

# Reporte de Sustentabilidad · 2016

LIBERTAD S.A.

20  
16



**Libertad**

JUNTOS  
EN ACCIÓN  
RSE



**Créditos:**

**Jean Christophe Tijeras** • Director General de Libertad  
**Diego Martín Sabat** • Director de Legales y Asuntos Corporativos  
**Viviana Soria** • Coordinadora de Sustentabilidad

**LIBERTAD S.A.**

Fray Luis Beltrán y Manuel Cardeñosa, 5008 Córdoba, Argentina.  
Tel. 54-351 474-7200 | Fax. 54-351 474-7229

**Facilitadores externos**

**Asesoramiento, asistencia técnica contenidos GRI:**

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:** Virginia Scardino | [www.behance.net/VirginiaScardino](http://www.behance.net/VirginiaScardino)

**Impresión:** Soluciones Gráficas

# de Índice contenidos

Libertad avanza	02	Empleador comprometido. Creando valor profesional	80
Carta del Director	04	Empresa proactiva por el Medio Ambiente. Cuidando nuestro planeta, nuestro futuro	110
Los que hacemos Libertad	06	Socio de Confianza. Nuestros proveedores como aliados comerciales	128
Estamos para servir a la comunidad	16	Nuestra realidad y nuestro futuro	135
Nuestro programa de Responsabilidad Social	38	Anexo 1	138
Cadena Responsable. Apasionados por la satisfacción del cliente	42	Anexo 2	144
Actor local solidario. Sustentando el futuro, los niños	66	Anexo 3	146

# Libertad avanza

Con la certeza de haber estado en el detalle de cada compromiso, hoy podemos sentirnos orgullosos de **exponer resultados positivos** para los desafíos planteados en nuestro reporte 2015.

## a). Cadena Responsable

- › Se realizaron diversas campañas dirigidas a clientes, para generar conciencia sobre el consumo responsable. Destacamos el programa **Ahorro de verdad** (“El más barato”, “1-2-3”, “Hiperferia de Frescos”, “Hiperplan”) y **Ahorro de Verdad Plus**, a fin de año. También, charlas de cocina para celíacos y propuesta de recetas saludables en la Web.
- › Apoyamos iniciativas de socios e instituciones, que promovieran el consumo responsable, como la campaña gubernamental de **Precios Cuidados**.

## b). Actor Solidario

- › Continuamos con nuestro **Programa Libertad Junior**, fortaleciendo el foco de educación de la infancia. 42 escuelas y 1481 niños visitaron Libertad.
- › Hicimos campaña contra el derroche de alimentos, pensando en la salud y la alimentación de los chicos. En **alianza con Banco de Alimentos**, donamos 26 toneladas de alimentos, 17% más que en 2015.





### e). Socio de Confianza

- › Expandimos nuestro **compromiso ético** hacia nuestros proveedores, incorporando la norma contra el lavado de activos en nuestra Carta Ética. Buscamos comprometernos en conjunto con las conductas transparentes y la lucha por los derechos humanos.

### d). Proactivos por el Medio Ambiente

- › Obtuvimos una notable **reducción de las bolsas plásticas**, disminuyendo un 41% su consumo.
- › Promovimos la conciencia ecológica, en clientes y en los niños. La venta de **bolsas reutilizables** creció en el año más de 1000%.

### c). Empleador Comprometido

- › Seguimos pensando en el bienestar de las familias de nuestros colaboradores. Entre nuestras acciones estuvieron: Campaña **Vuelta al cole**, celebración del **Día de la Familia**, obsequios por **Nacimientos**, festejo del **Día del Niño** en todas las sucursales y nuevas **salas de lactancia**.
- › Capacitamos en el cuidado de la salud de nuestra gente. Entre los **programas de formación**, más de 1400 colaboradores participaron en Primeros Auxilios, Animación Cardiopulmonar y Prevención de Riesgos. Además, formamos en el **consumo responsable** con acciones como el Kiosco Saludable, Programa Calidad te cuida, Deportes y acciones para el uso consciente de materiales y su reciclaje.
- › Incentivamos la participación de nuestros empleados en programas de **voluntariado**, como “Leer es crear”, maratones de papel y de tapitas o campaña “Una Navidad diferente”, con foco en la infancia.

# carta del director

“ **Libertad**  
avanza porque  
la visión de la  
sustentabilidad  
se comparte  
en equipo.

Jean Christophe Tijeras  
DIRECTOR GENERAL LIBERTAD S.A.

G4-1

## Con gran satisfacción presentamos el tercer Reporte de Sustentabilidad de Libertad

La mayor alegría es ver las metas cumplidas y el compromiso de todas las áreas para profundizar este camino de desarrollo sustentable, alineados a los principios del Pacto Global. Siguiendo esos principios y los estándares de GRI, nos propusimos objetivos concretos en cinco áreas de responsabilidad. Así, en 2016, alcanzamos diversas metas.

Como **Cadena Responsable**, buscamos enfatizar la formación por un consumo cuidado, racional y saludable.

Como **Actor Solidario**, nuestro foco estuvo en la Infancia, y por ello reforzamos alianzas de solidaridad con instituciones locales y desarrollamos el plan solidario contra el derroche de alimentos.

Como **Empleador Comprometido**, Libertad se ocupó del bienestar de sus colaboradores y sus familias con proyectos por el cuidado de su salud, con beneficios concretos y participación en el voluntariado.

Como **organización Proactiva por el Medio Ambiente**, impulsamos el plan de reducción de bolsas plásticas, logrando una notable baja en su uso y una fuerte conciencia entre nuestros clientes.



Como **Socio de Confianza**, reforzamos el compromiso de todos nuestros proveedores por la Carta Ética, que extiende las normas de conducta de Libertad hacia nuestros socios.

Reportamos porque es una forma de comprometernos todos, en equipo. Al hacerlo, nos exigimos trabajar con procesos claros y metas altas. En 2017 seguiremos en este camino, junto al Grupo Casino. Tenemos nuevos y exigentes desafíos:

- Promover el desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores, logrando que Libertad sea elegido por todos como su mejor lugar de trabajo.

- Fomentar el compromiso de todos los públicos en el cuidado del ambiente, sensibilizando para un consumo responsable y motivando el reciclado.
- Reforzar nuestros programas por la salud y educación de la infancia.
- Fortalecer alianzas con proveedores en objetivos de desarrollo, potenciando la sustentabilidad que buscamos; y apoyar el desarrollo de proveedores locales.

Para estar mejor, tenemos que ser mejores. Nuestras políticas nos permitirán vivir ese crecimiento sustentable. Lo haremos juntos.



# 01

## *Los que* hacemos Libertad

Organización de Gobierno

08

El equipo Libertad

13

Nuestros grupos de interés

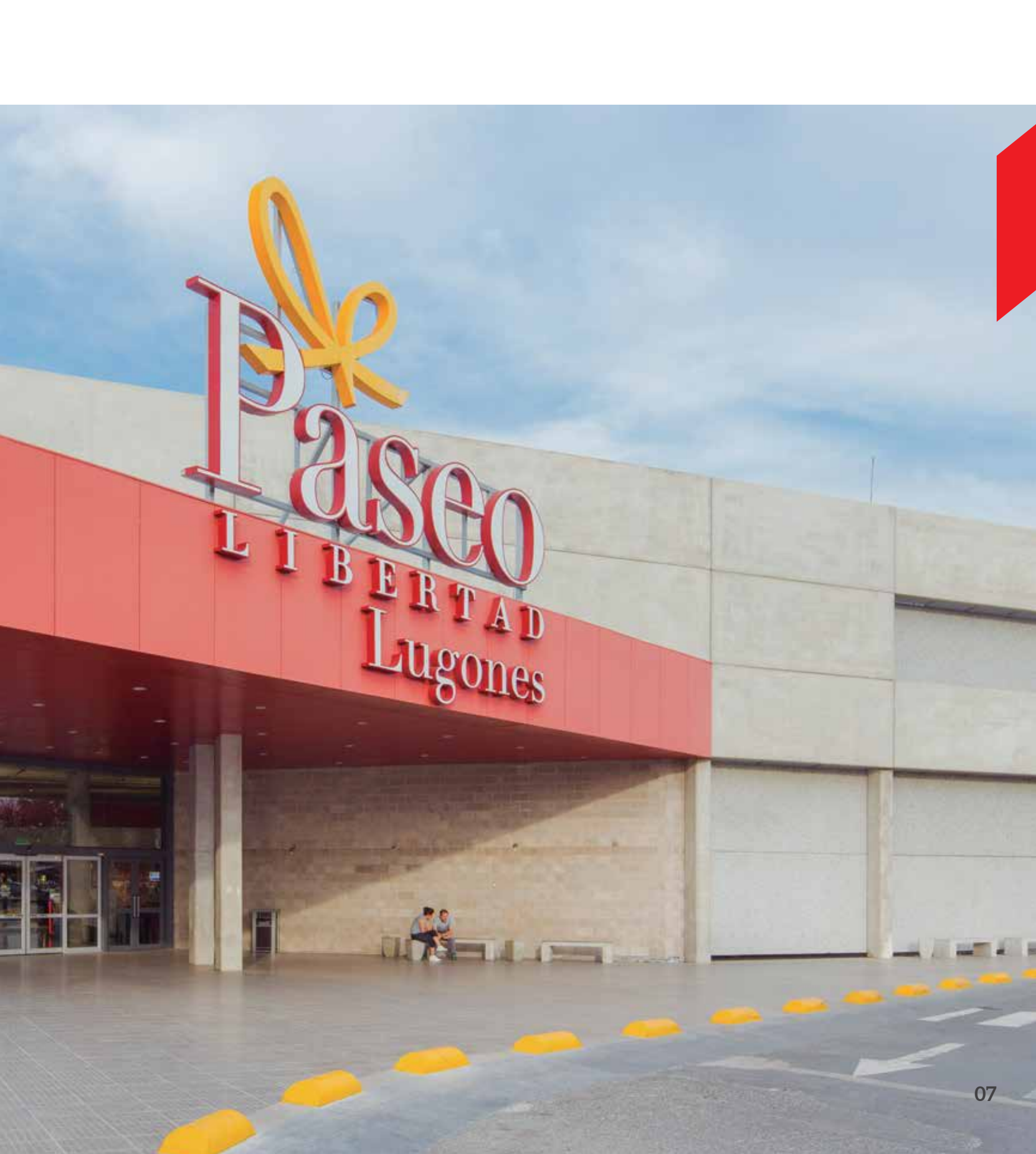
14

Libertad comunica y escucha

15







# Organización de Gobierno

G4-34

## Directorio

El gobierno corporativo de Libertad contempla un Directorio, como órgano de gobierno de la Sociedad, que está constituido por un Presidente, un Vicepresidente y tres Directores Titulares. Estos tienen a cargo fijar la estrategia, dictar las políticas y establecer los objetivos para cada área y las metas por alcanzar.



### **PRESIDENTE**

#### ***Jean Christophe Tijeras***

Con casi 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 tanto en Europa como en América del Sur. Se desempeñó como Director de Operaciones de la cadena Cativen Venezuela y Director General de la cadena Devoto de Uruguay. Actualmente es Presidente y Director General Ejecutivo de la cadena Libertad del Grupo Éxito (Grupo Casino) en Argentina. También es Presidente de la sociedad filial Ceibotel, Hotel Holiday Inn Córdoba.

### **VICEPRESIDENTE**

#### ***Nicolás Bonnaud***

Comenzó su carrera en el Grupo Casino en el año 2007 y en Argentina, desempeñándose como Controller Financiero en Libertad y, posteriormente, como Gerente de Administración y Finanzas de la compañía Leader Price Argentina. En agosto de 2010 asumió la Dirección de Control de Gestión de la filial vietnamita del Grupo Casino, BIG C Vietnam. Desde el inicio de 2015, ha asumido nuevas funciones en Argentina como Vicepresidente Financiero de las sociedades del Grupo en este país.



## Directores Titulares



### **Ramón Quagliata**

Licenciado en la Carrera de Administración de Empresa ingresó a la compañía en el año 1998. Desde Abril del año 2014 integra el Comité Ejecutivo de Libertad como Director de Real Estate; anterior a este cargo se desarrolló como Gerente Comercial del área Non Food y como Gerente de Selección, Desarrollo y Relaciones Laborales de la compañía.

### **José Gabriel Loiza Herrera**

(Comité 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**

(Comisión Presidencial Éxito)

Durante cuatro años y medio trabajó en la Organización, siendo su último cargo el de Director de Planeación de la Inmobiliaria. En 2006 se vinculó al Grupo Casino en Francia, para realizar estudios de expansión internacional del Grupo y el 2008 ingresó al Grupo Éxito como Director de Planeación y Expansión en la Vicepresidencia Inmobiliaria, en donde dirigió el proyecto de integración Éxito-Cafam y estuvo al frente de la apertura de varios almacenes a través de adquisiciones.



## Comité Ejecutivo

El comité Ejecutivo de la Compañía está conformado por una Dirección General, siete Direcciones y una Gerencia que tienen a su cargo la responsabilidad de ejecutar la estrategia corporativa y volverla realidad. En este Comité participan los siguientes Directores y Gerentes:

### DIRECTOR GENERAL

**Jean Christophe Tijeras**

(Miembro del Directorio)



*@como compañía tenemos el desafío diario de hacer sostenible nuestro modelo de negocio, creando valor para el accionista y generando desarrollos que se traducen en beneficios hacia los colaboradores, clientes, proveedores y la comunidad.*



### DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

**Nicolás Bonnaud**

(Miembro del Directorio)



*@asegurar una gestión transparente y sana de nuestras finanzas y cuidar el valor de nuestros activos pensando en inversiones a largo plazo son los principales aportes de los equipos de Administración y Finanzas a la sustentabilidad de nuestro negocio, buscando generar valor en beneficio de todos.*

### DIRECTOR DE OPERACIONES

**Daniel Vallcaneras**

Ingresó a la compañía en el año 1993. Antes de asumir este cargo, se desempeñó como Director de Recursos Humanos y Operaciones y como Director de Hipermercado de Cativen Éxito Venezuela.



*@contribuimos al desarrollo sostenible de la empresa y de las personas, promoviendo el manejo eficiente de materiales orgánicos, cartón y nailon, cuidando los recursos naturales y colaborando con la comunidad.*



**DIRECTOR COMERCIAL**

**Renzo Ricci**

Ingresó a la compañía en 1993. En Libertad, anteriormente se desarrolló en las áreas de Operaciones, Pagos, Finanzas, Abastecimiento y Dirección Comercial.



*@pensando en nuestros clientes, promovemos las economías regionales y la inserción de las Pymes en nuestro negocio, fomentando la generación del empleo para un desarrollo sustentable.*



**DIRECTOR SUPPLY CHAIN IT & EXCELENCIA ORGANIZACIONAL**

**Rodrigo Barraza**

Ingresó en la compañía en el año 2000, donde se desempeñó en diversos puestos antes del actual, como los de Director Regional de Operaciones; Gerente de Operaciones y Gerente de Supply Chain & Comercio Exterior.



*@al pensar permanentemente en innovación tecnológica, trabajamos de manera responsable en el reciclaje y eliminación de residuos de hardware, como en adquisición de tecnologías sustentables.*

**DIRECTOR REAL ESTATE**

**Ramón Quagliata**

(Miembro del Directorio)

Ingresó a la compañía en el año 1998. Antes de este cargo, ocupó el puesto de Gerente Comercial del área Non Food y como Gerente de Selección, Desarrollo y Relaciones laborales de Libertad.



*@contribuimos al modelo dual de Libertad, potenciando el negocio inmobiliario local de los Paseos, a través de la transformación de cada activo y su propuesta de valor.*



**DIRECTOR DE RRHH****Daniel Peralta**

Ingresó a la compañía en 2007. Anteriormente se desarrolló en la Dirección de RRHH Internacional en el Grupo Casino desde el año 2010 al 2012.



*@buscamos ser un socio estratégico de la compañía, desarrollando y formando a colaboradores comprometidos y con sensibilidad social, para contribuir a la creación de valor económico y social.*

**DIRECTOR DE LEGALES Y ASUNTOS CORPORATIVOS****Diego Martín Sabat**

A fines de 1997 ingresó a la compañía. Ocupó diversos cargos en el departamento legal, antes de asumir esta posición. Lidera las áreas de Legales, Asuntos Públicos y Sustentabilidad.



*@promovemos la sustentabilidad y generamos valor al accionista, gestionando apropiadamente los riesgos de las distintas actividades de la Compañía y aseguramos el cumplimiento del marco legal vigente dispuesto en cada una de las plazas donde tenemos presencia*

**GERENTE DE MARKETING CORPORATIVO****María Silvina Chialva**

Ingresó a la compañía en el 2012 y se desempeñó como Gerente de Servicio al Cliente. Luego ocupó el cargo de Gerente de Loyalty y Nuevos Negocios.

Integra el Comité Ejecutivo de Libertad como Gerente de Marketing Corporativo para todas las marcas y formatos de Libertad.



*@nos enfocamos en brindarle al cliente soluciones prácticas para sus compras, acercándoles promociones y beneficios para contribuir a su economía familiar. Reducimos y reutilizamos los materiales de promoción de nuestras campañas comerciales para contribuir al cuidado del medioambiente.*



# Equipo Libertad

G4-8; G4-9; G4-10; G4-12

# casi 6 millones

de personas conforman el país Libertad.



**De clientes**  
visitan por mes las tiendas  
y paseos comerciales  
**25% más que en 2015**



**Clientes**  
activos en  
Club Libertad  
**10% más que en 2015**



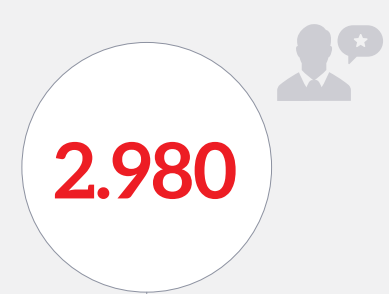
**Instituciones**  
con las que articulamos  
iniciativas comunitarias



**Locatarios**



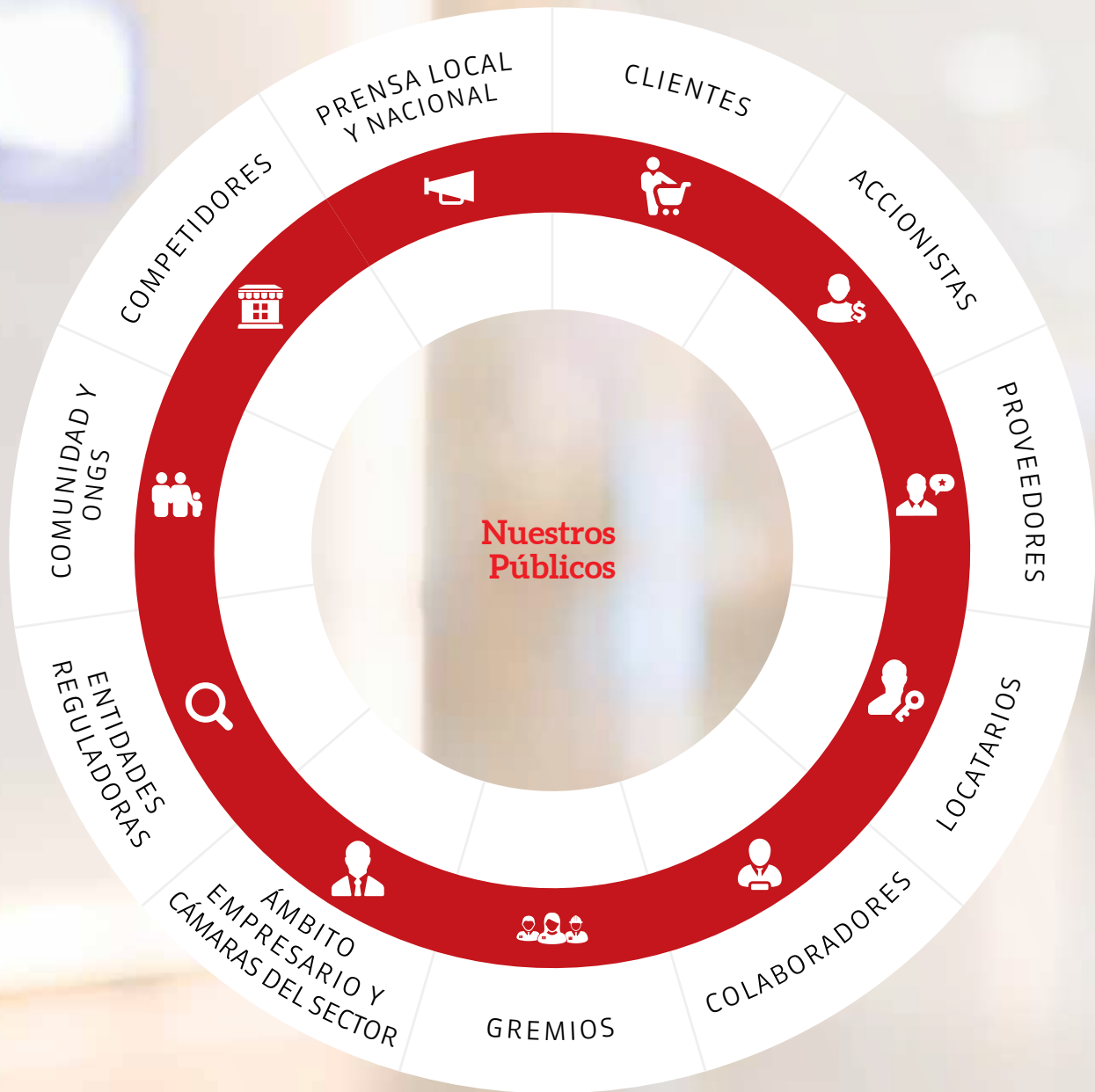
**Colaboradores**



**Proveedores**

# Nuestros grupos de interés

G4-24



Nuestros **grupos de interés** nos permiten identificar los temas claves para establecer nuestros objetivos.



# Libertad comunica y escucha

G4-DMA; G4-24; G4-26

La información debe fluir entre todos los públicos, porque es la forma de estar en contacto y tomar las decisiones adecuadas y a tiempo. Implementamos diversos canales

de comunicación para llegar a todos nuestros públicos de interés, pero a cada uno con su especialidad. Esos canales nos permiten también escuchar.

## Seguidores en redes sociales



**600.000**  
seguidores  
+20% que en 2015



**5.000**  
seguidores



**6.000**  
seguidores



**2.600**  
seguidores

## Comunicaciones

Canales	Públicos										
	Colaboradores	Directivos y Mandos Medios	Proveedores	Clientes	Gobierno y organismos	Comunidad y Medios	Locatarios	Accionistas	Gremios	Empresariado y Cámaras	Competidores
Punto de Encuentro: Revista semanal Canal de TV	○	○									
Cartelera e intranet. Boletín Hipernoticias	○	○									
Folletería	○	○	○	○							
Sitio Web	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Microsite: <a href="http://clientelibertad.com">http://clientelibertad.com</a>				○		○				○	
Redes Sociales	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Whatsapp	○	○									
Reuniones y encuentros periódicos (virtuales y presenciales)	○	○	○	○		○			○		
Mail y teléfono	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Gacetillas y eventos				○	○	○				○	
Reporte de Sustentabilidad	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

# 02

## *Estamos para servir a la comunidad*



El Cliente, norte de nuestro trabajo	18	La MEGA que nos guía	32
Elegir en Libertad	19	Valores que nos identifican	33
Somos lo que hacemos	22	Conducta 100% Libertad	34
Libertad en movimiento	24	Soy Transparente. Soy Libertad	35
Cercanos al Cliente	26	Nos guiamos por principios internacionales	36
Una presencia que se expande	28	Participamos activamente en la comunidad	37
Nuestras marcas, garantía de calidad	30		



# El Cliente, norte de nuestro trabajo

G4-3; G4-4; G4-6; G4-7; G4-56

Somos una organización líder del sector retail y del sector real estate en Argentina.

Más de 5 millones de clientes nos eligen, porque en Libertad nos guía una conducta de calidad y calidez.

Tenemos la misión de mejorar la experiencia del cliente en Libertad, considerando la idiosincrasia de cada comunidad que integramos.

Calidad + calidez  
integradas en una  
conducta profesional



# Elegir en Libertad

G4-3; G4-4; G4-9; G4-8

## Un formato particular para cada experiencia

Contamos con una propuesta Multi Formato y Multi-negocio, ampliando las posibilidades de elección de nuestros clientes. Porque conocemos que cada momento es diferente, y damos respuesta con una diversidad de propuestas.

La libertad de elegir empieza por las opciones para hacer compras en cada necesidad y situación. Nuestra cadena ofrece una diversidad de alternativas que se adaptan a esas situaciones.



**Libertad**  
Mirá. Tenés todo.

**Paseo**  
LIBERTAD

| Mini | **Libertad**

**Petit Libertad**



### Hipermercados:

Es nuestro espacio multi-target, donde todos pueden encontrar un producto necesario. Un modelo que nos convirtió en líderes en los mercados donde operamos.



### Paseo Libertad:

Espacios que combinan un hipermercado con centros comerciales desarrollados estratégicamente en función de las necesidades, cultura y hábitos de cada plaza. Poseen una amplia variedad de productos, privilegiando las principales marcas nacionales. Indumentaria, hogar, gastronomía, entretenimiento y servicios son los principales rubros que integran su propuesta.



### Mini Libertad:

Es una opción resumida del Hipermercado, que combina precio, calidad y proximidad. El Mini es la experiencia de compra cercana, cómoda y ágil.

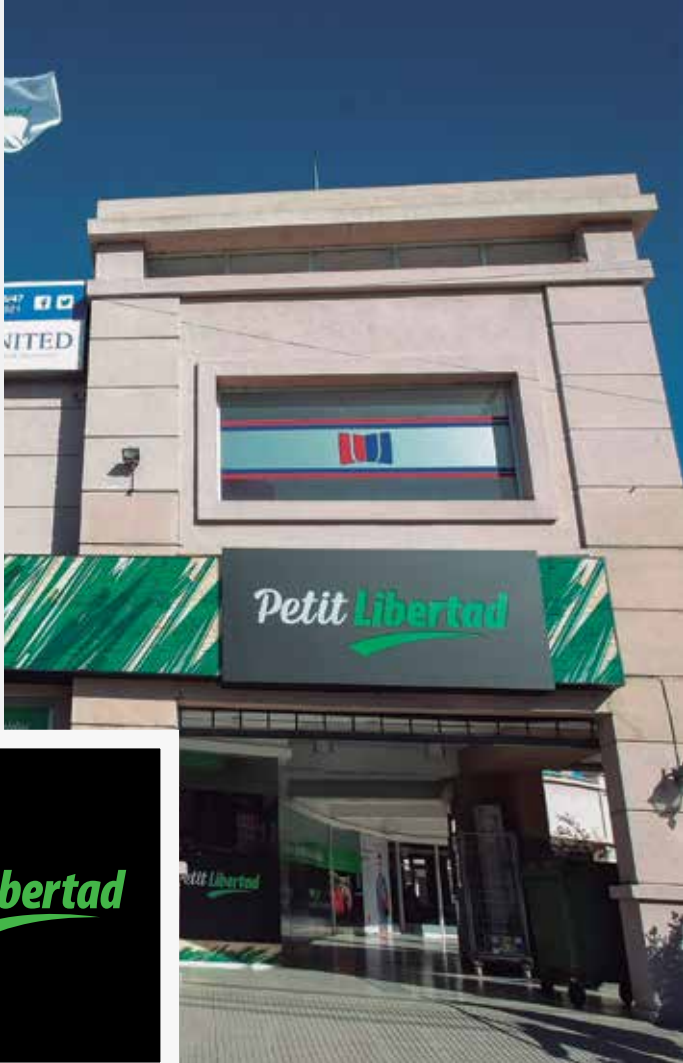


### Petit Libertad:

De nueva creación, aporta una oferta cercana con productos "premium", frescos, saludables y con un surtido inteligente. Traemos una nueva experiencia, que nos hace ser elegidos por categorías clave para el consumo.

Mini Libertad y Petit Libertad ponen en valor la cercanía con el cliente. Proximidad en el espacio, para devolverle tiempo. Y cercanía emocional, cultivando la relación personal.





# Somos lo que hacemos

G4-7; G4-13

Nuestra historia revela ese ímpetu que lleva a Libertad a incursionar siempre en nuevos desafíos, que asumimos en equipo.

**1986**

**Nacimos:**

empresa de transporte y fraccionadora.  
3 empleados

**1993**

**Nos expandimos:**

Primer Hipermercado del interior del país



**1989**

**Nos agrandamos:**

primer Autoservicio Mayorista de Córdoba

**1998**

**Nos internacionalizamos:** integramos Grupo Casino, una de las mayores empresas de distribución a nivel mundial



Tenemos una historia de crecimiento sin pausa. Porque nuestro trabajo es construir valor a través de la venta, y lo hacemos entre todos.

**2008**

**Nos diversificamos:** Paseos Comerciales, privilegiando marcas nacionales

**2015**

**Nos agrupamos, para ser más grandes:** nos incorporamos a Grupo Sudamericano Éxito, conformando una plataforma líder en Colombia, Brasil, Uruguay y Argentina, con alcance sobre el 75% de la población.



**2012**

**Y también nos acercamos más:** Creamos el primer Mini Libertad, una propuesta cercana para los vecinos.

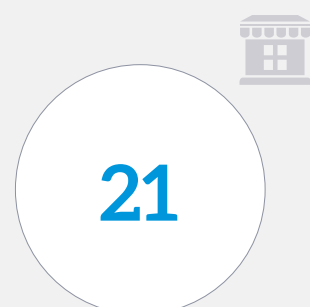
**2016**

**Nos hicimos Premium:** inauguramos el primer Petit Libertad, en Córdoba.

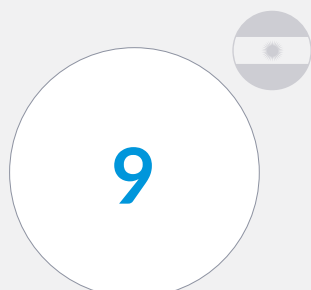
# Libertad en movimiento

G4-6; G4-8; G4-9; G4-EC7; G4-EC8

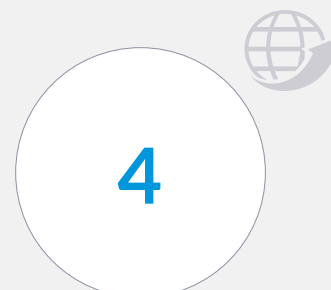
Desde nuestro comienzo hasta hoy, Libertad muestra su vocación dinámica, flexible y capaz de adaptarse a cambios. Por eso vivimos esta expansión, que habla de nuestro carácter y de nuestro futuro.



**Locales**  
en el país



**Provincias**  
Argentinas



**Países**  
de América del Sur  
(Colombia, Brasil, Uruguay y Argentina)



**de ARS**  
en ventas netas



**MU\$D**  
Invertidos en Obras

**5.000.000 de  
clientes por mes  
visitan Libertad.**



● **HACEMOS SINERGIA**

CON GRANDES  
PROVEEDORES  
PARA MEJORAR LAS  
OPORTUNIDADES DE  
COMPRA DE NUESTROS  
CLIENTES.

● **APORTAMOS  
DESARROLLO Y**

BIENESTAR PARA LA  
SOCIEDAD.

● **NUESTRO FOCO** ESTÁ  
PUESTO EN LA **GENTE.**

● **NOS COMPROMETEMOS**

CON NUESTROS  
COLABORADORES,  
APOSTANDO A SU  
PROFESIONALIZACIÓN  
CONTINUA.

● **CUIDAMOS EL  
MEDIOAMBIENTE**

Y SOMOS MOTOR  
DE CAMBIO PARA  
GENERAR UN CONSUMO  
RESPONSABLE DE  
NUESTRA COMUNIDAD.



**Puestos de trabajo**



**directos**



**indirectos**

por obras en Paseos e  
Hipermercados y por  
expansión de locatarios.

**En 2016 Libertad creó**



**empleos  
indirectos**

**182% más  
que en 2015.**

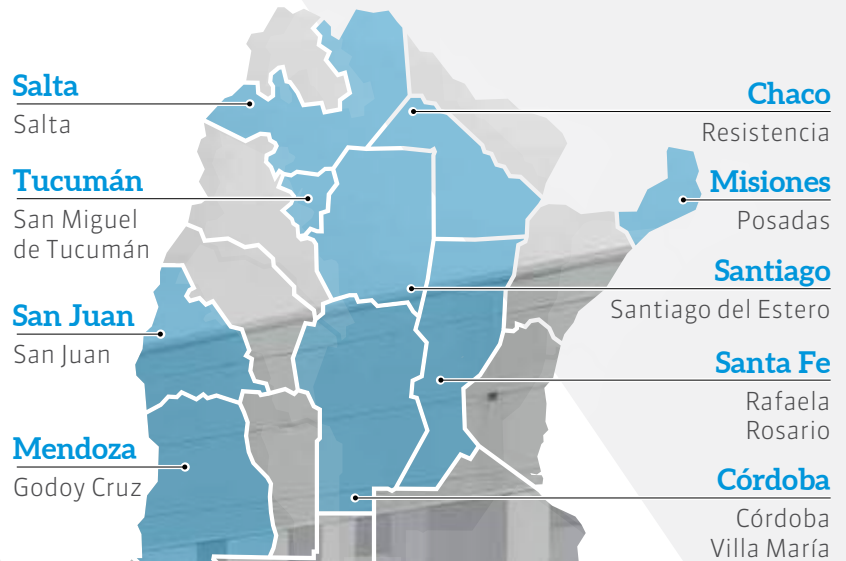
En Libertad avanzamos  
construyendo un futuro  
sostenible. Por eso, somos  
grandes y seguimos creciendo.

# Cercanos al Cliente

G4-5; G4-6; G4-8; G4-9

Pensando en facilitar el servicio a nuestros clientes, ofrecemos propuestas acordes a la comunidad que nos rodea.

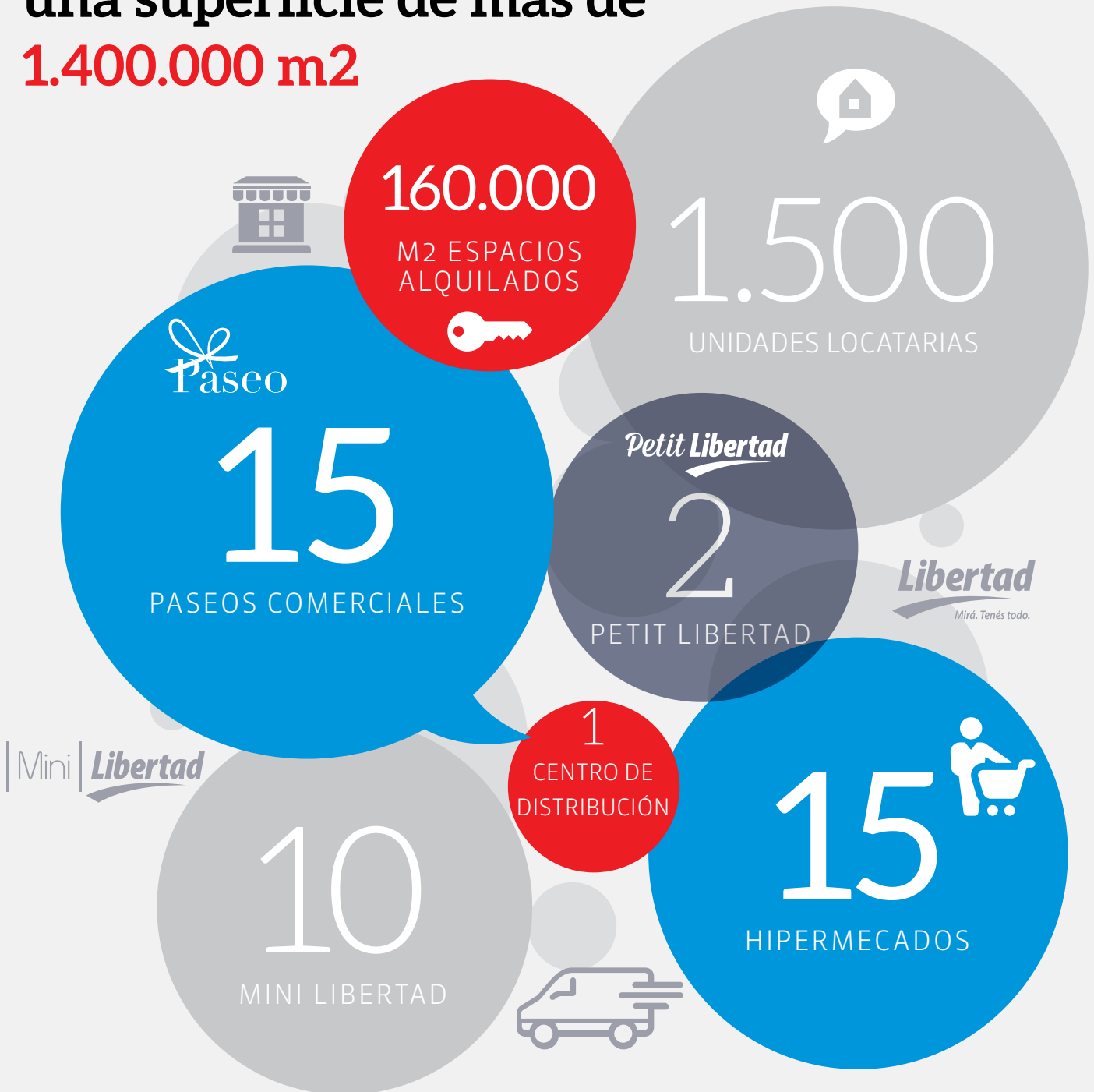
Libertad está presente en **11 ciudades**, llegando a liderar el mercado en **9 provincias** del centro y norte argentino. Impactamos positivamente en más de **5 millones de personas**.



**1º Operador inmobiliario** en el territorio Libertad y 3º puesto en el país.



# En Argentina cubrimos una superficie de más de **1.400.000 m2**



# Una presencia que se expande

G4-7; G4-13

Desde 2012 Libertad desarrolla una política de consolidación y crecimiento de centros comerciales, con su Programa Patagonia.

La finalidad es optimizar las superficies de los Paseos generando espacios más atractivos para nuestros clientes y más eficientes para los locatarios, readecuando las superficies.



**PASEO  
LIBERTAD  
SALTA**

Es el resultado de una transformación total del edificio y de su propuesta comercial, para convertirse en el nuevo shopping para el disfrute de las familias salteñas.

En 2016 se puso en marcha año en que se consolidaron los Paseos de Salta y Resistencia.



**PASEO LIBERTAD RESISTENCIA** El Paseo se configura como la propuesta comercial más amplia y atractiva del conglomerado que conforman Resistencia y Corrientes, con alcance a toda la provincia de Chaco.

# Nuestras marcas, garantía de calidad

G4-4

En Libertad nos distinguimos por comercializar productos y alimentos de gran consumo a precios competitivos. Más de 2.800 productos en nuestras tiendas son de marcas propias.

ARKITECT  
BRONZINI  
finlandek



## Garantizamos la calidad

G4-PR1

Todos nuestros productos son evaluados en góndola bajo el método de mystery shopper (cliente misterioso) por laboratorios **certificados según la norma de calidad ISO 17025**, que verifica el cumplimiento del **Código Alimentario Argentino y las normas internas de Libertad**.

Cuando se trata de proveedores externos (tipo fasón) se realizan auditorías anuales enmarcadas en los principios y normas de la **Global Food Safety Initiative (GFSI)**.

**En 2016 se incorporaron** nuevas marcas de moda del Grupo Éxito, poniendo en práctica la sinergia entre proveedores dentro del llamado Proyecto London.





## Nos sustentamos con producción propia

G4-4; G4-12

Libertad posee un **Centro de Producción de Congelados (CPC)** propio, que representa un espacio de trabajo interno y sustentable. Fue fundado en el año 2007, dentro de las instalaciones de la sucursal Lugones, con el objetivo de elaborar productos panificados, dulces y salados, llegando en el año 2013 a abastecer a nueve sucursales de manera permanente: Poeta Lugones, Jacinto Ríos, Ruta 9, Rivera Indarte, Villa María, Rosario, Rafaela, Santiago del Estero y San Juan. A partir de 2015, se inició el proceso de abastecimiento a los Mini y, luego, a Petit.

El CPC utiliza el proceso de panificación denominado **crudo congelado**, que consiste en la elaboración del panificado en su forma final e inmediatamente se introduce en un Túnel de Ultracongelado que trabaja a una temperatura de 25° bajo cero, a fin de inactivar las levaduras e impedir el inicio del proceso de fermentación. De esta forma, la producción viaja a las sucursales.

28

colaboradores

46

variedades de productos de panificación dulce y salada

4

Líneas de Producción

Línea 1: baguetera  
Línea 2: mesa de trabajo  
Línea 3: medialunera  
Línea 4: manual

10.000  
KG

Mensuales de Productos panificados

## La MEGA que nos guía

G4-56

“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”



Es la dirección que guía nuestras acciones, y la seguimos a través de nuestro Programa de Responsabilidad Social Juntos en Acción.



# Valores que nos identifican

G4-56



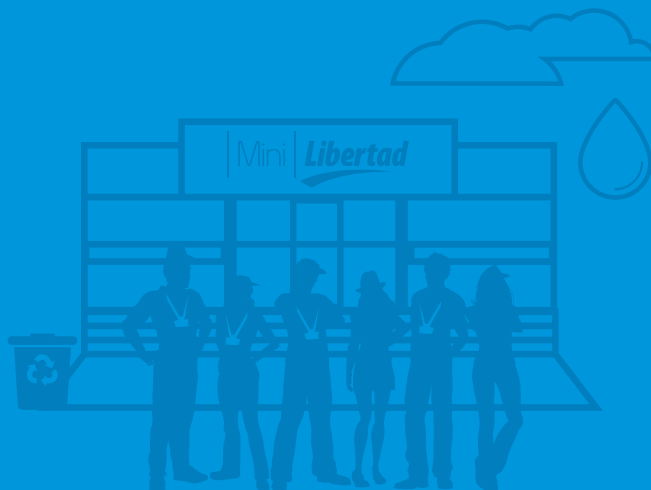
## Simplicidad

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

## Siempre

# Conducta

## 100% Libertad

G4-DMA; G4-56

Cada miembro de Libertad se compromete a cumplir un código de comportamiento que nos permite desarrollar nuestra Mega y nuestros valores. Un **Comité de Lucha contra el Fraude y la Corrupción** vela por su cumplimiento.

El **Código de Conductas Libertad** promueve las mejores prácticas

empresariales, así como los derechos humanos y laborales. Contempla políticas de formación de los empleados, acceso a la información, reglas de selección y evaluación de los colaboradores, el derecho a la intimidad, la no discriminación y la igualdad, como también la conciliación entre la vida laboral y la familiar, la salud y la seguridad en el trabajo.



**El Código de Conductas Libertad** manifiesta nuestro compromiso con los principios de la Responsabilidad Social como marco integrador de políticas y actuaciones con nuestros colaboradores, clientes, proveedores y suministradores, accionistas y todos los grupos de interés con los que nos relacionamos.



# Soy Transparente. Soy Libertad

G4-DMA; G4-57; G4-58; G4-SO3; G4-SO4

El Programa **Libertad Transparente** destaca el comportamiento honesto de todos los que trabajan en esta Organización.

Abrimos una vía de contacto para denunciar cualquier práctica contra nuestros principios éticos. Las comunicaciones son tomadas en total reserva y analizadas por el Comité de Conductas, preservando el anonimato y la confidencialidad de la información.

En coherencia con nuestro eje de sustentabilidad en el negocio, durante 2016 continuamos trabajando los principios éticos propios y vinculados a los **Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS) y los Principios de Pacto Global (PG)**.

- La guía de buenas prácticas que reportamos ya en 2015, continúa vigente y es la base para pensar nuestros programas de sensibilización y capacitación.
- Nos habíamos propuesto para 2016 participar en actividades donde se

Reforzamos conductas que se vinculan con el Principio 10 de PG que nos lleva a luchar contra toda forma de corrupción y el ODS 16 que promueve la Paz, la Justicia e Instituciones Sólidas.

analizara la problemática ética así como las estrategias para detectarla y eliminarla, y lo hicimos: el equipo de Auditoría Interna de Libertad vivió jornadas de trabajo con los equipos de Gestión de Riesgos del Grupo Éxito, en las que se abordaron programas de lucha contra el fraude y prevención de lavado de dinero. Asimismo, hubo capacitaciones específicas sobre ética, compromiso y técnicas anti-fraude para auditores, dictadas por el Instituto de Auditores Internos de Argentina (<https://iaia.org.ar>). Una persona cursó la capacitación mencionada en el IAIA, en tanto que dos más participaron de jornadas de trabajo junto con el equipo de Éxito.

- Completamos la sensibilización de todos los colaboradores, capacitando también en estos temas a

todo nuevo ingresante a Libertad (Administración Central)

- Se creó el Comité de Auditoría.
- Incorporamos la figura de un Auditor Forense, responsable de realizar investigaciones de las denuncias recibidas a través de Libertad Transparente.
- En 2016 nuestro comité de Análisis de Conducta, orientado a la lucha contra el fraude y la corrupción estuvo conformado por:
  - › Director General
  - › Director de Administración y Finanzas
  - › Director de RRHH
  - › Director de Legales y Asuntos Corporativos
  - › Líder Auditoría y Control Interno

Con el objetivo de no permitir prácticas ajenas a nuestras normas éticas, Libertad ha creado un medio para denuncias de acciones contrarias a la ética. Pueden enviarse al correo electrónico: [✉ libertadtransparente@libertadsa.com.ar](mailto:libertadtransparente@libertadsa.com.ar)

# Nos guiamos por principios internacionales

G4-DMA; G4-15; G4-16

Miramos hacia el mundo y aprendemos. Tenemos la responsabilidad de dejar una huella en el camino, respetando y haciendo respetar los recursos humanos y laborales, cuidando el medio ambiente y luchando contra la corrupción.

Por eso, nuestra política de sustentabilidad se fundamenta en principios internacionales que ponemos en práctica con cada decisión que tomamos.

## Principios del Pacto Global



En 2013 nos adherimos al Pacto Global de Naciones Unidas y somos miembro de la Red de Pacto Global de Argentina



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.

Derechos Humanos

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.

Ámbito Laboral



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.

Medio-ambiente



10

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

Anti-corrupción

# Participamos activamente en la comunidad

G4-16

Libertad forma parte de instituciones nacionales que ayudan a sostener nuestros valores.



**Cámara de Comercio e Industria Franco Argentina**

Asociación privada, sin fines de lucro. Representar 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, que promueve la investigación de problemas económicos de Latinoamérica, busca soluciones regionales y es foro para el debate partidista 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.



03

## *Nuestro programa* de Responsabilidad Social

Más allá de la venta: asuntos que nos  
importan en comunidad

41







# Nuestro programa de Responsabilidad Social

G4-19; G4-27



Comprende **5 Responsabilidades y 14 prioridades** que contribuyen a motivar y desarrollar el compromiso de los colaboradores y proveedores; a favorecer la integración con las comunidades en las que desarrollamos actividades; a fortalecer la sociedad civil y a nuestra compañía; a cuidar del medio

ambiente mediante la innovación; y a anticiparnos a las tendencias de los hábitos de consumo del mañana.

Los temas que se abordan en cada una de las **5 Responsabilidades**, responden a los intereses de los principales públicos que nos relacionamos, a los temas que hacen a la sustentabilidad del sector del retail, y a los intereses del desarrollo sostenible de la propia compañía.

En su implementación, reconocemos el papel que tiene el sector privado para contribuir al cumplimiento de los **Principios de Pacto Global y de los Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS-** que son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad.

## Más allá de la venta: asuntos que nos importan en comunidad



En el centro del gráfico, encontramos la respuesta que aporta la compañía a las expectativas relevadas: **las 5 Responsabilidades y las 14 Prioridades** y se vincula esta respuesta a los ODS que se está contribuyendo. En color gris se describen los principales intereses que se han detectado en la consulta a públicos de interés realizada para la elaboración del reporte.

En los capítulos siguientes se da cuenta de las diversas iniciativas que se están llevando a cabo para dar cumplimiento a la estrategia de sustentabilidad de Libertad.



**INTEGRIDAD Y RENDICIÓN DE CUENTAS**

Transparencia: contrataciones, compras, publicación de información financiera, etc.  
Cumplimiento del código de conducta.  
Comportamiento ético de la empresa.  
Cumplimiento de la ley.

**DESEMPEÑO ECONÓMICO Y REPUTACIÓN**

Desempeño económico de la empresa.  
Prestigio, reputación y buen nombre de la empresa.

**PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN Y DESARROLLO DE PROVEEDORES**

Priorización de proveedores Pymes, antes de grandes empresas.  
Políticas claras de contratación de proveedores.  
Priorización de proveedores locales (en detrimento de proveedores nacionales).  
Acciones orientadas al crecimiento de proveedores.

**Sostener la producción local y el desarrollo de las Pymes**

**Luchar contra la corrupción**

**Reforzar la ética y gestionar el riesgo**



**Multiplicar acciones solidarias**

**Desarrollar alianzas de solidaridad**

**INVERSIÓN SOCIAL**

Participación en proyectos que beneficien a la comunidad.  
Participación en alianzas solidarias para promover proyectos que beneficien a la comunidad.



**Promover la diversidad**  
**Facilitar la inserción y evolución laboral**  
**Preservar la H&S, salud y bienestar laboral**

**Un Empleador Comprometido**



**PRÁCTICAS DE DESARROLLO DE CAPITAL HUMANO**

Política de contratación de personal y contratación a través de planes sociales.  
Políticas de contratación de grupos vulnerables (mujeres, jóvenes, personas con discapacidad) para promover la igualdad y diversidad.  
Planes de formación y desarrollo del personal.  
Respeto a los derechos de los trabajadores Cuidado de la salud y bienestar de los trabajadores.

**CALIDAD E INNOVACIÓN**

Innovación en productos ofrecidos.  
Innovación en servicios al cliente.  
Calidad de la atención.  
Fomento de un consumo responsable.  
Fomento de un consumo saludable.  
Política de precios responsable con la economía del cliente.

**Una cadena Responsable**

**Actuar para la salud del consumidor**

**Fomentar un consumo responsable**



**Una empresa proactiva por el medio ambiente**

**Limitar y valorizar los residuos**

**Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero**

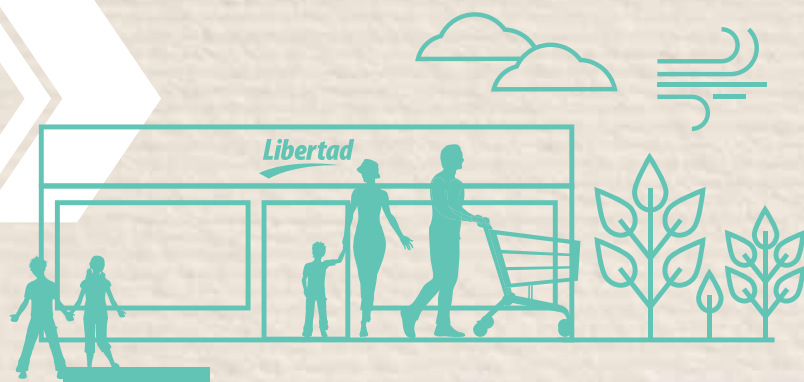
**Mejorar la eficiencia energética**

**Proteger la biodiversidad**



**REDUCCIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL**

Políticas claras de cuidado del ambiente en procesos.  
Gestión de los impactos negativos en el ambiente.  
Gestión de los residuos que la empresa genera.  
Promoción del cuidado del ambiente en colaboradores y clientes.  
Promoción del cuidado del ambiente junto a proveedores.  
Mejora en el uso y consumo de energía Reducción de las emisiones de gases que contaminan el ambiente.



# 04

## *Cadena Responsable.* **Apasionados por la satisfacción del cliente**

Responsables también en el consumo

45

Acompañando iniciativas externas para  
el consumo responsable

48

Cultura de un Servicio Incomparable

49

Club Libertad: porque nuestros clientes  
vuelven a elegirnos

55

#moda en Libertad

56

Actuar por el interés de la salud  
del consumidor

58





Somos **facilitadores** para la vida de nuestros clientes. **Estamos cerca**, conocemos sus necesidades y alentamos y favorecemos la compra responsable.



- › Se realizaron diversas campañas dirigidas a clientes, para generar conciencia sobre el consumo responsable. Destacamos el programa **Ahorro de verdad** (“El más barato”, “1-2-3”, “Hiperferia de Frescos”, “Hiperplan”) y **Ahorro de Verdad Plus**, a fin de año. También, charlas de cocina para celiacos y propuesta de recetas saludables en la Web.
- › Apoyamos iniciativas de socios e instituciones, que promovieran el consumo responsable, como la campaña gubernamental de **Precios Cuidados**.

# Responsables también en el consumo

Ser sustentables es, también, velar por la calidad de nuestro servicio. La razón de ser de Libertad es su gente, y por eso nos importa cuidar su consumo, dando un valor agregado a nuestros clientes.

A través de los más diversos canales nos enfocamos para educar en el consumo responsable.



## Libertad Incomparable

La mirada atenta en nuestro norte - los clientes - nos permite comprender que cuando nos eligen nos convierten en garantes de su tiempo y de la experiencia que desean vivir en nuestras sucursales. Esto implica una responsabilidad que va más allá de la compra.

Siendo así, en 2016 nos comprometimos a educar sobre el consumo, acompañando la economía de nuestros clientes y capacitando a nuestros colaboradores para brindar un servicio de calidad en la atención.

Lo hicimos a través de diversas campañas y programas:



**5 millones de clientes** por mes visitan las tiendas y paseos comerciales de Libertad. **25%** más que en 2015

### Campaña: “Ahorro de verdad”

Con foco en cuidar la economía del cliente, desarrollamos este Plan, adaptando la oferta de 2015. A la opción de la “compra del mes”, le incorporamos en 2016 más de 200 productos que permitieron al cliente ahorrar todos los días, combinando las diferentes propuestas ya existentes y nuevas opciones de financiamiento.

- Se agrega una nueva fórmula de ahorro
- Es más flexible
- Apuntala al 1 2 3 en la negociación con proveedores
- Se enfoca en la frecuencia de compra
- Entrega beneficios entre el 10% y el 20% subsidiados por terceros
- Es en un programa transparente.



### Ahorro de Verdad ¡Con un Plus!

Al finalizar 2016, se relanzó el Programa con un PLUS de ahorro para sábados y domingos y así hacer más accesibles las compras de fin de año.

Propuestas de ahorro incluidas en Ahorro de Verdad:



### El más barato

**300**

**productos** al mejor precio del mercado



### 1 2 3

Ahorra todo el mes en más de 1.000 productos de primera marca. Llevando una unidad, 20% de descuento; llevando 2 unidades, 50% de descuento en la segunda unidad; o, bien, llevando 3 unidades, llevas tres y pagas dos.



### Hiperferia de frescos

Todos los frescos a precio de feria.



### Hiperplan

Para pagar hasta en 12 cuotas sin interés todos los días y, hasta en 18 cuotas sin interés, los fines de semana.





### Charla de cocina saludable para celfacos

Consumo responsable también es saber alimentarse. Con la intención de promover el consumo y la cocina responsable, organizamos una demostración culinaria con degustación de menú completo para celfacos, pensando no solo en acercarnos un beneficio saludable a nuestros clientes sino, además, cuidando de su economía.

Asimismo, como somos una empresa que actúa por la salud del consumidor, invitamos a dar una charla a Marta Lagrottería, bióloga y coach en nutrición especializada en cocina naturista.



### Recetas para hacer buenas compras

Facilitamos recetas de comidas a nuestros clientes para incorporar los productos en promoción en nuestras sucursales y, de esta manera, colaboramos con la realización de compras convenientes para cocinar todos los días.

Éstas se pueden encontrar en: <http://ahorroverdad.com.ar/recetas/>

# *Acompañando iniciativas externas* para el consumo responsable

Apoyamos iniciativas públicas y de proveedores por el consumo responsable. Uno de ellos fue el plan del Gobierno llamado “Precios Cuidados”.

Respetamos y cumplimos con la política del Gobierno argentino de mantener igualados los precios de productos seleccionados en relación a los competidores.

**360 productos**  
con Precios Cuidados



# Cultura de un Servicio Incomparable

G4-DMA; G4-4

**Libertad incomparable** es nuestra estrategia para hacer realidad nuestro norte: Estar para el cliente.

Sonreír, escuchar, resolver, acompañar y gestionar son las premisas que planteamos para la relación de nuestros colaboradores con los clientes, creando así una cultura del servicio. De esta manera, nos convertimos en promotores de buenas prácticas, transmitiendo valores y hábitos comunes de respeto por el otro.

Realizamos capacitaciones para nuestros colaboradores con el objetivo de mejorar su gestión y tener siempre una respuesta que satisfaga la necesidad del cliente.

**La Cultura del Servicio** hace que todos en Libertad pensemos, hablemos, nos comportemos y actuemos de la misma forma para lograr juntos el mismo objetivo: hacer que el cliente regrese.

Capacitamos a:



Colaboradores



Lo que expresamos con una sonrisa siempre suena mejor.

Nos interesamos en el cliente y lo hacemos sentir único

Trabajamos en equipo para hacerlo fácil para el cliente.

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

Escuchamos a nuestros clientes y resolvemos oportunamente sus inquietudes.

Contamos con Protocolos de Servicio al Cliente para sectores clave como cajas, carnicería, seguridad, tecnología. La formación se extiende porque servir al cliente es una actitud...

El servicio al cliente **no** es un área. **Es una actitud.**

### Atentos a cada cliente

En Libertad cuidamos a nuestros clientes y tratamos de hacer de su experiencia en nuestros locales una razón para volver. Por eso, damos atención especial a quienes más lo necesitan, con cajas de atención prioritaria para personas con movilidad reducida y espacios más cómodos en el estacionamiento para ellos.

Además, contamos con personal que atiende de modo personalizado en algunos sectores de la tienda para dar respuestas a las consultas de nuestros clientes.

### Cultura de servicio



### Lo hacemos fácil para vos

En nuestras tiendas existen cajas de cobro diferencial, como modo de valorar el tiempo de cada cliente, ofrecer mayor comodidad a quien lo necesite y premiar el com-

promiso social con el medio ambiente.

Así, tenemos tres tipos de cajas preferentes:

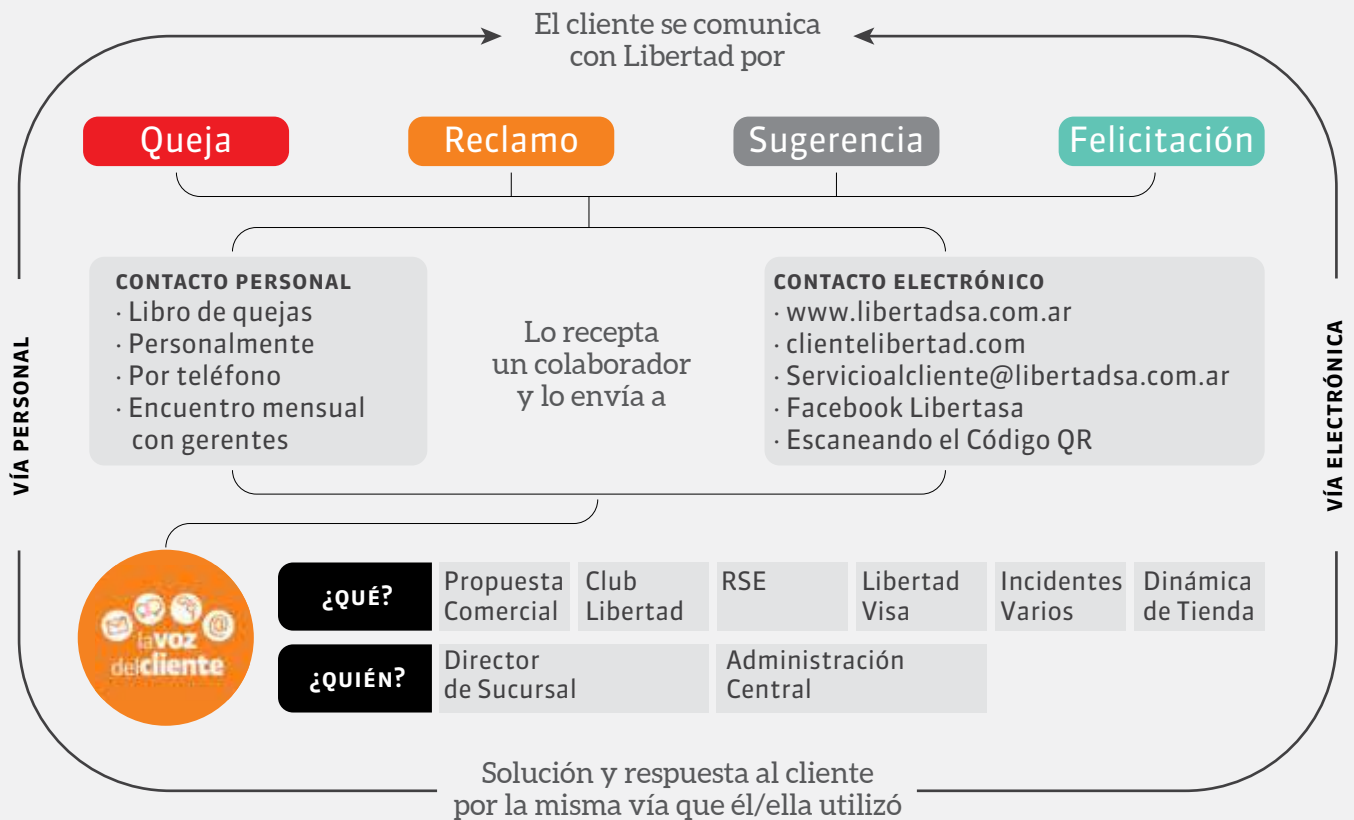


## Comunicarnos de manera fácil y efectiva

G4-DMA; G4-PR5; G4-26

Constantemente estamos innovando y presentando nuevas propuestas en beneficio de nuestros clientes. Por tal razón, contamos con diferentes canales de comunicación mediante los cuales les damos la posibilidad de transmitirnos sus mensajes.

Para crecer, es indispensable conocerse bien. Para eso, escuchamos a nuestros públicos, y en esto nuestros clientes tienen mucho que decir: queremos saber qué desean, qué necesitan y cómo nos ven.





**600.000**  
seguidores



**5.000**  
seguidores



**6.000**  
seguidores



**560.000**  
clientes reciben catálogos de ofertas

**62 %**  
clientes  
satisfechos



Índice de Satisfacción  
del Cliente

La Voz  
del Cliente

Arroja información  
e indicadores

Arroja información  
e indicadores

**CUANTITATIVOS**

**CUALITATIVOS**

Frecuencia

Frecuencia

**TRIMESTRAL.**

**MENSUAL.**

**2.680**

*Casos gestionados  
en 2014*

**3.545**

*Casos gestionados  
en 2015*

**10.587**

*Casos gestionados  
en 2016*

**301% más que en 2014  
199% más que en 2015**

### Feedback de clientes

Dentro de nuestro Programa Libertad Incomparable contamos con dos herramientas que nos arrojan información cualitativa y cuantitativa útil para mejorar la eficiencia en nuestro trabajo y la atención a las demandas de nuestros clientes. Éstas son:

- **El índice de Satisfacción del Cliente (ISC):** Conocemos la percepción de nuestros clientes a través de encuestas trimestrales. Busca datos cuantitativos de percepción sobre los productos, precios y atención de Libertad. Los resultados manifiestan que la mayoría de nuestros clientes están conformes con los productos y servicios que brindamos.
- **La voz del cliente:** es una encuesta mensual, mediante la cual obtenemos información cualitativa de nuestros clientes. Los conocemos a ellos, sus preferencias, opiniones y necesidades. Es una encuesta cualitativa, recibimos casos y los gestionamos.

## Concernos personalmente

También invitamos a nuestros clientes en participar de encuentros mensuales para escuchar sus experiencias en nuestros locales y validar el impacto de las campañas de promoción en sus compras. Cada encuentro cuenta con la participación del director de sucursal.



**Encuentros  
anuales por sucursal**



## Concurso: Medallas Olímpicas al Servicio Incomparable

En respuesta a las necesidades de clientes, nos desafiamos a ser mejores.

El concurso Medallas Olímpicas es la manera de motivar a nuestro equipo de colaboradores de todo el país a que se esfuercen por mejorar su servicio y, además, compartan

buenas prácticas de su sucursal, a través de la presentación y puesta en funcionamiento de iniciativas que apunten a los ejes de las medallas. Los concursos estimulan y construyen la cultura de servicio de Libertad.

Las medallas destacan diversos valores:



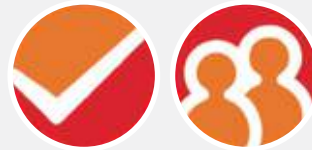
### Sonreír

**REGLA DE LOS 3 PASOS:**  
Caminá. Identificá a quien tengas a menos de 3 pasos de distancia.  
Saludalo.



### Escuchar:

**Experiencia Incomparable: LA VOZ DEL CLIENTE**  
Buzón de sugerencias:  
«¿Hiciste tus compras hoy? Contanos tu experiencia»



### Resolver y Acompañar:

**LO HACEMOS FÁCIL PARA VOS:** Trabajamos en equipo y siempre encontramos la forma de ayudar y sorprender a nuestros clientes.



### Gestionar:

**SIEMPRE CUMPLIMOS CON LO QUE PROMETEMOS:** Escuchamos a nuestros clientes y resolvemos oportunamente sus inquietudes.



# Club Libertad: porque nuestros clientes vuelven a elegirnos

Para fidelizar a nuestros clientes y otorgarles beneficios a cambio de puntos que suman con sus compras, creamos **Club Libertad**, un programa para incentivar y compensar las

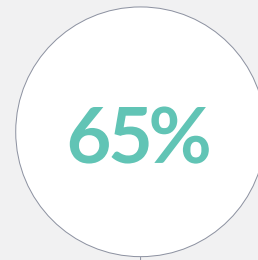
compras de nuestros clientes con premios de diferente índole como viajes, estadías, eventos, regalos, descuentos en marcas adheridas y muchos regalos más.



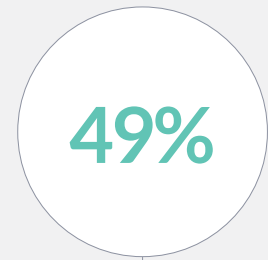
**Cientes activos**  
10% más que en 2015



**Cientes habilitados**  
el doble que en 2015



**Representan**  
en las ventas



**Sobre el ticket** promedio  
de los no fidelizados



**Beneficios**  
de estadías, estética, entretenimiento, entradas, gastronomía, eventos, shows, cine, teatro o partidos de fútbol por puntos



**En descuentos**  
Clientes con Canje Total Club mensuales



**En descuentos**  
Gratificación de cumpleaños



**En descuentos**  
Cambio puntos por beneficios

### “Grande como una Casa”: Promoción para fidelizar clientes

Concentrando nuestra mirada en proponer mejoras en la vida de los clientes, en 2016 lanzamos una promoción basada en una aspiración social: tener la casa propia.

Con solo cargar el código de su compra y los datos personales en el micrositio, el cliente participaba del sorteo por una casa de 80 mt2 de materiales y construcción tradicional.

Esta acción generó una gran afluencia de nuevos socios al Club Libertad, simplificando su alta y optimizando la calidad de la información para fortalecer y mejorar nuestro vínculo. Por su parte, los clientes Club tenían más chances, canjeando sus puntos.

**110.939**  
Participantes

**854.848**  
chances



## #moda en Libertad

Para brindar una nueva experiencia de compra a nuestros clientes, incorporamos un espacio textil de básicos y moda, basado en un modelo de 360 grados, donde se interviene la exhibición del producto, el mobiliario y la distribución de la mercancía en el puesto de venta.

Esta propuesta innovadora presenta moda básica a precios accesibles en nuestras tiendas, para vestir a nuestros clientes con marcas propias como **Arkitekt y Bronzini** e instalar nuevos productos en el mercado argentino a partir de la sinergia del Grupo.

Desde su concepción como un negocio enfocado en el cliente, #moda en Libertad nos dispuso a “ser referentes en el País Libertad por el desarrollo del Negocio Textil (básicos y moda) para toda la familia, apalancado en marcas

propias, asegurando la competitividad de los precios, la rentabilidad del negocio y mejorando continuamente la experiencia de compra”.

Esto implicó el compromiso integral de la compañía, desde el equipo Comercial y de Operaciones, pasando por Venta que necesitó adquirir conocimientos específicos (Escuela Textil), hasta el área de comunicación. Un equipo de Libertad viaja a Colombia para capacitarse y ver la venta del producto en directo, junto a Éxito.

**2016**  
**4 tiendas**  
en Córdoba

**Proyección**  
**11 tiendas**  
en el País

*El propósito del negocio textil London, del Grupo Éxito es democratizar la moda desarrollando un negocio textil rentable y diferenciador, que haga hincapié en las marcas propias para mejorar la experiencia de compra de nuestro cliente.*



# Actuar por el interés de la salud del consumidor

G4-DMA; G4-PR1; G4-PR3

Atendemos todo el proceso de distribución desde su origen, manteniendo la calidad de nuestros productos, con el fin de cuidar la salud de nuestros consumidores.

Nuestro **Centro de Distribución** localizado en Córdoba, recibe, almacena, prepara y distribuye el **62%** del volumen de productos comercializados por nuestra cadena, garantizando el perfecto estado hacia las tiendas. El **38%** restante es entregado, en nuestros locales, en forma directa por los proveedores y está también sometido a todos los controles pertinentes para garantizar su llegada a la góndola en óptimas condiciones.

En las tiendas, contamos con procesos y equipos capacitados para asegurar el flujo de mercadería hasta la góndola previniendo merma, rotura, problemas de calidad y para gestionar apropiadamente los envases y desechos.

## Equipo de Calidad de Libertad

Para garantizar el cuidado de la salud de nuestros clientes y trabajar para mejorar su satisfacción, este proceso está a cargo del Equipo de Calidad, conformado por Directores Técnicos de Alimentos que dan soporte en cada una de las tiendas (hipermercados y formatos de cercanía) al personal operativo y administrativo.

Estos profesionales formados en áreas de tecnología de alimentos (Bromatólogos, Licenciados en Alimentos, Microbiólogos, etc.) realizan las capacitaciones y auditorías semanales, velando por la inocuidad en la manipulación de los alimentos desde la recepción hasta el consumidor.

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

**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).
- **Y un Médico Veterinario** definido por SENASA (Servicio Nacional de Calidad y Seguridad Alimentaria).

**Audidores 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.

**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 modos específicos, según el tipo de producto, y de este modo se garantiza al cliente la mejor calidad de consumo.

Enfocados en la salud del consumidor, Libertad asumió 7 compromisos que garantizan un proceso de mejora continua, firmando la Carta de Calidad del Grupo Casino.



## Información de calidad por tipo de producto

G4-4

Cada producto recibe su tratamiento adecuado según el tipo:

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

Se desarrollaron fichas técnicas de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes que definen los aspectos cualitativos y cuantitativos para su recepción, manipulación y exhibición en las tiendas. Las mismas se encuentran disponibles para todos los colaboradores en la intranet.

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

Se controla el cumplimiento del Código Alimentario Argentino y normativa Mercosur vinculada. Se verifica:

- 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 normativa Mercosur vinculada.

El foco del control de calidad en este segmento está relacionado a la vida útil de los productos a través de una herramienta informática que permite aceptar o rechazar, o rotar los productos de acuerdo con el periodo de aptitud remanente.

### **Productos para celíacos**

Son exhibidos en sectores especiales de las góndolas con cartelería afín y asegurando la inviabilidad de contaminación cruzada con TACC.

Aunque son cada vez más las empresas que no utilizan gluten en la formulación de sus productos y están gestio-

nando el mismo como un alérgeno, a los fines de entregar productos gluten free, como mermeladas, café, azúcar, etc. que se pueden encontrar en nuestras góndolas tradicionales, nos aseguramos de contar con un proveedor exclusivo de productos para celíacos llamado Dimax.

De este modo damos respuesta a un grupo específico de nuestros clientes.

### **Productos más amigables con el ambiente**

También nos preocupamos por el tratamiento de los productos frescos que consumen nuestros clientes. Realizamos evaluaciones periódicas de frutas y vegetales para evitar desvíos de productos con residuos de agroquímicos y, de ese modo, garantizamos que nuestros clientes compran calidad y tranquilidad.

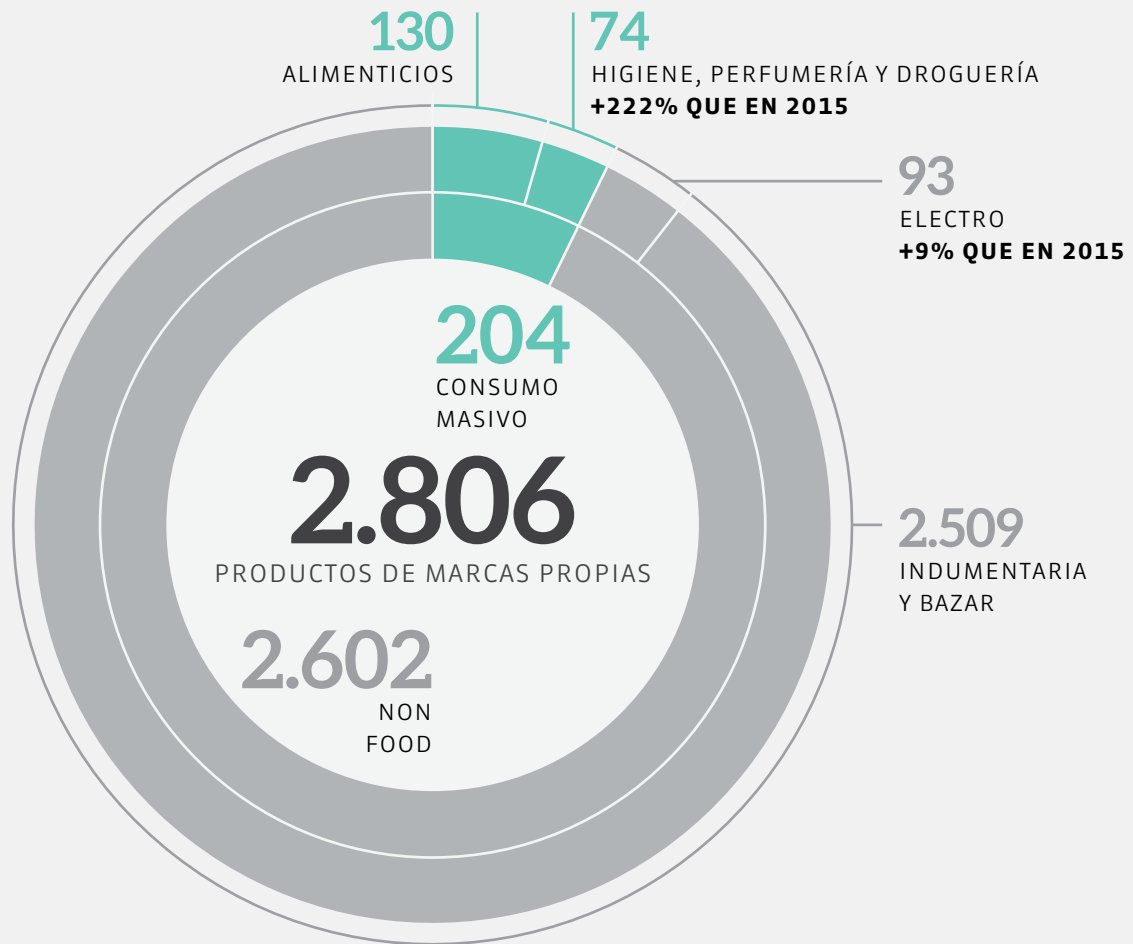
### **Productos de marca propia**

Desarrollamos más de 2800 productos de Marca Propia de la más alta calidad a precios competitivos.

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

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.

Estos productos son controlados cuando ingresan al Centro de Distribución o a las tiendas y monitoreados semanalmente en las auditorías de los directores técnicos.

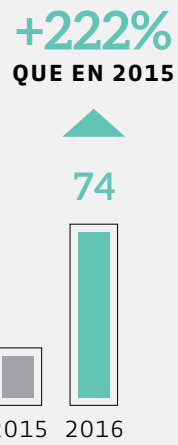


### Carta de Calidad. Principios

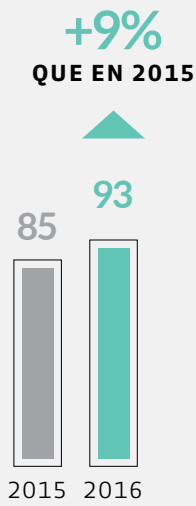
- Garantizar una selección de productos que responda consistentemente a los estándares de calidad definidos en colaboración con las marcas.
- Integrar en el desarrollo de productos las expectativas de la sociedad local, en particular, lo que concierne a la salud, la nutrición y la sostenibilidad.
- Garantizar 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.



PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO



PRODUCTOS DE PERFUMERÍA Y LIMPIEZA



PRODUCTOS DE ELECTRO



**2.509**  
NUEVOS PRODUCTOS

INDUMENTARIA Y BAZAR





## Métricas de calidad

Utilizamos métricas de la Gestión de Calidad para dar a conocer cómo se trabajan los procesos para asegurar la inocuidad de nuestros alimentos en la compañía.

**Libertad** **QUEREMOS CUIDARTE**

Por eso te brindamos estos tips útiles para que tengas una alimentación segura y evites enfermedades

**TIPS PARA TU COCINA**

- Mantener la higiene en la cocina.
- Utilizar agua y alimentos seguros para su consumo.
- Cocinar los alimentos completamente.
- Separar los alimentos crudos y cocidos.
- Mantener los alimentos a temperaturas seguras.

**Libertad** **MÉTRICAS DE CALIDAD**

Continuamos presentandote las Métricas de la Gestión de Calidad para que conozcas cómo se trabajan los procesos para asegurar la inocuidad de nuestros alimentos.

- Se han realizado **MÁS DE 150** fichas técnicas de productos de Elaboración Propia y productos perecederos.
- Los productos **LEADER PRICE** se muestran anualmente bajo el método de Mystery Shopper y se realizan ensayos físicos, químicos y microbiológicos para asegurar el cumplimiento de las especificaciones técnicas y de seguridad alimentaria.
- En todas las sucursales y espacios comerciales se realiza un **MANEJO INTEGRADO DE PLAGAS**, que opera en la prevención y eliminación de plagas terrestres y aéreas.
- En el Centro de Distribución se controla el **CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES** de los productos perecederos, antes de ser distribuidos a las sucursales.
- Desde la apertura de nuestros Minis, se realizaron **MÁS DE 200 AUDITORÍAS** semanales donde se controlan inspecciones para asegurar la inocuidad de los productos que se comercializan.
- El Centro de Panificados Congelados es **AUDITADO MENSUALMENTE**, incluyendo un plan de muestreo microbiológico con hisopado de manos y superficies.
- Se toman muestras de alimentos e hisopados de manos y superficies en forma mensual para analizarlos microbiológicamente. Desde 2015 llevamos realizados más de **1300 ANALISIS**.
- Desde 2015 comenzamos también a realizar **controles específicos de frutas y verduras** a los fines de verificar la presencia de pesticidas y plaguicidas no autorizados en los mismos. Llevamos muestreados y analizados **MÁS DE 270 PRODUCTOS**.
- Todos los proveedores que realizan los productos de Leader Price están incluidos en un **PLAN DE CONTROL ANUAL**, (donde se verifica el cumplimiento de los estándares internacionales de GFSI (Global Food Safety Initiative)).

**LIBERTAD** **CALIDAD Te cuida**

SIMPPLICIDAD EXCELENCIA INNOVACIÓN HONESTIDAD **ESTAMOS PARA EL CLIENTE**

**Libertad** **MÉTRICAS DE CALIDAD**

Te presentamos las Métricas de la Gestión de Calidad para que conozcas cómo se trabajan los procesos para asegurar la inocuidad de nuestros alimentos en la compañía.

- Se han gestionado desde 2014 más de **370 RETIROS DE VENTA** de productos por problemas de calidad, lo que implica un ahorro de **\$1.526.314** que fueron reembolsados por los proveedores.
- Desde 2015 se han realizado **135 AUDITORIAS** en nuestras sucursales bajo los estándares internacionales de la **norma IFS Food Stars**.
- En cada sucursal contamos con un Director Técnico que realiza las **auditorías semanales**. Desde el año 2012 llevamos adelante este modelo de gestión y ya realizamos más de **2160 AUDITORIAS**.
- Verificamos también presencia y ausencia de la **bacteria E. Coli 0157H7** en productos cárnicos y vegetales crudos. Llevamos realizados **36 ANALISIS** durante la implementación de la Norma IFS.
- Desde 2015 se dictaron 11 módulos de capacitación sobre manipulación de alimentos a un total de **560 COLABORADORES**.

**LIBERTAD** **CALIDAD Te cuida**

SIMPPLICIDAD EXCELENCIA INNOVACIÓN HONESTIDAD **ESTAMOS PARA EL CLIENTE**

## Priorizamos la salud del consumidor **Auditorías IFS Food Store**

G4-DMA; G4-PR1; G4-PR3

Durante 2016 se continuó con:

- 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).
- la reducción del contenido de sodio en panes de mesa de elaboración propia no congelados, con el correspondiente cambio en la formulación de todos los panes de elaboración propia.

Todos los productos propios que creamos en 2016, alrededor de 8 (sumados a los 20 ya existentes), fueron optimizados desde el punto de vista nutricional.

Asimismo, 100% (162) de productos de marca propia con Etiquetado Nutricional Tipo 2, exigido legalmente en Argentina. Este etiquetado expone el valor energético y la cantidad de proteínas, hidratos de carbono, azúcares, grasas, ácidos grasos saturados, fibra alimentaria y sodio. La información nutricional aparece expresada por 100 g o 100 ml de producto o por porción.

G4-PR1

Vale destacar que los 15 hipermercados cuentan con Certificación IFS Food Store que asegura estándares de inocuidad.

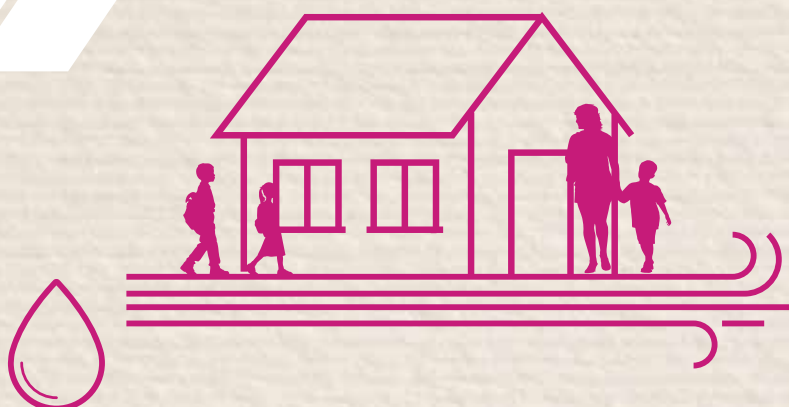
Este sistema de Calidad comenzó a utilizarse a mediados de 2015, basado en la norma IFS Food Store, y nos permitió seguir avanzando en la mejora de nuestros procesos.

Tal es así que, durante todo el año, 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?.



A través de sus acciones con clientes, *Libertad se propone ser sustentable* en todas las dimensiones que repercuten de manera directa en su negocio. *Cuidamos al cliente* en su consumo, su salud y su bienestar. Dentro y fuera de nuestras tiendas. Para lograrlo, nos esforzamos cada día más.





# 05

## *Actor local solidario.* Sustentando el futuro, los niños

Desarrollo de la infancia

68

Por el bienestar de los chicos:  
Alianzas solidarias

72

Libertad solidaria:  
donaciones para la infancia

75





**G4-DMA**

Sustentabilidad es resguardar el futuro, y **el futuro es nuestra infancia**. Por eso, para Libertad es fundamental cuidar a los niños de hoy, como eje privilegiado de nuestras acciones sociales.

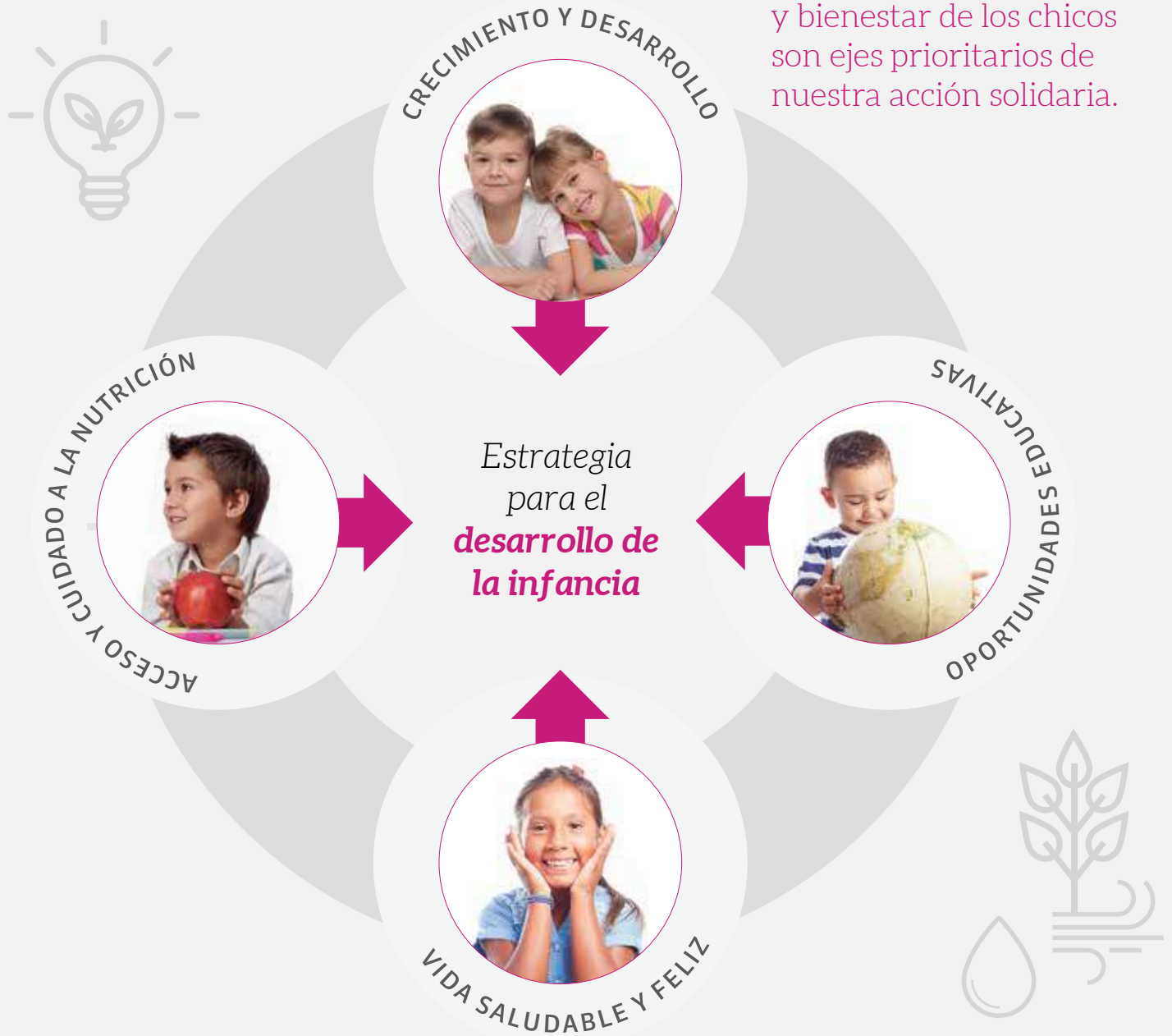


- ▶ Continuamos con nuestro **Programa Libertad Junior**, fortaleciendo el foco de educación de la infancia. 42 escuelas y 1481 niños visitaron Libertad.
- ▶ Hicimos campaña contra el derroche de alimentos, pensando en la salud y la alimentación de los chicos. En **alianza con Banco de Alimentos**, donamos 26 toneladas de alimentos, 17% más que en 2015.

# Desarrollo de la infancia

G4-S01

Buscamos contribuir solidariamente con la comunidad que nos rodea, allí donde estamos. Educación, nutrición, salud y bienestar de los chicos son ejes prioritarios de nuestra acción solidaria.





### Programa Libertad Junior

Siguiendo el compromiso asumido, en 2016 continuamos con las Visitas Escolares **Libertad Junior**. Mediante este Programa buscamos que los niños de colegios próximos a los Hipermercados vivan una experiencia distinta, conociendo las actividades que se realizan en Libertad y los principios para una alimentación sustentable.

De ese modo, buscamos fortalecer el vínculo con la comunidad, proyectando una imagen alegre y de trabajo en equipo para que quede grabada en el corazón de los niños.

42

**Escuelas** nos visitaron

1.481

**Niños y niñas** participaron



### Programa “Socios por un día”

Trabajamos desde 2012 junto a la Fundación Junior Achievement en su tradicional programa “Socios por un día”, vinculando a jóvenes estudiantes con profesionales de las carreras de su interés. Los jóvenes comparten una jornada laboral en la que, tanto el adolescente como el profesional, viven una extraordinaria experiencia de aprendizaje.

8

**Alumnos de secundario** en Casa Central



### Programa para Universidades y Colegios Secundarios

Alumnos de escuelas técnicas visitan nuestra sucursal para aprender y capacitarse sobre los procesos de negocios, a partir de la experiencia y el diálogo con nuestros colaboradores. Recorren los espacios de Libertad, desde el salón de ventas hasta los depósitos, para interiorizarse sobre cada área del rubro. De ese modo, aprenden procesos de producción.

46

**Alumnos** del Instituto ESIL de Villa María

8

**Estudiantes** de Bromatología del Instituto de Enseñanza Domingo Faustino Sarmiento en Sucursal Jacinto Ríos





## Propuesta Leer es Crear

Sabemos que toda transformación comienza por imaginar. Algo diferente surge desde el momento en que estimulamos la creatividad y potenciamos la autoestima. En este proceso, la lectura es clave: abre el mundo.

Para fomentar el interés y los hábitos de lectura en niños organizamos una jornada de lectura con textos seleccionados. Voluntarios de Libertad asistieron a escuelas primarias para compartir con los chicos una jornada de lectura, y donaron libros a sus bibliotecas.



*“Quedamos sumamente agradecidas por la atención que recibimos en las dos visitas, mis compañeras ayer también volvieron muy contentas por la experiencia. No tengo palabras para agradecer el tesoro que nos dieron de regalo, me refiero a los libros. Hoy trabajamos con ellos y ver esos ojos brillar fue fantástico. No siempre tenemos esa oportunidad”*

**Nilda Vilchez**

Docente escuela donataria de la ciudad de Rosario.

**409**

**Niños**

participaron de este programa  
(40 en 2015 en programa similar)

**100**

**Libros**

entregamos a las escuelas

Escuelas beneficiadas:  
Escuela Paul Harris n. 1172; Escuela Islas Malvinas; Escuela Guzmán Silva n. 6379; Escuela Doctor Nicolás Avellaneda n. 34



## Participación en el Parque Vial de Sudamérica

En 2016, y como hacemos desde 2007, participamos en la propuesta educativa de la Municipalidad de Godoy Cruz (Mendoza) en el único Parque Vial Infantil de Sudamérica que tiene por objetivo brindar educación vial a niños y niñas.

Para esto, cuenta con pista de manejo propia y se dictan clases de manejo gratuitas, abiertas a la comunidad en general.



# Por el bienestar de los chicos: Alianzas solidarias

G4-EC8

Libertad promueve alianzas con socios para atender algunas de las necesidades más urgentes de la infancia. La alimentación es una de ellas, y en ese eje trabajamos en múltiples programas.

## Derroche de alimentos Cero

En 2016, continuamos trabajando para eliminar el derroche de alimentos. Ese año renovamos nuestro compromiso con la Red Banco de Alimentos (RedBdA), buscando una alianza de solidaridad hasta el año 2019 con esta Red, que nuclea 17 bancos de alimentos en el país.

Esta acción está alineada a la que lleva adelante Grupo Casino con esta misma Red, la cual forma parte de la Global Foodbanking Network con quien Casino tiene un acuerdo para la donación de mercadería.

Rescatamos alimentos no perecederos aptos para el consumo humano pero que no pueden ser comercializados por algún motivo, y esa merma no se derrocha: llega a los niños.

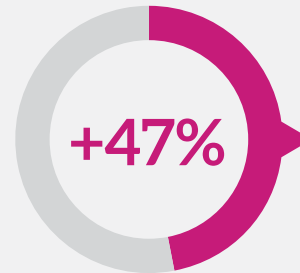
Actualmente el rescate de merma se realiza en las sucursales de Córdoba, Mendoza, Rosario, Salta, Santiago del Estero, Tucumán y Posadas, ciudades en las cuales se hallan Bancos de Alimentos.

## Kilos por mes entregados por Libertad al Banco de Alimentos

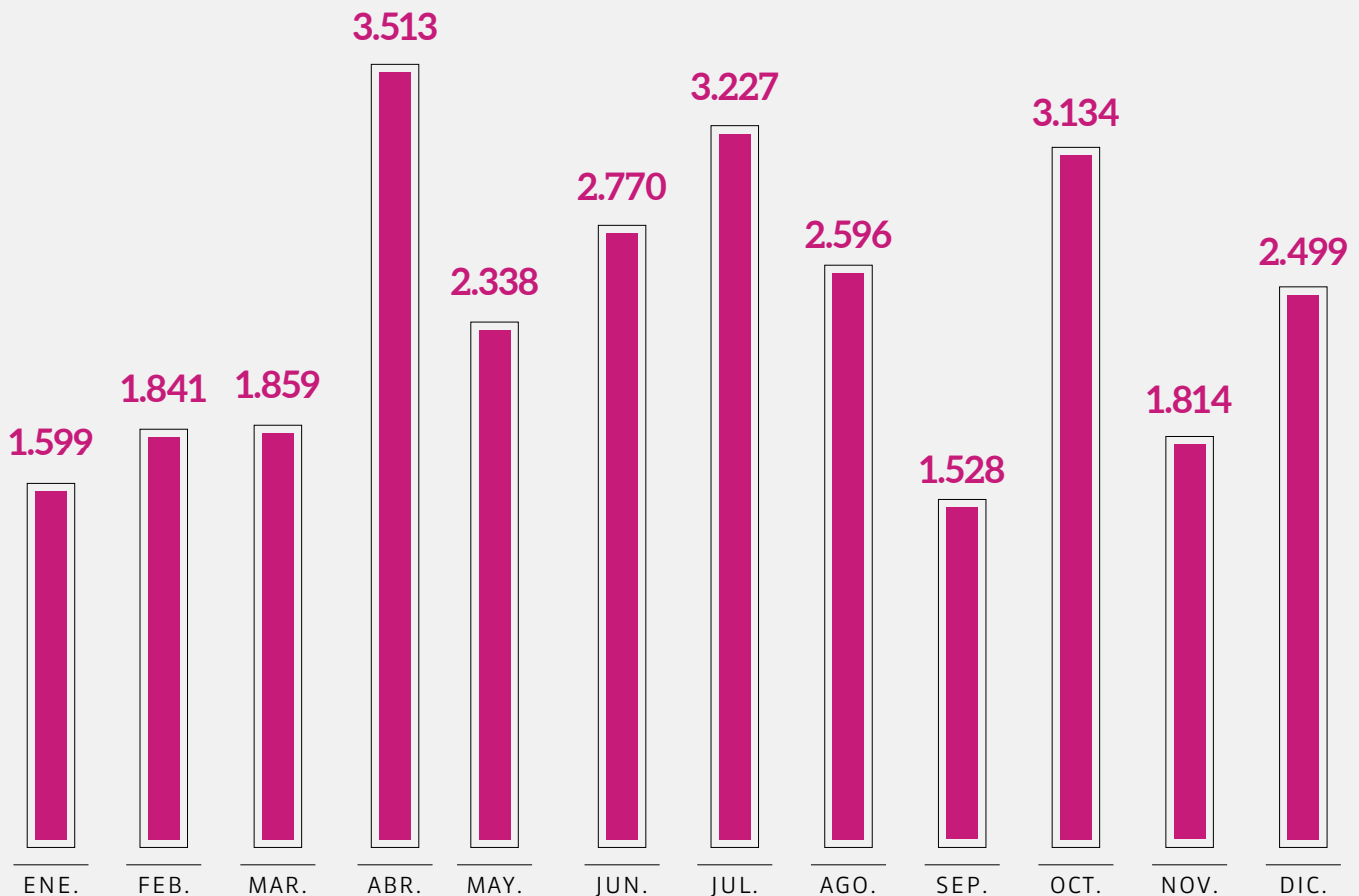
BdA	Córdoba	Mendoza	Rosario	Salta	Santiago del Estero	Tucumán	Virasoro Corrientes	TOTAL
Enero	889	-	-	710	-	-	-	<b>1.599</b>
Febrero	427	185	-	555	-	674	-	<b>1.841</b>
Marzo	7	18	572	593	172	497	-	<b>1.859</b>
Abril	933	165	1.385	424	162	250	194	<b>3.513</b>
Mayo	231	-	1.253	550	-	252	52	<b>2.338</b>
Junio	792	-	1.366	613	-	-	-	<b>2.770</b>
Julio	102	1.106	1.054	273	127	456	110	<b>3.227</b>
Agosto	338	-	975	200	-	438	646	<b>2.596</b>
Septiembre	543	-	234	275	-	436	40	<b>1.528</b>
Octubre	813	-	819	304	509	227	464	<b>3.134</b>
Noviembre	75	-	897	225	-	617	-	<b>1.814</b>
Diciembre	906	-	283	335	250	500	225	<b>2.499</b>
<b>TOTAL</b>	<b>6.054</b>	<b>1.473</b>	<b>8.836</b>	<b>5.056</b>	<b>1.220</b>	<b>4.347</b>	<b>1.732</b>	<b>28.717</b>



Donamos en total más de **28 toneladas de alimentos**



que en el período 2014-2015



## Caminata Nacional contra el hambre

Desde Libertad nos sumamos a la Caminata “**Calorías x Calorías: #CaminaContraElHambre**” organizada por la Red Banco de Alimentos y el movimiento global Walking is good para el Día Mundial de la Alimentación.

De manera innovadora con una aplicación tecnológica que convertía pasos en calorías/dinero, se reunieron donaciones a partir de calorías generadas de la caminata de miles de personas. Estas calorías gastadas por quienes descargaron la APP se transformaron en dinero donado por las empresas sponsors.

# 100%

**de lo recaudado** se entregó a la Red Argentina de Banco de Alimentos.

- Más de **108.929 personas** se sumaron a favor de la RedBdA desde **más de 20 países del mundo**.
- Se caminaron **727.645.844 pasos contra el hambre** y **35.865.000 calorías** se transformaron en recursos para los 16 Bancos de Alimentos y sus más de **272.00 beneficiarios**.
- La página web donde figuraban los logos de los sponsors de la acción tuvo **386.398 visitas**, de las cuales **244.556** fueron de **usuario únicos**.
- Se difundió el trabajo que realizan los bancos, concientizando acerca de la buena alimentación, el desperdicio y recupero de alimentos.

Libertad participó como sponsor entregando

# \$35.000

en alimentos

Plazas Banco de Alimentos	Alimentos entregados
Córdoba	\$2.000 Leche Larga Vida
	\$3.000 Arroz
Posadas	\$2.500 Leche Larga Vida
	\$2.500 Azúcar
Mendoza	\$5.000 Leche en Polvo
Rosario	\$5.000 Arroz
Salta	\$5.000 Puré de Tomate
Santiago del Estero	\$2.500 Leche Larga Vida
	\$2.500 Cacao
Tucumán	\$2.500 Arvejas en Latas
	\$2.500 Atún al Natural

## Futuras alianzas contra el hambre

### G4-DMA

En 2017 se trabajará en alianzas de solidaridad con Fundaciones locales que trabajen para reducir el hambre y la desnutrición en las ciudades de Chaco, San Juan, Villa María y Rafaela. Entre ellas Fundación Co Crear (Rafaela) y Rotary (Villa María).

Además, para optimizar el recupero y los resultados de la esta acción, en Libertad estamos planificando la confección de un procedimiento interno para estructurar y definir responsabilidades sobre la acción.

# Libertad solidaria: donaciones para la infancia

G4-DMA

En la estrategia fijada en torno a los chicos, nos hemos propuesto estar siempre cerca de ellos, y también concientizar a otros públicos en esta meta, haciéndolos partícipes de nuestras propuestas.

Para hacerlo posible, trazamos una política, reglamentando nuestras donaciones bajo un marco de regulación complementario con nuestra Política de Responsabilidad Social Empresaria y acorde a nuestro compromiso de hacer un aporte conveniente a la sociedad.

## Colectas Libertad

Desde hace varios años, fijamos una agenda de colectas Libertad. Hacemos partícipes de estas acciones a nuestros clientes para crear conciencia de las necesidades de la comunidad y generar empatía.



**Colecta Nacional de Alimentos**  
Sumado a los alimentos que destina la empresa, recibimos donaciones de clientes en siete de nuestras sucursales del país para ser entregadas al Banco de Alimentos.

8

toneladas de alimentos  
donados



**Campaña “Abrigando corazones”**  
En invierno invitamos a nuestros clientes y colaboradores a participar de una colecta de ropa y abrigo para donar a instituciones que trabajan con personas que lo necesitan.

3.564,16 kg

de ropa y abrigos  
donados



**Vuelta al cole: Maratón de útiles escolares y material didáctico**  
Para que todos los niños comiencen su año lectivo solamente preocupados por su aprendizaje, recolectamos útiles, guardapolvos y material didáctico y lo entregamos a organizaciones de localidades donde Libertad está presente.

4.061 kg

de útiles escolares  
donados



### Maratones de Papel y de Tapitas

Los voluntarios de Córdoba participaron de estas colectas organizadas por la asociación Hospital Infantil de Alta Córdoba, con la instalación de un stand de juegos realizado por ellos mismos con material reciclable.

13

voluntarios  
Maratón de papel

16

voluntarios  
Maratón de tapitas



### Maratón de juguetes

Dos momentos importantes para todos los niños.

- **Día Del Niño**, buscando igualar oportunidades en los niños y regalando la alegría que cada uno espera en su día.

543 kg

de juguetes donados  
en el Día del Niño

Los materiales utilizados para algunas de las ideas que se materializaron fueron: cartón, palitos de brochete, red plástica o simil, pelota pequeña, temperas para colorear, cajones de frutas, telas varias, botellas plásticas, etc.



- **Navidad:** Colecta Por una Navidad Diferente: Junto a los juguetes donados por clientes en la Maratón Llevamos adelante esta acción solidaria con el fin de reunir dichas donaciones con más juguetes elaborados con material reciclado. En esto trabajan nuestros colaboradores, como parte del voluntariado de Libertad.

406,85 Kg

de juguetes donados  
en Navidad

Estos juguetes fueron sumados a los de la colecta de diciembre y entregados a niños de instituciones y fundaciones locales sugeridas por los voluntarios y definidas por el Embajador de RSE y Director de Sucursal.

Total donaciones realizadas por colectas destinadas al bienestar de los niños 2016



8,5

TONELADAS DE ROPA, ABRIGOS, JUGUETES Y ÚTILES ESCOLARES.



7

SUCURSALES INVOLUCRADAS EN LAS INICIATIVAS



\$309.037

DONADOS (BIENES Y DINERO EFECTIVO)

8

TONELADAS DE ALIMENTOS





### Campaña La Caja Solidaria

Junto a nuestro socio solidario y proveedor Colgate, organizamos esta campaña mediante la cual los clientes de Club Libertad pudieron elegir donar una caja navideña en beneficio de la Red Banco de Alimentos de 7 ciudades del país, a través de:

- La compra de productos de las marcas asociadas (Colgate, Palmolive y Protex)
- Y la donación de 5.000 puntos de su tarjeta Club.

Las cajas llegaron a las siguientes ciudades:

BdA Córdoba	300 cajas
BdA Salta	100 cajas
BdA Mendoza	100 cajas
BdA Tucumán	200 cajas
BdA Rosario	100 cajas
BdA Virasoro	100 cajas
BdA Santiago del Estero	100 cajas

1.000  
cajas navideñas  
para  
1.000  
familias  
4.500  
personas impactadas

Los clientes que se sumaron participaron del sorteo de canastas navideñas.

Difundimos la propuesta a través de múltiples medios, para alcanzar a más y más clientes que de ese modo se comprometieron con la propuesta:

- Medios digitales
- E-mailing
- Facebook
- Twitter
- 26 publicaciones desde la RedBdA, los BdA y Libertad S.A, alcanzando a 10.190 personas.
- Comunicación en punto de venta: Banners y LED
- Publicaciones en la web



### Reciclar para Ayudar

G4-EN23

Unimos nuestro cuidado del planeta y el ambiente con el objetivo de trabajar por el bienestar de los niños. Así, durante 2016 nos ocupamos de este doble fin reciclando papel, cartón, tapitas, vidrio, plásticos, etc.

Reciclar para ayudar es el programa que aplicamos para recuperar residuos con fines sociales, porque lo recaudado se convierte en dinero que donamos a instituciones con las que tenemos alianza.

En 2016 fue significativo el aumento de reciclado en kilos de:

Tapitas de plástico **101 % más**  
 Vidrio **129 % más**  
 Plástico **131 % más**  
 Aceite vegetal **113 % más**





### Donemos sonrisas

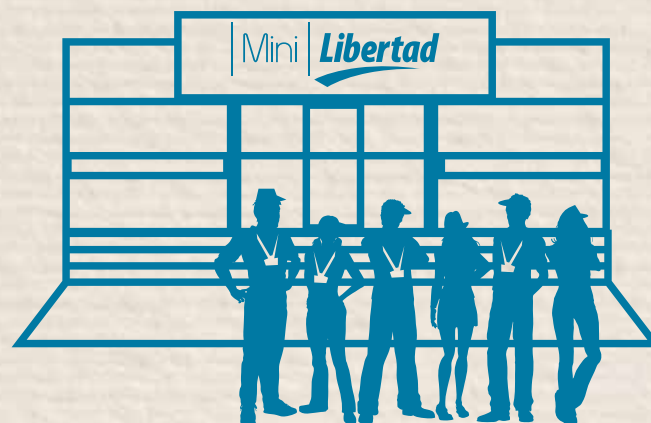
Nuestros clientes pueden elegir donar el dinero producto del redondeo de su vuelto.

Gracias a este Programa, los niños de diversas localidades donde se encuentra Libertad recibieron el apoyo para su bienestar.

El dinero recaudado se distribuyó en instituciones de las 11 ciudades donde Libertad tiene presencia.

En 2016 donamos  
**\$ 905.043**

Provincias/ Ciudades	Instituciones beneficiadas	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 -Barranqueras 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 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



# 06

## *Empleador comprometido.* **Creando valor profesional**

Bienestar para los colaboradores y sus familias	83	Libertad de asociación y diálogo social	103
Colaboradores conscientes y cuidados	85	Salud, seguridad, higiene y prevención del riesgo	104
Voluntariado organizacional	87	Un clima laboral pensado para crecer	106
Tenemos el mismo Código	88	Estímulos para el bienestar	107
Somos un EQUIPO con propósito	89	Nuestro aporte a la empleabilidad	109
Colaboradores capacitados, una máxima de Libertad	94	Gestión del desempeño	109
Prestaciones y beneficios	103		



G4-DMA

Nuestro compromiso con los colaboradores es una prioridad en cada acción que emprendemos. Durante 2016 llevamos adelante las metas que nos propusimos profundizar:



- › Seguimos pensando en el bienestar de las familias de nuestros colaboradores. Entre nuestras acciones estuvieron: Campaña **Vuelta al cole**, celebración del **Día de la Familia**, obsequios por **Nacimientos**, festejo del **Día del Niño** en todas las sucursales y nuevas **salas de lactancia**.
- › Capacitamos en el cuidado de la salud de nuestra gente. Entre los **programas de formación**, más de 1400 colaboradores participaron en Primeros Auxilios, Animación Cardiopulmonar y Prevención de Riesgos. Además, formamos en el **consumo responsable** con acciones como el Kiosco Saludable, Programa Calidad te cuida, Deportes y acciones para el uso consciente de materiales y su reciclaje.
- › Incentivamos la participación de nuestros empleados en programas de **voluntariado**, como “Leer es crear”, maratones de papel y de tapitas o campaña “Una Navidad diferente”, con foco en la infancia.

# Bienestar para los colaboradores y sus familias

Defendemos la conciliación entre la vida familiar y laboral, dentro del marco regulatorio argentino. Por ello siempre tenemos presente distintas opciones para incorporar a la familia de nuestros colaboradores a diversas actividades de recrea-

ción y solidaridad, compartiendo juntos tiempo de calidad.

Las principales acciones que promovieron la familia en este período fueron:



## Festejo Día de la Familia

Con una actividad al aire libre para todas las familias, festejamos en conjunto el Día del Padre, la Madre y del Niño. De esta manera, buscamos reforzar el sentido de pertenencia de los colaboradores, valorizando sus vínculos y haciéndonos cercanos.

Se dio en un espacio de esparcimiento abierto, con actividades integradoras y solidarias.

Ese día pudimos fortalecer en toda la comunidad Libertad la conciencia solidaria sustentable, a través de actividades lúdicas basadas en prácticas sustentables.



- Contratamos proveedores locales y buscamos desarrollarlos, apoyando su causa. Elegimos jugar con las casitas de cartón de Ondulé, marca que cuenta con certificación en Sistema B, creando valor de triple impacto: social, ambiental y económico.
- Los colaboradores y sus familias contribuyeron con la donación de libros infantiles y juguetes para entregar a instituciones que trabajan con Libertad.
- Propusimos un kiosco saludable, donde los chicos podían tomar alimentos con valor nutritivo.



### Promoción Vuelta al Cole

Las familias de nuestros colaboradores se benefician de un 80% de descuento en la adquisición de todos los útiles necesarios para la escuela, hasta \$200 por niño. Libertad activó este beneficio para 1.169 colaboradores, resultando en un total de 1.880 descuentos.

**\$376.000**

**en descuentos** entregados a las familias de colaboradores, apoyando la educación y el bienestar de los chicos.



### Salas de Lactancia

Se sumó una nueva Sala para que las colaboradoras de Libertad puedan continuar la lactancia materna de sus hijos pequeños. En 2016, esta Sala se inauguró en la Administración Central.

Con esto apoyamos las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud, que promueve la lactancia materna en exclusiva durante los primeros seis meses de vida del bebé, y seguir dando el pecho a los niños hasta al menos los dos años.

El retorno al trabajo dificulta este objetivo en muchas mujeres, por eso queremos apoyar y acompañar a las mamás de Libertad, brindándoles un espacio cómodo y agradable para extraerse la leche y conservarla durante su jornada laboral, e incluso amamantar a sus niños en intimidad.



### Obsequios por nacimiento

Nuestros colaboradores reciben un completo ajuar por sus hijos recién nacidos. En 2016, se entregaron 255 ajuares de nacimiento, incluyendo sillas de comer.

**255**

**ajuares de nacimiento** entregados en 2016

# Colaboradores conscientes y cuidados

G4-DMA

Basados en nuestro Código de Conductas, adoptamos y difundimos medidas preventivas de seguridad y salud en el trabajo, señaladas por la legislación.

Por eso capacitamos a nuestros colaboradores para combatir y prevenir enfermedades, y también formamos en el cuidado y acciones correctas en caso de accidentes o siniestros.

Cómo nos cuidamos

- **Cursos de reanimación cardiovascular, primeros auxilios y prevención de incendios.** 778 colaboradores formados. **322% más** que en 2015.
- **Formación en cuidado de las personas en caso de siniestros.** 615 colaboradores formados. **355% más** que en 2015.
- **Educación en medidas contra la Gripe:** Se realizó en Mendoza, con la participación de 16 colaboradores.

## Calidad te cuida

Se trata de una campaña especial, que es parte del concepto Salud y Cuidado de nuestros colaboradores. El objetivo es brindar recomendaciones para el cuidado de la salud, en relación a la alimentación. En el mes de su lanzamiento, obsequiamos kits de alcohol en gel, elemento fundamental para la higiene a la hora de manipular comida.

El programa Calidad te Cuida acerca formación a los colaboradores para evitar enfermedades relacionadas a la alimentación.

## En Libertad **nos cuidamos** entre todos.

### Jornadas Integradoras

Siguiendo el compromiso de educar en las prácticas saludables a nuestros colaboradores, Libertad organizó jornadas deportivas a nivel país, promoviendo la integración de todos los colaboradores en un ÚNICO gran equipo, con vínculos sólidos basados en la participación, el compromiso y la solidaridad. Impulsamos la participación de la mayor cantidad posible de colaboradores que, mediante sorteo, arman equipos deportivos y se suman a los torneos.

Con el fin de impulsar la vida sana, proponemos actividades de deporte y trabajo en equipo en nuestros colaboradores. El día de la jornada final, invitamos a la familia de los participantes para acompañar el evento e incluimos actividades alternativas de entretenimiento para todos los invitados.



El compromiso por el **consumo responsable** empieza por nuestra gente.



## Consumo responsable

### Instalamos Kioscos saludables

En 2015 nos comprometimos a concientizar a nuestros colaboradores en consumo responsable y eso nos llevó a adoptar nuevas prácticas en los eventos que ofrecemos. Principalmente, ponemos a disposición kioscos saludables como una opción más de refrigerio para los colaboradores.

Los kioscos (refrigerios) saludables cuentan con:

- Aguas saborizadas, en lugar de gaseosas
- Barras de cereales
- Frutas de estación
- Turrónes de maní
- Yogures y cereales
- Jugos de fruta

Los mismos se implementaron en los siguientes eventos:

- Jornadas deportivas integradoras
- Día de la Familia
- Visitas escolares

### Por la conciencia ambiental

#### Reemplazo de vasos descartables por tazas reutilizables.

Para evitar el uso de descartables y promover conductas sustentables, nuestros colaboradores recibieron tazas de cerámica y acrílico, que permiten reutilizar y no acumular residuos ambientales. Fue un obsequio con motivo del Día del Empleado de Comercio, y alcanzó a más de 3000 colaboradores.

Esta acción generó un ahorro sustantivo de vasos descartables en máquinas expendedoras de café y de agua. Cada colaborador reutiliza su propio vaso, participando en el cuidado del planeta.

#### Comunicación de recomendaciones para un consumo cuidadoso con el ambiente.

En el Día de la Tierra, nuestros colaboradores recibieron tips para el consumo consciente. Ese día se vistieron de verde y cada sector decoró sus espacios para recordar la importancia de las acciones ambientales.



# Voluntariado organizacional

Conformar equipos de voluntarios líderes que fomenten y desarrollen actividades dentro de la compañía fue otro de los ejes con los que nos comprometimos en el reporte anterior.

Así, en 2016 fuimos desarrollando diferentes actividades para involucrar a los colaboradores en responsabilidad social, permitiéndoles ser protagonistas de sus propias iniciativas.

Además de las acciones puntualmente armadas para el programa de

voluntariado, muchos de nuestros colaboradores se postularon para visitas escolares, entrega de donaciones, asesoramiento a jóvenes para la elección de su carrera profesional de la mano de la Fundación Junior Achievement o a través de visitas de alumnos de colegios secundarios, siendo éstas algunas de las iniciativas más destacadas.

Difundimos la campaña con una invitación abierta al equipo Libertad, invitando a todos los colaboradores a sumarse a trabajar por la solidaridad.



**220**  
**voluntarios**

participando en iniciativas solidarias como Leer es crear, Por una Navidad Diferente y Maratones de papel y tapitas.



SIMPLICIDAD EXCELENCIA INNOVACIÓN HONESTIDAD

EL MEJOR LUGAR PARA LA COMUNIDAD.

# Tenemos el mismo Código

G4-DMA

Basamos nuestras acciones en el Código de Conductas Libertad (CCL) que regula e iguala a los miembros de la compañía.

Estos principios avalan nuestros valores, enmarcan nuestra cultura y ponen en relieve el devenir de las relaciones que germinan hacia adentro de la institución.

## Principios del Código de Conductas

### DERECHOS HUMANOS Y LABORALES

- Respeto de las legislaciones nacionales e internacionales.<sup>1</sup>
- Total rechazo al trabajo infantil y al trabajo forzoso u obligatorio.
- Libertad de asociación y negociación colectiva y derechos de las minorías.

### NO DISCRIMINACIÓN E IGUALDAD

- Promoción de la igualdad de oportunidades entre todos los colaboradores.
- Prevención de cualquier forma de abuso de autoridad.

### CONCILIACIÓN ENTRE VIDA FAMILIAR Y LABORAL

- Beneficios y disposiciones para el equilibrio entre el trabajo y la vida personal.

### DERECHO A LA INTIMIDAD

- Respeto de la intimidad en todas sus manifestaciones, incluidas las comunicaciones personales de sus integrantes.
- Resguardo de los datos personales de cada colaborador.

### SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

- Adopción y difusión de medidas preventivas señaladas por la legislación.

### SELECCIÓN Y EVALUACIÓN

- Aplicación de una política rigurosa y objetiva para la selección y promoción de colaboradores, atendiendo al mérito de los candidatos.
- Definición participativa de objetivos y criterios de evaluación, que se aplican de manera objetiva según el desempeño personal y profesional.

### POLÍTICAS DE FORMACIÓN

- Promoción de la capacitación, favoreciendo el desarrollo de la carrera profesional.
- Fácil acceso a la información para todos los integrantes.
- Comunicación del Plan Estratégico, Políticas y resultados de la gestión.

1. 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.

# Somos un equipo con propósito

G4-DMA; G4-10; G4-EC6; G4-LA1; G4-LA12

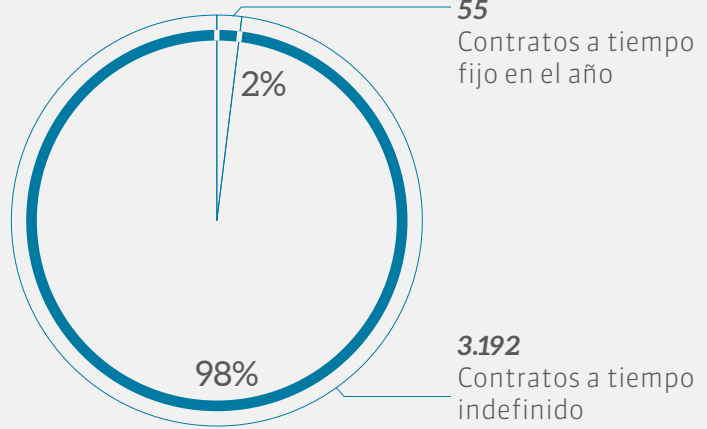
Somos un gran equipo compuesto por las más diversas personalidades y características, pero todos sabemos hacia dónde vamos; tenemos una meta común.

El éxito de las organizaciones NO está sólo en el presupuesto o las condiciones de mercado y de recursos, sino también en la capacidad de construir **UN EQUIPO** con **PROPÓSITO**, con una **IDENTIDAD**, con vínculos **COLABORATIVOS** de **CONFIANZA**.

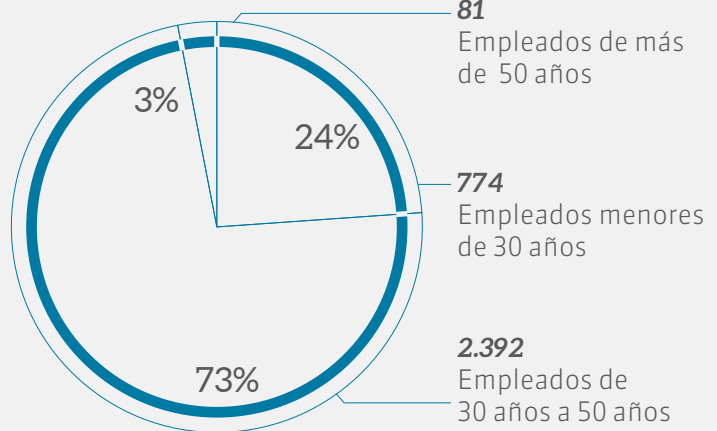


# 3.247 colaboradores

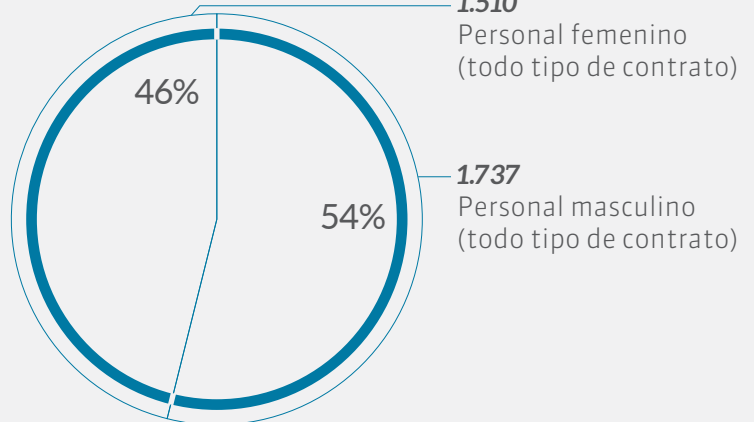
Por tipo de contrato



Por grupo etario



Por género



**46%**  
Mujeres en la Plantilla

# Igualdad Profesional

*Disminuyó la rotación al 7%*, reduciendo 4 Puntos en relación a 2015 y destacando entre las mejores tasas del Grupo Casino en 2016.

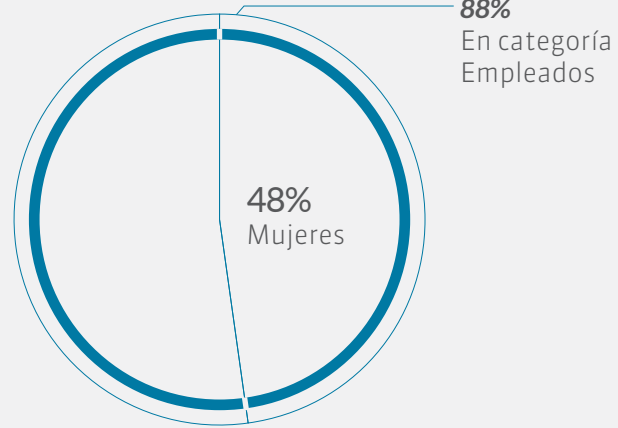
Aspiramos a desarrollar y reconocer las fortalezas profesionales de la comunidad donde operamos:

**67%**

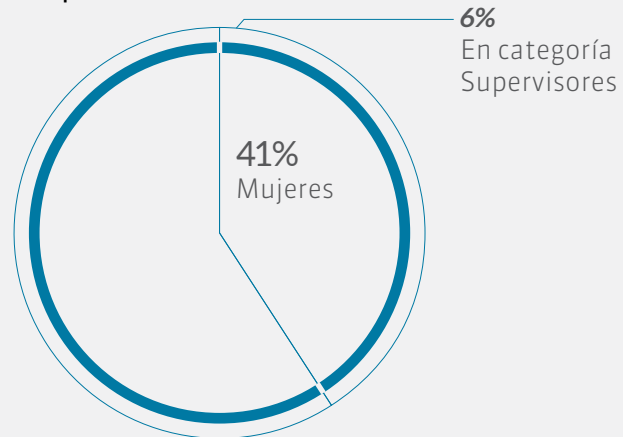
**Altos Directivos**

Procedentes de la comunidad local

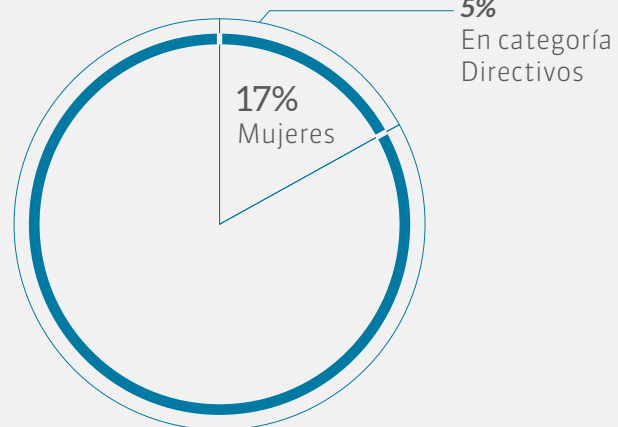
Colaboradores



Supervisores



Directivos



En Libertad **no existen diferencias** entre salarios de mujeres y hombres que realizan la misma función.



### Igualdad en el reconocimiento de remuneraciones

G4-LA13

Como parte de los aumentos salariales asignados en 2016 respecto de 2015, Libertad buscó reconocer la misma retribución a las mujeres que a los hombres.



De aumento en el salario



De aumento en el salario

### Inclusión y diversidad

G4-DMA

En Libertad buscamos incluir cada vez más a personas que lo necesitan especialmente. Así, brindamos entrenamiento, experiencia y desarrollo personal a más de 130 jóvenes y personas con discapacidad cada año.



Colaboradores con discapacidad en nuestros equipos de trabajo



Jóvenes acceden a prácticas profesionales y contratos de aprendizaje



Jóvenes forman parte de programas de Empleo Joven

### Empleo indirecto generado por obras

G4-EC7; G4-EC8

En el año 2016 el desarrollo y expansión de nuestra actividad generó empleo indirecto.



Empleo indirecto en obras en paseos e hipermercados



Empleo indirecto generado por expansión de locatarios

# Colaboradores capacitados, una máxima de Libertad

G4-DMA; G4-LA9; G4-LA10; G4-LA11

El desarrollo profesional y el aprendizaje en competencias específicas son máximas de nuestra gestión. Diseñamos planes de capacitación ad hoc para que cada colaborador sea experto en sus tareas, adquiera habilidades funcionales y transmita seguridad y conocimiento a sus compañeros.

A partir de 2016 nos enfocamos en la profesionalización continua de más de 300 mandos medios para mejorar sus prácticas directivas y el diálogo con sus equipos.

Así, apostamos por la mejora del diálogo interno a través del trabajo en equipo, la concreción de objetivos (per-

sonales y organizacionales) y el reconocimiento de los objetivos logrados, satisfaciendo sus ganas de crecer y potenciar su carrera profesional.

A partir de 2016 nos enfocamos en la profesionalización continua de más de 300 mandos medios para mejorar sus prácticas directivas y el diálogo con sus equipos.

Así, apostamos por la mejora del diálogo interno a través del trabajo en equipo, la concreción de objetivos (personales y organizacionales) y el reconocimiento de los objetivos logrados, satisfaciendo sus ganas de crecer y potenciar su carrera profesional.





## Relanzamiento del Modelo de Competencia y Desarrollo de Líderes

### DESARROLLO DE NUESTRA GENTE

INPUT



58 colaboradores

**PINES**

**PROYECTOS INTEGRADORES**

**16 en total**

(12 que venían de la Usina + 4 propuestos por Gerentes de la Casa Central)

PROCESO

OUTPUT

#### 9 Competencias

##### Competencias genéricas

- Nos apasionamos por la satisfacción del cliente
- Trabajamos en equipo
- Actuamos como dueños
- Gestionamos con eficiencia
- Nos comprometemos con los resultados
- Nos adaptamos proactivamente

##### Competencias para líderes

- Pensamos y actuamos estratégicamente
- Lideramos el cambio
- Inspiramos y desarrollamos a nuestra gente

Identificamos a nuestros Altos Potenciales

##### 3 Criterios

- Capacidad (Evaluación de Desempeño)
- Compromiso
- Aspiración

Se postularon

- 181 colaboradores voluntariamente
- 35 sugeridos por los líderes

+

Evaluación en Comités de Desarrollo

- 22 comités (296 colaboradores)
- 11 Assessment Center (110 colaboradores)

Entrenamiento en Competencias de Gestión

49 colaboradores  
80 hs. de formación

Planes de Formación (Puestos Críticos)

9 colaboradores



Pool de Altos **POTENCIALES**

+



26 ideas

489 ideas presentadas

84 ideas seleccionadas (68 convertidas en acciones de fácil implementación)

245 colaboradores participaron

(\*) Programa corporativo que invitaba a los colaboradores a presentar propuestas para desarrollar y/o optimizar recursos, tiempos, costos y procesos para reinvertirlos en mejores alternativas para nuestros clientes. Cada idea que lograba ser implementada se premiaba al dueño de la idea.

Para lograr que el modelo de competencia sea interiorizado por todos nuestros colaboradores, decidimos rediseñarlo y adaptarlo a un lenguaje sencillo, de manera tal que todos entendamos lo valioso que es el objetivo del mismo.

Realizamos la evaluación de Gestión del Desempeño a todos los colaboradores junto con la revisión de los planes de acción de parte de los líderes, además de las evaluaciones de potencial.

A partir de allí, definimos nuestras competencias genéricas y específicas y convenimos invertir en la preparación de nuestros líderes, a través del **Programa Desarrollo de Líderes**, trabajando sobre las habilidades de Comunicación Interpersonal y Gestión de Emociones, enseñándoles a:

- Manejar conversaciones difíciles y colaborativas
- Potenciar el espíritu de equipo
- Generar compromiso con el logro de los resultados

Y los resultados fueron sumamente positivos:

**314 líderes profesionalizados**

(Sucursal, Centro Distribución y Administración Central)

**5**

**Meses**  
de duración

**17.200**

**Hs. Totales**  
de entrenamiento

**40**

**Hs. promedio**  
de entrenamiento  
por líder

**5**

**Facilitadores**

**33.825**

**Km. recorridos**  
por los coach encargados  
de los encuentros a lo  
largo del país

**3**

**Clínicas**  
de aprendizaje  
vivencial

**2**

**Guías para la Acción**  
Implementadas  
que deberán realizar  
los mandos medios

**Bitácora personal**

Cada participante lleva un registro de los aprendizajes

En Libertad, un líder debe inspirar, ocuparse por lograr los resultados de la compañía y por desarrollar a sus colaboradores, por mantener conversaciones abiertas y transparentes, por alentar y reconocer los logros del trabajo en equipo.



“Esperamos de nuestros líderes personas que respeten y se comprometan con nuestros colaboradores, que tengan pasión por lo que hacen, que se planteen objetivos y desafíos propios y que, a su vez, tengan fé y estén convencidos de que es posible alcanzar las metas. Necesitamos personas con determinación, convicción y vocación extraordinaria”.

Jean Christophe Tijeras, Director General

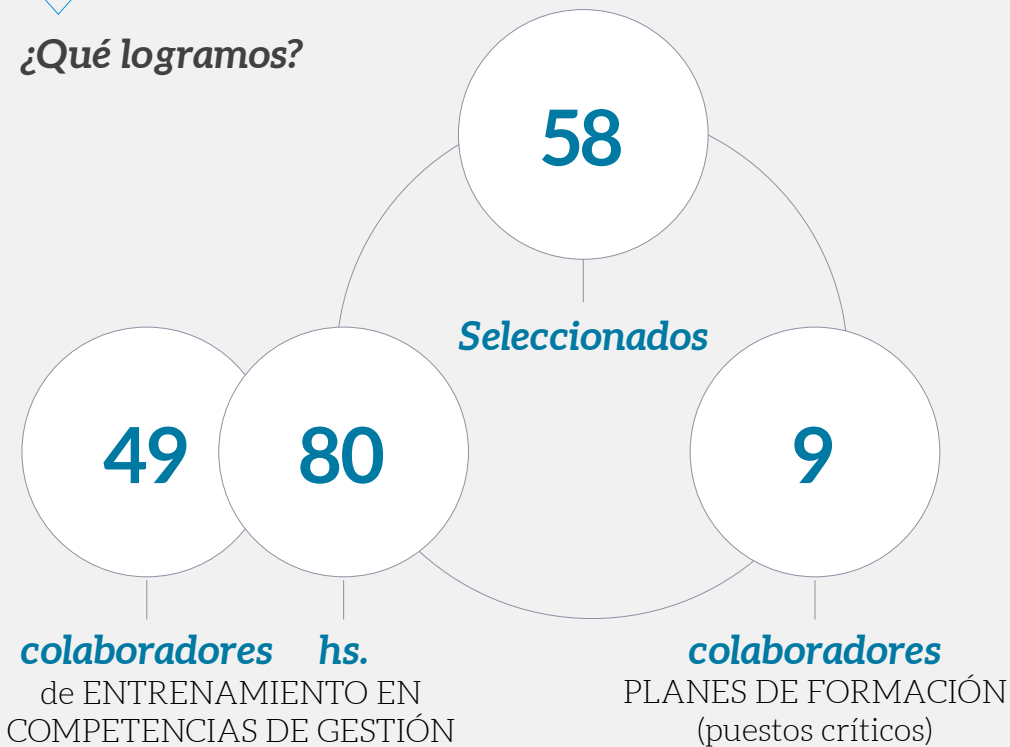
## Pool de Altos Potenciales (PAP)

Mediante este programa, identificamos a nuestros altos potenciales según su capacidad, compromiso y aspiración como así también a nuestro Semillero de Puestos

Críticos para robustecer la capacidad personal de agregar valor a la compañía en sus negocios, a través de la realización de Proyectos Integradores (PIN).



### ¿Qué logramos?



16

Proyectos

**3 Focos estratégicos:**

productividad, ahorro y nuevos negocios

## Usina de ideas

Nació con el objeto de implementar un programa para toda la compañía que invite a los colaboradores a proponer ideas que permitan optimizar recursos, tiempo, costos, procesos y desarrollar nuevos negocios para reinvertirlos en mejores propuestas para nuestros clientes.



### Participaron



## Programa jóvenes talentos internacionales

En la edición 2016 se postularon 7 colaboradores, de los cuales quedaron seleccionados 4 (2 para Francia, 1 para Brasil y 1 para Colombia). Ellos vivirán una experiencia inolvidable durante dos años, en diferentes filiales del Grupo Casino.

En Libertad trabajamos colaborativamente porque sabemos que nuestro diferencial es producto del talento de los que hacemos la empresa.



**Luciano Martín**

Saint-Etienne, Francia  
Reporting



**Leonela Dona**

Medellín, Colombia  
Elaboración Propia



**Gabriela Fernández**

Saint-Etienne, Francia  
Auditoría Interna



**Francisco Martínez**

Brasil  
Servicios Financieros



## Capacitaciones específicas

En línea con el objetivo de desarrollo de colaboradores, pusimos en marcha distintos cursos y programas para equipos puntuales.

### Escuela Textil

De la mano del Proyecto London, surgió la decisión de ofrecer un mejor servicio al cliente a través de la capacitación de los equipos de ventas y flujo. Este proyecto, de tres etapas, se inició a fines de 2016 enfocada en la sensibilización primaria a grupos y la inducción a vendedores textiles.

Participaron gerentes y jefes de venta/flujo, reposidores y vendedores de textil.

### Sensibilización: Libertad libre de fraude y corrupción

G4-S04

Este Programa fue creado en 2015 con el fin de involucrar a todos los niveles de colaboradores de Libertad en la lucha contra cualquier forma de fraude y corrupción. En él

se siguen las políticas internas de la Compañía así como las recomendaciones de organizaciones internacionales.

En 2016, se sumaron 24 colaboradores a la campaña de sensibilización sobre la lucha contra el fraude y la corrupción. Ya en 2015 existió un fuerte trabajo de capacitación, sensibilización y comunicación para TODOS los empleados de la compañía.

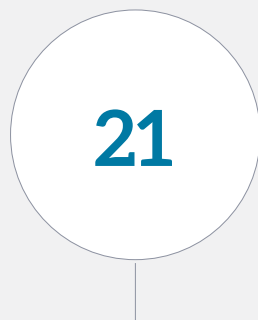
### Capacitación: Escuela de Frescos

En 2016 se continuó con la formación de los colaboradores de áreas de Frescos (verduras y carnes), para asegurar el tratamiento correcto de los productos en todas las etapas de la cadena de conservación, y la calidad de las exhibiciones.

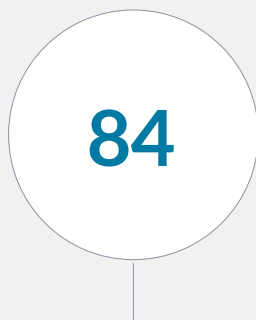
### Capacitaciones especiales

Formación especial acorde a los puestos de los colaboradores (negociación, técnicas de ventas, idiomas, tecnología).

Escuela Textil

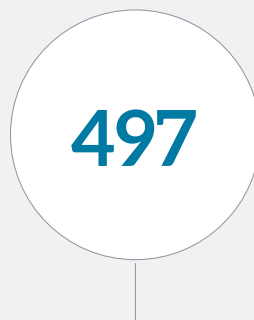


**Colaboradores**  
capacitados



**Hs**  
de capacitación

Escuela de Frescos



**Colaboradores**  
(Verdulería y Carnicería)

Capacitaciones Especiales



**Colaboradores**  
recibieron formación especial



# Prestaciones y beneficios

G4-EC5; G4-LA2; G4-LA3

Queremos que los colaboradores de Libertad sientan que cuidamos a cada miembro de este gran equipo. Por eso, trabajamos por más y mayores beneficios para todos.

## Salarios estimulantes

Los montos iniciales en 2016 estuvieron en un 188% por encima del **Salario Mínimo Vital y Móvil**. Esto representa un **12%** más que en 2015.

## Equiparación de prestaciones sociales

El personal de tiempo completo y media jornada posee la misma prestación.

## Reinserción en la vida laboral

Casi el **100%** de quienes gozaron de su licencia por maternidad y/o paternidad se reincorporaron a su trabajo. Libertad resguarda el trabajo y además busca facilitar las condiciones de los nuevos padres.

# Libertad de asociación y diálogo social

G4-DMA; G4-11; 64-HR4; G4-HR5; G4-HR6

Realizamos reuniones diarias con los representantes del personal y supervisores, las cuales fomentan el diálogo y la asociación, como también la capacidad de proponer mejoras y trabajar por ellas, en equipo.

Así es que contamos con 37 delegados que representan a los empleados en el sindicato y ante las autoridades de la empresa. Por su parte, los colaboradores poseen la libertad de adherirse a Convenios de Trabajo.



**Colaboradores**  
comprendidos en Convenios  
Colectivos de Trabajo



**Del total**  
de empleados

# Salud, seguridad, higiene y prevención del riesgo

G4-DMA; G4-LA5; G4-LA6

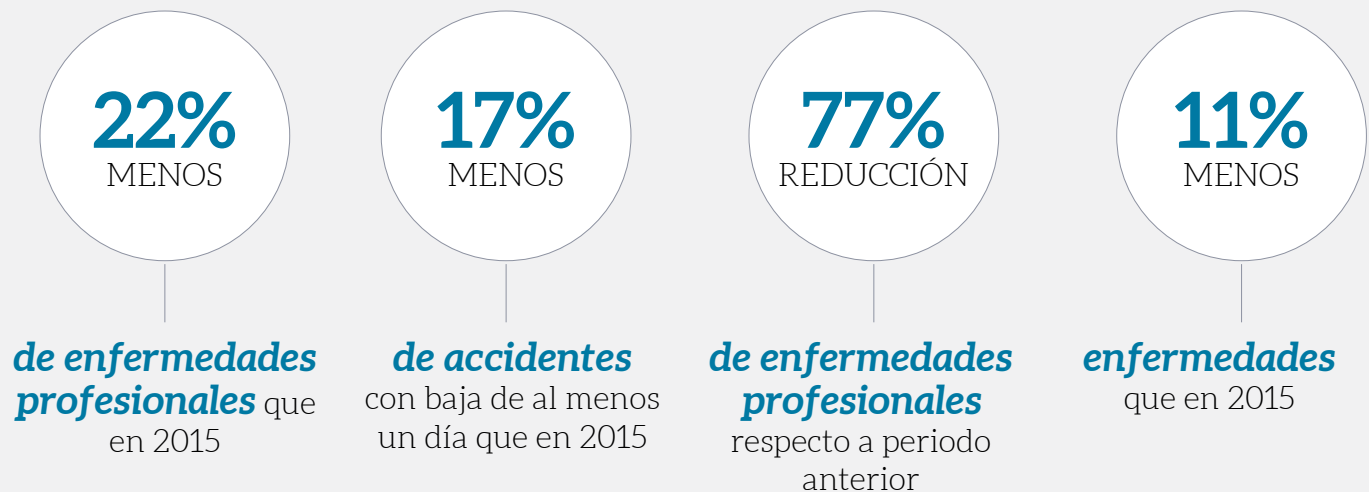
Promover una política de seguridad y salud en el trabajo, adoptando las medidas preventivas establecidas en la legislación es un principio básico de Libertad.

Es por ello que observamos con especial atención las normas relativas a salud y seguridad laboral, con el fin de prevenir y minimizar los riesgos en el ámbito del trabajo.

Las acciones que llevamos a cabo para reducir los accidentes fueron:

- **Seguimiento de accidentes.** Su análisis y recaudos.
- **Comunicación y seguimiento diario con la sucursal sobre los accidentes ocurridos.** Aprendizajes.
- **Investigación de los hechos.** Es la manera de detectar las causas y evitarlas.
- **Implementación de Lección de Un Punto (LUP),** es decir, realizar capacitaciones orientadas a resolver un problema u objetivo de manera muy sencilla.
- **Mantener stock de Elementos de Protección Personal en las sucursales.**
- **Continuar con el trabajo sinérgico entre el Jefe de RRHH y el Asesor de Higiene y Seguridad.**

Durante 2016 obtuvimos estos resultados positivos:





## Comités de Higiene y Seguridad

G4-LA5

Cada sucursal cuenta con dos representantes de Seguridad e Higiene y un médico. Además, un comité analiza y propone acciones para la preservación de la salud, la integridad física y el desarrollo individual de nuestros colaboradores.

Entre esas acciones está la capacitación en control de plagas, control sanitario, higiene alimentaria, levantamiento manual de cargas, manipulación correcta de productos alimentarios y operación segura de equipos. Tam-

## 100% de personal

representado en los Comités de Higiene y Seguridad, en cada sucursal.

bién los cursos de reanimación cardiovascular, primeros auxilios y prevención de incendios antes mencionados.

Gracias a esa formación de colaboradores, se han logrado notables reducciones en los accidentes y sus consecuencias.

# Un clima laboral pensado para crecer

G4-DMA

El modo de lograr el crecimiento de todos es trabajar en equipo, con satisfacción de aportar y pertenecer. Por eso, Libertad realiza diversas acciones que fomenten ese bienestar y construyan el mejor clima de trabajo.

Entre éstas, se hallan los encuentros que realizan los directores de tiendas con sus colaboradores para hablar de diferentes temas, mejorando el clima laboral.

Se llevaron a cabo **117 encuentros** con una participación de **568 colaboradores**.

## Comités de Clima Laboral

Estos comités revalorizan el rol de los colaboradores que asumen la responsabilidad como protagonistas y referentes para el resto de sus compañeros.

Los integrantes del Comité tienen el compromiso de:

- Conocer la realidad de la vida laboral y personal de la gente.
- Estimular la participación de los colaboradores en las decisiones de la organización y en las actividades con impacto en el clima.
- Garantizar un mayor flujo de comunicación ascendente y descendente.



# Estímulos para el bienestar

G4-26

Son formas de alentar y reconocer el valor que nuestros colaboradores representan para Libertad. Por eso se celebra, se desarrolla, se premia, se capacita, se escucha, se estimula.



# 4

excelencias

## Ranking de los Campeones

Apuntando a la excelencia de la compañía, realizamos una competencia entre sucursales donde el premio mejora la calidad y el servicio de las 15 sucursales de Hipermercado.

Con el Ranking de los Campeones buscamos fortalecer una cultura de la excelencia, mediada por el aporte de ideas y propuestas desde el lugar de trabajo. Buscamos ser los mejores en cuatro áreas, fundamentalmente, cada una con un valor y con conductas para alcanzar.

Cada mes (y cada trimestre) se premia a las sucursales que mejor cumplieron estas excelencias, reconociendo el desempeño de sus equipos. Esto resulta en un estímulo para la superación personal que redunda en la calidad del servicio y la atención a nuestros clientes.



Acciones consensuadas



Uso de los premios



Acciones validadas



La sucursal ganadora puede utilizar sus premios para:

- Refacciones en instalaciones
- Colaboración para mejorar los eventos ya planificados.
- Compra de elementos (bienes de uso) para espacios comunes.
- Órdenes de compra o descuentos en compras para los colaboradores.
- Ayuda a colaboradores ante imprevistos.



## Programa “Todos por el Ahorro”

Con el propósito de instaurar una cultura del AHORRO en la organización, invitamos a los colaboradores a participar, con sus ideas y desde sus lugares de trabajo, con iniciativas que propongan generar ahorro (sin realizar inversiones adicionales) y no impacten de forma negativa en nuestros clientes.

Se seleccionaron e implementaron las 10 mejores ideas, con el debido reconocimiento a sus autores. A fin de año, previo seguimiento trimestral de avance del ahorro, se materializó la premiación tomando como base el ahorro generado.

Participaron el  
100% de los colaboradores

## Sumando beneficios para nuestros colaboradores

- **Celebraciones especiales:** Nuestros colaboradores son reconocidos en sus días especiales: Día de la Mujer, de la Madre y del Padre (también en el Día de la Familia), Día del Trabajador y del Empleado de Comercio.

- **Política de Cobertura de Postgrados:** 3 personas realizando posgrados en base a nuestra política.
- **Plan de Reconocimiento de colaboradores:** incluye al 100% de los colaboradores de la compañía.
- **“Programa 1 +”:** reconocimiento a los colaboradores de las sucursales de formato proximidad.
- **Beneficios de cobertura de salud en la licencia extendida por maternidad:** para mujeres con licencias de 6 meses sin goce de haberes, Libertad garantiza el beneficio de cobertura médica.
- **Reestructuración de salas de descanso** en comedores.
- **Encuentros con el director:** Para generar un espacio de confianza y escuchar a los colaboradores, todos los meses se realizan desayunos/meriendas con el Director de Sucursal. Son formas de compartir inquietudes y comunicar procesos y desafíos de la organización.
- **Reconocimiento por antigüedad:** Con el objetivo de reconocer a nuestros colaboradores por su esfuerzo y compromiso, entregamos diplomas y obsequios por antigüedad a todos aquellos colaboradores que cumplen aniversarios múltiples de 5.
- **Cumpleaños:** Cada colaborador recibe un saludo personalizado, en cartelera o por email -dependiendo del lugar de trabajo- y cuenta con un día libre de cumpleaños que puede utilizar durante la semana.



# Nuestro aporte a la empleabilidad

G4-EC8; G4-LA10

Como todos los años, se implementaron los planes que lleva adelante el Gobierno de la Provincia de Córdoba para brindarles a los jóvenes su primera experiencia laboral e incluir a mujeres en situación de vulnerabilidad.

El Plan Primer Paso busca la inclusión al empleo formal de jóvenes desempleados, sin experiencia laboral relevante, mediante la realización de prácticas en empresas privadas; mientras que

el **Por Mí** es un programa de prácticas laborales para mujeres desempleadas, con prioridad para madres con hijos a cargo e ingresos familiares por debajo de la línea de pobreza.

Además, reafirmando nuestro acuerdo con la Provincia, impulsamos el desarrollo de prácticas profesionales universitarias a través del Programa “Confiamos en vos” para introducir al ámbito laboral a alumnos universitarios.

59

**jóvenes**

Plan Primer Paso (PPP)

131

**Madres Jefas de Hogar**

Programa “Por mí”

44

**Jóvenes**

Empleo Joven Prácticas Profesionales Universitarias

91%

**más**

que en 2015

# Gestión del desempeño

G4-LA11

Creemos que el desempeño de cada colaborador debe ser evaluado de manera objetiva, prestando especial atención a su desarrollo profesional, individual y colectivo.

Por ende, el **96%** de nuestros colaboradores han tenido entrevista de gestión de desempeño (contabilizando a todos los contratados a tiempo indefinido), donde definieron objetivos y planes de acción de manera conjunta con su jefe, mediante reuniones cotidianas de revisión.

47

**Colaboradores** promovidos a una categoría superior



# 07

## *Empresa proactiva por el Medio Ambiente.* **Cuidando nuestro planeta, nuestro futuro**

Reducción de bolsas plásticas **113**

Creando conciencia ecológica: reutilizar bolsas **114**

Mejorando la eficiencia de recursos **117**

Una estrategia global para cuidar el ambiente **118**

De la concientización a la acción **126**







G4-DMA

Nos comprometemos activamente con el cuidado del medio ambiente, haciendo un uso eficiente de los recursos naturales, reduciendo el impacto de nuestra operación y educando a nuestros públicos en el consumo responsable y protección de nuestro planeta.



- › Obtuvimos una notable **reducción de las bolsas plásticas**, disminuyendo un 41% su consumo.
- › Promovimos la conciencia ecológica, en clientes y en los niños. La venta de **bolsas reutilizables** creció en el año más de 1000%.

# Reducción de bolsas plásticas

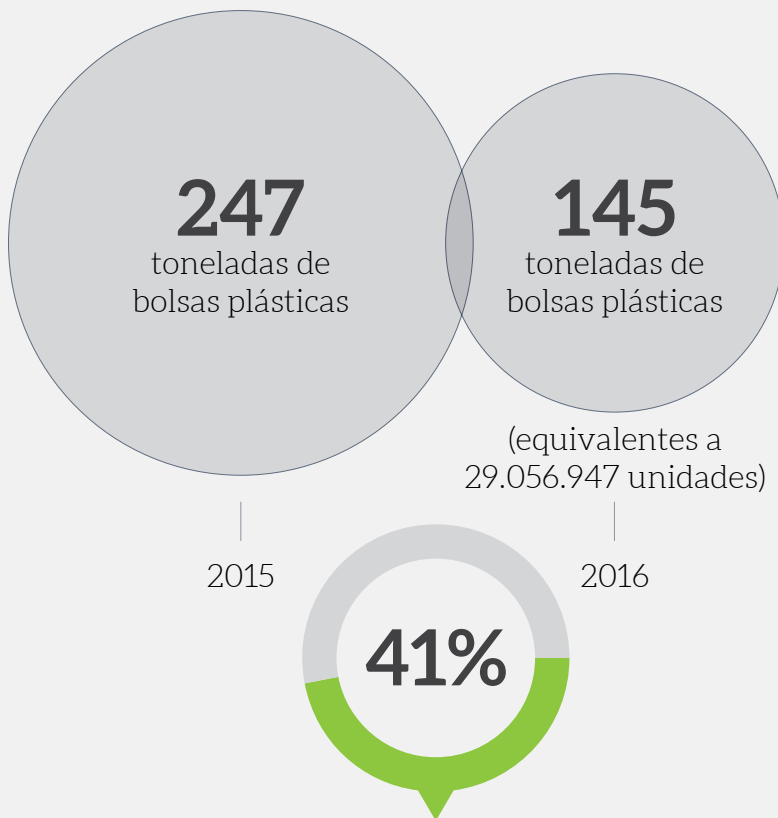
G4-EN1; G4-EN7; G4-EN27; G4-EN28

Fue uno de nuestros compromisos para 2016, año en que reforzamos nuestra campaña para reducir el consumo de bolsas plásticas, a partir de diversos incentivos y decisiones para eliminarlas.

No obstante, algunas ciudades cuentan con legislación que avala el uso de este tipo de bolsas, por lo que no es posible eliminarlas en todas nuestras tiendas. En el lado opuesto a estas decisiones, existen ciudades como

Rosario y Villa María que cuentan con ordenanzas que prohíben la entrega de bolsas, con la clara intención de cuidar el medio ambiente.

Pero podemos afirmar que durante 2016 logramos generar conciencia ecológica en la sociedad en su conjunto mediante nuestras campañas, ya que redujimos significativamente la entrega (y solicitud) de bolsas plásticas por parte de nuestros clientes.



Entre 2002 y 2016 la disminución de bolsas plásticas entregadas alcanzó al 54%

fue la reducción del consumo de bolsas plásticas en 2016.

# Creando conciencia ecológica: reutilizar bolsas

G4-EN27; G4-EN28

Unido al desafío anterior, una manera de motivar los cambios de hábitos en consumo consciente fue la de promover el uso de bolsas reutilizables que no dañan el medio ambiente.

A través de diferentes actividades de promoción, tanto en la venta de las mismas como así también haciendo

campañas donde se entreguen bolsas de manera gratuita, a modo de regalo.

Además, se desarrollaron campañas vinculadas a días festivos de la naturaleza, en donde se obsequiaron las bolsas para motivar su utilización:

767.003

**bolsas  
reutilizables**  
vendidas en 2016

52%

**más**  
que en 2015

1.286%

**más**  
respecto al  
año base (2011).

Se obsequiaron  
**1500 bolsas ecológicas**  
a clientes  
Club Libertad

## Día de la Tierra

Para promover el consumo responsable y generar conocimiento sobre el cuidado de la tierra y sus recursos, se realizó una campaña de concientización con tips para cuidar el medio ambiente. La misma culminó el 22 de abril, Día de la Tierra, donde se obsequiaron un total de 1500 bolsas reutilizables a los clientes Club Libertad que asistían a los hipermercados (100 por tienda).

Este proyecto estuvo dirigido a clientes y colaboradores mientras que, a estos últimos, se les agregó la consigna de vestir de verde y decorar sus sectores.



## Día Mundial del Agua

Las alianzas colaborativas resultaron ser un aporte sustancial para la promoción de buenos hábitos y entregar bolsas reutilizables. Tal es así que, en una acción conjunta con Colgate, desarrollamos una fuerte campaña para fomentar el cuidado de recursos naturales (agua, gas y electricidad).

La estrategia incluyó la entrega de bolsas reutilizables que fueron obsequiadas a los clientes.

## Cajas Verdes

G4-EN27

Con el mismo objetivo de reducir el uso de bolsas plásticas, casi todos nuestros Hipermercados cuentan con las llamadas “Cajas Verdes”, en las que solo se expenden bolsas reutilizables o el cliente puede optar por cargar los productos por su cuenta.

Las sucursales de Rosario y Villa María no cuentan con cajas verdes dado que, por ley, no entregan bolsas plásticas.

**CAJA VERDE**

En esta caja dejamos de entregar bolsas de nylon.



30.000

**bolsas reutilizables** obsequiadas a clientes Libertad



39

**Cajas verdes**

Con estas acciones, logramos los objetivos propuestos para cuidar el ambiente: reducción o eliminación de bolsas plásticas, y a la vez, promoción del uso de bolsas reciclables. En Libertad valoramos el compromiso de todos por esta causa.

# Mejorando la eficiencia de recursos

Atentos al impacto de nuestras operaciones en el medio ambiente, nos esforzamos en minimizarlo como parte de nuestro compromiso por la sustentabilidad.

En relación a los insumos de oficina, trabajamos en reducir su consumo y reemplazar por otros insumos menos contaminantes.



	2015	2016	Variación
Papel utilizado para folletos (t)	534	489	-8%
Total de papel para uso de oficinas (t)		24	
Masa de papel etiquetado FSC <sup>2</sup> o PEFC		22	Empezamos a utilizar un producto con esta certificación.

2. FSC y PEFC son certificaciones que garantizan que los productos tienen su origen en bosques gestionados sustentablemente.

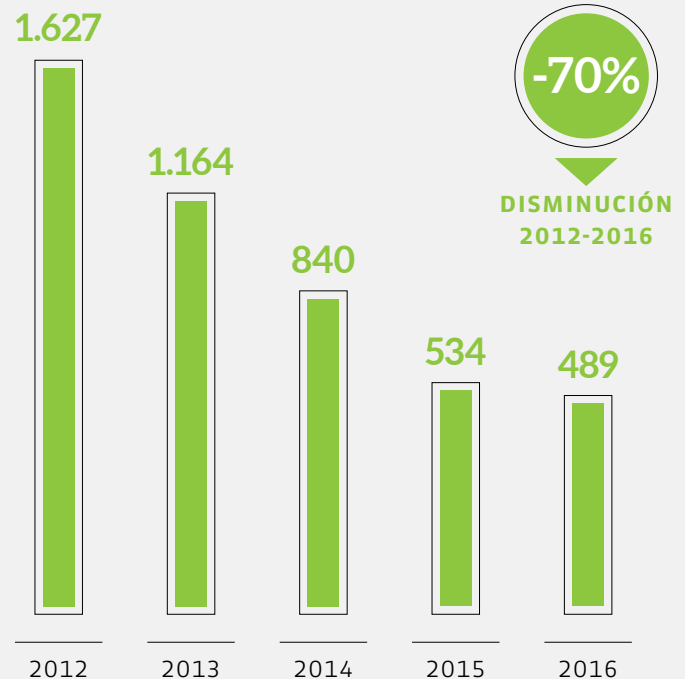
## Camino a la desaparición del papel

G4-EN7; G4-EN27; G4-EN28

Trabajamos en reducir el consumo de materiales de oficina, reemplazándolos por otros insumos menos contaminantes.

Adaptándonos a las nuevas tecnologías y conscientes del cuidado del medioambiente, cada año combatimos el uso de papel en nuestras tiendas y oficinas, utilizando medios alternativos de transmisión de información. La realidad muestra una visible disminución.

### TONELADAS DE PAPEL UTILIZADO



# Una estrategia global para cuidar el ambiente

G4-DMA

El planeta necesita del compromiso y responsabilidad de cada uno de sus habitantes. Nuestro cuidado debe ser global, por eso la gestión de Libertad alcanza tres ejes en los cuales podemos generar mayor impacto:





## Limitar y valorizar residuos

G4-EN23

En nuestras tiendas el tratamiento de residuos se realiza de manera segura, intentando cada año recuperar los restos que podemos destruir o conservar de manera tal que no dañe al medioambiente.

Los Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) crecen más rápido que el resto ya que la producción de estos aparatos aumenta en forma exponencial y su tasa de obsolescencia y tiempo de vida útil es cada vez más corto.



**19,5 toneladas RAEE** fueron destruidas

### Recupero y Reciclado

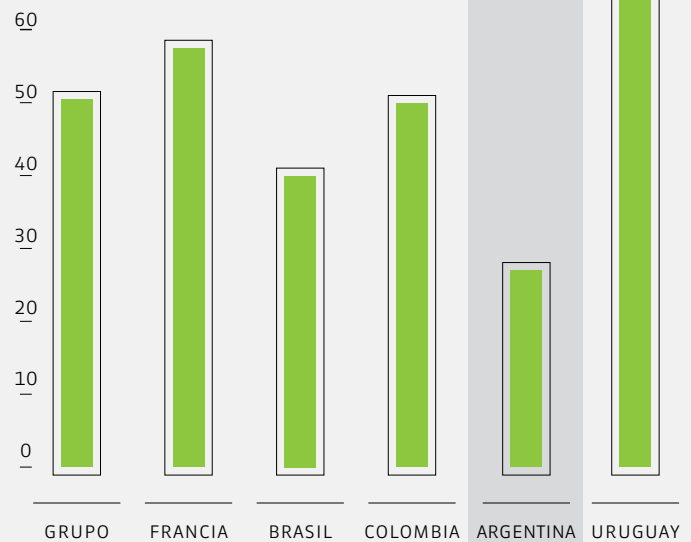
G4-EN2; G4-EN23

El cartón y el nylon que utilizamos en Libertad, terminan en tiendas de embalajes, y la chatarra es vendida a recicladoras para su tratamiento. De ese modo, contribuimos a reducir el impacto negativo de los desechos y logramos que sean reutilizados en fines positivos.

En 2016, aumentamos la cantidad de elementos recuperados y reciclados:

### TASA DE DESECHOS GENERADOS POR M2 DE SUPERFICIE DE VENTA. COMPARATIVA CON GRUPO CASINO 2016

Fuente: Grupo Casino 2016



Grupo Casino: **47kg/m2**

Libertad: **19kg/m2**

	2015	2016	Variación de recupero
Cartón	1.569 t.	1.570 t.	=
Nylon	84 t.	94 t.	+12
Chatarra	117 t.	422 t.	+260%



### La comunidad se suma al tratamiento de residuos

Recibimos materiales residuales de nuestros clientes para reciclar y así lograr un tratamiento eficiente de la basura, haciendo parte de esta tarea al consumidor. De este modo, en cada acción, toda la gente se compromete con el medioambiente y la comunidad se hace sensible a esta causa.

Aceite de cocina (usado)	Pilas	Papeles
2 tn	1 tn	8 tn
Vidrios	Plásticos	
2 tn	46 tn	
	Pet	tapitas
	20 tn	26 tn

## Objetivos del Grupo Casino

### G4-DMA

- 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.

## Emisiones de gases efecto invernadero

G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN18, G4-EN19, G4-EN20, G4-EN33

Medimos nuestras emisiones a los fines de mitigar los efectos de las operaciones en el calentamiento global.

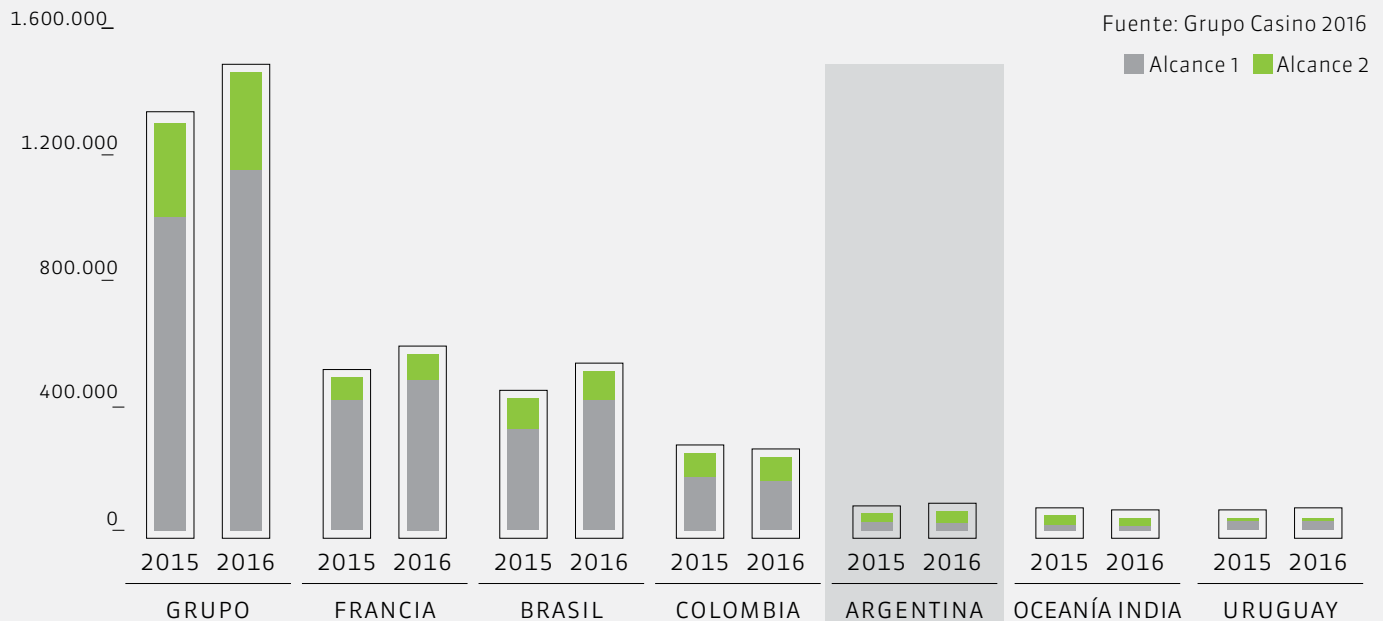
Los gases refrigerantes, el consumo energético y la logística son áreas donde nos hemos propuesto reducir nuestra huella de carbono, buscando mejorar nuestro impacto en beneficio de toda la comunidad.

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

Con el apoyo de una consultora internacional y tal como se informó en el reporte anterior, venimos realizando desde 2014 el inventario de las emisiones de GEI en toneladas equivalentes de CO<sub>2</sub> (CO<sub>2</sub>e)<sup>3</sup>.

- En 2016, la operación de Libertad aportó solo el 3,7% de las emisiones totales de GEI del Grupo Casino.

### EMISIONES DE GEI POR PAÍSES, ALCANCE 1 Y 2



3. El dióxido de carbono equivalente (CO<sub>2</sub>e) es una medida universal para indicar la huella de carbono que es el nombre dado a la totalidad de la emisión de Gases de Efecto Invernadero. La masa de los gases emitidos es medida por su equivalencia a las emisiones de CO<sub>2</sub> (dióxido de carbono).

Aunque las emisiones totales de Libertad los dos últimos años presentan un incremento en números absolutos que acompaña a la expansión de las operaciones, las emisiones Alcance 1 y 2 por m2 (intensidad de emisiones) muestra una disminución del 7%.

Más importante aún es la disminución de las emisiones de carbono por consumo de energía eléctrica, que alcanza al 12% para el último año.

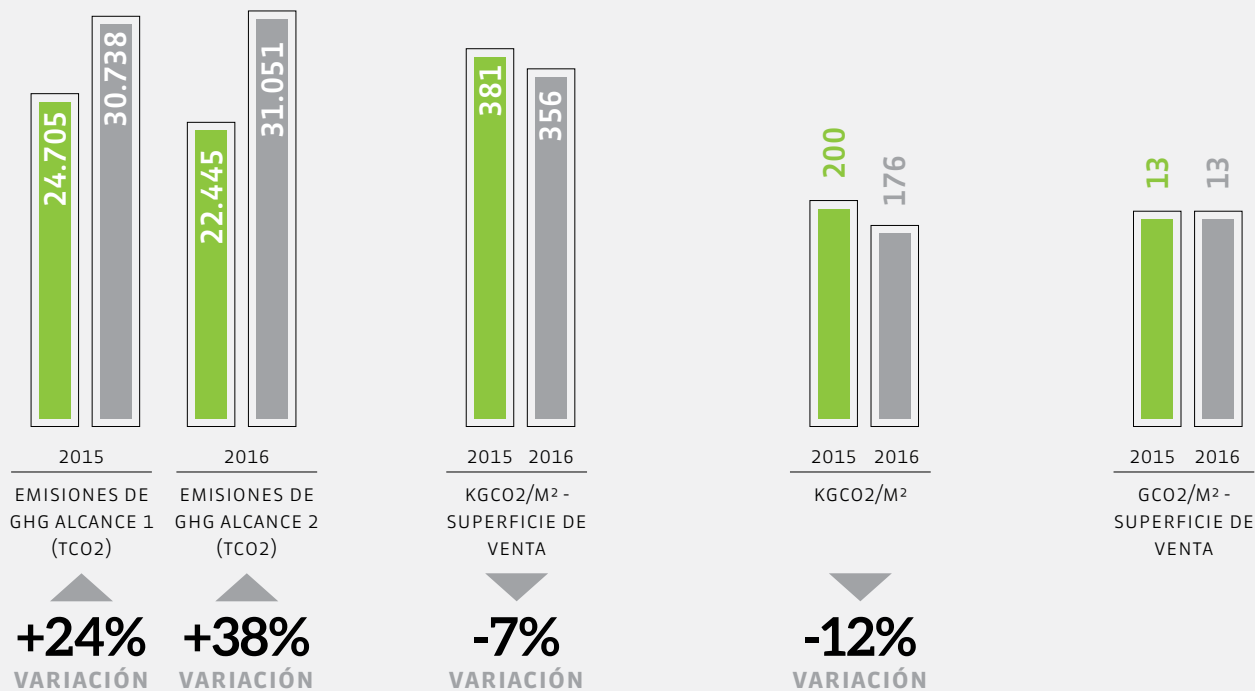
A partir de 2015 comenzamos, también, a registrar el ratio de intensidad de emisiones relacionado al transporte de mercaderías, las cuales en los dos últimos años no presenta cambios.

INVENTARIO DE GEI ALCANCE 1 Y 2

INTENSIDAD DE LAS EMISIONES DE CARBONO ALCANCE 1 Y 2<sup>4</sup>

INTENSIDAD DE LAS EMISIONES DE CARBONO POR CONSUMO ELÉCTRICO

INTENSIDAD DE LAS EMISIONES DE CARBONO POR TRANSPORTE (ALCANCE 3)



Fuente: Grupo Casino 2016

4. 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.

## Mejorar la eficiencia energética

G4-EN7; G4-DMA; G4-EN3; G4-EN4; G4-EN5; G4-EN6; G4-EN27

### Nos propusimos reducir un 20% el consumo energético hasta el año 2020 y seguimos trabajando para alcanzar esta meta.

Continuamos con el Plan Energético interno que lanzamos en 2015, el cual tenía por propósito el ahorro y cuidado de estos recursos, con el fin de controlar la operación diaria de la compañía.

### CONSUMO Y AHORRO DE ENERGÍA

G4-EN3; G4-EN6

ENERGÍA CONSUMIDA	2015	2016	VARIACIÓN	OBSERVACIONES
<b>Hipermercados</b>				
Cantidad	15	15		
Superficie de venta de los establecimientos relacionados con los datos m2	112.594 (100%) 108.925 (100%)	110.594 (98%) 10.251 (98%)	-3%	El 98% es la tasa de cobertura. Se computa la superficie destinada a los clientes para efectuar compras. No incluye reservas, patios, y zonas inaccesibles al público.
Electricidad MWh	59.555	50.963	-14%	
Gas Natural MWhPCI	5.878	5.516	-6%	
Gas de Petróleo Licuado MWhPCI	790	1.030	30%	
<b>Formato Cercanía (Mini Libertad y Petit Libertad)</b>				
Cantidad	12	11 establecimientos que funcionaron todo el año	-5%	En diciembre de 2016, se suma el N° 12
Superficie de venta de los establecimientos relacionados con los datos m2	1.875 (100%)	1.775 (95%) correspondiente a los 11 que funcionaron todo el año		1.875 (100%) considerando los 12 establecimientos
Electricidad MWh	1.602	1.442	-10%	
<b>Galería Comercial</b>				
Cantidad	15	15		
Superficie relacionados con los datos m2	152.851	166.782	9%	
Electricidad MWh	29.904	30.950	3%	
Gas Natural MWhPCI	3.919	3.677	-6%	
Gas de Petróleo Licuado MWhPCI	527	687	30%	
<b>Centro de Distribución Logística</b>				
Cantidad	1	1		
Electricidad MWh	1.112	1.253	13%	

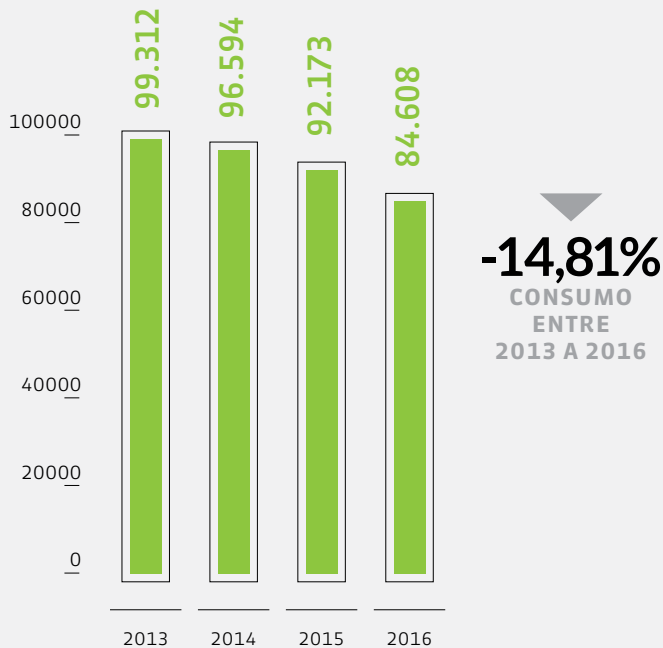
En 2016, avanzamos en los siguientes aspectos:

- Ampliamos a todo exhibidor refrigerado abierto la colocación de cortinas para retener el frío, teniendo en cuenta los programas de control y buenas prácticas en el manejo de la energía.
- Establecimos horarios estrictos de funcionamiento para los aires acondicionados y temperaturas límites que generen confort al cliente.
- En los techos, hicimos hincapié en el control de filtraciones y mejoras en desagües pluviales.
- Instalamos lámparas de bajo consumo en las tiendas, aunque ya estamos planificando reemplazarlas, en un futuro, por luminaria led.

### AHORRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

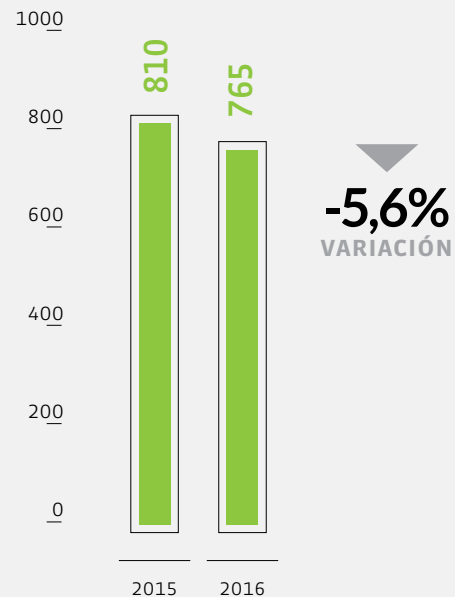
G4-EN3; G4-EN5; G4-EN6

CONSUMO ENERGÍA ELÉCTRICA EN MWH



### INTENSIDAD ELÉCTRICA

CONSUMO KWH/M2



## Cuidar un elemento vital: el agua

Desde hace varios años, Libertad mantiene el compromiso de reducir el consumo de agua potable de red, implementando acciones diversas en sus sucursales, como así también realizando campañas de sensibilización que promuevan cambios de hábitos que impacten positivamente en el ambiente.

Durante 2016, llevamos adelante una campaña interna de concientización sobre el uso del agua, educando a nuestros públicos sobre su consumo y desperdicio, con el fin de movilizar cambios. Esto se enfatizó el Día Mundial del Agua.

### Día Mundial del Agua, en alianza con Colgate

Junto a nuestro proveedor Colgate, desarrollamos una fuerte campaña en el Día Mundial del Agua para fomentar el cuidado de diversos tipos de recursos naturales (agua, gas y electricidad).

La estrategia incluyó comunicación visual (calcomanías) en llaves de luz, grifos, baños y en los sectores de rotisería para el cuidado del gas. De esta manera, se buscó concientizar a los usuarios sobre la necesidad de cuidar estos recursos.

En exteriores, la difusión del mensaje se hizo a través de los rollos de tickets, en bolsas reutilizables que fueron obsequiadas a los clientes, en los baños y en redes sociales.

Para difundir este mensaje sensibilizador de un consumo responsable, se usaron estos canales:

30.000

**bolsas reutilizables**

obsequiadas a clientes Libertad

30.000

**rollos de tickets**

con mensajes de ahorro de agua durante todo el mes de la campaña

1.051

**etiquetas educativas**

en baños de clientes y colaboradores

1.431.773

**clientes**

concientizados

Piezas de promoción con el mensaje de: Cuidemos el agua:



## Captación y consumo de agua

G4-EN8

Utilizamos agua potable de red, suministrada por las empresas de agua de cada localidad, habiendo logrado una disminución del 10% en el consumo tanto en los hipermercados como en los locales de Libertad.

En los 15 hipermercados

170.608  
m<sup>3</sup>

-10% que en 2015

Locales de Libertad

113.739  
m<sup>2</sup>

-10% que en 2015

## De la concientización a la acción

Como una forma de generar conciencia, Libertad también llevó adelante en 2016 acciones que implicaban la participación activa de los usuarios. Invitamos a nuestros colaboradores y clientes a participar en actividades alusivas al Medio Ambiente:

### CONCURSO FOTOGRAFICO: DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE

A través de fotografías que pusieran en valor la importancia de los recursos del ambiente, buscamos promover los 10 mandamientos sostenibles del medio ambiente.

Invitamos a nuestros colaboradores a participar enviándonos una fotografía suya o con su familia realizando alguna acción ecológica. Los interesados participaron por el sorteo de una bicicleta.







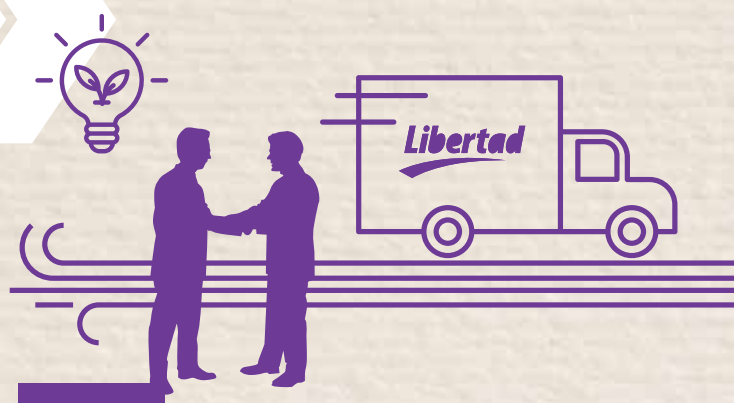
### ECOPUNTO: LUGAR DE ENCUENTRO EN EL MISMO OBJETIVO

En la sucursal Lugones (Córdoba) sumamos un Ecopunto, como forma de participar de la iniciativa surgida del trabajo conjunto de Coca Cola Andina, Fundación Avina, Cooperativa Los Carreros y la Municipalidad de Córdoba.

Este proyecto consiste en la colocación de una red de puntos limpios en diferentes superficies de gran concurrencia, para recibir los envases plásticos que en forma voluntaria depositan los vecinos. Estos envases, son luego retirados por La Cooperativa Los Carreros con sede en Barrio Villa Urquiza (Córdoba), quien se encarga de reciclarlos.

Con el ecopunto nos unimos para incentivar el hábito de separar residuos para su reciclado, logrando incrementar la tasa de recupero de envases plásticos y contribuyendo al desafío social de la gestión de la basura como generadora de empleo verde, sustentable en comunidades vulnerables.





08

*Socio de Confianza.*  
**Nuestros  
proveedores como  
aliados comerciales**

Cadena de suministro

130

Aliados por la transparencia y la calidad

131

Unidos podemos más: estrategias  
con proveedores

133



# bertad



Durante 2016 profundizamos la relación con nuestros socios comerciales, los proveedores, buscando ampliar los objetivos que hacen de Libertad un negocio sustentable.



- › Expandimos nuestro **compromiso ético** hacia nuestros proveedores, incorporando la norma contra el lavado de activos en nuestra Carta Ética. Buscamos comprometernos en conjunto con las conductas transparentes y el respeto por los derechos humanos.

# Cadena de suministro

G4-12; G4-EC9

## Porque juntos somos más sustentables

G4-12; G4-EC8

Libertad abre para sus socios la opción por un modo de trabajo que se sostenga en el tiempo, basado en la ética y la confianza.

El verdadero **compromiso por la sustentabilidad** es aquel que se expande, se comparte, se contagia y, así, se multiplica.

2.980

**proveedores**  
nos acompañaron a lo largo de 2016

343

**nuevos proveedores**  
se sumaron en 2016

199

**proveedores**  
de servicios

144

**proveedores**  
de productos

65%

son proveedores de **bienes y productos**

35%

son proveedores de **servicios**

96%

de los proveedores son **locales**

# Aliados por la transparencia y la calidad

G4-DMA; G4-LA14; G4-HR4; G4-HR5; G4-HR6

## Condiciones de colaboración comercial

Un requisito indispensable para darse de alta en el sistema como proveedor es el acordar y cumplimentar las normas y directivas contenidas en las **Condiciones de Colaboración Comercial**.

Este documento contiene disposiciones para mantener los más elevados niveles de calidad de los productos y la integridad comercial en las relaciones con clientes y proveedores.

**Honestidad, equidad e integridad personal son los valores que se esperan de la conducta de todos los proveedores y los empleados de Libertad.** Para lograrlo:

- En 2012 creamos el Programa Libertad Transparente y publicamos nuestra política de transparencia.

- En 2013 adherimos al Pacto Global de Naciones Unidas, cuyo 10° Principio es la lucha contra la corrupción.
- En 2014 dimos forma a nuestra Carta Ética con los Proveedores
- En 2015 lanzamos la Carta Ética y 900 proveedores fueron invitados a adherir y expresar su compromiso con los principios que contiene.
- En 2016 continuamos con nuestro compromiso ético, incorporando la norma sobre lavado de activos a la Carta Ética, y desde este espacio buscamos sumar a los proveedores en una política por la sustentabilidad.

Hoy afianzamos nuestra imagen y objetivos ante nuestros socios y juntos, frente a la comunidad

Además, a todos los proveedores de servicios y repositores se les exige el cumplimiento de las normas laborales y de higiene y seguridad para poder ingresar a los espacios comerciales a desarrollar sus tareas, a los fines de asegurar el cumplimiento de la legislación vigente



## Carta Ética con proveedores

G4-DMA; G4-HR1; G4-SO3; G4-SO10; G4-HR4; G4-HR5; G4-HR6; G4-LA15

En la **Carta** se encuentran descritas las conductas esperadas en cuestiones referidas a Derechos Humanos básicos, Derechos Laborales y Anticorrupción.

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

Todo proveedor debe adherir a la Carta y con ello se compromete a distribuir productos elaborados en conformidad a las condiciones laborales que respeten los principios enunciados, aceptando las auditorías que pudiera disponer la empresa y el acceso a los lugares de producción, a las personas y a los documentos y registros que fueran requeridos por los auditores de Libertad.

Libertad se reserva la posibilidad de cesar la relación en casos de graves transgresiones, o de plantear un plan de acciones correctivas con registro de vencimientos para su aplicación, el que será aprobado por el proveedor y validado por Libertad.

## Código de Conducta

Nuestro Código de Conducta cuenta con un capítulo dedicado a la relación con los socios o proveedores, desde el mismo momento en que los seleccionamos:

- “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”. Ejemplo de esta conducta es la no aceptación personal de regalos de parte de proveedores. Si alguno de los colaboradores recibe obsequios, debe ponerlos a disposición del Área de Recursos Humanos, quien los usa en beneficio de toda la comunidad Libertad (en sorteos de fin de año, por ejemplo), y esto es algo que se le explica al proveedor, buscando evitar que se sostengan esas prácticas de regalos personales.

Buscamos **establecer relaciones comerciales** basadas en la **transparencia** para alcanzar objetivos comunes.



## *Unidos podemos más:* estrategias con proveedores

G4-DMA; G4-LA14; G4-HR4; G4-HR5; G4-HR6

### **Por conciencia ecológica**

Por el día de la Tierra, Libertad junto a Colgate realizaron una campaña de concientización que incluyó regalar bolsas reciclables a clientes.

De ese modo, se fortaleció la concientización en todos nuestros públicos, potenciando una política clave de sustentabilidad.

Del mismo modo que hicimos con Colgate, en 2017 seguiremos reforzando alianzas solidarias para el beneficio del

Medio Ambiente y de otros objetivos de Desarrollo, en los que estamos juntos.

### **La Caja Solidaria en Navidad**

Este fue el programa mediante el cual los clientes de Club Libertad podían donar una caja navideña en beneficio de la Red Banco de Alimentos, que alcanza a siete ciudades del país. En esta acción participó nuestro proveedor y socio solidario: Colgate.



# Nuestra realidad y nuestro futuro

G4-DMA; G4-EC1

## Desempeño económico 2016

La tabla siguiente muestra el flujo de capital entre nuestros grupos de interés y los principales impactos económicos en la sociedad de nuestra operación.

### VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO

Componente	Comentario	2014	2015	2016
<b>Valor económico directo creado (VEC)</b>				
a) Ingresos	Ventas netas más ingresos procedentes de inversiones financieras y venta de activos	4.020	5.388	6.885
<b>Valor económico distribuido (VED)</b>				
b) Costes operativos				
Pagos a proveedores, royalties		3.207	4.321	5.489
c) Salarios y beneficios sociales para los empleados	Pagos totales realizados a los empleados y contribuciones sociales. No incluye compromisos de pagos futuros	641	744	1008
d) Pagos a proveedores de capital	Todos los pagos financieros a los proveedores de capital de la organización	44	117	181
e) Pagos a gobierno	Tasas e impuestos brutos	34	62	94
<b>Valor económico retenido (VER)</b>				
Calculado como Valor económico generado menos Valor económico)	Reservas, amortizaciones	93	144	206

Valores expresados en millones de ARS

Entre los desarrollos más significativos emprendidos durante el 2016 se encuentran la remodelación de las galerías de “Paseo Resistencia” y “Paseo Salta”, expandiendo así la actividad de real estate su oferta comercial en Argentina mediante la incorporación de 11.500 y 3.200 metros cuadrados de ABL respectivamente, finalizando el año con una superficie alquilable total de 160.000 metros cuadrados.

La inversión total realizada en relación a los proyectos mencionados alcanzó los \$49 millones (45 nuevos locales) y \$77 millones (42 nuevos locales), respectivamente, para cada galería (\$38 millones y \$7 millones, respectivamente, ya habían sido invertidos a diciembre 2015). El proceso de remodelaciones continúa con inversiones en “Paseo San Juan” que se aproximan a los \$40 millones a diciembre 2016.



# Nuestros desafíos 2017

## SOCIO DE CONFIANZA

10

Ampliar los canales/mecanismos de denuncia: Tercerizar el mecanismo de recepción de denuncias, sumando a la línea de mail una línea de atención telefónica.

- Incorporar dentro del equipo de Auditoría Interna, un Auditor Forense.
- Actualización y Publicación de carta ética proveedores.

- Desarrollo programa de primer precio "El más barato" con una fuerte participación de proveedores regionales de productos básicos.

## CADENA RESPONSABLE

1

Continuar con el plan de educación de clientes y colaboradores sobre consumo responsable(web-PV-Clientes club).

2

Mejorar el surtido de productos orgánicos y el surtido de productos funcionales (celiacos, bajos en sal, reducidos en colesterol)

## ACTOR SOLIDARIO

3

Formalizar el proceso de rescate de alimentos mediante la publicación de un procedimiento en todas las tiendas.

4

Formalizar alianzas con proveedores para que realicen la donación de productos a decomisar.

## MEDIO AMBIENTE

9

Alianzas con organizaciones para promover y realizar recupero de residuos pos venta.

8

Concientización en colaboradores y sus familias mediante la entrega de especies autóctonas para ser plantadas en reservas naturales.

## EMPLEADOR COMPROMETIDO

7

Programa de finalización de estudios secundarios para colaboradores del centro de Distribución.

6

Desarrollar la marca empleadora con universidades e institutos educativos para atraer jóvenes profesionales.

5

Programa Desarrollo de Lideres - Segunda Etapa.



# Anexo 1

## Sobre este Reporte

G4-18; G4-19; G4-20; G4-21; G4-22; G4-23; G4-28; G4-30; G4-32; G4-33; G4-48

Este es el Tercer Reporte de Sustentabilidad de Libertad S.A., corresponde al período comprendido entre el 1° de enero de 2016 al 31 de diciembre de 2016. Hemos cambiado la frecuencia de su presentación. A partir de ahora será anual y no bianual como veníamos haciéndolo. De este modo procuramos un contacto y rendición de cuentas más cercano con nuestros públicos.

La coordinación de todo el proceso estuvo a cargo de la Dirección de Legales y Asuntos Corporativos con el asesoramiento de una consultora externa. Del proceso de relevamiento de la información participaron activamente todas las Direcciones y Gerencias de la Empresa.

La información contenida en la memoria se encuentra respaldada por los sistemas de gestión e información de Libertad S.A. y validada por cada área. El reporte en sí mismo ha sido aprobado por la Dirección General de Libertad.

Dado que Libertad es adherente al Pacto Global de Naciones Unidas (UNGC) el reporte incluye la Comunicación para el Progreso (COP) que da cuenta de lo que estamos realizando para cumplimentar los 10 Principios del Pacto que nos hemos comprometido a respetar y promover. (Ver Anexo 2)

Para su producción, se han seguido los Lineamientos de Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4 de conformidad esencial.

Para la definición de los temas materiales que incluye el reporte se han seguido los lineamientos exigidos por la metodología GRI. Concretamente, se realizó una consulta a cuatro públicos clave sobre los asuntos prioritarios para la gestión de sustentabilidad de la empresa.

Los asuntos prioritarios, se relevaron a partir de la realización de encuestas administradas vía cuestionarios on line. En la figura siguiente se ilustran los públicos consultados y el total de individuos que respondieron la encuesta, según categoría de público.

Se presentan a continuación las principales conclusiones del relevamiento realizado; destacando en primer lugar que, para cada ítem y sub-ítem analizado, las respuestas muestran siempre una mayor concentración en la opción que asigna un nivel de importancia “alta o muy alta” a esa cuestión. Esto se traduce en que todos los temas consultados son considerados como muy importantes por todos los actores consultados; siendo la concentración de valoraciones altas o muy altas siempre mayor en el caso de gerentes y mandos medios.

**Públicos consultados.  
Asuntos prioritarios para la gestión de la sustentabilidad.**



## Asuntos prioritarios para la gestión de la sustentabilidad de Libertad (materialidad)

ITEM	SUBITEM	Clientes			Proveedores			Gerentes			Mandos medios		
		Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto
<b>Desempeño económico y reputación</b>	Desempeño económico de la empresa	6%	30%	59%	0%	21%	71%	0%	0%	100%	0%	16%	84%
	Prestigio, reputación y buen nombre de la empresa	5%	23%	71%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	1%	99%
<b>Integridad y Rendición de Cuentas</b>	Transparencia de la empresa en cuanto a procesos clave: contrataciones, compras, publicación de información financiera, etc.	8%	22%	59%	0%	7%	93%	0%	0%	100%	0%	10%	90%
	Cumplimiento del código de conducta	0%	0%	0%	0%	0%	93%	0%	0%	100%	1%	4%	94%
	Comportamiento ético de la empresa	5%	18%	72%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Cumplimiento de la ley	4%	15%	70%	0%	0%	93%	0%	0%	100%	1%	6%	93%
<b>Prácticas de Adquisición y Desarrollo de Proveedores</b>	Políticas claras de contratación de proveedores	6%	23%	49%	0%	7%	93%	0%	14%	86%	0%	12%	85%
	Priorización de proveedores Pymes, antes de grandes empresas.	10%	22%	48%	0%	43%	50%	0%	14%	86%	3%	25%	69%
	Priorización de proveedores locales (en detrimento de proveedores nacionales)	12%	21%	51%	0%	43%	43%	0%	14%	86%	9%	12%	76%
	Acciones orientadas al crecimiento de proveedores	9%	20%	51%	0%	21%	71%	0%	14%	86%	4%	24%	69%
<b>Calidad e Innovación</b>	Calidad de la atención	5%	19%	75%	0%	14%	86%	0%	0%	100%	0%	7%	93%
	Innovación en productos ofrecidos	8%	27%	63%	7%	14%	79%	0%	29%	71%	1%	22%	76%
	Innovación en servicios al cliente	11%	24%	64%	7%	14%	79%	0%	29%	71%	0%	21%	79%
	Fomento de un consumo saludable	12%	26%	61%	7%	14%	71%	0%	14%	86%	6%	21%	73%
	Fomento de un consumo responsable	12%	24%	61%	7%	7%	86%	0%	14%	86%	7%	19%	73%
	Política de precios responsable con la economía del cliente	12%	24%	62%	0%	14%	86%	0%	14%	86%	4%	7%	88%
<b>Prácticas de desarrollo del capital humano</b>	Política de contratación de personal	8%	23%	46%	0%	7%	50%	0%	0%	100%	1%	10%	88%
	Políticas de contratación de grupos vulnerables (mujeres, jóvenes, personas con discapacidad) para promover la igualdad y diversidad	14%	21%	49%	0%	7%	64%	0%	14%	86%	3%	16%	79%

ITEM	SUBITEM	Clientes			Proveedores			Gerentes			Mandos medios		
		Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto
<b>Prácticas de desarrollo del capital humano</b>	Políticas de contratación a través de planes sociales	16%	24%	33%	7%	21%	29%	0%	29%	71%	15%	28%	54%
	Planes de formación y desarrollo del personal	9%	19%	48%	0%	14%	57%	0%	0%	100%	3%	7%	87%
	Cuidado de la salud y bienestar de los trabajadores	7%	18%	54%	0%	0%	64%	0%	0%	100%	0%	7%	90%
	Respeto a los derechos de los trabajadores	7%	17%	55%	0%	0%	64%	0%	0%	100%	1%	1%	94%
<b>Inversión social</b>	Participación en proyectos que beneficien a la comunidad	15%	23%	50%	7%	36%	43%	0%	0%	100%	4%	18%	76%
	Participación en alianzas solidarias para promover proyectos que beneficien a la comunidad	15%	22%	50%	7%	36%	43%	0%	0%	100%	6%	12%	81%
<b>Reducción del impacto ambiental</b>	Políticas claras de cuidado del ambiente en procesos de la empresa	9%	21%	60%	7%	0%	79%	0%	0%	100%	0%	9%	90%
	Gestión de los residuos que la empresa genera	8%	19%	55%	7%	0%	64%	0%	0%	100%	0%	9%	90%
	Mejora en el uso y consumo de energía	9%	22%	55%	7%	7%	57%	0%	0%	100%	0%	9%	90%
	Reducción de las emisiones de gases que contaminan el ambiente	7%	20%	51%	7%	0%	57%	0%	14%	86%	3%	13%	82%
	Gestión de los impactos negativos en el ambiente	7%	20%	52%	7%	0%	57%	0%	14%	86%	1%	12%	85%
	Promoción del cuidado del ambiente en colaboradores y clientes	9%	20%	59%	0%	0%	86%	0%	0%	100%	3%	7%	88%
	Promoción del cuidado del ambiente junto a proveedores	9%	19%	52%	7%	0%	79%	0%	14%	86%	1%	12%	82%

Nota: No se consideran en los porcentajes las respuestas agrupadas en la categoría “No sabe/No contesta”.

La tabla siguiente resume los principales aspectos materiales identificados en el proceso de definición del reporte, la respuesta de Libertad, los aspectos vinculados

a los Lineamientos GRI G4 y el alcance y cobertura de los datos proporcionados. Este último aspecto no difiere de lo que se informó en el Reporte anterior.

Aspectos materiales prioritarios	Respuesta Libertad 5 RESPONSABILIDADES /14 PRIORIDADES.	Aspecto GRI-G4 vinculado	Cobertura de los datos en este reporte		
			Interna	Externa	
<b>Desempeño económico</b>	Pautas Gobierno Corporativo y Gestión Económica Financiera	Gobierno corporativo - Categoría Económica	Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria		
<b>Integridad y Rendición de Cuentas</b>	Valores, Código de Conductas, Reportes de Sostenibilidad.	Ética y Transparencia	Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria	Proveedores	
<b>Prácticas de Adquisición y Desarrollo de Proveedores Alta</b>	<b>SOCIO DE CONFIANZA</b>	Programa Libertad Transparente Carta Ética Proveedores	Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria.	Proveedores	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Reforzar la ética y gestionar el riesgo.</li> </ul>	Ética y Transparencia	Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria.	Proveedores
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Luchar contra la corrupción.</li> </ul>		Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria.	Proveedores
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sostener la producción local y el desarrollo de las Pymes.</li> </ul>	Impacto económico indirecto	Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria.	
<b>Calidad de Atención, Innovación, Precio</b>	<b>UNA CADENA RESPONSABLE</b>	Calidad de atención, respeto, innovación	Responsabilidad sobre el producto	Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria.	
		Fomentar el consumo responsable	Responsabilidad sobre el producto	Hipermercados	
		Actuar para la salud del consumidor.	Responsabilidad sobre el producto	Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria.	Proveedores



Los indicadores de desempeño dan cuenta en forma, clara, exhaustiva y precisa del estado de nuestra gestión, sus aciertos y sus desafíos a futuro.

Aspectos materiales prioritarios	Respuesta Libertad 5 RESPONSABILIDADES /14 PRIORIDADES.	Aspecto GRI-G4 vinculado	Cobertura de los datos en este reporte		
			Interna	Externa	
		Satisfacción del consumidor	Responsabilidad sobre el producto	Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria.	
		Política de precios	Responsabilidad sobre el producto	Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución	Proveedores /Distribuidores /Gobierno
<b>Prácticas Laborales y desarrollo del capital humano</b>	<b>UN EMPLEADOR COMPROMETIDO</b>	▪ Facilitar la inserción y evolución laboral.	Prácticas Laborales y Derechos Humanos	Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria	
		▪ Preservar la H&S, salud y el bienestar laboral.	Prácticas Laborales y Derechos Humanos	Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria	
		▪ Promover la igualdad y diversidad.	Prácticas Laborales y Derechos Humanos	Hipermercados/Mini mercados/Centro de Distribución/Operación Inmobiliaria	
<b>Inversión social</b>	<b>UN ACTOR LOCAL SOLIDARIO</b>	▪ Desarrollar alianzas de solidaridad	Impacto económico indirecto	Hipermercados	ONGs
		▪ Multiplicar las acciones solidarias	Impacto económico indirecto	Hipermercados	
<b>Reducción del impacto ambiental</b>	<b>UNA EMPRESA PROACTIVA POR EL MEDIO AMBIENTE</b>	▪ Limitar y valorizar los residuos.	Medio Ambiente	Hipermercados	
		▪ Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero	Medio Ambiente	Hipermercados/Centro de Distribución	
		▪ Mejorar la eficiencia energética.	Medio Ambiente	Hipermercados	
		▪ Gestión y uso del plástico y Cajas Verdes	Medio Ambiente	Hipermercados	

# Anexo 2

## Integración de los contenidos del reporte con los principios del pacto global. Comunicación para el Progreso (COP)

Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	Guía de GRI-G4	Indicador	Capítulos en los que se encuentra la información
<b>Compromiso con los Principios de Pacto Global</b>	Carta del CEO	G4-1	Carta del Director
Principio n.º 1. <b>Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional</b>	Subcategoría: Derechos humanos	G4-HR3 G4-HR4	Socio de Confianza Empleador Comprometido
	Subcategoría: Sociedad Comunidades locales	G4-SO1 G4-SO2	Actor Local Solidario
Principio n.º 2. <b>Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos</b>	Subcategoría: Derechos humanos	G4-HR1	Socio de Confianza
	Subcategoría: Prácticas laborales y trabajo digno Relaciones entre los trabajadores y la dirección	G4-11 G4-LA4	Empleador Comprometido
Principio n.º 3. <b>Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva</b>	Subcategoría: Derechos humanos Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4	Empleador Comprometido. Un Socio de Confianza
Principio n.º 4. <b>Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio</b>	Subcategoría: Derechos humanos Trabajo forzoso	G4-HR6	Empleador Comprometido. Un Socio de Confianza
Principio n.º 5. <b>Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil</b>	Subcategoría: Derechos humanos Trabajo infantil	G4-HR5	Empleador Comprometido. Un Socio de Confianza
	Subcategoría: Prácticas laborales y trabajo digno	G4-10 G4-LA1 G4-LA9 G4-LA11 G4-LA12 G4-LA13	Los que hacemos Libertad Empleador Comprometido
Principio n.º 6. <b>Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación</b>	Subcategoría: Presencia en el mercado	G4-EC5 G4-EC6	Empleador Comprometido
	Subcategoría: Derechos humanos -No discriminación	G4-HR3	Empleador Comprometido

Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	Guía de GRI-G4	Indicador	Capítulos en los que se encuentra la información
Principio n.º 7. <b>Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales</b>	Subcategoría Desempeño Económico	G4-EC2	Empresa Proactiva por el Medio Ambiente
	Categoría: Medio ambiente	G4-EN1 G4-EN7 G4-EN8 G4-EN15 G4-EN16 G4-EN17 G4-EN20 G4-EN27 G4-EN31	Empresa Proactiva por el Medio Ambiente
Principio n.º 8. <b>Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental</b>	Categoría: Medio ambiente	G4-EN1 G4-EN2 G4-EN4 G4-EN5 G4-EN6 G4-EN7 G4-EN8 G4-EN9 G4-EN10 G4-EN11 G4-EN12 G4-EN13 G4-EN14 G4-EN15 G4-EN16 G4-EN17 G4-EN18 G4-EN19 G4-EN20 G4-EN22 G4-EN23 G4-EN29 G4-EN30 G4-EN31 G4-EN33 G4-EN34	Empresa Proactiva por el Medio Ambiente
		Categoría: Medio ambiente	G4-EN6 G4-EN19 G4-EN27 G4-EN31
Principio n.º 9. <b>Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente</b>	Categoría: Medio ambiente	G4-EN6 G4-EN19 G4-EN27 G4-EN31	Empresa Proactiva por el Medio Ambiente
Principio n.º 10. <b>Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno</b>	Ética e Integridad:	G4-56 G4-57 G4-58	Estamos para Servir a la Comunidad
	Sociedad - Subcategoría: Sociedad Lucha contra la corrupción	G4-SO4 G4-SO5	Estamos para Servir a la Comunidad Empleador Comprometido

# Anexo 3

## Índice de indicadores GRI

G4-32

El Reporte de Sustentabilidad fue preparado siguiendo los requisitos de la opción “de conformidad” esencial con la Guía G4 del Global Reporting Initiative (GRI).

### GRI GUÍA G4 - CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

Contenidos Básicos Generales	Estrategia y Análisis	N° de Página/Respuesta
G4-1	Incluye una declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupa el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de ésta con miras a abordarla.	Pág. 4 a 5
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>		
G4-3	Nombre de la organización.	Pág. 18 a 19
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.	Pág. 18 a 21; 30 a 31; 49 a 50; 60 a 62
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	Fray Luis Beltrán y Manuel Cardeñosa. 5000 Córdoba. Argentina. Tel. 54-351 474-7322. Fax. 54-351 474-7229.
G4-6	Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto de la memoria.	Pág. 18; 24 a 27
G4-7	Describa la naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	Pág. 18; 22 a 23 Libertad es una sociedad anónima constituida según las leyes de Argentina.
G4-8	Indique de qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipo de clientes y destinatarios).	Pág. 13; 19 a 21; 24; 26 a 27
G4-9	Determine la escala de la organización, indicando: número de empleados; número de operaciones; ventas netas (para las organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para las organizaciones del sector público); capitalización, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para las organizaciones del sector privado); y cantidad de productos o servicios que se ofrecen.	Pág. 13; 19 a 21; 24 a 27
G4-10	a. Número de empleados por contrato laboral y sexo. b. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo. c. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores externos y sexo. d. Tamaño de la plantilla por región y sexo. e. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores externos, tales como los empleados y los trabajadores subcontratados de los contratistas. f. Comunique todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola).	Pág. 13; 89 a 91

Contenidos Básicos Generales		Estrategia y Análisis	N° de Página/Respuesta
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.		Pág. 103
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.		Pág. 13; 31; 131
G4-13	Comuniqué todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad o la cadena de suministro de la organización.		Pág. 22 a 23; 28 a 29
G4-14	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.		Libertad implementa una serie de iniciativas para mitigar su impacto ambiental que se encuentran descritas en el Capítulo “Empresa proactiva por el medio ambiente.”
G4-15	Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.		Pág. 36
G4-16	Elabore una lista con las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece y las cuales ostenta un cargo en el órgano de gobierno, participa en proyectos o comités; realiza una aportación de fondos notable, además de las cuotas de membresía obligatorias; considera que ser miembros es una decisión estratégica.		Pág. 36 a 37
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA			
G4-17	Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.		El presente reporte se refiere con exclusividad a la operación de Libertad S.A.
G4-18	Describa el proceso que se ha seguido para determinar el Contenido de la Memoria y la Cobertura de cada Aspecto. Explique cómo ha aplicado la organización los Principios para la Elaboración de Memorias para determinar el contenido de la memoria.		Pág. 138 a 143
G4-19	Elabore una lista de los Aspectos Materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la Memoria.		Pág. 40 a 41; 138 a 143
G4-20	Indique la Cobertura de cada Aspecto Material dentro de la organización. Hágalo de la siguiente manera: indique si el aspecto es material dentro de la organización: si el aspecto no es material para todas las entidades de la organización (tal como se describe en el apartado G4-17), elija uno de los siguientes enfoques y facilite: una lista de las entidades o grupos de entidades incluidas en el apartado G4-17 que no considera material el aspecto en cuestión, o una lista de las entidades o grupos de entidades incluidos en el G4-17 que sí consideran material el aspecto en cuestión. Señale cualquier limitación concreta que afecte la cobertura de cada aspecto dentro de la organización.		Pág. 138 a 143
G4-21	Indique la Cobertura fuera de la organización de cada aspecto material. Hágalo de la siguiente manera: Indique si el aspecto es material fuera de la organización. Si el aspecto es material fuera de la organización señale qué entidades, grupos de entidades o elementos lo consideran así. Describa también los lugares donde el aspecto en cuestión es material para las entidades. Indique cualquier limitación concreta que afecte a la cobertura de cada aspecto fuera de la organización.		Pág. 138 a 143

Contenidos Básicos Generales	Estrategia y Análisis	N° de Página/Respuesta
G4-22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	Pág. 138 a 143. La información presentada es consistente con la proporcionada en el Reporte anterior.
G4-23	Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	Pág. 138 a 143. El reporte anterior y el presente siguen los Lineamientos GRI - G4. Ambos se ajustan a las exigencias de un reporte de conformidad esencial, no habiendo cambios significativos en el alcance y la cobertura de los aspectos materiales.
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>		
G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	Pág. 14 a 15
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	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. También se analizaron en función de la capacidad de actuar como aliados para la gestión de la sustentabilidad para los próximos años.
G4-26	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de la memoria.	Pág. 15; 51 a 53; 107 a 108 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. Concretamente, para la elaboración del presente reporte se consultaron a Mandos Medios de la organización, a Proveedores y Clientes. De esta consulta surgieron los principales temas que se detallan en el análisis de materialidad y que se desarrollan en el texto del Reporte.
G4-27	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	Pág. 40 a 41

Contenidos Básicos Generales		Estrategia y Análisis	N° de Página/Respuesta
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>			
G4-28	Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).		01/01 al 31/12 de 2017.
G4-29	Fecha de la última memoria (si procede).		El Reporte 2014/2015 fue presentado en el 1° Semestre de 2016.
G4-30	Ciclo de presentación de memorias (anual, bianual, etc.).		Anual.
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria.		Pág. 169
G4-32	a. Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización. b. Facilite el Índice de GRI de la opción elegida. c. Facilite la referencia al Informe de Verificación externa, si lo hubiere. GRI recomienda la verificación externa, aunque no es obligatoria para que la memoria sea «de conformidad» con la Guía.		Pág. 138 a 143; 146 a 166 No verificado externamente. Los datos han sido proporcionados por las distintas Gerencias de la Compañía y validados por la Dirección.
G4-33	a. Describa la política y las prácticas vigentes de la organización respecto a la verificación externa de la memoria. b. Si no se mencionan en el informe de verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa. c. Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación. d. Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización.		Pág. 138 a 143 No verificado externamente. Los datos han sido proporcionados por las distintas áreas de la compañía y validados por la Dirección.
<b>GOBIERNO</b>			
G4-34	Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.		Pág. 8 a 12
G4-48	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los aspectos materiales queden reflejados.		Pág. 138 a 143 La Gerencia General es la encargada de revisar y aprobar la memoria de sostenibilidad de la organización.
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>			
G4-56	Describa los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.		Pág. 18; 32 a 34
G4-57	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética, lícita y para los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.		Pág. 35
G4-58	Describa los mecanismos internos y externos de denuncias de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia e irregularidades o las líneas telefónicas o de ayuda.		Pág. 35

**GRI GUÍA G4 - CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS**

**G4-32**

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Nº de Página / Respuesta	Omisiones
<b>CATEGORÍA: ECONOMÍA</b>			
<b>Desempeño Económico</b>	G4-DMA	Enfoque de Gestión	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.
	G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	Pág. 135
	G4-EC2	Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático.	Baja en la disponibilidad de Energía. *Implantación de Planes de Ahorro Energético y Buenas Prácticas * Incorporación de Tecnologías Verdes
	G4-EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones.	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.
	G4-EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.	No las ha habido en el periodo.
<b>Presencia en el Mercado</b>	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 89
	G4-EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Pág. 103 Los salarios mínimos (cualquiera sea la ubicación de las tiendas) en el transcurso de 2016, superaban en un 188% al SMVM Nacional.
	G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Pág. 89 a 91 El 67% de los altos directivos proceden de la comunidad en las cuales tenemos operaciones.



Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	N° de Página / Respuesta	Omisiones
Consecuencias económicas indirectas	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 74
	G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructura y los tipos de servicios.	Pág. 24 a 25; 28 a 29; 93
	G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	Pág. 24 a 25; 72 a 79; 93; 109; 131
Prácticas de Adquisición	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	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. Código de Conductas Pág. 34 y 133
	G4-EC9	Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a 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.
<b>CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE</b>			
Materiales	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág. 118
	G4-EN1	Materiales por peso o volumen.	Pág. 113
	G4-EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	Pág. 119
Energía	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág. 123
	G4-EN3	Consumo energético interno.	Pág. 123 a 124
	G4-EN4	Consumo energético externo.	Pág. 123
	G4-EN5	Intensidad energética.	Pág. 123 a 124 2014: 555KWh/m <sup>2</sup> 2015: 810 KWh/m <sup>2</sup> 2016: 765 KWh/m <sup>2</sup>
	G4-EN6	Reducción del consumo energético.	Pág. 123 a 124
G4-EN7	Reducción de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	Pág. 113; 117; 123	

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	N° de Página / Respuesta	Omisiones
Agua	G4-DMA Enfoque de Gestión.	A partir de 2013, se implementaron acciones en diversas sucursales tendientes a la reducción del consumo de agua potable de red. A partir de 2015, se cuenta con datos de consumo de agua potable de red para todos los hipermercados y locales, lo que permite monitorear su consumo.	
	G4-EN8 Captación de agua según la fuente.	Pág. 126 Datos para 2016: 15 Hipermercados: Total de agua potable de red consumida 170.608 m3. 15 Libertad (locales): Total de agua potable de red consumida: 113.739 m2.	
	G4-EN9 Fuentes que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No se afectan significativamente fuentes del recurso.	
	G4-EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	No se reutiliza o recicla el recurso.	
Emisiones	G4-DMA Enfoque de Gestión.	Pág. 121	
	G4-EN15 Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).	Pág. 121 a 122	
	G4-EN16 Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2).	Pág. 121 a 122	
	G4-EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).	Pág. 121 a 122	
	G4-EN18 Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	Pág. 121 a 122	
	G4-EN19 Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	Pág. 121 a 122	
	G4-EN20 Emisiones de sustancias que agotan el ozono.	Pág. 121 a 122	
	G4-EN21 NOX, SOX, y otras emisiones atmosféricas significativas.	No Aplica.	

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	N° de Página / Respuesta	Omisiones
Efluentes y residuos	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág. 118
	G4-EN22	Vertido total de aguas, según su naturaleza y destino.	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 las mismas.
	G4-EN23	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Pág. 119 a 120
	G4-EN24	Número y volumen totales de los derrames accidentales más significativos.	No Aplica.
	G4-EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III Y VIII del Convenio de Basilea y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	No Aplica.
	G4-EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización.	No Aplica.
Productos y servicios	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág. 112
	G4-EN27	Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	Pág. 113 a 117; 123
	G4-EN28	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que se regeneran al final de su vida útil, desglosado por categoría.	Aún no se cuenta con esta información.

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	N° de Página / Respuesta	Omisiones
<b>Cumplimiento regulatorio</b>	G4-DMA Enfoque de Gestión.		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. Asimismo, respetarán íntegramente los compromisos y obligaciones asumidas por LIBERTAD en sus relaciones contractuales con terceros, así como los usos y buenas prácticas de los lugares en los que ejerzan su actividad. Fuente: Código de Conductas.
	G4-EN29 Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.		Durante el año 2016 se han recibido ciertos requerimientos en materia ambiental por parte de las autoridades de control correspondientes los que han sido debidamente cumplimentados por la compañía, sin imposición de sanción alguna.
<b>Transporte</b>	G4-DMA Enfoque de Gestión.	Pág. 121	
	G4-EN30 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Pág. 122	
<b>General</b>	G4-DMA Enfoque de Gestión.	Pág. 112 a 117 Ver Capítulo Empresa Proactiva por el Medio Ambiente.	
	G4-EN31 Desglose de los gastos e inversiones ambientales		Se han realizado inversiones ambientales vinculadas al Plan Energético, pero no se encuentran discriminadas como tales para informarlas en el periodo. Otros gastos ocasionados por compras ecológicas: 2014: \$155.142,89 2015: \$191.453,93 2016: \$1.506.000

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Nº de Página / Respuesta	Omisiones	
<b>Evaluación ambiental de los proveedores</b>	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág. 121 Ver Capítulo Empresa Proactiva por el Medio Ambiente. Reducción de Emisiones.	
	G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	Reducción de Emisiones.	No se dispone del porcentaje para el periodo considerado.
	G4-EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas al respecto.	Pág. 121 Ver Capítulo Empresa Proactiva por el Medio Ambiente.	
<b>Mecanismos de reclamación en materia ambiental</b>	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág. 44 a 65 Ver Capítulo: Una cadena responsable.	
	G4-EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Durante los años 2016 se recibieron reclamaciones ambientales las que han sido debidamente tratadas por la compañía, aportando los elementos requeridos encontrándose pendientes de resolución.	
<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL - SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>				
<b>Empleo</b>	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Libertad mantiene la más rigurosa y objetiva política de selección, atendiendo exclusivamente a los méritos personales y profesionales de los candidatos y a las necesidades de Libertad, procurando dar prioridad a la promoción de empleados de la firma en aquellos puestos para los cuales sus perfiles resulten idóneos. Ver Código de Conductas. Pág. 34; 88 Libertad respeta la vida personal y familiar de sus integrantes y promueve las políticas de conciliación que faciliten el mejor equilibrio entre éstas y las responsabilidades laborales de los mismos. Fuente: Código de Conductas.	
	G4-LA1	Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	Pág. 89 a 91 2012: Contrataciones: 415 - Rotación 8,37% 2013: Contrataciones: 409 - Rotación 8,27% 2014: Contrataciones: 553 - Rotación 10% 2015: Contrataciones: 241 - Rotación 11% 2016: Contrataciones 499 - Rotación 7%	

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	N° de Página / Respuesta	Omisiones
<b>Empleo</b>	G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	Pág. 103 Se otorgan las mismas prestaciones sociales para el personal de tiempo completo y media jornada.
	G4-LA3	Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo 99,3 % maternidad.	Pág. 103 Reincorporaciones post licencias maternidad alcanza al 99,3%.
<b>Relaciones entre los trabajadores y la dirección</b>	G4-DMA	Enfoque de Gestión	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 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.
	G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos.	El convenio no establece plazos de preaviso, Libertad opta como política un preaviso de rotación de tareas, horarios, sector, sucursal, etc. de 72 hs.
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 104

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	N° de Página / Respuesta	Omisiones
	G4-LA5 Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	Pág. 104 a 105 El 100% de personal se encuentra representado en los Comités de Higiene y Seguridad que funcionan en cada sucursal.	
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>	G4-LA6 Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	Pág. 104 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%. 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%. Tasa de ausencia por accidente y enfermedad basada en el número total de horas trabajadas: 2014: 3,29%; 2015: 3,22%; 2016: 3,34% Número total de horas perdidas por accidentes y enfermedad: 2015: 207.756 2016: 210,486. Igual a lo reportado en el periodo 2012-2013, y en el bienio 2014-2015; en el transcurso de 2016 tampoco hemos tenido víctimas fatales.	
	G4-LA7 Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad.	No contamos con puestos con riesgos elevados de enfermedad profesional.	
	G4-LA8 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	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. Además, 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.	

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	N° de Página / Respuesta	Omisiones
<b>Capacitación y educación</b>	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág. 94; 106
	G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	Pág. 94 a 102
			2012: 8,7
			2013: 6,2
			2014: 5 2015: 15 2016: 15
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	Pág. 94 a 112; 109	
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	Pág. 94 a 112; 109	
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág. 89
	G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Pág. 89 a 92
<b>Igualdad de retribución entre mujeres y hombres</b>	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág. 88 Ver principios del Código de Conductas.
	G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad.	Pág. 93 No existen diferencias entre salarios de mujeres y hombres que realizan la misma función.



Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	N° de Página / Respuesta	Omisiones
<b>Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores</b>	G4-DMA Enfoque de Gestión.	Pág. 132 a 134 Ver principios de la Carta Ética de Proveedores.	
	G4-LA14 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	Pág. 132 a 135	
	G4-LA15 Impactos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	Pág. 133 Los impactos significativos, reales o potenciales de la cadena de suministro, son los que se abordan en la Carta Ética de Proveedores cuyos principios refieren a los derechos laborales, derechos humanos y lucha contra la corrupción.	
<b>Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales</b>	G4-DMA Enfoque de Gestión.	Pág. 103	
	G4-LA16 Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Las prácticas laborales que lleva adelante la compañía con sus empleados se ajustan a las normas legales vigentes. Durante el año 2016 no se han recibido reclamaciones de esta naturaleza.	
<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL - SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS</b>			
<b>Inversión</b>	G4-DMA Enfoque de Gestión.		LIBERTAD establece con sus socios en negocios comunes, una relación de colaboración basada en la confianza, la transparencia en la información y la puesta en común de conocimientos, experiencias y capacidades, para alcanzar objetivos comunes y beneficio mutuo y a ello deben comprometerse sus empleados, quienes aplicarán los mismos principios de respeto, ambiente favorable y trabajo en equipo, como si se tratara de empleados internos. LIBERTAD promueve, entre sus socios, el conocimiento de este Código de Conductas Libertad a efectos de la mejor aplicación de los principios contenidos en él. Fuente: Código de Conductas.

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Nº de Página / Respuesta	Omisiones	
Inversión	G4-HR1	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Pág. 133 Ver: Capítulo Un socio de Confianza. 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.	
	G4-HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.	Las cuestiones referidas a derechos humanos se encuentran contenidas en forma transversal en las capacitaciones que se brindan al personal (por ej., atención al cliente, o programas de formación para recursos humanos).	No se cuenta con la información discriminada en horas de capacitación en derechos humanos para el presente periodo.
No discriminación	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág. 93. Libertad promueve la no discriminación por ninguna razón, así como la igualdad de oportunidades entre sus integrantes. Rechaza cualquier manifestación de violencia, de abuso físico, sexual, psicológico, moral u otros-, de abuso de autoridad en el 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.	
	G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	La compañía promueve la no discriminación, así como la igualdad de oportunidades entre sus integrantes. Libertad rechaza cualquier manifestación de violencia, de abuso físico, sexual, psicológico, moral u otros, abusos de autoridad en el trabajo y cualesquiera otras conductas que generen un entorno intimidatorio u ofensivo para los derechos personales de sus integrantes. En este sentido la compañía promueve las medidas específicas para prevenir el abuso en cualquiera de sus formas. Se refuerza habitualmente la promoción de prácticas antidiscriminatorias y el respeto por los Derechos Humanos.	

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Nº de Página / Respuesta	Omisiones
<b>Libertad de asociación y negociación colectiva</b>	G4-DMA Enfoque de Gestión.	Pág. 103 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. Código de Conductas Página 34 y 88.	
	G4-HR4 Identificación de centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	Pág. 103; 132 a 134 Ver Capítulos: Un Empleador Comprometido; Diálogo Social; Capítulo Un Socio de Confianza. Prácticas de Adquisición y Principios de la Carta Ética con Proveedores.	
<b>Trabajo infantil</b>	G4-DMA Enfoque de Gestión.	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.	
	G4-HR5 Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	Pág. 103; 132 a 134 Ver Capítulos: Un Empleador Comprometido; Un Socio de Confianza: Prácticas de Adquisición y Principios de la Carta Ética con Proveedores.	
<b>Trabajo forzoso</b>	G4-DMA Enfoque de Gestión.	Pág. 132 a 133 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.	
	G4-HR6 Centros y proveedores significativos con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	Pág. 103; 132 a 134 Ver Capítulos: Un Empleador Comprometido; Capítulo Un Socio de Confianza: Prácticas de Adquisición y Principios de la Carta Ética con Proveedores.	
<b>Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos</b>	G4-DMA Enfoque de Gestión.	Código de Conductas.	
	G4-HR12 Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Durante el año 2016 no se han recibido reclamaciones de esta naturaleza.	

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	N° de Página / Respuesta	Omisiones
<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL - SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD</b>			
<b>Comunidades locales</b>	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág. 75;78
	G4-SO1	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	Pág. 69 a 79 Ver Capítulo: Actor Local Solidario. 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.
	G4-SO2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales.	Constantemente se realizan diálogos con la comunidad y con las autoridades. También, se articulan iniciativas sociales con instituciones comunitarias.
<b>Lucha contra la Corrupción</b>	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág. 35
	G4-SO3	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	Pág. 35 y 133 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. Esta revisión incluyó a todas las actividades y centros de operación de la compañía. Acciones llevadas a cabo durante 2016: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Creación del Comité de Auditoría</li> <li>▪ Relanzamiento y cambio de los miembros del Comité de Lucha Contra el Fraude y Corrupción, antes llamado Comité de Análisis de Conducta.</li> <li>▪ Incorporación de un Auditor Forense, responsable de realizar investigaciones de las denuncias recibidas a través de Libertad Transparente.</li> </ul>
	G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	Pág. 35; 104 Campaña de sensibilización sobre la Lucha contra el fraude y la corrupción.

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	N° de Página / Respuesta	Omisiones
Lucha contra la Corrupción	G4-SO5 Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	La compañía cuenta con un canal de denuncia el cual está gestionado por un comité de análisis de conducta. 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.	
Prácticas de competencia desleal	G4-DMA Enfoque de Gestión.	El Código de Conductas 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. En particular, 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. Se abstendrán asimismo 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."	
	G4-SO7 Número de demandas legales por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y resultados de las mismas.	No se presentaron acciones de este tipo durante el periodo del reporte.	
	G4-DMA Enfoque de Gestión.	Pág. 132	
Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-SO9 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	En el transcurso de 2015, cerca de 900 proveedores fueron invitados a adherir a la Carta Ética de Proveedores. A partir de enero 2017, todos los nuevos contratos con proveedores incluyen la adhesión a la Carta Ética.	
	G4-SO10 Impactos sociales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	Pág. 133 Los riesgos, reales y potenciales, están vinculados a los principios contenidos en la Carta Ética de Proveedores.	

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	N° de Página / Respuesta	Omisiones
<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL - SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>			
<b>Salud y seguridad de los clientes</b>	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág. 58 a 59
	G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	Pág. 30; 58 a 65
	G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Durante el año 2016 se han recibido veintiséis reclamaciones a nivel país (un promedio de menos de dos por hipermercado) las que han sido debidamente tratadas por la compañía aportando los elementos requeridos, encontrándose pendientes de resolución.
	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág. 64 a 65
	<b>Etiquetado de los productos y servicios</b>	G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.
	G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Durante el año 2016, se ha recibido solo un reclamo a nivel país, el que ha sido debidamente tratado por la compañía aportando los elementos requeridos, encontrándose pendiente de resolución.
	G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	Pág. 51 a 53

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	N° de Página / Respuesta	Omisiones
Comunicaciones de Mercadotecnia	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág. 58 a 60
	G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio.	No se comercializan productos no autorizados.
	G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	Durante el año 2016 se han recibido ocho reclamaciones a nivel país (un promedio de menos de una por hipermercado) las que han sido debidamente tratadas por la compañía aportando los elementos requeridos, encontrándose pendientes de resolución.
Privacidad de los clientes	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	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. 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. 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."
	G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	No se han presentado reclamaciones vinculadas con el tema en cuestión durante el periodo 2016.

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	N° de Página / Respuesta	Omisiones
Cumplimiento regulatorio	G4-DMA Enfoque de Gestión.	El Código de Conductas, en su página 3, expresa que: "Los integrantes de Libertad cumplirán estrictamente la legalidad vigente en el lugar en el que desarrollen su actividad, atendiendo al espíritu y la finalidad de las normas. Asimismo, respetarán íntegramente los compromisos y obligaciones asumidas por Libertad en sus relaciones contractuales con terceros, así como los usos y buenas prácticas de los lugares en los que ejerzan su actividad."	
	G4-PR9	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.	Durante el año 2016, no se han recibido multas significativas por este rubro.







**PUNTO DE CONTACTO PARA CONSULTA O AMPLIACIÓN  
DE LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN EL REPORTE**

**G4-31**

**Viviana Soria**

Coordinadora de Sustentabilidad  
Dirección de Legales y Asuntos Corporativos  
vsoria@libertadsa.com.ar  
00 54 351 474 7200 int 7418

La versión digital del Reporte de Sustentabilidad  
la encuentra en: <https://libertadsa.com.ar/accion>  
o descargando el siguiente código.



Este reporte se terminó de imprimir en la Ciudad de  
Córdoba, en el mes de Octubre de 2016.

Impreso en papel proveniente de fuentes sustentables.



*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)