
| <b>Salud y Seguridad de los clientes</b> | 416                  |   |  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión              | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones  | Pág. 62; 68  |   |   |

| Tópicos materiales            | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa  | Omisión   | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|-------------------------------|----------------------|---|---|---|---|
| GRI 103: Enfoque de Gestión   | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes  | Pág. 68 a 72  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión   | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión   | Pág. 73   |   |   |
|                               | 416-1                | Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios                       | Pág. 62; 73   |   |   |
|                               | 416-2                | Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios | Durante el año 2017 se han recibido 22 reclamaciones a nivel país, las que han sido debidamente tratadas por la compañía aportando los elementos requeridos, encontrándose pendientes de resolución |   | 16  |
| <b>Marketing y Etiquetado</b> | 417                  |   |   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión   | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones  | Pág. 62; 64   |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión   | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes  | Pág. 62 a 67  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión   | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión   | Pág. 62 a 67  |   |   |
|                               | 417-1                | Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios   | Libertad y sus proveedores cumplen con la legislación nacional de etiquetado.   |   | 16  |

| Tópicos materiales            | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa   | Omisión  | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|-------------------------------|----------------------|--|--|---|---|
|                               | 417-2                | Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios | Durante el año 2017, se han recibido 13 reclamos a nivel país.   |   | 16  |
|                               | 417-3                | Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing                             | Durante el año 2017 se han recibido 4 reclamaciones a nivel país las que han sido debidamente tratadas por la compañía aportando los elementos requeridos, encontrándose pendientes de resolución.   |   | 16  |
| <b>Privacidad del cliente</b> | 418                  |  |  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión   | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones   | La confidencialidad de los datos de los clientes se encuentra comprendida como principio en el Código de Conductas.  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión   | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes   | <p>El Código de Conductas, en su Página 12 expresa que: “Libertad garantizará la confidencialidad de los datos de sus clientes, comprometiéndose a no revelar los mismos a terceros, salvo consentimiento del cliente o por obligación legal, o cumplimiento de resoluciones judiciales o administrativas.</p> <p>La captación, utilización y tratamiento de los datos de carácter personal de los clientes deberá realizarse de forma que se garantice el derecho a la intimidad de los mismos y el cumplimiento de la legislación sobre protección de datos de carácter personal.</p> <p>Los integrantes de Libertad que, por su actividad, accedan a datos de los clientes, deberán mantener la confidencialidad de los mismos y dar cumplimiento a lo establecido en la legislación sobre protección de datos de carácter personal en la medida en que resulte aplicable.”</p> |   |   |

| Tópicos materiales                 | Contenidos temáticos | Página/Respuesta directa  | Omisión  | Contribuye a los Principios de Pacto Global (1) | Contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2) |
|------------------------------------|----------------------|---|--|---|---|
| GRI 103: Enfoque de Gestión        | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión   | El cumplimiento normativo está a cargo de la Dirección de Legales de la compañía.  |   |   |
|                                    | 418-1                | Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente | No se han presentado reclamaciones   |   | 16  |
| <b>Cumplimiento socioeconómico</b> | 419                  |   |  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión        | 103-1                | Explicación del asunto material y sus limitaciones  | El cumplimiento socioeconómico de la legalidad vigente es un principio que se encuentra comprendido en el Código de Conductas de la compañía.  |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión        | 103-2                | Enfoque de gestión y componentes  | <p>Libertad cumple estrictamente la legalidad vigente en el lugar en el que desarrolla su actividad, atendiendo al espíritu y la finalidad de las normas.</p> <p>Asimismo, respeta íntegramente los compromisos y obligaciones asumidas por en sus relaciones contractuales con terceros, así como los usos y buenas prácticas de los lugares en los que ejerzan su actividad.</p> <p>Fuente: Código de Conductas pág. 3</p> |   |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión        | 103-3                | Evaluación del enfoque de gestión   | El cumplimiento normativo está a cargo de la Dirección de Legales de la compañía.  |   |   |
|                                    | 419-1                | Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico                                      | No se han recibido multas significativas por este rubro.   | Principio 10                                    | 16  |

## PRINCIPIOS DE PACTO GLOBAL (1)

### PRINCIPIO 10

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

### PRINCIPIO 9

Las empresas deben favorecer el desarrollo y la disusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.

### PRINCIPIO 8

Las empresas deben fomentar las iniciativas que promueven una mayor responsabilidad ambiental.

### PRINCIPIO 7

Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

### PRINCIPIO 6

Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación-



### PRINCIPIO 1

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia

### PRINCIPIO 2

Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

### PRINCIPIO 3

Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

### PRINCIPIO 4

Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

### PRINCIPIO 5

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil

## OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (2)



# PUNTO DE CONTACTO

para consulta o ampliación  
de la información contenida  
en el reporte

102-53

## **Viviana Soria**

Líder de Sustentabilidad

Dirección de Legales y Relaciones Institucionales

vsoria@libertadsa.com.ar

00 54 351 474 7200 int 7418

La versión digital del Reporte de Sustentabilidad la encuentra en: <https://www.libertadsa.com.ar/accion.php>

Este reporte se terminó de imprimir en la Ciudad de Córdoba, República Argentina, a los 20 días del mes de noviembre de 2018.

Este producto está hecho de material proveniente de bosques certificados **FSC®** bien manejados y de otras fuentes controladas.



**ACTUAMOS  
RESPONSABLEMENTE**  
PARA MEJORAR NUESTRO  
IMPACTO ECONÓMICO,  
SOCIAL, ÉTICO Y  
MEDIOAMBIENTAL.




**Libertad**

**LIBERTAD S.A.**

Fray Luis Beltrán y Manuel Cardeñosa,  
5008 | Córdoba, Argentina.

Tel. +54-351 474-7200 | Fax. +54-351 474-7229

 /libertadsa

[www.libertadsa.com.ar](http://www.libertadsa.com.ar)