

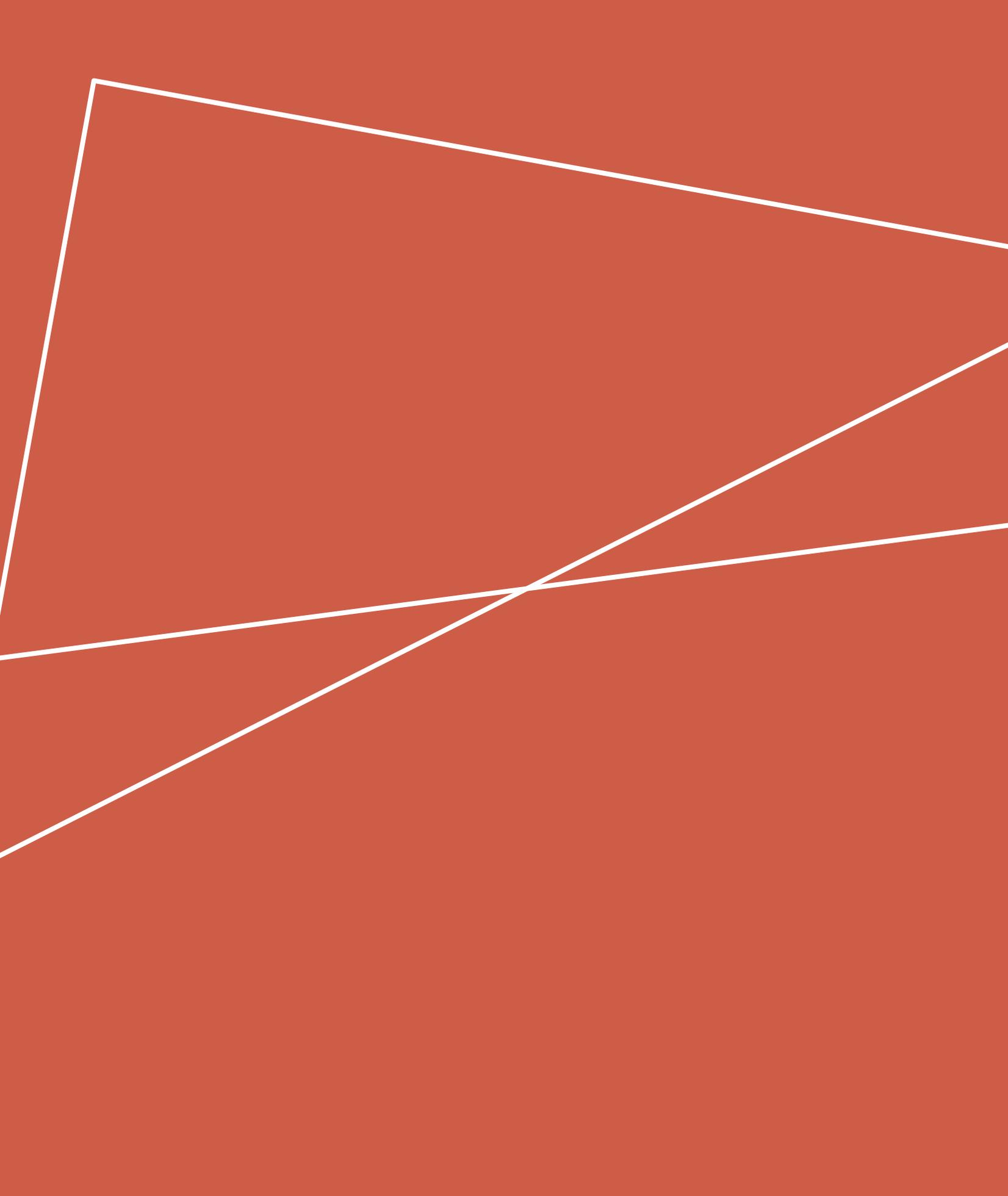


Reporte de  
**Sustentabilidad**  
Sustainability Report

2009 | 2010







Reporte de  
**Sustentabilidad**  

---

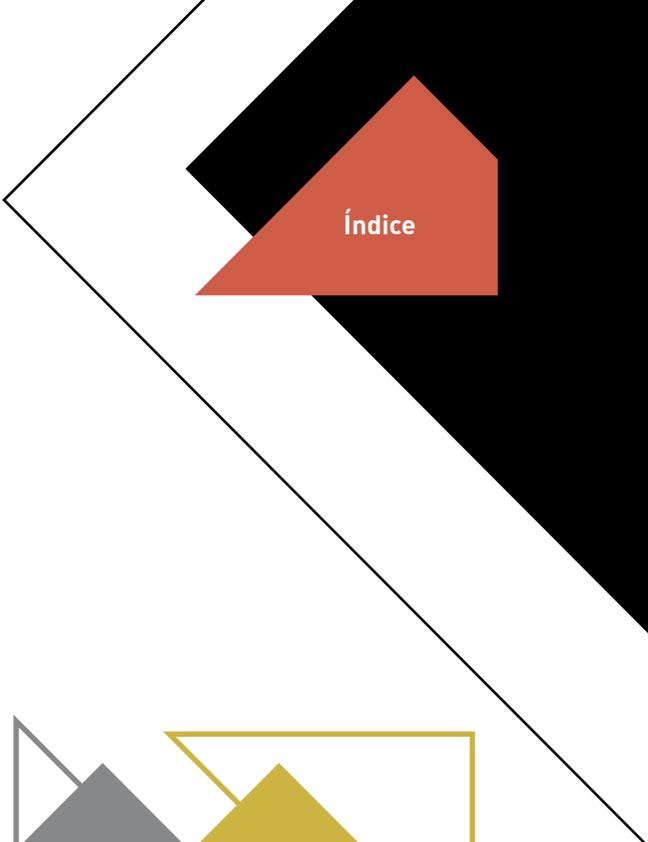
**Sustainability** Report

2009 | 2010

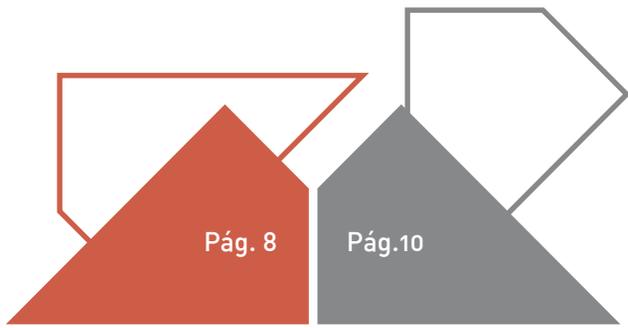




El día de la mujer se celebra el 8 de marzo en todo el mundo. En Argentina, el día de la mujer se celebra el 8 de marzo. Este día se conmemora el rol de la mujer en la sociedad y se busca promover su participación en todos los ámbitos de la vida. En La Rural, queremos celebrar este día con una promoción exclusiva. Para participar, debes completar un cuestionario en línea y ganar una tarjeta de beneficios. ¡Ganando y ganando!



Índice



Pág. 8

Pág. 10

Carta del Director General

Carta del Director de Relaciones Institucionales



Pág. 12

Pág. 20

Acerca de La Rural

La sustentabilidad en La Rural

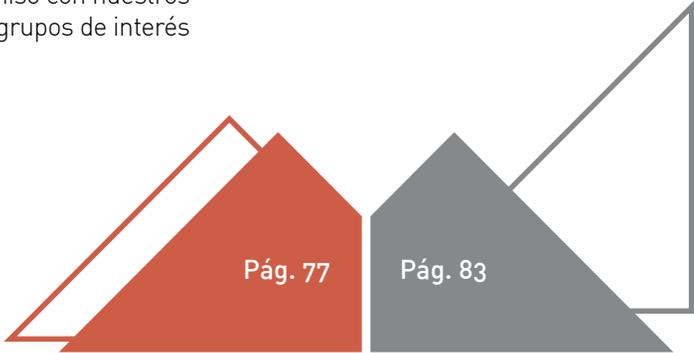


Pág. 26

Pág. 38

Compromiso con el medio ambiente

Compromiso con nuestros grupos de interés



Pág. 77

Pág. 83

Tabla de indicadores GRI

English version

## CARTA DEL DIRECTOR GENERAL



Tengo la satisfacción de presentarles el primer Reporte de Sustentabilidad de La Rural realizado de acuerdo a los lineamientos G3 elaborados por la Global Reporting Initiative. A través de este documento, comunicamos a nuestros grupos de interés los resultados de nuestro desempeño económico, social y ambiental durante el período 2009 y 2010.

Comprendemos que la sustentabilidad es un proceso de mejora continua y un compromiso a largo plazo. Por ello, desde 2006 llevamos adelante una política sostenida de Responsabilidad Social Corporativa. A partir de 2009, decidimos dar un paso hacia la profesionalización de la gestión y optamos por comunicar nuestras acciones bajo los lineamientos de GRI (Global Reporting Initiative), el marco más aceptado a nivel global.

Durante este ciclo, concentramos los esfuerzos de gestión ambiental en reducir el impacto de nuestras actividades en el entorno. Obtuvimos destacados resultados en materia de reducción de consumo y aprovechamiento de materiales, a través del Programa de Reutilización de Recursos, La Rural Recicla, la separación de residuos y el desarrollo de un Manual de Gestión Ambiental, entre otros. En el próximo ciclo, además de profundizar los mencionados programas, el objetivo es completar el programa de migración de la iluminación para reducir el consumo energético y el recambio a gas ecológico en los equipos de aire acondicionado.

El desarrollo de actividades con la comunidad nos brindó grandes satisfacciones. A través del Programa Mejores Vecinos tuvimos gran éxito en fortalecer la relación con la comunidad en donde desarrollamos nuestras actividades. Asimismo, programas como Ópera Pampa Educativo, Corazones Solidarios y la Cesión Solidaria de Espacios, nos permitieron integrar a la comunidad en actividades culturales y educativas, así como apoyar a organizaciones con fines solidarios y a poblaciones en situación de emergencia. Para el próximo ciclo, apuntamos a profundizar los programas vigentes y a hacer foco en aquellos que integran acciones sociales con las actividades que se desarrollan en el predio, como son el Programa Impulsarte en ArteBA y Palermo Lee en la Feria del Libro.

Paralelamente, trabajamos para lograr el bienestar y la confianza de nuestros clientes. En este sentido, nos concentramos en el diagnóstico e implementación de medidas para la accesibilidad del predio y en campañas de promoción de la salud, seguridad e higiene. Para el próximo ciclo, asumimos el compromiso de implementar un mapa de accesibilidad. En relación a expositores y organizadores, creamos Podemos Más, un espacio en el que escuchamos y trabajamos en conjunto para mejorar la actividad ferial. De cara al futuro, el objetivo es hacer valer este programa como vía para capacitar a proveedores y promover prácticas sustentables en toda la cadena de valor.

Por la naturaleza de la actividad ferial, La Rural se consolidó como un importante agente generador de empleo para la comunidad. Así, durante 2009 y 2010, los eventos realizados en nuestros espacios generaron casi 100.000 oportunidades de empleo de manera directa e indirecta. El mayor desafío en materia organizacional es el de promover una gestión ética y transparente del negocio. Para ello, nos comprometemos a desarrollar un Código de Ética para el próximo ciclo. De la misma manera, apuntamos a involucrar a todo el equipo en la gestión de la sustentabilidad, a través de la formalización de un programa de voluntariado corporativo y de la conformación de un Comité Interfuncional de Sustentabilidad integrado por un responsable de cada área.

Para expandir la sustentabilidad en la cadena de valor, a partir del presente ciclo se implementó la inclusión de una cláusula en todos los contratos y cartas ofertas de La Rural que compromete a los proveedores a cumplir y respetar los Derechos Humanos. Asimismo, planificamos trabajar en el desarrollo de capacitaciones para educar y generar conciencia acerca de esta temática en el público interno.

Mirando hacia adelante, reconocemos que tenemos tantos desafíos como oportunidades de mejora y crecimiento. La prioridad estratégica es fortalecer la integración de la sustentabilidad en la estrategia global del negocio. Confiamos en el compromiso y talento de nuestro equipo para llevarlo

adelante. Sin su esfuerzo y colaboración, ninguna de las acciones mencionadas podría haber sido realidad. A todos ellos, mi más sincero agradecimiento por ser parte de la construcción de una Rural cada día más sustentable.



**Claudio Dowdall**  
Director General

## CARTA DEL DIRECTOR DE RELACIONES INSTITUCIONALES



Con gran orgullo, presentamos el primer reporte de Sustentabilidad de La Rural desarrollado bajo los lineamientos de GRI (Global Reporting Initiative). Esta memoria no sólo constituye un hito en nuestra trayectoria de gestión sino que se posiciona como caso pionero en nuestra industria a nivel internacional.

Por ser el primer ciclo en el que asumimos el desafío de trabajar con los lineamientos GRI, decidimos realizar una comunicación bianual. En este sentido, el informe cubre el período de enero 2009 a diciembre 2010, lo que nos permitió contar con el tiempo necesario para recopilar la mayor cantidad de información disponible en la organización y analizar los desafíos y oportunidades a los que nos enfrentamos a partir de nuestra gestión.

La política de Responsabilidad Social Corporativa de La Rural es liderada y gestionada desde la Dirección de Relaciones Institucionales, y cuenta con el apoyo de toda la compañía para su implementación.

Creemos que este reporte es el inicio de un largo recorrido como empresa sustentable. Y para avanzar, creemos en la importancia de incorporar las opiniones y sugerencias de nuestros grupos de interés. En la última página encontrará un formulario creado para tal fin, lo invitamos a responderlo y a ayudarnos a conocer sus expectativas y comentarios acerca de nuestro accionar en general y de este reporte en particular.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'JPM' followed by a stylized flourish.

**Juan Pablo Maglier**

Director de Relaciones Institucionales

# PARÁMETROS DEL INFORME

El presente informe abarca el período comprendido entre 2009 y 2010.

A lo largo de sus páginas, damos a conocer los diferentes programas y acciones que emprendemos en respuesta a nuestro compromiso con los grupos de interés.

Asimismo, incluimos información de nuestros indicadores de desempeño social, ambiental y económico, elaborados en base a los lineamientos de GRI (Global Reporting Initiative).

Si tiene alguna duda o consulta acerca del reporte o su contenido, por favor comuníquese con nosotros.

**Dirección de Relaciones Institucionales**

Tel.: (54 11) 4777-5553  
rse@larural.com.ar



# LA RURAL S.A.

# QUIÉNES SOMOS



La Rural Predio Ferial de Buenos Aires es el principal centro de ferias, congresos y eventos de la Argentina y una compañía líder de la industria en América Latina. Es una sociedad anónima de origen nacional y capital privado.

La trayectoria y calidad de servicio constituyen la plataforma en la que se sustenta la excelencia que distingue a la compañía y que le permite ampliar su horizonte de negocios año tras año.

Integrada por más de 140 profesionales y con más de 130 años de historia, es uno de los grandes emblemas de la Ciudad de Buenos Aires y la Argentina, y símbolo de su identidad y tradiciones.

Quiénes  
somos

# NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

## Productos

### Ferias propias

- « Argentina Gráfica
- « BAFWEEK Primavera Verano
- « Bafweek Otoño Invierno
- « Batimat Expo Vivienda
- « Exposición deL Congreso Mundial de Ingeniería
- « Exposición Rural
- « Feria Internacional de Artesanías
- « Nuestros Caballos
- « Nuestros Perros
- « Exposición del Congreso Mundial de la Carne OPIC
- « Salón de Regiones y Agroalimentos
- « Salón Internacional de Turismo de Invierno
- « Village Dakar
- « Vinos y Bodegas

### Ferias en el exterior

- « MOWEEK (Montevideo Fashion Week)
- « Pabellón Argentino en Expo Prado Uruguay

### Espectáculos

- « Ópera Pampa
- « Ópera Pampa Educativo

## Servicios

- « Alquiler de espacios para ferias, congresos , convenciones y eventos
- « Celebration!: Organización integral de eventos de fin de año
- « Organización profesional de congresos (OPC)
- « Gastronomía - Terraza del Central
- « Parking
- « Producción integral de ferias y exposiciones
- « Servicios & Soluciones: servicios a organizadores y expositores



Más información y detalles acerca de nuestros productos y servicios, así como las ferias y eventos que se realizan en el predio en la Memoria Comercial de La Rural.

# LIDERAZGO LOCAL Y PROYECCIÓN INTERNACIONAL

La Rural lidera la industria de ferias y congresos de la Argentina y es un actor clave en el sector a nivel Latinoamericano. \*

Nuestras actividades tienen un importante impacto económico directo en la actividad turística, ya que promueven la llegada de visitantes de todo el mundo. A su vez, durante su estadía, éstos demandan bienes y servicios, lo que impacta beneficiosamente en industrias como transporte, hotelería, gastronomía y entretenimiento, entre otras, y se traduce en un incremento de ganancias en divisas para todo el país y la generación de empleo.

En 2008, dimos los primeros pasos en la exportación de servicios. En alianza con la Asociación Rural del Uruguay asumimos la representación comercial en el país del Pabellón Argentino en Expo Prado, la representación comercial en Argentina de la Exposición Internacional de Ganadería y Muestra Agroindustrial y Comercial de Rural del Prado de Montevideo, Uruguay. Con esta alianza, desde La Rural ponemos a disposición de la entidad uruguaya nuestra trayectoria en comercialización y organización de eventos de gran envergadura y la capacidad de gestión. Además, aportamos un espacio novedoso de participación a las empresas argentinas del rubro agroindustrial interesadas en incursionar en el mercado uruguayo.

De la misma manera, en 2010 sumamos MO Week, la Semana

de la Moda de Montevideo a nuestra cartera de ferias propias. Coorganizado con la agencia Milk AD, apunta a convertirse en el punto de encuentro de las principales marcas y referentes del sector de la moda del Uruguay.

---

\* Fuente "Ranking de predio, de organizadores de congresos y de exposiciones", Revista Ferias y Congresos, N° 162, Abril-Mayo 2011. Pág. 57, 59, 60. Primer puesto en cantidad de exposiciones albergadas. Primer puesto en cantidad de congresos y seminarios albergados. Primer puesto como organizador profesional de ferias. Segundo puesto como organizador profesional de congresos.

"Latinoamérica, La gran oportunidad como mercado ferial emergente", Presentación de la Asociación Internacional de Ferias de América (AFIDA), VIII Congreso Internacional de las Ferias Españolas, Asociación Ferias Españolas AFE, Junio de 2011. Segunda posición entre los principales recintos a nivel latinoamericano en cuanto a cantidad de eventos albergados. Quinta posición entre los principales organizadores regionales.

---

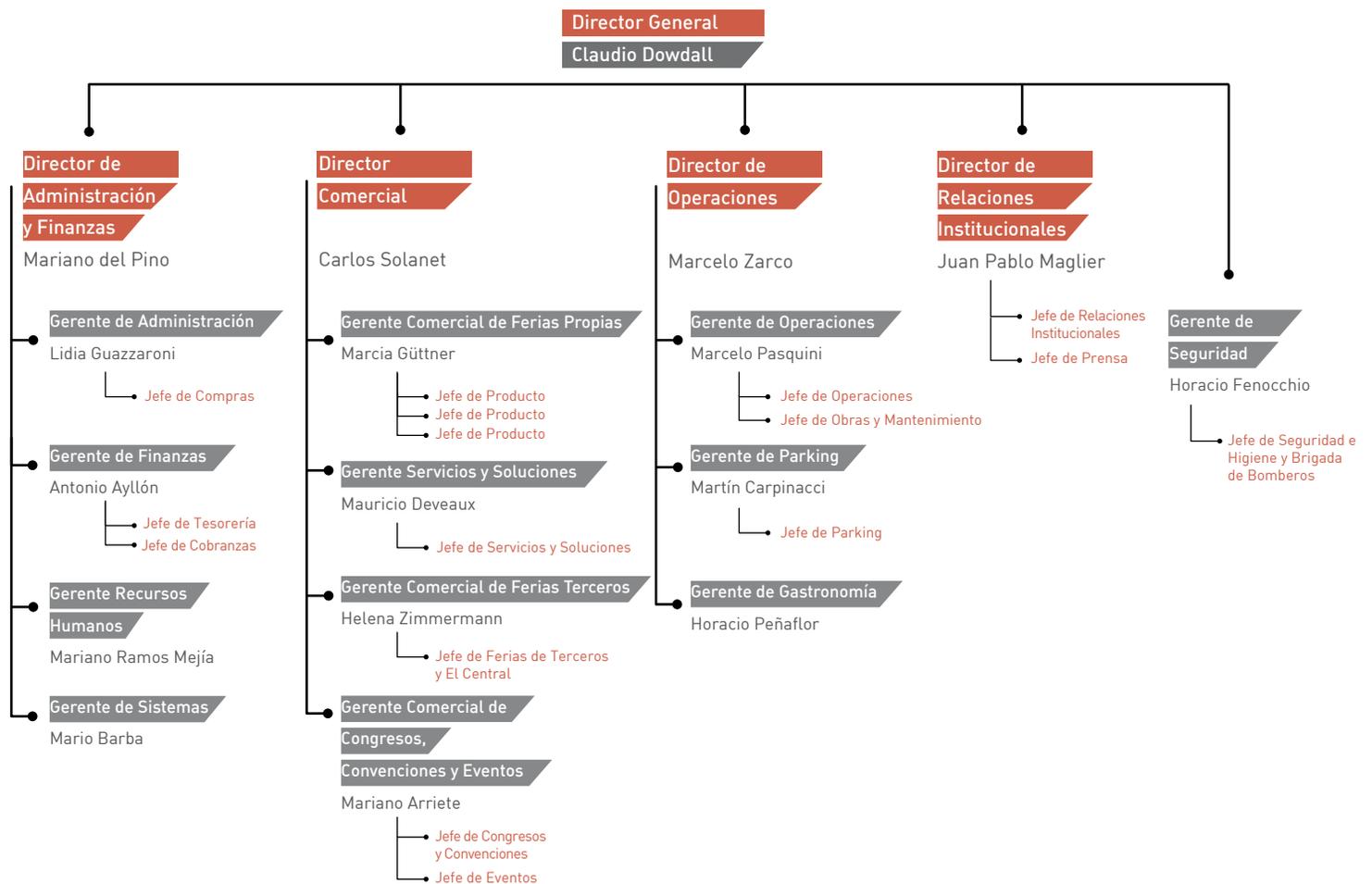
# MISIÓN Y VALORES

Nuestra misión es posicionarnos como vidriera de la producción argentina en el MERCOSUR y hacia el mundo. Para ello, colaboramos con la consolidación de una imagen de país como plataforma exportadora de productos de calidad y prestigio internacional. Con el mismo fin, apostamos a nuestro patrimonio histórico cultural y oferta de servicios de calidad para ubicar a la Ciudad de Buenos Aires en el mapa de los principales centros del turismo de reuniones a escala global.

Para cumplir con estos objetivos, alineamos nuestra labor diaria a los principios que rigen nuestra compañía:

- « Honestidad
- « Cumplimiento de las leyes
- « Desarrollo personal y profesional
- « Calidad y sencillez
- « Actitud de servicio
- « Trabajo en equipo
- « Rentabilidad

# NUESTRO EQUIPO



## LA RURAL EN CIFRAS

CANTIDAD DE EVENTOS	2009	2010
Ferias propias	11	12
Ferias en el exterior	1	2
Ferias de terceros	29	33
Congresos, convenciones y seminarios	57	64
Eventos sociales	29	34
Eventos empresariales	82	124
Espectáculos		1
<b>Total eventos</b>	<b>209</b>	<b>270</b>

	2009	2010
Ventas netas	\$ 79.176.113	\$ 98.300.125
Impuestos y tasas	\$ 6.846.194	\$ 7.157.521
Sueldos / Cargas sociales / Gratificaciones / indemnizaciones	\$ 13.516.163	\$ 15.596.793
Pagos a proveedores	\$ 36.592.845	\$ 44.892.659
Resultado operativo del ejercicio	\$ 16.017.982	\$ 22.248.473
<b>Total del activo</b>	<b>\$ 191.145.821</b>	<b>\$ 191.366.037</b>

# PREMIOS Y DISTINCIONES RECIBIDOS

2009

## Distinciones RSC

Categoría Empresas.  
Por Programa de Reutilización de Recursos.

## Premio Eikon

Categoría Campaña general institucional.  
Por fortalecimiento de la imagen institucional.

## Premio Eikon

Categoría Issues Management.  
Por campaña de prevención contra la Gripe A  
"La Rural te cuida".

2010

## Premio Eikon

Categoría Mecenazgo.  
Por Impulsarte, Programa de Estímulo al Arte  
Contemporáneo.

## Distinciones RSC

Por Corazones Solidarios, funciones especiales de Ópera  
Pampa a beneficio de la labor de UNICEF en Haití.

## Reconocimiento del Gobierno de la Ciudad

Por la participación en el Compromiso Comunitario  
de Plaza Italia.



# LA SUSTENTABILIDAD EN LA RURAL



# NUESTRA ESTRATEGIA

Como ícono histórico de la Ciudad de Buenos Aires y espacio receptor de eventos y personas, la sustentabilidad es el fundamento de nuestro negocio. Tenemos la firme convicción de que nuestra misión no puede realizarse por afuera del compromiso con el entorno social, económico y ambiental. Consideramos que es la única vía para promover una sociedad y un entorno mejor para todos. Por esta razón, desde 2006 desarrollamos una estrategia y un plan de Responsabilidad Social Empresaria.

A cargo de la Dirección de Relaciones Institucionales y con la participación de colaboradores de distintas áreas de la empresa, trabajamos con el desafío de consolidar nuestra estrategia de sustentabilidad a lo largo de la cadena valor. En este sentido, desarrollamos diferentes programas, proyectos y actividades tendientes a contribuir con la comunidad, mejorar los servicios para clientes, integrar a los proveedores y disminuir el impacto ambiental.

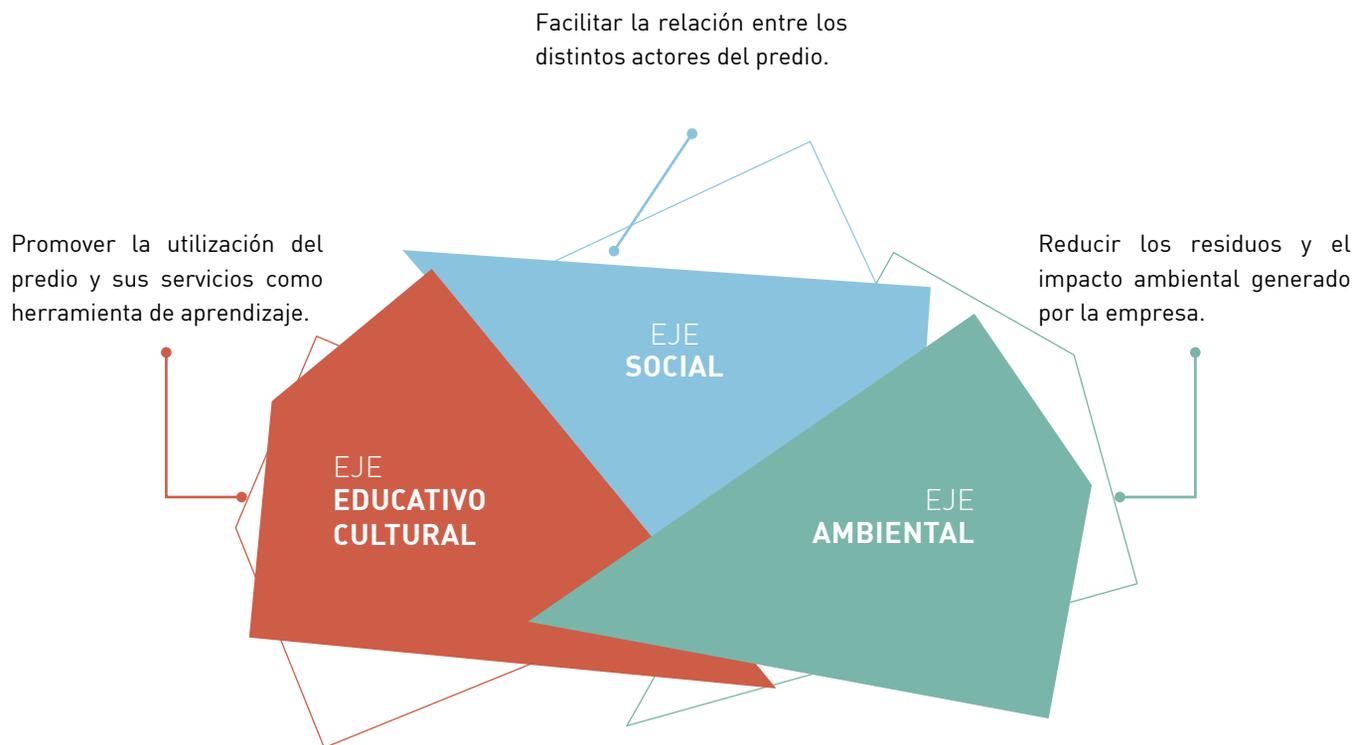
## NUESTRA POLÍTICA

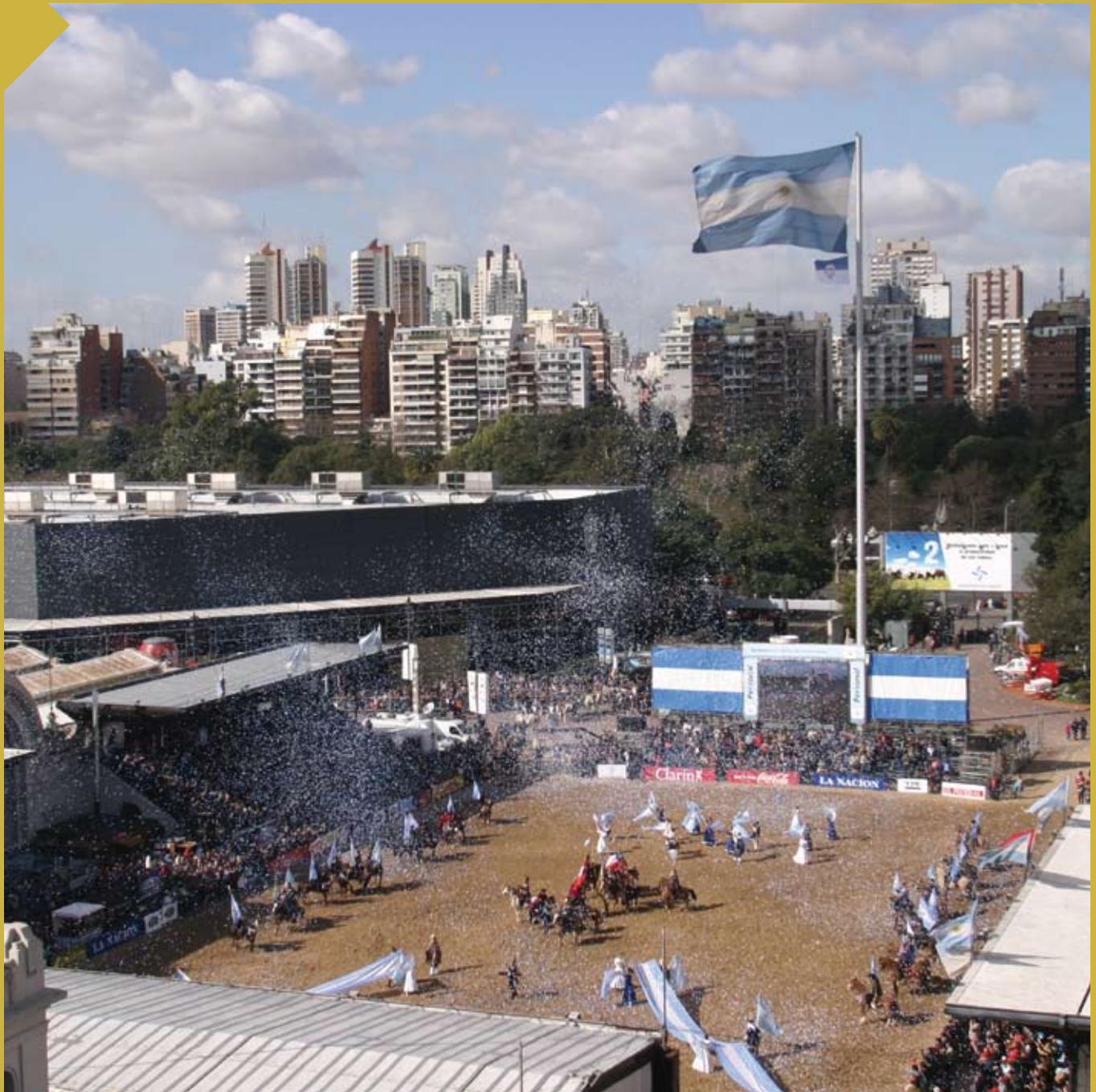
Nuestra política de sustentabilidad parte de la consideración de nuestros grupos de interés y está orientada a contribuir al desarrollo sostenible de nuestro negocio.

En La Rural, definimos a los grupos de interés como aquellos individuos u organizaciones con un interés genuino en nuestro desempeño económico, social y/o ambiental. Son aquellos individuos o grupos que consumen nuestros servicios (clientes), que trabajan para nuestra organización (empleados

y proveedores), así como quienes viven o trabajan en el área en que desarrollamos nuestro negocio (comunidad), considerando que son afectados de manera directa o indirecta por nuestras operaciones.

Organizamos la estrategia de abordaje en tres ejes, dentro de los cuales se enmarcan los diferentes programas llevados a cabo durante 2009 y 2010:





# GOBIERNO CORPORATIVO

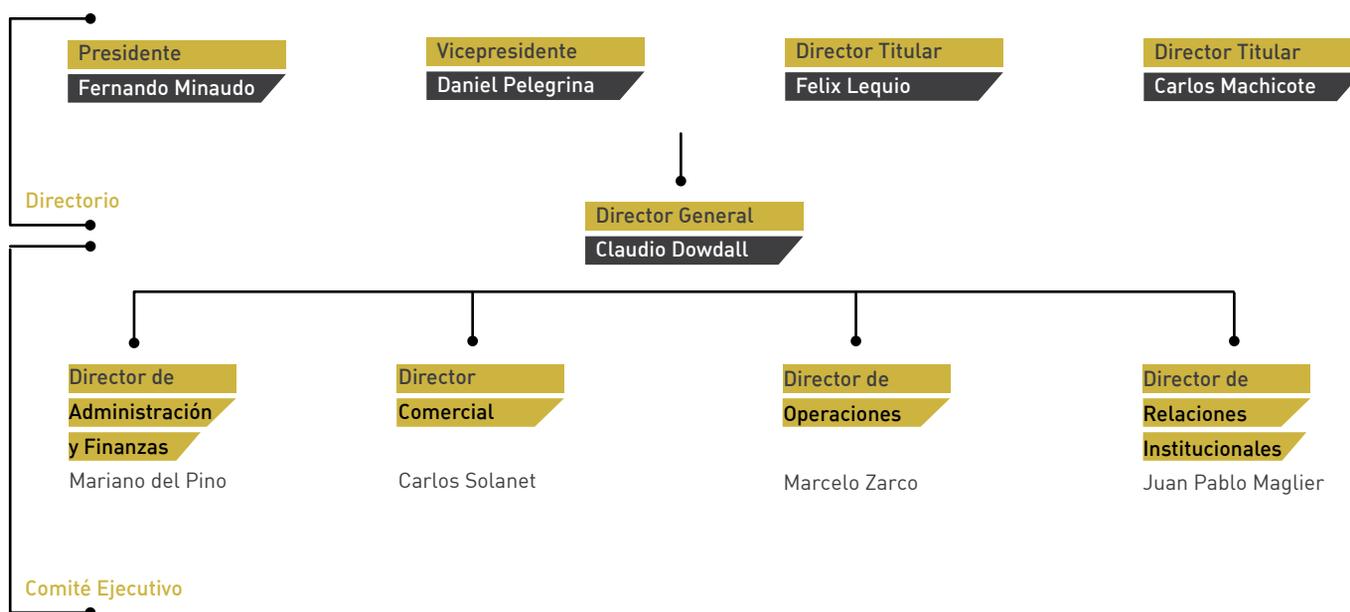
La Rural S.A. divide su paquete accionario en partes iguales entre la Sociedad Rural Argentina y el Grupo de Narváez. El órgano de gobierno de esta sociedad es un Directorio integrado por un Presidente, Vicepresidente, dos Directores Titulares y un Director General. Este cuerpo constituye el máximo escalafón en el proceso estratégico de la organización.

La dirección y administración de la compañía están a cargo de un Comité Ejecutivo, integrado por el Director General y los responsables de las Direcciones de Administración y Finanzas, Comercial, Operaciones y Relaciones Institucionales.

El Director General es el nexo de comunicación entre el Directorio y el Comité Ejecutivo. El Directorio se reúne en

asambleas cuatrimestrales, en las que participa el Director General y donde se abre un espacio de comunicación entre accionistas, resuelven asuntos societarios y estructurales estratégicos. A su vez, el Director General se reúne de manera semanal con el Comité Ejecutivo y los Gerentes de cada área, para intercambiar información del negocio, poner en común las decisiones estratégicas del Directorio y definir en conjunto los planes de acción alineados a tales objetivos.

La Rural cuenta con una política de puertas abiertas por la cual, además de los canales de comunicación formales, todos los empleados cuentan con la posibilidad de ser recibidos personalmente por los Directores o el Director General, en caso de que lo requieran. Además, se realizan dos encuentros



anuales programados en los que el Director General presenta resultados generales y novedades estratégicas de la compañía a directores, gerentes, jefes y jóvenes profesionales. Así, se abre un espacio de diálogo en el que los colaboradores plantean sus necesidades y consultas, para ser elevadas al Comité Ejecutivo, si así lo solicitasen.

La responsabilidad y transparencia del proceso de toma de decisiones de nuestra compañía se basa en la firme guía de nuestra misión y nuestros principios del negocio. Para asegurar un marco de integridad a nuestra conducta corporativa, estamos trabajando en el desarrollo de un Código de Ética Empresarial, con el objetivo de implementarlo en 2011.

## Proceso de definición del contenido del reporte

Con el compromiso de garantizar la pertinencia y objetividad de los contenidos del reporte, se siguieron los lineamientos de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI, por sus siglas en inglés). Esta serie de indicadores cuantitativos y cualitativos nos permitió medir de forma objetiva nuestro desempeño como organización y sistematizar procesos de mejora continua.

El proceso de definición de los contenidos relevantes a incluir en el reporte fue realizado en una serie de encuentros con los representantes de las áreas de Administración, Compras, Operaciones, Recursos Humanos, Relaciones Institucionales y Servicios & Soluciones. Asimismo, se tuvieron en cuenta las expectativas de los diversos grupos de interés, recopiladas a través de los diferentes canales de comunicación de la compañía.

Por otra parte, la selección de los temas e indicadores claves para la organización, la gestión de la recolección de la información y la redacción del reporte fue desarrollada con el soporte de un facilitador externo.

Los lineamientos de la Guía G3, la opinión de los responsables interfuncionales y el feedback de nuestros grupos de interés, fueron valiosas fuentes para determinar los temas claves a abordar en el presente reporte.

### COMPOSICIÓN DEL GOBIERNO CORPORATIVO

#### DIRECTORIO

##### Por género

<b>Mujeres</b>	<b>0</b>
<b>Hombres</b>	<b>100%</b>

##### Por edad

<b>Menos de 30 años</b>	<b>0</b>
<b>Entre 30 y 50 años</b>	<b>83%</b>
<b>Más de 50 años</b>	<b>17%</b>

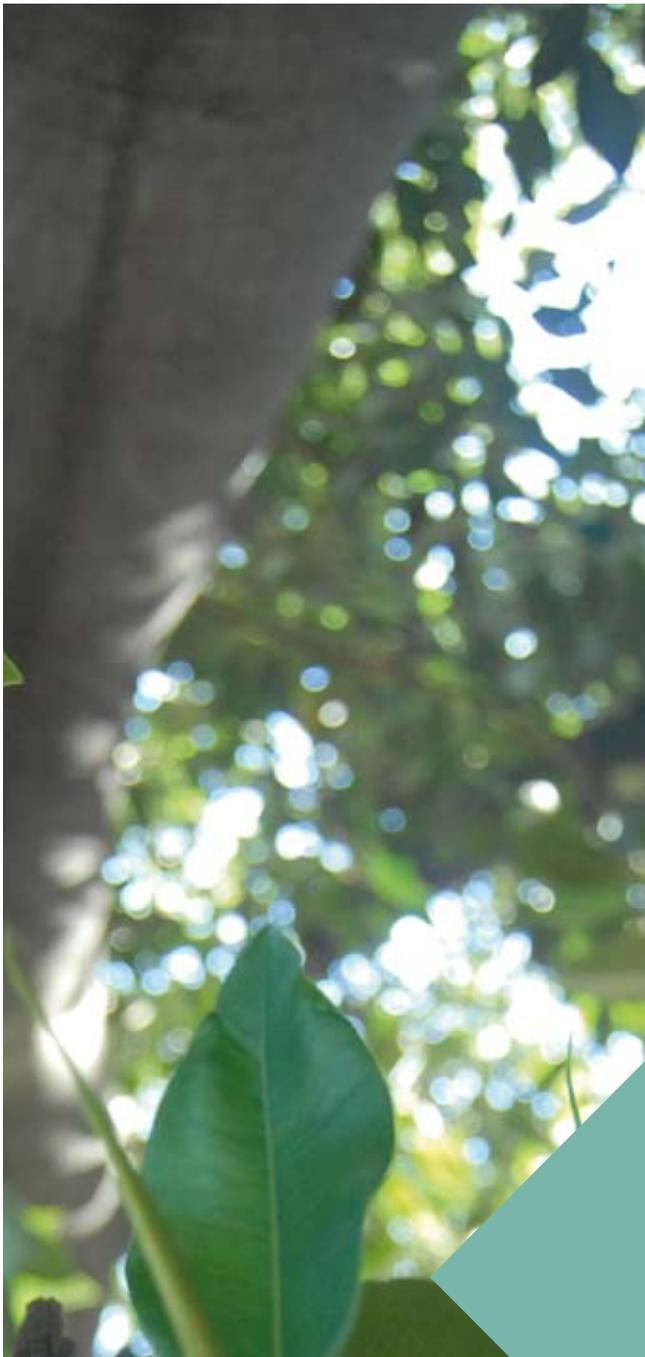
#### COMITÉ EJECUTIVO

##### Por género

<b>Mujeres</b>	<b>0</b>
<b>Hombres</b>	<b>100%</b>

##### Por edad

<b>Menos de 30 años</b>	<b>0</b>
<b>Entre 30 y 50 años</b>	<b>100%</b>
<b>Más de 50 años</b>	<b>0</b>



## COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

SABEMOS QUE LA RESPONSABILIDAD CON EL MEDIO AMBIENTE ES UNA PARTE FUNDAMENTAL DE LA CONSTRUCCIÓN DE UNA **ESTRATEGIA DE NEGOCIO SUSTENTABLE**.

POR ESO, ES UN EJE CLAVE DENTRO NUESTRA POLÍTICA DE SUSTENTABILIDAD. EN ESTE SENTIDO, CONCENTRAMOS NUESTROS ESFUERZOS EN REDUCIR EL **IMPACTO AMBIENTAL** DE LA ACTIVIDAD DE LA COMPAÑÍA.

## INICIATIVAS PARA REDUCIR EL IMPACTO AMBIENTAL

Desde 2004, desarrollamos un Plan de Gestión Ambiental, a través del cual planificamos un programa de actividades tendientes a desarrollar nuestras operaciones de manera integrada y en armonía con el entorno.

### OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

Con el fin de optimizar los recursos de la compañía, realizamos un proceso de migración progresiva de nuestras instalaciones a productos de tecnologías ecoeficientes. Así, entre 2008 y 2009, reemplazamos el 47% de las lámparas de filamento por lámparas de bajo consumo. En 2010, se recambió otro 15% y se fijó como meta la sustitución de 500 luminarias por LED en 2011. Además, se prevé solicitar la utilización exclusiva de leds para iluminación de efectos en eventos.

Nuestra compañía cuenta con un software y sistema centralizado de control y operación de todas las instalaciones, lo que garantiza un permanente monitoreo y seguimiento de las performance del equipamiento. También posee un software de control de seguimiento de consumos eléctricos, que nos permite monitorear y gestionar los picos de demanda y consumo.

En 2010 perfeccionamos la sectorización de los circuitos eléctricos de iluminación del estacionamiento, con el objetivo

de llevar una administración diferenciada por uso, lo que implicará una importante reducción de consumo en los próximos ciclos. Además, extendimos el control remoto de ciclo de encendido y apagado desde el controlador central de los ventiladores de flujo de aire del Pabellón Amarillo. Para 2011, tenemos prevista la actualización del software de control centralizado y abarcar también la iluminación exterior y fachadas, hoy reguladas por temporizadores digitales.

En el mismo sentido, restringimos el horario de encendido y apagado de luces y equipos de aire acondicionado e iluminación tanto desde el sistema centralizado de control de las instalaciones o temporizadores, fundamentalmente en los edificios administrativos y en la iluminación decorativa.

Por otra parte, en días de alta temperatura y eventos de gran afluencia de público, los equipos de refrigeración son encendidos con antelación para ganar inercia térmica y dosificar de manera óptima el parque total de equipos.

Finalmente, en 2010 desarrollamos una campaña de concientización interna para reducir la cantidad de impresiones en papel. Se fijó el objetivo reducir un 10 % de impresiones en relación al año 2009, en el que se realizaron 584.037 copias. Así, en 2010 cumplimos la meta con un total de 522.526 copias impresas.

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO INDIRECTO DE ENERGÍA PRIMARIA <sup>(1)</sup>

	2008	2009	2010
Agua	89.005 m <sup>3</sup>	61.768 m <sup>3</sup>	57.421 m <sup>3</sup>
Electricidad	41.839.2 x 10 <sup>9</sup> Joules	40.640.4 x 10 <sup>9</sup> Joules	40.244.4 x 10 <sup>9</sup> Joules
Gas	4,4935 x 10 <sup>12</sup> Joules	4,3 x 10 <sup>12</sup> Joules	4,1451 x 10 <sup>12</sup> Joules
Gas Oil	6,12 x 10 <sup>11</sup> Joules	1,8159 x 10 <sup>11</sup> Joules	1,7618 x 10 <sup>11</sup> Joules

<sup>(1)</sup> El 100% de la energía consumida por La Rural proviene de recursos no renovables.

## MANUAL DE GESTIÓN AMBIENTAL DE RESIDUOS

Una de los principales focos de nuestro plan ambiental es la reducción de los residuos derivados de las actividades en el predio. En este sentido, ponemos especial atención en el destino final de éstos. Para ello, en 2009 desarrollamos un Manual de Gestión Ambiental de Residuos que tiende a ordenar los procesos de separación, transporte y deposición de los mismos.



LA RURAL  
**RECICLA**



# PROGRAMA DE REUTILIZACIÓN DE RECURSOS

Con el apoyo de la Fundación Compromiso, en 2006 diseñamos un Programa de Reutilización de Recursos. El proyecto promueve la reutilización de recortes de materiales que se producen luego de los eventos y ferias para la construcción de instrumentos didácticos, mobiliarios para las escuelas o para reparación de viviendas.

Las instituciones beneficiarias cuentan en su mayoría con talleres de carpintería, herrería y otros oficios, con fines didácticos o sociales que les permiten procesar los recortes de madera, hierros, alfombras y otros materiales recuperados en cada operativo.

Para la implementación de estos operativos de reutilización brindamos una capacitación previa al personal de las entidades afectadas y les entregamos la ropa y elementos de seguridad necesarios para realizar las tareas.

“DESDE HACE MÁS DE TRES AÑOS LA LEGIÓN DE LA BUENA VOLUNTAD PARTICIPA DEL PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA RURAL, ENCONTRANDO MATERIALES DE CALIDAD Y EFICIENCIA EN UNA PROPUESTA QUE INTEGRA AL CONCEPTO DE LA REUTILIZACIÓN, EL VALOR DEL SERVICIO Y LA SOLIDARIDAD”.

**Simone Texeira**

Coordinadora de Desarrollo Social  
Legión de la Buena Voluntad



PROGRAMA DE REUTILIZACIÓN DE RECURSOS	2009	2010
<b>Operativos realizados</b>	6	9
<b>Instituciones participantes</b>	Legión de Buena Voluntad, Instituto 13 de Julio, Centro de Formación Profesional n° 1 de San Pedro, Colegio Episcopal y Centro de Formación N° 34.	Legión de Buena Voluntad, Instituto 13 de Julio y Centro de Formación Profesional n° 1 de San Pedro.
<b>Material recolectado</b>	19.100 kg	18.050 kg
<b>Beneficiarios directos</b>	405	275
<b>Destino del material reutilizado</b>	Bibliotecas, paredes de viviendas, reparación de relojes y portarretratos.	Reparación de viviendas, juegos didácticos, armado y/o reparación de muebles de comedores comunitarios.

# PROGRAMA DE RECICLADO DE LA FUNDACIÓN GARRAHAN

A partir de 2006, nos sumamos al Programa de reciclado de la Fundación Hospital de Pediatría Garrahan. Como parte de esta iniciativa, todos los empleados de nuestra compañía colaboran recopilando papel, cartón y tapas de plástico, que son entregados mensualmente a la institución para su reciclado.

“A LA FECHA LA RURAL  
CONTRIBUYÓ CON **13.837 KILOS DE  
PAPEL**, LO QUE EVITÓ LA TALA DE  
**238 ÁRBOLES** MEDIANOS”.

**Patricia Gavilán**  
Coordinadora Programas de Reciclado  
Fundación Garrahan



## DIVISIÓN DE RESIDUOS

A partir del lanzamiento del Manual de Gestión Ambiental de Residuos, llevamos a cabo rutinas de retiro de residuos diferenciado por características. Esto nos permite separarlos en "peligrosos" y "no peligrosos", y en función de ello definir su reutilización final. Tal es el caso de los aceites vegetales de las gastronomías (Programa AVU) que son reutilizados para la producción de biodiesel o detergente, la paja de las camas de animales que es útil para compost en el cultivo de champiñones, las botellas de plástico y vidrio o el papel y el hierro que son reconvertidos en materia prima, la madera en muebles o el húmedo reciclable en relleno biodegradable, etc.

En julio 2010, nos propusimos optimizar el proceso de separación, clasificación y tratamiento específico de residuos reciclables. Se instalaron cestos diferenciados en todos los puntos del predio y en los puntos de gastronomía, e invitamos a los visitantes y al personal a dividir los residuos entre secos (reciclables) y húmedos (no reciclables). La acción se acompañó con una campaña de comunicación para visitantes y empleados.

Para reforzar la separación diferenciada entre el personal, el Responsable en Seguridad e Higiene brindó una capacitación a las diferentes áreas y se implementó seguimiento desde la gerencia de Gastronomía.

Para 2011 proyectamos intensificar esta acción e incrementar el grado de efectividad y concientización de operadores, organizadores y armadores de eventos y ferias.

La Rural recicla, ¡gracias a vos!  
Es muy fácil: cada basura con su color.  
¡Ayúdanos a separar!





## TOTAL DE RESIDUOS RECUPERADOS

	2009	2010
<b>Residuos peligrosos</b>		
Patogénicos <sup>(1)</sup>	91.8 kg	117 kg
Restos peligrosos según su Y <sup>(2)</sup>	Sin registros <sup>(*)</sup>	
Pilas y baterías		30 kg
Envases de Pintura		120 kg
Tubos fluorescentes y lámparas de bajo consumo		100 kg
Tonnners		100 kg
Desechos electrónicos		240 kg
<b>Residuos no peligrosos</b>		
<b>Residuos secos reciclables</b>		
Papel <sup>(3)</sup>	1.030 kg	1.244 kg
Tapas de plástico <sup>(3)</sup>	11.5 kg	7.5 kg
Recortes de materiales <sup>(4)</sup>	19.100 kg	18.500 kg
Botellas de vidrio y plástico <sup>(5)</sup>	4.500 kg	5.000 kg
Residuos húmedos no reciclables <sup>(5)</sup>	360.000 kg	350.000 kg
Residuos húmedos reciclables <sup>(6)</sup>	3.000 kg	3.400 kg
AVU <sup>(7)</sup>	550 kg	2.700kg
Grasas <sup>(7)</sup>	1.050 kg	1.300 kg
Aguas con grasa orgánica <sup>(8)</sup>	23.000kg	24.000kg

(1) Material descartable de consultorios y establos retirados por Transmec S.A. (2) Residuos provenientes de talleres, equipos e instalaciones retirados por Benitez Logística (3) Destinado a Programa Fundación Garrahan (4) Programa de reutilización de recursos (5) Botellas y otros envases de plástico y vidrio retirados por empresa AESA (6) Paja proveniente de las camas de animales retirados por empresas Deltacom y Servizi (7) Aceites vegetales y grasas utilizados en gastronomía retirados por RBA Ambiental (8) Líquidos provenientes de interceptoras y cámaras de inspección retirados por Facility Service y PTO S.A. (\*): No hay registros del volumen de residuos peligrosos en 2009 dado que la empresa de retiro se contrató en 2010.

## REDUCCIÓN DEL IMPACTO SONORO

Entre el 2007 y 2010, instalamos pantallas acústicas en los laterales de los equipos de aire acondicionado ubicados sobre sectores linderos a vecinos. Así, se ganó un 80% de superficie absorbente sobre el lateral y una reducción del 50% de ondas sonoras dispersas por los equipos próximos al entorno.

También realizamos un proyectado de celulosa bajo la cubierta del sector del Auditorio y realizamos un confinamiento de los portones de servicio mediante tabique acústico para ganar condiciones internas y mejoramiento externo. Con esta medida, se ganó un 70% de superficie absorbente y redujo en un 60% la posibilidad de fugas de ondas sonoras.

Asimismo, dentro del marco del Programa de relaciones con la comunidad Mejores Vecinos, implementamos reductores de velocidad y ruido, límites de sonido en la fuente de eventos, sistemas de medición de niveles de emisión de sonido y se regularon los horarios de funcionamiento operativo de las calles internas linderas con los edificios vecinos. Todas estas actividades se ejecutaron con un 100% de efectividad y contribuyeron a mejorar el impacto sonoro de nuestras actividades.

Para monitorear de manera continua los niveles de ruido del predio, realizamos mediciones acústicas de seguimiento anual y un certificado. Además, contamos con un estudio de Impacto ambiental y un certificado otorgado por el Gobierno de la Ciudad que fija los lineamientos de funcionamiento del predio y el cumplimiento de las leyes que regulan cada punto.



**Más información acerca del programa Mejores Vecinos en capítulo Comunidad.**

## ORGANIZACIÓN LIBRE DE PCB

La compañía cuenta con siete subestaciones transformadoras de energía de las cuales, hasta 2010, seis poseían transformadores del tipo seco y uno del tipo líquido, que era monitoreado a través de continuos análisis de aceite. Así se aseguró que sus valores se mantuvieran siempre por debajo de los valores permitidos, garantizando operaciones sin riesgo.

Hacia fines de 2010, se realizó el cambio del transformador del tipo líquido por otro del tipo seco, lo que posibilitó que el 100% de los equipos de la organización se encuentren libres de PCB.

## PLAN DE CUIDADO DEL ESPACIO NO EDIFICADO

La Rural cuenta desde 2005 con un plan y una rutina de control de las condiciones de seguridad, higiene y conservación del terreno ubicado entre la calle Juncal y Av. Santa Fe, originalmente destinado a la construcción de la Etapa final del Predio con un Centro de Eventos Múltiples (CEM).

Para garantizar las condiciones de seguridad e higiene y evitar la posible proliferación de insectos, plagas y malezas, así como la concentración de agua en el lugar, llevamos a cabo intensos controles con proveedores especializados, cuyos resultados a la fecha son de 100% de efectividad.

Para comunicar a la comunidad de manera transparente las condiciones permanentes del mismo, incluimos imágenes actuales del sector en cuestión en nuestro sitio web.

# DISMINUCIÓN DE EMISIONES DE GASES DE **EFECTO INVERNADERO**

En diciembre 2010, completamos la primera etapa del Proyecto Gas Ecológico, una iniciativa tendiente a reemplazar el Gas Freón R-22 por Gas Ecológico en los equipos de refrigeración del predio. Para el reemplazo, se eligieron los Gases MO 029 y MO 059 de Dupont, que se diferencian por no causar efecto invernadero, proteger la capa de ozono y ser más eficientes energéticamente.

En esta etapa, se sustituyó el gas en equipos de hasta 1 tn de refrigeración, que representa el 1% de la instalación. En una segunda fase, que se espera completar en 2011, se hará en los equipos de 110 kg, completando otro 3%. Las siguientes etapas se desarrollarán progresivamente, con el objetivo de completar el recambio integral en 2020.

## **Empresas amigas de la movilidad sustentable**

Con el mismo fin, nos sumamos al programa "Empresas Amigas de la Movilidad Sustentable" impulsado por la Subsecretaría de Transporte del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Su objetivo es fomentar el uso de la bicicleta como medio de transporte económico, ágil, no contaminante y saludable que contribuye a la disminución de las emisiones del efecto invernadero. Como parte de nuestro compromiso, difundimos las comunicaciones del programa entre los empleados y visitantes.



# IMPACTO DE LA PROBLEMÁTICA AMBIENTAL EN NUESTRO NEGOCIO

Como parte de nuestra política de sustentabilidad, evaluamos el impacto de la problemática ambiental en el negocio. Reconocemos una serie de problemas operativos que podrían surgir como efecto del calentamiento global en el mediano plazo y afectar a nuestra actividad. Entre los principales, se encuentran las restricciones en los suministros de energía, agua, gas y combustibles no renovables. Estos riesgos conllevan la necesidad de preparar el predio con energías alternativas, prever un mayor equipamiento de climatización e inversión en equipamiento de última generación.

Por otra parte, todo plan de acción asociado a este escenario representa una serie de oportunidades para nuestra organización. Un compromiso social a futuro, una contribución al mejoramiento ambiental, una inversión eficiente a mediano y largo plazo, y anticiparnos a las legislaciones y regulaciones en la materia. También, implican la oportunidad de formar parte del

sistema de compañías genuinamente comprometidas con la sustentabilidad y constituye un diferencial para sumar a nuestros atributos comerciales.

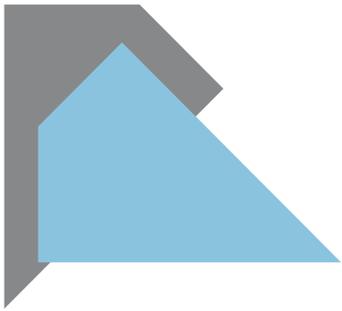
De la misma manera, el escenario genera consecuencias para nuestro negocio. Positivas, como el compromiso con una visión desafiante, en la que proyectamos innovaciones y erogaciones bajo la pauta de inversión y no de gasto. También negativas, como son las erogaciones no articuladas con incentivos o financiamiento por parte de los organismos públicos.

Las próximas etapas de las diferentes actividades del Plan de Gestión Ambiental se encuentran contempladas en los presupuestos futuros de Gastos e Inversiones. En este sentido, las erogaciones previstas hasta el año 2020 son del orden de los U\$S 700.000.

## INVERSIÓN PLAN AMBIENTAL

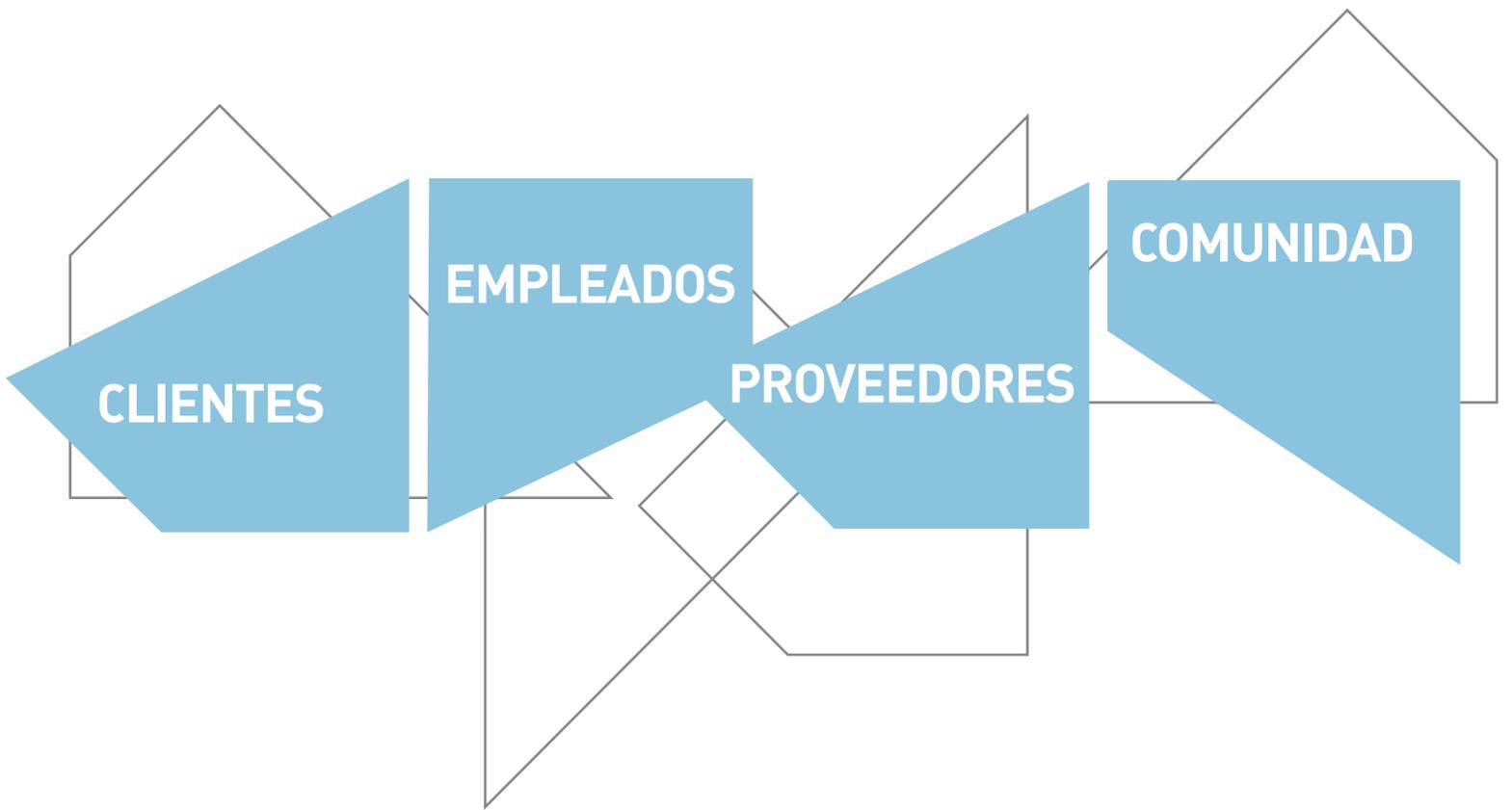
	2009	2010
Mediciones acústicas	\$ 17.000	\$ 10.000
Obras de optimización acústica	\$ 157.000	\$ 30.000
Luminarias de bajo consumo / LEDS	\$ 60.000	\$ 60.000
Modificación de circuitos	\$ 15.000	\$ 30.000
Compra e instalación de transformadores secos	(1)	\$ 566.000
<b>Plan de división de residuos</b>		
Equipamiento necesario	\$ 40.000	\$ 15.000
<b>Transporte de residuos</b>		
Húmedos reciclables	\$ 250.000	\$311.900
Patogénicos	\$ 5.000	\$15.000
Peligrosos		\$ 7.000
Aguas con grasas	\$ 15.000	\$ 10.000
Honorarios externos	\$ 10.000	\$ 10.000
Equipos Plan de recupero	\$ 10.000	\$ 10.000
<b>Impuestos</b> (2)		\$ 24.500

(1) No se realizaron compras en el período 2009 (2) Cargo anual por residuos húmedos no reciclables.



---

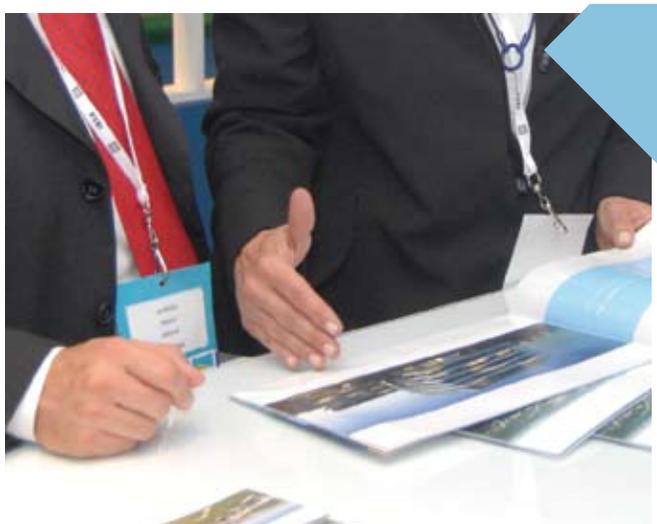
COMPROMISO  
CON NUESTROS  
GRUPOS  
DE INTERÉS



# CLIENTES

Son aquellos que visitan las ferias, convenciones y eventos que se desarrollan en nuestro recinto, los responsables de su organización y también quienes exponen sus productos y servicios.

Su bienestar y confianza son dos activos claves para el crecimiento sostenible de nuestro negocio. Por ello, asumimos el compromiso global de brindarles una atención de excelencia y un servicio integral de alta calidad. Escuchamos sus necesidades para satisfacerlas con la mejora continua de nuestras facilidades y prestaciones.



## CLIENTES

	2009	2010
<b>Visitantes</b>		
Ferias y Exposiciones	3.316.010	1.562.248
Congresos, Convenciones y Seminarios	28.596	40.978
Eventos empresariales y sociales	100.100	113.455
Espectáculos	57.441	9.000
<b>Organizadores</b>		
Ferias y Exposiciones	40	46
Congresos, convenciones y seminarios	57	79
Eventos empresariales y sociales	111	156
Espectáculos	0	1
<b>Expositores</b>		
Ferias y Exposiciones	8.486	9.771

# VISITANTES

## LA RURAL ACCESIBLE

Porque creemos que todos los visitantes deben poder disfrutar por igual de nuestro centro de ferias y convenciones, desarrollamos un programa de optimización de las condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad.

El plan se realizó con el asesoramiento de CILSA, ONG que trabaja por la inclusión de personas con discapacidad, y fue dividido en dos fases. Por un lado, enfocado en la sensibilización, concientización y capacitación del personal (más información en capítulo "Empleados"). Por el otro, en el desarrollo de un relevamiento arquitectónico del predio y un mapa de accesibilidad. El objetivo fue lograr un abordaje integral, que no sólo contemple la disolución de barreras arquitectónicas, sino comunicacionales e ideológicas, para lograr un entorno realmente accesible.

Como resultado, en junio 2010, CILSA presentó un informe basado en los requisitos de deambulaci3n, aprehensi3n, localizaci3n y comunicaci3n. Este relevamiento incluy3 las ventajas y dificultades del predio en cada concepto, as3 como las recomendaciones para mejorar cada aspecto. Nos comprometemos a resolver las dificultades e implementar las recomendaciones en el corto plazo para contar con un predio 100% accesible para todos. Por ejemplo, en 2010 se incorpor3 el sistema Braille a las botoneras de ascensores del predio y en las cartas de restaurantes.



"LA APARICI3N DE NUEVOS PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA SON FUNDAMENTALES, YA QUE HACEN QUE NUESTRO TRABAJO SEA MUCHO M3S VISIBLE Y MASIVO".

**Liliana Souss**

Responsable de Relaciones con Empresas  
CILSA ONG Argentina por la inclusi3n



Cientes

# LA RURAL TE CUIDA



Creemos que la prevención es nuestra mejor defensa y es una responsabilidad compartida. Bajo esta premisa, en 2009 nace "La Rural te cuida". Originalmente diseñado para dar respuesta a la pandemia de la Gripe A (H1N1), continúa desde entonces como un programa integral de iniciativas de prevención y cuidado de la salud dirigido a nuestros clientes y nuestro público interno.

2010



## Campaña Gripe A

En julio 2009, en el contexto de la emergencia sanitaria de la Gripe A, desarrollamos un intensivo programa de prevención para asegurar la continuidad y seguridad de la Exposición Rural. En este sentido, desarrollamos una fuerte campaña de concientización acerca de formas de prevenir el contagio dirigida a visitantes, organizadores y expositores. La información se difundió desde nuestro sitio web, desde un video proyectado en el predio, con mensajes adaptados a diferentes públicos en afiches y carteleras, y a través de folletos y publicidad en el catálogo oficial de la muestra.

Por otra parte, reforzamos las medidas de higiene y colocamos dispensers de alcohol en gel en puntos estratégicos del predio. Además, dispusimos de equipos médicos para el monitoreo y detección de eventuales casos del virus entre visitantes, organizadores y expositores.

## Gripe A H1N1 LA RURAL TE CUIDA

Para **caidarte a vos** a cada uno de los que visitan el predio:  
• **Reforzamos las medidas de Higiene** profundizando la limpieza y desinfección  
• **Capacitamos** a nuestros empleados para no contagiar ni ser contagiados  
• **Generamos Concientización** a través de diversas formas de comunicación

La **prevención** es nuestra mejor defensa

2009

Gracias a las medidas preventivas adecuadas y el aval de la OPS (Organización Panamericana de la Salud) y AFIDA (Asociación Internacional de Ferias de América) mantuvimos la continuidad y seguridad de nuestros eventos en un contexto de emergencia.

En 2010, ante un potencial rebrote del virus iniciamos una campaña de comunicación junto a UNICEF dirigida a mantener informados y generar conciencia en nuestros visitantes, organizadores y expositores acerca de las medidas de prevención.

## Combatimos el Dengue

Durante todo el año, llevamos adelante tareas de prevención contra el Dengue conforme a las recomendaciones del Ministerio de Salud del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Con la cercanía del verano 2009/2010 intensificamos nuestra rutina con una fumigación preventiva, un relevamiento de espacios y recipientes naturales de agua en el predio, eliminamos todos los contenedores de agua innecesarios e intensificamos el mantenimiento del espacio no edificado en la calle Juncal.

Además, difundimos las medidas de prevención contra la enfermedad entre nuestros empleados, visitantes, organizadores y expositores a través de materiales de comunicación en carteleras, web y comunicados.

## Combatimos el Dengue LA RURAL TE CUIDA

Para **cuidarte a vos** y a cada uno de los que visitan el predio, La Rural **intensificó** la rutina preventiva que incluye:

- **Fumigación** preventiva avalada por disposiciones vigentes.
- **Identificación y tratamiento** de los espacios y recipientes naturales o artificiales en donde se pudiera estacionar agua.
- **Eliminación** de aquellos contenedores de agua innecesarios.
- **Mantenimiento** del espacio no edificado y espacios verdes para garantizar sus condiciones de orden, higiene y seguridad.

Para **prevenir** el Dengue el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires **recomienda**:



Cambiar el agua de los floreros y bebederos de animales diariamente



Vaciar todos los recipientes que contengan agua (tanques, barriles)



Eliminar todos los objetos inservibles que puedan acumular agua de lluvias (latas, botellas vacías, cubiertas, macetas)



Reforzar las medidas de limpieza de su casa



Mantener los elementos útiles en desuso boca abajo (baldes, frascos, tachos)

El Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires ha dispuesto para **consultas** el teléfono:  
**0800-999-2727**

Cuidamos el bienestar de nuestra gente y de quienes nos visitan  
**La prevención es nuestra mejor defensa**



## PLAN DE SEGURIDAD E HIGIENE

En línea con nuestro compromiso hacia el bienestar de visitantes y clientes, así como el cumplimiento de las leyes, llevamos a cabo los siguientes planes de acción en materia de higiene y seguridad:

- « Auditorías de control bromatológico
- « Programa de control operativo y seguridad e higiene
- « Brigada propia de bomberos
- « Solicitud, control y seguimiento de:
  - « Planes y planos de evacuación en eventos
  - « Matriculado eléctrico para instalaciones
  - « Cálculo de estructura con matriculado para entresijos y estructuras resistentes
  - « Ignifugado de elementos en eventos
  - « Vías de escape de los edificios garantizadas
  - « Presencia médica y móvil de traslado en eventos
  - « Seguridad privada homologada por el GCBA
  - « Normas generales de armado en eventos
- « Restricción de utilización de gases y elementos pirotécnicos
- « Restricción de niveles de emisión de sonidos

## LA RURAL RECICLA

En el marco de la exposición Rural del Bicentenario invitamos a nuestros visitantes y clientes a ser parte activa de nuestro compromiso con el medio ambiente. Colocamos cestos dobles en todo el predio para que cada persona sea responsable de dividir sus residuos entre secos (reciclables) y húmedos (no reciclables), y así colaborar en optimizar el proceso de separación, clasificación y tratamiento específico de residuos reciclables. La acción se potenció con una campaña de comunicación, que se difundió a través de carteleras y videos en todo el predio.



# CLUB LA RURAL

Desde 2007, este programa ofrece beneficios para visitantes frecuentes y clientes con el objetivo de brindarles un valor adicional y desarrollar relaciones duraderas con ellos, a través de un canal de comunicación fluido, recíproco y cercano.

El "Club La Rural" otorga una tarjeta de beneficios a sus socios con la que acceden a invitaciones especiales, promociones y descuentos en el predio y otros comercios:

« Ingreso gratuito o 2 x 1 a ferias, exposiciones y eventos en La Rural.

«Invitación a eventos especiales, pre-opening, acceso preferencial y visitas guiadas a muestras.

« Almuerzo de cumpleaños en el restaurante Terraza del Central.

« Descuento permanente en el parking de La Rural todo el año.

« Descuento permanente en los locales de Pizza Cero y La Brioche Doré de La Rural.

« Descuento permanente en el restaurante Terraza del Central.

« 2 x 1 en entradas al show Opera Pampa en cualquiera de sus formatos.



# EXPOSITORES

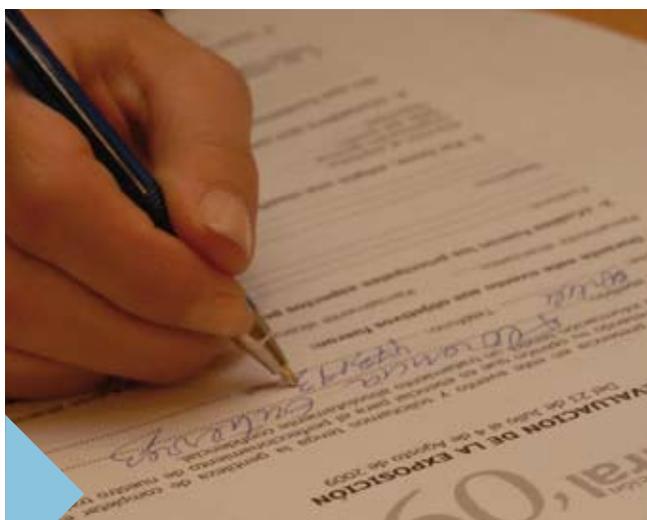


# ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Es nuestro compromiso con los expositores generar un espacio de visibilidad rentable para sus productos y servicios, facilitar oportunidades de negocios y promover la afluencia de visitantes a las ferias en que participan.

Para conocer sus experiencias, expectativas y necesidades en relación a los eventos que desarrollan en nuestro recinto, desarrollamos una encuesta, tomando como muestra la Exposición Ganadera, que es nuestra principal exposición propia y concentra el 25% de los visitantes totales anuales.

En 2009 y 2010 llevamos a cabo la encuesta de evaluación de la exposición, que se realizó al concluir el evento y cuyos resultados fueron muy positivos para la organización. Allí se les consultó acerca de la organización, atención, facilidades del predio, gastronomía y atención al expositor.



“LAS EXPECTATIVAS FUERON CUMPLIDAS, HUBO UNA GRAN CANTIDAD Y CALIDAD DE EXPOSITORES Y LA ORGANIZACIÓN FUE MUY BUENA. GENERAMOS MUCHOS CONTACTOS DE GRAN VALOR PARA NUESTRA COMPAÑÍA”.

**Gabriela Quiss**

Coordinadora de eventos

Biogénesis Bagó

Expositor de Exposición Rural Bicentenario

# ORGANIZADORES

**PODEMOS MÁS**

Programa de mejora continua de la actividad ferial



## PODEMOS MÁS

En línea con nuestro compromiso hacia los organizadores de brindarles una solución integral de calidad y un servicio de excelencia para los eventos que desarrollan en nuestro recinto, en 2009 creamos "Podemos más".

Este programa de mejora cualitativa de la actividad ferial se basa en la realización de encuentros periódicos participativos entre las empresas organizadoras de ferias, exposiciones, congresos y convenciones. En éstos se genera un espacio para escuchar sus necesidades e intereses, su visión y experiencias. El objetivo es reforzar los procesos y la modalidad de trabajo, identificar aquellas áreas a mejorar en el centro de exhibiciones y sus servicios, y por otra parte, comprometerlos con nuestra política de sustentabilidad.

El primer encuentro se realizó en octubre 2009 en La Rural. Allí, 30 directivos de empresas organizadoras líderes compartieron casos prácticos de ferias exitosas, abordaron asuntos de Responsabilidad Social Empresaria y debatieron propuestas para afrontar las problemáticas que afectan al sector.

En 2010, organizamos dos nuevos encuentros, uno con intendentes y responsables técnicos de organizadores, y otro con proveedores de diseño y constructores de stands. En el primero, se dio una capacitación acerca de las medidas de seguridad necesarias y en el segundo, se compartieron las acciones desarrolladas como parte del Programa de Reutilización de Recursos, invitándolos a sumarse y capitalizarlo como una acción de sustentabilidad para la compañía.



**PODEMOS MÁS**  
Programa de mejora continua de la actividad de ferias y congresos de La Rural

La Rural lo invita a una nueva Charla de integración, mejoras y desafíos de nuestro mercado dirigida a constructores de stands que operan en nuestro centro ferial

**Agenda**

La Rural y su mercado:  
Características generales del predio, reglamentaciones y normativas vigentes

Uso eficiente de recursos en la prestación de servicios:  
Factores de calidad en la construcción de stands, desafíos y metas

Fondo de mejoras continuas:  
Intercambio de propuestas e inquietudes

Jueves 30 de septiembre | 8.30hs | Sala Ceibo de La Rural - Juncal 4431  
Rogamos confirmar asistencia: [ravp@larural.com.ar](mailto:ravp@larural.com.ar) | 4777-5553

**LA RURAL**  
Instituto de Buenos Aires

## CANALES DE COMUNICACIÓN CON NUESTROS CLIENTES

- « Cartelería interna
- « Casilla de correo [info@larural.com.ar](mailto:info@larural.com.ar)
- « Comunicaciones del "Club La Rural"
- « Folletos
- « Libro de quejas
- « Publicidad en medios
- « Sitio web
- « Redes sociales

- « Casilla de correo [atencionalexpositor@larural.com.ar](mailto:atencionalexpositor@larural.com.ar)
- « Encuesta de evaluación
- « Reuniones previas y de cierre
- « Libro de quejas
- « Líneas gratuitas de atención al expositor  
0800 555 LARURAL (2787)  
0810 555 LARURAL (2787) para llamadas desde el interior
- « Memoria comercial
- « Redes sociales

- « Encuentros "Podemos más"
- « Entrevistas de seguimiento
- « Libro de quejas
- « Memoria comercial
- « Sitio web
- « Redes sociales
- « Reuniones previas y de cierre



# EMPLEADOS

CRECEMOS GRACIAS AL TALENTO  
Y VOCACIÓN DE NUESTRO EQUIPO



## Empleados

Día a día, trabajamos comprometidos con el desarrollo profesional y la integridad física y moral de nuestros colaboradores. Ellos son el principal motor del crecimiento sostenible de La Rural.

En su planta permanente, La Rural emplea alrededor de 140 personas e invierte más de 11 millones de pesos en sueldos, jornales, gratificaciones e indemnizaciones. Asimismo, promueve la inserción laboral de los más jóvenes, con la contratación de seis pasantes que cumplen media jornada, de acuerdo a lo establecido por la Ley Nacional de Pasantías.

Por otra parte, la actividad del centro de eventos requiere de la contratación eventual de personal, que es estacional y varía de acuerdo a la época del año.

EMPLEADOS		
	2009	2010
<b>Personal de La Rural S.A.</b>	134	136
Tiempo completo	98%	98%
Tiempo parcial	2%	2%
Bajo Convenio Colectivo de Trabajo	52%	54%
<b>Por posición</b>		
Directores y Gerentes	11%	11%
Jefes	11%	11%
Supervisores	23%	24%
Personal	55%	54%
<b>Por género</b>		
Mujeres	42%	41%
Hombres	58%	59%
<b>Por edad</b>		
Menos de 30 años	48	49
Entre 30 y 50 años	71	72
Más de 50 años	15	15

## Ser motor del empleo

Nuestras actividades movilizan una cadena de producción que excede nuestro espacio físico, lo cual nos convierte en un importante agente generador de empleo, con impacto económico directo e indirecto en la comunidad.

Gracias al relevamiento de las acreditaciones en ferias, exposiciones y eventos, conocemos la cantidad de personas que desarrollan tareas laborales relacionadas con la actividad de nuestros eventos. Este análisis nos permite identificar el alcance, tipo y sector de empleo generado. Como resultado, comprobamos que durante 2009 y 2010, los eventos realizados en nuestros espacios generaron casi 100.000 oportunidades de empleo de manera directa e indirecta.

PROYECCIÓN DEL EMPLEO GENERADO POR LA ACTIVIDAD DE LA RURAL		
	2009	2010
Personal de La Rural S.A.	134	136
Personal fijo organizadores	398	1.165
Personal temporario organizadores	995	1.209
Personal expositores	19.836	22.342
Personal de armado y construcción de stands	8.127	8.294
Personal proveedores de servicios		
« Personal de seguridad	1.480	1.396
« Personal de limpieza	1.328	967
« Otros servicios (acreditaciones, control de acceso, sonido, técnica, etc.)	3.735	2.691
« Personal de gastronomía	14.220	10.329
<b>Total</b>	<b>50.253</b>	<b>48.533</b>

## CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

En La Rural, nos preocupamos por fortalecer el vínculo entre nuestros colaboradores y alinear el trabajo sobre los mismos valores y objetivos. Con este objetivo en mente, así como para poder escuchar y responder a nuestros colaboradores de manera ágil y transparente, desarrollamos una serie de canales de comunicación y puntos de encuentro periódicos:

- « Atención en oficinas de RRHH
- « Boletín Larural.news
- « Cartelera
- « Casilla de correo comunicacioninstitucional@larural.com.ar
- « Comunicados internos
- « Manual de inducción para ingresantes
- « Reuniones
- « Reuniones
- « La Rural por vos



## SER PARTE DE NUESTRO EQUIPO

“DURANTE MI PASANTÍA PUDE PONER EN PRÁCTICA DIVERSOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS EN FORMA TEÓRICA A LO LARGO DE MIS ESTUDIOS. SIN DUDAS, ES UN APRENDIZAJE DIARIO EL FORMAR PARTE DE ESTA ORGANIZACIÓN ASPIRANDO SIEMPRE A SUPERAR NUEVOS OBJETIVOS”.

**Juliana Orlandi**

Pasante de Prensa



Para promover oportunidades de empleo en nuestra organización, contamos con una política formal de incorporación de personal. Los principales canales de reclutamiento son las búsquedas laborales que publicamos en medios de comunicación masivos y especializados. En todos los casos, los participantes de los procesos son entrevistados por el equipo de Recursos Humanos y los Gerentes o Jefes a cargo.

En 2009, recibimos 250 postulaciones, que se tradujeron en 50 entrevistas y materializaron en 18 incorporaciones. En 2010, contabilizamos 250 postulaciones, se realizaron 40 entrevistas e incorporaron 15 personas.

Asimismo, estamos abiertos a las presentaciones espontáneas a través de nuestra mesa de entradas, sitio web y recomendaciones. Todos los curriculums recibidos son derivados a la base de datos de Recursos Humanos y eventualmente considerados en procesos de búsqueda.

## EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

Con el objetivo de identificar las competencias, conocimientos y el potencial de nuestros colaboradores, desde 2008 implementamos una política formal de evaluación de desempeño dirigida a Directores, Gerentes y Jefes. La evaluación se realiza de manera anual e incluye la autoevaluación del empleado, una reunión de evaluación con su superior directo y la determinación conjunta de objetivos para el siguiente año.



En 2009, 18 colaboradores participaron de la evaluación de desempeño. En 2010, lo hicieron 28 personas, entre Directores, Gerentes y Jefes.

En el tercer año de implementación como proceso formal, podemos afirmar que se mejoraron notablemente los resultados individuales, la comunicación y el cumplimiento de los objetivos planteados. Asimismo, de manera no formal, el resto de la dotación es evaluada por sus jefes y gerentes.

ROTACIÓN DEL PERSONAL		
	2009	2010
Desvinculaciones	31	14
<b>Por género</b>		
Mujeres	38%	35%
Hombres	62%	65%
<b>Por edad</b>		
Menores de 30 años	77%	86%
Mayores de 30 años	23%	14%
Tasa de rotación	2%	2%

## LIBERTAD DE ASOCIACIÓN

Actualmente, el 54% de nuestros colaboradores de planta permanente está cubierto por Convenios Colectivos de Trabajo. Por otra parte, prácticamente el total de los empleados con contratos eventuales está cubiertos por este tipo de acuerdos.

Acompañamos la libertad de asociación de nuestros colaboradores, suministrándoles información sobre este derecho y facilitando las reuniones sindicales en horario de trabajo, con previa autorización y de acuerdo lo establece la ley. En este sentido, la empresa tiene representación de dos empleados en el Sindicato de Empleados de Comercio y participa de reuniones periódicas con sus delegados. Durante el período abarcado por este reporte, no se registraron instancias en las que se ponga en riesgo la libertad de asociación o la posibilidad de participar de convenios colectivos, ni se realizaron nuevos acuerdos con los sindicatos.



## CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN CONTINUA

En La Rural promovemos que nuestros colaboradores puedan y quieran superar su propio desempeño. Para desarrollar su potencial, brindamos oportunidades de capacitación y formación continua dentro de la empresa y en instituciones educativas. En este sentido, en algunos casos facilitamos medias becas para estudios universitarios de posgrados y capacitaciones técnicas.



### PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN 2009 / 2010

	Participantes	Horas
Programa de formación de Jóvenes Profesionales	15	8
Programa de formación de Jefes	15	8
Programa de formación de Gerentes	16	8
Taller de Team Building Jefes	15	48
Taller de Team Building Gerentes	16	48
Cursos de formación en Asuntos técnicos, seguridad e higiene	22	4
Cursos de idiomas	20	1 hora semanal
Media beca Posgrado	5	60
Curso técnico IAE	8	8
Taller de inclusión CILSA	38	6



## TALLERES DE INCLUSIÓN

En el marco del programa “La Rural accesible”, capacitamos a los empleados con contacto directo con el público sobre los aspectos claves para vincularse en forma eficaz con los visitantes con discapacidades.

Así, en junio los profesionales de CILSA brindaron dos cursos en el que 38 empleados de la compañía participaron de actividades orientadas a la sensibilización y concientización acerca de la discapacidad. Además de promover entre nuestro equipo el respeto por las personas con capacidades diferentes,

buscamos mejorar los servicios de nuestra organización para que todos puedan acceder y disfrutar de las actividades que en él se desarrollan.

De esta manera, esta capacitación busca contribuir al respeto por los derechos humanos y la no discriminación tanto entre nuestro equipo, como entre visitantes, organizadores y expositores.

## EDUCACIÓN, PREVENCIÓN Y CONTROL DE RIESGOS

Nuestras actividades se realizan bajo un férreo compromiso con la salud y seguridad de nuestros colaboradores. Con este objetivo, llevamos a cabo el programa “La Rural te cuida”, a través del cual promovemos la prevención y control de enfermedades y accidentes en el trabajo. El programa incluye una serie de campañas y cursos de educación, asesoramiento y prevención de riesgos dirigidos a empleados de planta permanente y eventual.

Beneficiarios del programa	Educación Capacitación	Asesoramiento	Prevención y Control de Riesgo	Tratamiento
Empleados	✓	✓	✓	-
Familiares	-	✓	✓	-
Comunidad	✓	-	-	-

« **Gripe:** Se desarrolló una intensa campaña de comunicación interna para reforzar las medidas de prevención. Las recomendaciones, sintomatología y línea de consultas se difundieron a través de afiches informativos, comunicados y folletos. Asimismo, se brindaron charlas informativas al personal a cargo de médicos especializados.

« **Dengue:** Campaña con afiches informativos, comunicados y folletos con medidas preventivas, sintomatología y teléfono para consultas.

« **Campaña** de comunicación para promover el uso de

elementos de protección “Cuidémonos, usemos cascos”

« **Charla** sobre elementos de protección personal

« **Curso** de manipulación de alimentos para empleados de gastronomía

« **Entrenamiento** para evacuación de incendio

« **Cursos** de seguridad



Ver más información acerca de nuestra política de Salud y Seguridad en capítulo Medio Ambiente.

# BENEFICIOS

Como parte del compromiso con nuestros empleados, buscamos ofrecer un conjunto de beneficios adicionales para compensar su dedicación y esfuerzo, así como promover el equilibrio entre la vida laboral y personal.

- « Política de gratificaciones anuales de acuerdo a categoría y evaluación del desempeño individual.
- « Semana de vacaciones adicionales para directores, gerentes y jefes que hayan participado activamente en la organización de determinados eventos.
- « Teléfono móvil y gastos de línea para todo el personal.
- « Gestoría previsional para empleados en condiciones de jubilarse.
- « Política de atenciones al personal en cumpleaños, casamiento, nacimiento de hijo, fallecimiento, fin de año, etc.
- « Descuentos y beneficios “La Rural por vos”.
- « Vales de comida para empleados temporales
- « Parking gratuito
- « Entradas sin cargo a ciertas exposiciones para el empleado y su familia.

## La Rural por vos

Desde 2010, formalizamos un plan de beneficios y descuentos para nuestros colaboradores. Además de entradas gratuitas a ferias propias y de terceros, brindamos descuentos en locales de distintos rubros con los que se firman convenios estratégicos.



# PROVEEDORES

Creemos que la sustentabilidad de nuestro negocio es indisoluble de su cadena de valor, por ello buscamos alinear nuestros proveedores a los principios y el compromiso de nuestra organización de brindar un servicio de calidad en armonía con la comunidad y el medio ambiente. Fortalecer el vínculo con este grupo de interés es uno de nuestros grandes desafíos, con el objetivo de contar con una cadena de valor socialmente responsable de principio a fin.

En la actualidad, contamos con más de 550 proveedores activos, entre proveedores oficiales y propios de la actividad de la organización. Los principales rubros con los que trabajamos son: electricidad, equipamiento técnico, gastronomía, infraestructura, limpieza, publicidad, seguridad y seguros.

	2009	2010
Proveedores activos	550	559
Proveedores oficiales	45	57

## Compromiso en la cadena de valor

Para garantizar la confiabilidad y el estándar de calidad de nuestras actividades, contamos con un listado oficial de proveedores autorizados a trabajar en el predio. Así, brindamos a nuestros clientes una selección de prestadores de servicios especializados en distintos rubros, que trabajan bajo un contrato por el cual adscriben al Manual del Proveedor de La Rural y a nuestras Condiciones Generales de Contratación.

A través de las Condiciones Generales de Contratación, el proveedor se compromete a observar el estricto cumplimiento de todas las normas legales vigentes y los requisitos del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Policía de Trabajo, Policía Federal, DGI, AFIP, SADAIC, AADI-CAPIF, ARGENTORES y cualquiera otra entidad pública o privada con competencia sobre el ordenamiento, control, inspección o percepción de derechos respecto de las actividades que el proveedor realice dentro del predio.

En particular, el proveedor se compromete a observar las normativas de Higiene y Seguridad en el trabajo, así como las leyes, reglamentaciones y convenios colectivos pertinentes, y a adoptar las medidas necesarias para la seguridad del personal afectado. Además, para iniciar sus actividades en el predio, debe presentar su propio Programa de Higiene y Seguridad en el Trabajo, firmado por el responsable habilitado y su Representante Técnico Comercial.

En materia laboral, además del cumplimiento de la normativa vigente, se requiere una actualización mensual de la declaración jurada de los aportes y contribuciones a la seguridad social de los trabajadores en relación de dependencia (Formulario 931 de AFIP). De la misma manera, se destaca su responsabilidad sobre el cuidado y protección del medio ambiente, y se le solicita tomar las medidas necesarias para minimizar el impacto ambiental en la prestación de su servicio.

Finalmente, se establece que La Rural evaluará periódicamente los parámetros de calidad del servicio o producto contratado y supervisará el estricto cumplimiento de las Condiciones Generales de Contratación mencionadas.

# EN COMUNICACIÓN CON NUESTROS PROVEEDORES

Para mantener la calidad y eficiencia de todos los servicios que se prestan dentro de nuestro predio, estamos en comunicación constante con nuestros proveedores. A continuación, los canales de comunicación habilitados para escucharlos y dar respuesta a sus necesidades:

- « Reuniones periódicas
- « Entrevistas de seguimiento
- « Responsable de contacto directo
- « Línea telefónica 4777 5503
- « Casilla de correo [proveedores@larural.com.ar](mailto:proveedores@larural.com.ar)
- « Podemos Más



## CAPACITACIÓN

En el marco del programa “Podemos Más”, orientado a la mejora continua de la actividad ferial y de congresos, brindamos talleres y charlas de capacitación a proveedores en aspectos de seguridad y responsabilidad social.

Así, en marzo de 2010 La Rural invitó a los responsables técnicos y operativos de organizadores de ferias, eventos, congresos y convenciones a participar una charla acerca de las medidas de seguridad obligatorias en eventos

En este mismo marco, en septiembre de 2010 organizamos una Charla de integración dirigida a constructores de stands, para debatir mejoras y desafíos del mercado.

Ambos encuentros estuvieron coordinados por el responsable de Operaciones de nuestra organización y por el departamento de Servicios y Soluciones.

**Más información acerca del programa en capítulo Clientes.**



“CON LA RURAL REALIZAMOS UNA LABOR CONJUNTA BAJO ERICTAS NORMAS DE CALIDAD ENMARCADA EN UNA RELACIÓN A LARGO PLAZO CON EL FIN DE BRINDAR LA MÁS ALTA PRESTACIÓN TECNOLÓGICA AUDIOVISUAL EN EXPOSICIONES, CONGRESOS Y EVENTOS”.

**Carlos de Elias**  
CEO

Congress Rental

## CLÁUSULA DE DERECHOS HUMANOS

Como resultado del proceso de análisis del cual surge la presente memoria, se resolvió la necesidad de una cláusula especial que contemple aspectos de Derechos Humanos en los contratos de proveedores y de cesión de derecho de uso de espacios. Así, a partir de enero de 2011, incorporamos todos los contratos de este tipo una cláusula por la cual se compromete al firmante a respetar los derechos humanos de las personas, evitando la discriminación, el acoso, el abuso y/o la intimidación en cualquiera de sus formas.

# COMUNIDAD

EL CRECIMIENTO DE NUESTRO NEGOCIO ÚNICAMENTE PUEDE SER SUSTENTABLE EN UN CONTEXTO DE RESPONSABILIDAD Y COMPROMISO CON LA COMUNIDAD EN EL QUE SE DESENVUELVE.



## CORAZONES SOLIDARIOS

Desde 2009, unimos esfuerzos y recursos con América TV, el Cronista Comercial y Radio La Red para llevar adelante Corazones Solidarios, una iniciativa para dar respuesta efectiva e inmediata a comunidades en situaciones de crisis social, climática u otras eventualidades.

Con el objetivo de recaudar fondos para las diferentes comunidades afectadas, La Rural pone a disposición su predio y su espectáculo Opera Pampa y los citados medios, su poder de difusión y convocatoria.



**Corazones Solidarios**  
ganas de ayudar

### FUNCIONES ESPECIALES DE ÓPERA PAMPA PARA CORAZONES SOLIDARIOS

Evento	Beneficiarios	Asistentes	Recaudación	Destino de lo recaudado
Corazones Solidarios por Tartagal Enero 2009	Damnificados por la catástrofe climática de Tartagal	2.100	1700 kg de alimentos no perecederos 100 paquetes de pañales 120 bolsas de ropa	Todo lo recaudado fue entregado al Gobierno de Salta.
Corazones Solidarios: UNICEF en Haití Enero 2010	Damnificados por el terremoto en Haití	2.100	\$ 42.670	Lo recaudado es destinado a UNICEF para su labor humanitaria en Haití, que se focaliza en llevar tiendas de campaña, agua potable, elementos de saneamiento y suministros de salud y nutrición a las víctimas del terremoto.
Bicentenario Solidario Junio 2010	Caritas Buenos Aires y Fundación Tzedaká	1.300	4100 alimentos no perecederos que fueron repartidas en partes iguales para cada una de las instituciones.	Fundación Tzedaká distribuyó los alimentos entre el comedor NCI Emanuel Javurá, y el Comedor Los Piletones, de Margarita Barrientos, de Villa Soldati. Caritas Buenos Aires, lo distribuye entre diferentes Parroquias.

“GRACIAS A ESTA POSIBILIDAD QUE NOS DIO LA RURAL, MÁS GENTE PUDO CONOCER NUESTRO TRABAJO Y ACERCARSE A LA SOLIDARIDAD”.

**Ruth Heymann**  
 Directora de Comunicación  
 Fundación Tzedaká



“EN ENERO DEL 2010, HAITÍ FUE GOLPEADO POR UN DEVASTADOR TERREMOTO. EN ARGENTINA SE LLEVARON ADELANTE DISTINTAS ACCIONES PARA CONTRIBUIR A ESTE ESFUERZO GLOBAL Y LA RURAL NOS AYUDÓ A POTENCIAR ESTE APOORTE. AGRADECEMOS A LA RURAL Y A TODOS LOS QUE ESTUVIERON INVOLUCRADOS POR DAR UNA GRAN AYUDA A LOS CHICOS DE HAITÍ”.

**Martín Giménez Rébora**  
 Responsable de Movilización de Recursos  
 UNICEF - Oficina de Argentina



## OPERA PAMPA EDUCATIVO

Como parte de nuestro compromiso cultural con la comunidad, desde 2006 ofrecemos funciones especiales del espectáculo Opera Pampa, adaptadas a alumnos y docentes de instituciones públicas de Buenos Aires. Ópera Pampa Educativo promueve el conocimiento histórico acerca del nacimiento de nuestra nación en el contexto de los objetivos curriculares de la enseñanza de nivel primario y secundario. En 2009, fue declarada de Interés Educativo por el Ministerio de Educación del GCBA.

El espectáculo se ofrece de forma privada y también, en conjunto con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, de forma gratuita en funciones especiales. Gracias a ello, entre 2009 y 2010 más de 18.000 alumnos de instituciones públicas de la ciudad accedieron a esta entretenida manera de aprender sobre la historia argentina.



Opera Pampa Educativo	2009	2010
Funciones gratuitas	3	4
Escuelas invitadas	37	65
Alumnos	2482	4132
Docentes	240	400

"ME PARECIÓ MUY APROPIADO PARA QUE MIS ALUMNOS PUEDAN CONECTARSE CON NUESTRAS RAÍCES, NUESTRA DANZA, MÚSICA E HISTORIA. REPRESENTA PARA MUCHOS DE NUESTROS NIÑOS UNA OPORTUNIDAD ÚNICA".

**Ana Padula**

Vicedirectora

Escuela N°21 DE 1° - Dr. Ángel Gallardo



## PASANTÍAS EDUCATIVAS DE OFICIOS

Desde 2008, y en alianza con la Fundación Compromiso, participamos del programa Aprender Trabajando creado por el Ministerio de Educación del Gobierno porteño. El programa promueve que estudiantes de los últimos años de escuelas y centros de formación profesional participen de pasantías en compañías de la ciudad. El propósito es ampliar los conocimientos y habilidades de los alumnos integrando las enseñanzas académicas con conocimientos basados en el trabajo y la producción.

En 2010, La Rural recibió a dos pasantes de las instituciones CBO n° 1 y CFP n° 34 que realizaron su primera experiencia profesional en las áreas de jardinería y herrería, respectivamente. En su tarea diaria, cada uno fue guiado y acompañado por un empleado de la compañía designado como tutor.

De acuerdo a la encuesta posterior, tanto los jóvenes pasantes como los tutores a su cargo se mostraron muy satisfechos con la experiencia y expresaron el deseo de que ésta se extienda por mayor tiempo.

## IMPULSARTE, PROGRAMA DE ESTÍMULO AL ARTE CONTEMPORÁNEO

En 2009 nació Impulsarte, creado con el objetivo de estimular la obra de artistas argentinos contemporáneos, promover el mercado del arte y a la feria arteBA, profundizando su proyección regional e internacional.

Un Comité de Adquisición conformado a tal fin selecciona obras expuestas en cada edición de arteBA las piezas que pasan a integrar la Colección Impulsarte, que es compartida con la comunidad en muestras y exposiciones que tienen lugar en el centro ferial a lo largo del año.

Entre 2009 y 2010, La Rural destinó un total de U\$ 20.000 dólares a la adquisición de las 12 obras que conforman la colección.

La Colección impulsarte incluye obras de diversas técnicas de los jóvenes artistas Bruno Dubner, San Poggio, Lola Goldstein, Estanislao Florido, Florencia Rodriguez Giles, Florencia Blanco, Cynthia Kampelmacher, Máximo Pedraza, Pablo Accinelli y Amado Azar.



"IMPULSARTE ESTÁ EN TOTAL CONCORDANCIA CON NUESTRA MISIÓN DE DIFUSIÓN Y ACTIVACIÓN DEL MERCADO DE ARTE".

**Teresa Frías**  
Gerente General  
Fundación ArteBA



impulsarte

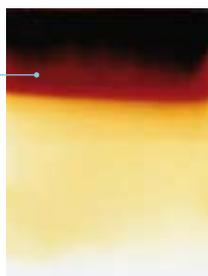
PROGRAMA DE ESTÍMULO  
AL ARTE CONTEMPORÁNEO  
DE LA RURAL

## La colección Impulsarte de La Rural

2009

#11

Bruno Dubner  
Fotografía sin cámara  
luz sobre negativo color



**Recital**  
San Poggio  
Acrílico sobre madera

Sin título

Lola Goldstein  
Pastel graso sobre papel



**Le rêve**  
Estanislao  
Florido  
Animación digital con  
dispositivo de exposición

De la Serie Traedme gente me las  
comeré y las devolveré renovadas  
Florencia Rodriguez Giles  
Tinta color sobre papel



**Sin título**  
Florencia Rodriguez Giles  
Tinta color sobre papel

De la Serie Traedme gente me las  
comeré y las devolveré renovadas  
Florencia Rodriguez Giles  
Tinta color sobre papel



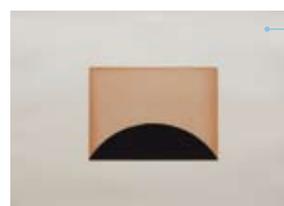
2010

**Maria y Andres Pedro**  
Lobería Provincia de Buenos Aires  
Florencia Blanco  
Toma y copia directa en negativo color



**Proverbio alquimista**  
Cynthia Kampelmacher  
Calado y dibujo en sombra en  
impresiones en 2 capas con variaciones  
a partir de fotografía

**Sin título**  
Máximo Pedraza  
Acuarela sobre papel



**Todo el tiempo**  
Pablo Accinelli  
Collage

**Rain Maker**  
Amado Azar  
Acuarela sobre papel



# MEJORES VECINOS

Son parte de la comunidad y protagonistas principales del entorno en que realizamos nuestras actividades. Por ello, desarrollamos un programa exclusivo para escuchar y responder a las necesidades de nuestros vecinos, y así lograr una convivencia armoniosa.

El programa Mejores vecinos de relacionamiento con el entorno inmediato surge en mayo de 2010. A través de éste, La Rural fortalece su relación con los vecinos y promueve la convivencia en armonía, para construir un mejor barrio para todos.

Mejores vecinos propone una comunicación abierta para conocer las expectativas e inquietudes de los vecinos a través de sus propios canales de comunicación:

- « Newsletter "Mejores vecinos"
- « Casilla de correo mejoresvecinos@larural.com.ar
- « Línea telefónica de consultas 4777 5583
- « Comunicados por correo postal
- « Twitter @mejoresvecinos



Además, comprende una serie de acciones tendientes a fomentar la integración y solidaridad con nuestros vecinos:

« **Opera Pampa Bicentenario:** el 25 de mayo invitamos a nuestros vecinos a disfrutar del espectáculo de manera gratuita. Más de 250 vecinos disfrutaron del show épico.

« **La Rural Joyas del Centenario:** el 17 de septiembre invitamos a abuelos del Hogar de Día N°9 de Palermo a participar de una visita guiada gratuita. Asistieron 12 abuelos

« **Semana de Palermo:** en octubre, participamos de las celebraciones organizadas por el Ente de Turismo de la Ciudad y del Centro de Gestión y Participación Comunal 14, invitando a nuestros vecinos a una edición exclusiva de Joyas del Centenario, nuestra visita guiadas. En total, 25 vecinos se acercaron a conocer la historia detrás de nuestro edificio.

« **Muestra de fotografía “Palermo histórico”:** en noviembre, acompañamos al Centro de Gestión y Participación 14, en la exhibición de fotografías históricas de nuestro barrio que se dispuso en las rejas del Jardín Botánico.

« **Ayudamos a la Parroquia Nuestra Señora del Rosario en la iniciativa del Colegio San Javier de mejorar sus instalaciones.** Para ello, en noviembre cedimos la venta de 150 entradas de Opera Pampa a las madres del Círculo de Caridad.

« **Opera Pampa “1500 funciones con los niños”:** en agosto, festejamos las 1500 funciones del espectáculo y el Día del Niño con los chicos del barrio. Veinte chicos de la Fundación Juanito, 30 la Escuela N° 30 “Granaderos de San Martín” y 250 del Centro Comunitario “Hombres y mujeres en acción” fueron nuestros invitados de honor.

## La Rural, Joyas del Centenario



En el Bicentenario de nuestra patria decidimos celebrar compartiendo la riqueza arquitectónica e histórica del predio con nuestra comunidad. Así, en el contexto de la Exposición Rural del Bicentenario, en julio de 2010, lanzamos el programa de visitas guiadas libres y gratuitas por el conjunto monumental del predio. Hacia fines del año, más de 100 personas habían participado y descubierto el valor de nuestras Joyas del Centenario.



El recorrido abarca pabellones históricos, que fueron inaugurados en 1910 con motivo del primer Centenario patrio y hoy son patrimonio histórico nacional, la Pista Central y la nueva Plaza del Bicentenario.



Las visitas continúan en el 2011 y son organizadas por La Rural en conjunto con el Ente de Turismo de Buenos Aires. Su contenido fue diseñado por Enternautas, compañía de turismo histórico cultural con gran trayectoria.

## Palermo Lee

Porque creemos en el valor de la educación para el desarrollo de nuestra sociedad, en el marco de la Feria del Libro 2010 lanzamos la iniciativa Palermo Lee. Su objetivo es propiciar el acercamiento a la lectura de los alumnos de nivel primario de escuelas de Palermo. El programa es una invitación a la feria, que incluye el transporte e ingreso sin cargo de los alumnos, un recorrido guiado y la participación en actividades educativas. Además, gracias al aporte de las editoriales Aique, Macmillan y Planeta, las escuelas participantes recibieron libros de regalo para ampliar sus bibliotecas.

Invitados por La Rural, a través del Centro de Gestión y Participación N° 14, y con el apoyo de la Fundación El Libro, durante 2010 más de 500 niños de escuelas públicas de Palermo visitaron la Feria del Libro y se acercaron a la lectura.



*¡Hoy su hijo tuvo un día de lectura muy especial!*

**Palermo LEE**  
 Con el apoyo de **Feria Libro Buenos Aires** y **LA RURAL** Feria del Libro de Buenos Aires

**Palermo lee** fue ideado con el objetivo de propiciar el acercamiento de los niños de Palermo a la lectura en el marco de la Feria del Libro. Comprende el transporte e ingreso a la feria sin cargo, un recorrido guiado y la participación en actividades educativas dentro de la exposición. Además, las escuelas que participen recibirán libros de regalo para sus bibliotecas, gracias al aporte de las editoriales Planeta, Macmillan y Aique que deciden sumarse a esta propuesta solidaria.

El programa Palermo lee está orientado a alumnos de nivel primario, partiendo de la premisa de la gran importancia de la adquisición del hábito de la lectura desde la escuela primaria, al ser un medio por el cual se puede mejorar la calidad de vida y propiciar el desarrollo de la capacidad intelectual y espiritual del ser humano, lo que contribuye a la formación de la sociedad en su conjunto.

**RSE**  
 Responsabilidad Social Empresarial

**La Rural**, una compañía con compromiso **desarrollo humano**.

Otras acciones en la búsqueda del desarrollo sustentable, con la participación de la calidad de vida de la sociedad en su conjunto:

- ✓ Gestión
- ✓ Programa
- ✓ Opera
- ✓ Programa de Futuro
- ✓ Pasaportes
- ✓ Impuestos
- ✓ Corazones

seguimos en Facebook: [www.facebook.com/la.rural](http://www.facebook.com/la.rural)  
 seguimos en Twitter: [www.twitter.com/la.rural](http://www.twitter.com/la.rural)

## Sinergia con organizaciones de la comunidad

Creemos en el valor de la sinergia para contribuir con la comunidad. Por ello, brindamos nuestro apoyo a fundaciones, entidades de bien público y organizaciones no gubernamentales con quienes comparte el objetivo amplio de promover el desarrollo de la comunidad. En este sentido, a través del programa "Cesión solidaria de espacios" prestamos nuestros espacios a organizaciones para la realización de eventos.



"EL APOYO QUE NOS DIO LA RURAL FUE FUNDAMENTAL PARA LA REALIZACIÓN DEL ASDRA FASHION DAY! CON EL QUE LA ASOCIACIÓN LOGRÓ INSTALAR UN FUERTE MENSAJE DE INCLUSIÓN".

**Pedro Crespi**  
Director Ejecutivo

Asociación Síndrome de Down Argentina (ASDRA)



Finalmente, como parte del programa, ajustamos nuestros procesos internos para evaluar y minimizar el impacto de nuestras actividades en el entorno inmediato.

- « Mediciones de niveles de emisión de sonido
- « Reductores de Velocidad y ruido
- « Horarios de funcionamiento operativo de calles internas
- « Restricción de emisiones de sonido en la fuente de eventos
- « Limitación de eventos a realizarse en determinados sectores
- « Condiciones de higiene y seguridad de las aceras
- « Control de funcionamiento diurno/nocturno de equipos de aire



[Ver detalles en capítulo Medio Ambiente.](#)



**ESPACIOS CEDIDOS A ORGANIZACIONES DE LA COMUNIDAD / 2009**

Entidad	Evento	Espacio cedido	Destino de lo recaudado
Junta Barrial y de Estudios Historicos de Villa Crespo	99º aniversario de la Biblioteca Alberdi y 33º aniversario la Junta	Sala Nogal	Aniversario de esta organización social a la que asistieron 50 invitados de Villa Crespo. Destinada a proporcionar información fidedigna respecto de la historia y la actualidad vinculada al barrio de Villa Crespo y de la Ciudad de Bs. As. Realizar visitas guiadas al circuito turístico barrial. Reivindicar al barrio mediante la Preservación de su Patrimonio Cultural y Natural, la defensa de su integridad territorial y la difusión del acontecer barrial.
Fundación Germinare	Cena anual de recaudación de fondos	El Central	Se recaudaron aproximadamente \$280,000 destinados a brindar a niños de bajos recursos económicos una mejor educación. La suma de \$ 120.000 se destinó a consolidar el Programa "Agentes de Cambio" en las zonas de Campana, Pilar, Zárate y San Fernando. La suma de \$ 94,000 se destinó a extender el trabajo de la zona de Pilar a más barrios. Una partida de \$ 26.000 se asignó a implementar en la zona de Pilar una prueba piloto para mejorar el sistema de identificación de chicos aplicando nuevas herramientas de evaluación. Una partida de \$ 22.000 permitió desarrollar el área de Relaciones Institucionales de Germinare. El saldo de \$ 18.000 se utilizó como fondo de reserva para cubrir los costos de viajes de egresados de chicos que terminan el secundario.
Fundación Cimientos	Cena anual de recaudación de fondos	El Central	Se recaudaron \$ 252.600 destinados a acciones en pos de la igualdad de oportunidades educativas
Fundación Banco de Alimentos	Cena anual de recaudación de fondos	El Central	Ayudar a los que padecen hambre distribuyendo alimentos. La Rural donó (con la cesión del espacio) \$16000.
Cáritas de Buenos Aires	11º Megafestival Solidario "Canta conmigo"	Pabellón Verde	Recaudación de alimentos a total beneficio de Caritas
COAS	Cena anual de recaudación de fondos	Auditorio Principal	Recaudación: \$474.464. Compra de un ecógrafo para Hospital Piñeiro, 8 monitores multiparamétricos para Hospital Francisco Muñiz, 4 para Hospital de Quemados y 9 para Hospital Dr. Abel Zubizarreta.
Fundación TyC	Campaña de promoción de la lectura "Leer es importante"	Pabellón Frers	Campaña de promoción de la lectura "Leer es importante" No hubo recaudación de fondos.
Fundación CUBA	Cena anual de recaudación de fondos	El Central	Programas de educación en los barrios vecinos a las sedes del Club. La Fundación trabaja en las zonas de Villa de Mayo (Los Polvorines) y Fátima (Pilar).
ITBA	Cena anual de recaudación de fondos	El Central	\$901.798 para proyectos de Investigación, desarrollo e innovación
Distinciones RSC	Premios	Sala Ceibo	Premiar a empresas, Ong's y medios de comunicación con actuaciones destacadas en temas relativos a la solidaridad y el bien público, incentivando la comunicación de estas prácticas como modo vinculante entre quienes la propician y sus destinatarios.
Fundación de Narváez	Jornada de encuentro sobre DDHH de los niños	Sala Ceibo	Jornada de Reflexión con motivo de cumplirse 20 años de la Convención de los DDHH del niño. No hubo recaudación de fondos.
Movimiento Familia Cristiana del Polo	"La Fiesta del Polo" cena anual de recaudación de fondos	El Central	Construcción del Jardín del Colegio Parroquial Cervantes

## ESPACIOS CEDIDOS A ORGANIZACIONES DE LA COMUNIDAD / 2010

Entidad	Evento	Espacio cedido	Destino de lo recaudado
Fundación Cimientos	Cena Anual de Cimientos	El Central	Se recaudaron \$365.100 que serán destinados a fortalecer la Red de Egresados.
Fundación CUBA	IV Comida Anual a Beneficio	El Central	Sostener y ampliar los Programas de educación que la Fundación lleva adelante en los barrios vecinos a las sedes del Club.
La Casa de Ronald McDonald	Gran Cena Anual a beneficio de La Casa de Ronald McDonald	Auditorio Principal	Se recaudaron \$919.140 pesos destinados a los 5 programas de La Casa de Ronald McDonald Asociación Argentina de Ayuda a la Infancia.
Endeavor	Conferencia Endeavor	Auditorio Principal	Apoyo estratégico para emprendedores para propiciar la generación de oportunidades de trabajo, propiciar la movilidad social, y servir como modelo para inspirar a otros.
Proyecto EducAR 2050 - Fundación Telefónica	Foro de Calidad Educativa Argentina	Auditorio Principal	Concientizar a la sociedad civil sobre mejorar la calidad educativa. Participaron 650 personas.
Fundación Banco de Alimentos	Cena de recaudación de fondos	El Central	Ayudar a los que padecen hambre distribuyendo alimentos. La Rural donó (con la cesión del espacio) \$16000.
Consejo Publicitario Argentino	Cena de recaudación de fondos	El Central	Campañas de comunicación de 2001 de organizaciones sociales de bien público para la difusión de temas como diabetes, medioambiente, educación, drogadicción y nutrición.
ITBA	Cena de recaudación de fondos	El Central	\$1.081.520 para proyectos de Investigación, desarrollo e innovación.
COAS	Cena de recaudación de fondos	Auditorio Principal	Recaudación: \$635.006. Renovación de uno de los quirófanos del Hospital Rivadavia, un respirador Neumovent Graph. Además se compraron 13 monitores multiparamétricos, 2 respiradores multiprocesados y 10 camas de recuperación para el Hosp. Santojanni, Pirovano, Piñero y Fernández.
Conciencia	Noche Ciudadana Cena de recaudación de fondos	Auditorio Principal	Programas educativos y de becas a nivel nacional. Entre ellos PRO NIÑO (con contra del trabajo infantil) y APRENDER.
Fundación Vida Silvestre	Cena de recaudación de fondos	El Central	\$460,000 para la creación y manejo efectivo de Áreas protegidas, Ordenamiento territorial y Educación Ambiental.
Fundación Oscar Alvarado - Cooperativa La Juanita	Cena anual de recaudación de fondos	El Central	Construcción de la Escuela Crecer en Libertad Oscar Alvarado
Movimiento Familia Cristiana del Polo	La Fiesta del Polo, Cena anual de recaudación de fondos	Palacio Frers	Se recaudaron aproximadamente \$400.00 que se destinarán a obras para completar la secundaria del Colegio Parroquial Cervantes.

## Asociaciones

Para llevar adelante nuestra misión de ser una ventana al mundo, trabajamos activamente en la promoción del mercado de ferias, exposiciones y eventos, así como de la Ciudad de Buenos Aires y Argentina como destino del turismo de reuniones. En este sentido, participamos de manera activa en distintas cámaras y asociaciones con el fin de impulsar el crecimiento sustentable y reglas éticas en el sector.

Así, de manera sinérgica apuntamos a desarrollar el máximo potencial del sector en un contexto de reglas de juego transparentes y éticas para todos.

La Rural es miembro formal y activo de las siguientes asociaciones:

### Nacionales

#### **Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones y Congresos (AOCA)**



Organización que busca promover e impulsar el crecimiento de la actividad con un alto estándar de calidad, para que la misma goce del reconocimiento gubernamental, empresarial y social, y ocupe el lugar preponderante que le corresponde en el desarrollo cultural y económico de la comunidad.

#### **Buenos Aires Convention & Visitors Bureau**



Asociación que trabaja en la promoción de la Ciudad de Buenos Aires como destino para la realización de congresos, convenciones, ferias y eventos.

#### **Idea**

Institución que contribuye al desarrollo productivo y competitivo de las empresas e instituciones nacionales, con el objetivo de posicionar a nuestro país en el mundo moderno y desarrollado.



#### **Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la República Argentina (AMCHAM)**



Organización independiente, sin fines de lucro que trabaja en la promoción del comercio bilateral y la inversión entre los Estados Unidos y la Argentina.

#### **Consejo Interamericano de Comercio y Producción (CICYP)**



Organismo de cooperación entre los países de América que proporciona información acerca de la evolución económica de la región y, al mismo tiempo, incentiva el desarrollo económico y comercial, en respeto de los Derechos Humanos y el principio de libre iniciativa y la empresa privada.

### Internacionales

#### **Asociación Internacional de Ferias de América (AFIDA)**



Asociación que representa los intereses de la industria ferial en América Latina y España, promueve su crecimiento y eleva sus niveles de profesionalismo.

# TABLA DE INDICADORES GRI

## REFERENCIAS

- ▲ REPORTADO
- ▲ PARCIALMENTE REPORTADO
- ▲ NO REPORTADO

EL PRESENTE REPORTE FUE ELABORADO DE ACUERDO A LOS LINEAMIENTOS DE LA GUÍA G3 DE LA INICIATIVA DE REPORTE GLOBAL (GRI POR SUS SIGLAS EN INGLÉS) PARA EL NIVEL DE APLICACIÓN C.

INDICE DE CONTENIDOS G3		Estado del indicador	Página
<b>1 Visión y estrategia</b>			
1.1	Declaración del máximo responsable.	▲	8 - 9
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	▲	8 - 9
<b>2 Información de perfil</b>			
2.1	Nombre de la organización.	▲	12
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	▲	14
2.3	Estructura operativa.	▲	17
2.4	Localización de la sede principal.	▲	13
2.5	Países en los que opera.	▲	15
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	▲	13
2.7	Mercados servidos.	▲	15, 40-50
2.8	Dimensiones de la organización informante.	▲	18, 52
2.9	Cambios significativos del período.	▲	(1)
2.10	Premios y distinciones recibidos.	▲	19
<b>3 Parámetros del reporte</b>			
<b>Perfil del reporte</b>			
3.1	Período cubierto por la información.	▲	8
3.2	Fecha del reporte anterior más reciente.	▲	(2)
3.3	Ciclo de presentación de reportes.	▲	10
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas al reporte o su contenido.	▲	11
<b>Alcance y cobertura del reporte</b>			
3.5	Proceso de definición del contenido.	▲	25
3.6	Cobertura del reporte.	▲	10-11
3.7	Existencia de limitaciones de alcance.	▲	(3)
3.8	Aspectos que puedan afectar la comparabilidad entre períodos y/o entre organizaciones.	▲	(2)
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos.	▲	(4)
3.10	Efectos de las correcciones de información de reportes anteriores.	▲	(2)
3.11	Cambios significativos relativos a períodos anteriores.	▲	(2)
<b>Índice del contenido GRI</b>			
3.12	Tabla de contenidos GRI.	▲	77-82
<b>Verificación</b>			
3.13	Política y práctica sobre verificación externa.	▲	(5)

N/R: NO REPORTADO

N/A: NO APLICA

( ): NOTAS

(P): INDICADOR PRINCIPAL

(A): INDICADOR ADICIONAL

INDICE DE CONTENIDOS G3		Estado del indicador	Página
<b>4 Gobierno, compromisos y participación con los grupos de interés</b>			
<b>Gobierno</b>			
4.1	Estructura de gobierno de la organización.	▲	24- 25
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	▲	(6)
4.3	Indicar el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	▲	(7)
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	▲	24- 25
4.5	Vínculo entre la retribución del máximo órgano de gobierno, y el desempeño de la organización, incluido el desempeño social y ambiental.	▲	N/R
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	▲	25
4.7	Procedimiento para determinar la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno en temas de sostenibilidad.	▲	N/R
4.8	Declaraciones de misión y valores y códigos de conducta.	▲	16
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión por parte de la organización del desempeño económico, ambiental y social.	▲	24- 25
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	▲	N/R
<b>Compromisos con iniciativas externas</b>			
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	▲	N/R
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.	▲	N/R
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a los que la organización apoya.	▲	76
<b>Participación de los grupos de interés</b>			
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	▲	25
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	▲	25
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.	▲	50,53,61,69
4.17	Aspectos de interés surgidos a través de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización.	▲	N/R
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>			
EC1(P)	Valor económico directo generado y distribuido.	▲	18
EC2(P)	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	▲	36
EC3 P)	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	▲	(8)
EC4(P)	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	▲	(9)
<b>Presencia en el mercado</b>			
EC5(A)	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	▲	(10)
EC6(P)	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.	▲	N/R

## REFERENCIAS

- ▲ REPORTADO
- ▲ PARCIALMENTE REPORTADO
- ▲ NO REPORTADO

INDICE DE CONTENIDOS G3		Estado del indicador	Página
EC7(P)	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
<b>Impactos económicos indirectos</b>			
EC8(P)	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público.	<span style="color: green;">▲</span>	69-75
EC9(A)	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, y su alcance.	<span style="color: green;">▲</span>	15
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL</b>			
<b>Materiales</b>			
EN1(P)	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, y su alcance.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
EN2(P)	Porcentaje de los materiales utilizados que son valorizados.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
<b>Energía</b>			
EN3(P)	Consumo directo de energía por fuentes primarias.	<span style="color: red;">▲</span>	N/A
EN4(P)	Consumo indirecto de energía por fuentes primarias.	<span style="color: green;">▲</span>	28
EN5(A)	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	<span style="color: green;">▲</span>	28
EN6(A)	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía.	<span style="color: green;">▲</span>	27-28
EN7(A)	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía.	<span style="color: green;">▲</span>	27-28
<b>Agua</b>			
EN8(P)	Captación total de agua por fuentes.	<span style="color: yellow;">▲</span>	28
EN9(A)	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	<span style="color: red;">▲</span>	N/A
EN10(A)	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
<b>Biodiversidad</b>			
EN11(P)	Terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor de biodiversidad en zonas no protegidas.	<span style="color: green;">▲</span>	(11)
EN12(P)	Impactos en espacios naturales protegidos y no protegidos, de alto valor en biodiversidad.	<span style="color: red;">▲</span>	N/A
EN13(A)	Hábitat protegidos o restaurados.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
EN14(A)	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
EN15(A)	Número de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	<span style="color: red;">▲</span>	N/A
<b>Emisiones, vertidos y residuos</b>			
EN16(P)	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
EN17(P)	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
EN18(A)	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	<span style="color: yellow;">▲</span>	35
EN19(P)	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
EN20(P)	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
EN21(P)	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
EN22(P)	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	<span style="color: green;">▲</span>	33

N/R: NO REPORTADO

N/A: NO APLICA

( ): NOTAS

(P): INDICADOR PRINCIPAL

(A): INDICADOR ADICIONAL

INDICE DE CONTENIDOS G3		Estado del indicador	Página
EN23(P)	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	▲	(22)
EN24(A)	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.	▲	33
EN25(A)	Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización.	▲	N/A
<b>Productos y Servicios</b>			
EN26(P)	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios.	▲	27-28
EN27(P)	Porcentaje de productos vendidos que son reclamados al final de su vida útil.	▲	N/A
<b>Cumplimiento Normativo</b>			
EN28(P)	Coste de las multas significativas y sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	▲	(23)
<b>Transporte</b>			
EN29(A)	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.	▲	N/R
<b>General</b>			
EN30(A)	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	▲	37
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE</b>			
<b>Empleo</b>			
LA1(P)	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	▲	53
LA2(P)	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	▲	55
LA3(A)	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, desglosado por actividad principal.	▲	(12)
<b>Relaciones empresa/trabajadores</b>			
LA4(P)	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	▲	55
LA5(P)	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos.	▲	(13)
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>			
LA6(A)	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud.	▲	N/R
LA7(P)	Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales.	▲	(14)
LA8(P)	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de enfermedades graves.	▲	58
LA9(A)	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	▲	(15)
<b>Formación y educación</b>			
LA10(P)	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	▲	56
LA11(A)	Programas de gestión de habilidades y de formación continua a trabajadores.	▲	56
LA12(A)	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	▲	55
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>			
LA13(P)	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	▲	25
LA14(P)	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, por categoría profesional.	▲	(16)

## REFERENCIAS

- ▲ REPORTADO
- ▲ PARCIALMENTE REPORTADO
- ▲ NO REPORTADO

INDICE DE CONTENIDOS G3		Estado del indicador	Página
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS</b>			
<b>Prácticas de inversión y abastecimiento</b>			
HR1(P)	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
HR2(P)	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
HR3(A)	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con derechos humanos.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
<b>No discriminación</b>			
HR4(P)	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	<span style="color: green;">▲</span>	(17)
<b>Libertad de asociación y convenios colectivos</b>			
HR5(P)	Actividades contra la libertad de asociación y medidas adoptadas.	<span style="color: green;">▲</span>	55
<b>Trabajo infantil</b>			
HR6(P)	Actividades con riesgo de explotación infantil, y medidas adoptadas	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
<b>Trabajos forzados</b>			
HR7(P)	Actividades con riesgo de trabajos forzados, no consentidos, y medidas adoptadas.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
<b>Prácticas de seguridad</b>			
HR8(A)	Porcentaje del personal de seguridad formado en derechos humanos.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
<b>Derechos de los indígenas</b>			
HR9(A)	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	<span style="color: yellow;">▲</span>	(17)
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD</b>			
<b>Comunidad</b>			
S01(P)	Programas y prácticas para evaluar y gestionar impactos en las comunidades.	<span style="color: yellow;">▲</span>	64-75
<b>Corrupción</b>			
S02(P)	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
S03(P)	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
S04(P)	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
<b>Política Pública</b>			
S05(P)	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	<span style="color: green;">▲</span>	76
S06(A)	Aportes financieros y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	<span style="color: green;">▲</span>	(18)
<b>Comportamiento de competencia desleal</b>			
S07(A)	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopólicas y contra la libre competencia.	<span style="color: green;">▲</span>	(19)

N/R: NO REPORTADO

N/A: NO APLICA

( ): NOTAS

(P): INDICADOR PRINCIPAL

(A): INDICADOR ADICIONAL

INDICE DE CONTENIDOS G3		Estado del indicador	Página
<b>Cumplimiento normativo</b>			
SO8(P)	Valor monetario de sanciones, multas y número total de sanciones no monetarias por incumplimiento de leyes.	▲	N/R
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>			
<b>Salud y seguridad del cliente</b>			
PR1(P)	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes.	▲	N/R
PR2(A)	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios.	▲	N/R
<b>Etiquetado de productos y servicios</b>			
PR3(P)	Tipos de información sobre los productos y servicios requeridos por la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	▲	N/R
PR4(A)	Número total de incumplimientos relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	▲	N/R
PR5(A)	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.	▲	47
<b>Comunicaciones de marketing</b>			
PR6(P)	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios de comunicaciones de marketing.	▲	N/R
PR7(A)	Número total de incidentes por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.	▲	N/R
<b>Privacidad del cliente</b>			
PR8(A)	Número total de reclamos en relación al respeto de la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	▲	(20)
<b>Cumplimiento normativo</b>			
PR9(P)	Coste de multas por incumplimiento de la normativa sobre el suministro y el uso de productos y servicios.	▲	(21)

(1) No hubo cambios significativos en la organización en relación a tamaño, estructura o propiedad durante el período reportado. (2) El presente informe es el primer reporte que La Rural realiza utilizando indicadores GRI. (3) No existen limitaciones de alcance en el presente reporte. (4) Las técnicas de medición de datos y las bases para realizar los cálculos son especificadas a lo largo del reporte cuando fuera correspondiente. (5) El presente reporte no fue verificado externamente. (6) El presidente del máximo órgano de gobierno no tiene un cargo ejecutivo en La Rural S.A. (7) El máximo órgano de gobierno de La Rural está integrado por cuatro Directores no ejecutivos y no cuenta con miembros independientes. (8) No existen programas de beneficios sociales independientes de los planes de jubilación del estado nacional. De acuerdo al marco legal, los empleados contribuyen con el 14 % de sus sueldos al sistema nacional de jubilaciones. (9) La Rural no recibe ayuda financiera de ninguna entidad gubernamental. (10) Las remuneraciones iniciales de los empleados en relación de dependencia, superan en porcentajes de un diez a un veinte por ciento los montos del salario mínimo, vital y móvil legislado por el estado nacional. (11) Ninguno de los terrenos que La Rural S.A. posee, arrenda o administra pertenecen a áreas protegidas de alta biodiversidad. (12) Las coberturas indicadas son obligatorias legalmente tanto para los empleados de tiempo completo como para los temporales o eventuales. (14) La tasa de ausentismo injustificado es prácticamente inexistente en la organización (menor al 2%). En 2009, se perdieron 107 días justificados por enfermedad y en 2010, un total de 67 días. De acuerdo a la ley la totalidad de los empleados en relación de dependencia están cubiertos por la ley de riesgos del trabajo. Durante el período en análisis se han reportado la totalidad de 5 (cinco) accidentes de trabajo, dos de ellos in itinere, y se perdieron 14 días de trabajo en 2009 y 5 en 2010, por estas causas. No se han reportado víctimas mortales en ningún caso. (15) La empresa tiene cubiertos los aspectos de salud y seguridad de las personas a través del cumplimiento de las respectivas leyes de riesgos del trabajo (ART) (16) Es política de la empresa la promoción de la diversidad y la inclusión sin discriminación de ningún tipo. No hay distinción de salarios por género sino solamente por categoría laboral. (17) No se han registrado incidentes. (18) La compañía no realiza aportes financieros a partidos políticos o instituciones relacionadas. (19) No se han registrado acciones por causas relacionadas al particular. (20) No se registraron reclamos en relación a la privacidad de de datos personales. (21) No se registraron multas en el período del reporte. (22) No se registran derrames accidentales en el periodo cubierto por el presente reporte. (23) A la fecha no se cuenta con sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental según las pautas del Certificado del Estudio de Impacto Ambiental y la Ley 123 que lo regula.

# SUSTAINABILITY REPORT

## Letter from the CEO

I am pleased to announce the first Sustainability Report of La Rural, made in accordance with the G3 specifications designed by the Global Reporting Initiative. Along this report, we inform our groups of interest the results of our economic, social and environmental performance during the 2009-2010 periods.

We understand that the sustainability is a process of continuous improvements and a long-term commitment. Thus, since the year 2006 we carry on a sustained Corporate Social Responsibility policy. As from 2009, we have decided to move forwards to professional management and have chosen to communicate our actions according to the GRI (Global Reporting Initiative) specifications, the most accepted frame worldwide.

During this cycle, we concentrated our environmental management efforts in reducing the impact of our activities in the surroundings. We obtained remarkable results in the reduction of consumption and better use of materials through the Program for Reuse of Resources, La Rural Recycles, the separation of waste and the development of a Manual of Environmental Management, among others. For the next cycle, apart from intensifying all these programs, our goal is to complete the program of lightning migration in order to reduce the energy consumption and the replacement of air conditioning gas to avoid pollution.

The development of activities with the community proved deeply satisfactory. Through the Better Neighbors Program we succeeded in strengthening our relationship with the community where we carry on our activities. In addition, programs such as Educative Opera Pampa, Caring Hearts and the Supportive Cession of Spaces, allow us to integrate the community into cultural and educative activities, and also to support solidarity organizations and people in emergency conditions. For the next cycle, our goal is to intensify all current programs and to focus on those integrating social actions with the activities developed in our center, such as the Program Impulsarte within the fair Arte BA (Art Fair) and Palermo Lee within the Feria del Libro (Book Fair).

In line with these, we have worked to achieve the welfare and trust of our clients. In this context, we focused on the identification and implementation of measures for the ease of the center access and on campaigns for the promotion of health, safety and hygiene. For the next

cycle, we undertake to put into operation an accessibility map. As far as exhibitors and organizers are concerned, we have created We Can More, a space for discussion and joint work for the improvement of the center activity. Facing the future, our goal is to make this program significant as a means of suppliers training and promote sustainable practices throughout the whole value chain.

Because of the nature of the fair activity, La Rural has been consolidated as an important job creator in the community. Then, during 2009 and 2010, the events made in our center created more than 100.000 job opportunities in a direct and indirect way. The major challenge in organizational matters is to promote an ethical and crystal clear business management. In order to achieve this, we are committed to develop a Code of Ethics for the next cycle. Likewise, we aim to involve all staff in the sustainability management, through the formalization of a corporate volunteering program and the creation of a cross functional Sustainability Committee made up of a head person from each area.

In order to spread out the sustainability along the value chain, we have implemented as from the present cycle the insertion in all contracts and offer letters of a statement binding all suppliers to comply with and respect Human Rights. In addition, we plan to work on the development of training programs to educate and create conscience in the internal public about these issues.

Looking forward, we acknowledge the fact that we have as much challenges as opportunities to improve and grow. Our main concern is to reinforce the incorporation of sustainability in our overall business strategy. We trust in the commitment and capacity of our staff in order to carry it out. Without their effort and collaboration, none of the described actions could have been taken. We are most grateful to all of them for being part of a day-by-day construction of a more sustainable La Rural.

**Claudio Dowdall**  
CEO

## Letter from the Institutional Relations Chief Officer

We are proud to present the first sustainability report of La Rural developed in accordance with the GRI (Global Reporting Initiative) specifications. This report is not only a milestone in our management

career but also a pioneer case in our industry worldwide. Since this is the first cycle during which we undertake the challenge to work with the GRI specifications, we opted for a biannual communication. As a result, this report embraces the period from January 2009 to December 2010, which enabled us to have the time necessary to gather the larger quantity of data available in the company and to study the challenges and opportunities we must face from management.

The policy of Corporate Social Responsibility is led by and managed from the Institutional Relations Office and is supported by all the company for its implementation.

We are confident that this report is the first step of a long road as a sustainable company. And to move forward, we believe in the importance of considering the opinions and suggestions of our groups of interest. In the last page you will find a questionnaire designed for that purpose, which we invite you to fill in so as to help us know about your expectations and comments on our performance in general and this report in particular.

#### **Juan Pablo Maglier**

Chief Institutional Relations Officer

## Report Scope

This report embraces the 2009-2010 periods. Its contents were coordinated by the Institutional Relations Office.

Throughout this document, we state the different programs applied and actions taken due to our commitment to the groups of interest.

Besides, we include information on our performance indicators on social, environmental and economic issues; elaborated according to GRI (Global Reporting Initiative) guidelines.

For further information regarding this report or any of its contents, do not hesitate in contacting us.

#### **Institutional Relations Office**

Tel.: (54 11) 4777-5553

rse@larural.com.ar

## ABOUT LA RURAL S.A.

### About us

La Rural Predio Ferial de Buenos Aires is the major fair, congresses and events center from South America. La Rural S.A. is a national private equity corporation.

Both our track record and first class service are the platform from which we support the excellence that makes our company unique and enables us to open our business horizons.

With a staff of more than 140 people and a 130-year history, La Rural is a major hallmark of the City of Buenos Aires and of Argentina, a symbol of its identity and traditions.

### Our products and services

#### Products

##### Wholly-Owned fairs

- « Argentina Gráfica
- « BAFWEEK Primavera Verano / Bafweek Otoño Invierno (Fashion Fairs)
- « Batimat Expo Vivienda (Building and construction fair)
- « Exposición deL Congreso Mundial de Ingeniería (Engineering Congress Exhibition)
- « Exposición Rural (Rural Exhibition)
- « Feria Internacional de Artesanías (Handcrafts Fair)
- « Nuestros Caballos (Our Horses)
- « Nuestros Perros (Our Dogs)
- « Exposición del Congreso Mundial de la Carne OPIC (Meat Congress Exhibition)
- « Salón de Regiones y Agroalimentos (Agri-food and Regions Exhibition)
- « Salón Internacional de Turismo de Invierno (Winter Tourism Exhibition)
- « Village Dakar (International Rally)
- « Vinos y Bodegas (Wines & Wineries)

##### Fairs abroad

- « MOWEEK (Montevideo Fashion Week)
- « Pabellón Argentino (Argentine Pavilion) in Expo Prado Uruguay

## Shows

- « Opera Pampa
- « Educative Opera Pampa

## Services

- « Leasing of spaces for fairs, congresses, conventions and events.
- « Celebration: Comprehensive organization of year-end corporate events
- « Comprehensive organization of congresses, conventions and events.
- « Gastronomy - Terraza del Central
- « Parking
- « Comprehensive production of fairs and exhibitions
- « Services & Solutions: services for organizers and exhibitors

You will find more information on our products and services, our fairs and events in the Business Statement of La Rural.

## Local leadership and global targeting

La Rural leads the fairs and congresses industry in Argentina and is a main player in Latin America. <sup>(1)</sup>

Following this trend, our activities result in a significant and direct economic impact in the tourism industry, since they promote the arrival of visitors from all over the world. Accordingly, during their stay, tourists demand goods and services; an activity which profitably impacts on other industries such as transports, hotels, gastronomy and entertainment, to name but a few. This is translated into an increase of the earnings and the creation of job opportunities in the country.

In the year 2008, we started to move towards the export of services. In partnership with the Asociación Rural del Uruguay (Rural Association of Uruguay) we were in charge of the business representation in the country of the Argentine Pavilion in Expo Prado; the commercial representation in Argentina of the Exposición Internacional de Ganadería y Muestra Agroindustrial y Comercial de Rural del Prado (Prado International Cattle and Agro Industry Exhibition) in Montevideo, Uruguay. With this alliance we make available for the Uruguayan entity our experience in trading and organization of great events and management capacity. Besides, we offer a novel space for participation to the Argentine companies from the agroindustry which are interested in moving into the Uruguayan market.

Likewise, in 2010 we add the MO Week, the Fashion Week of Montevideo to our portfolio of wholly-owned fairs. Jointly organized with Milk AD agency, it is deemed to become a meeting point for the greatest brand names and benchmarks of the fashion industry in Uruguay.

<sup>(1)</sup> "Organizers Ranking 2010" . Ferias y Congresos Magazine. N°162 April/May 2011.

"Exhibition Market Latin America 2009/2010". International American Fairs Association (AFIDA)

## Mission and Values

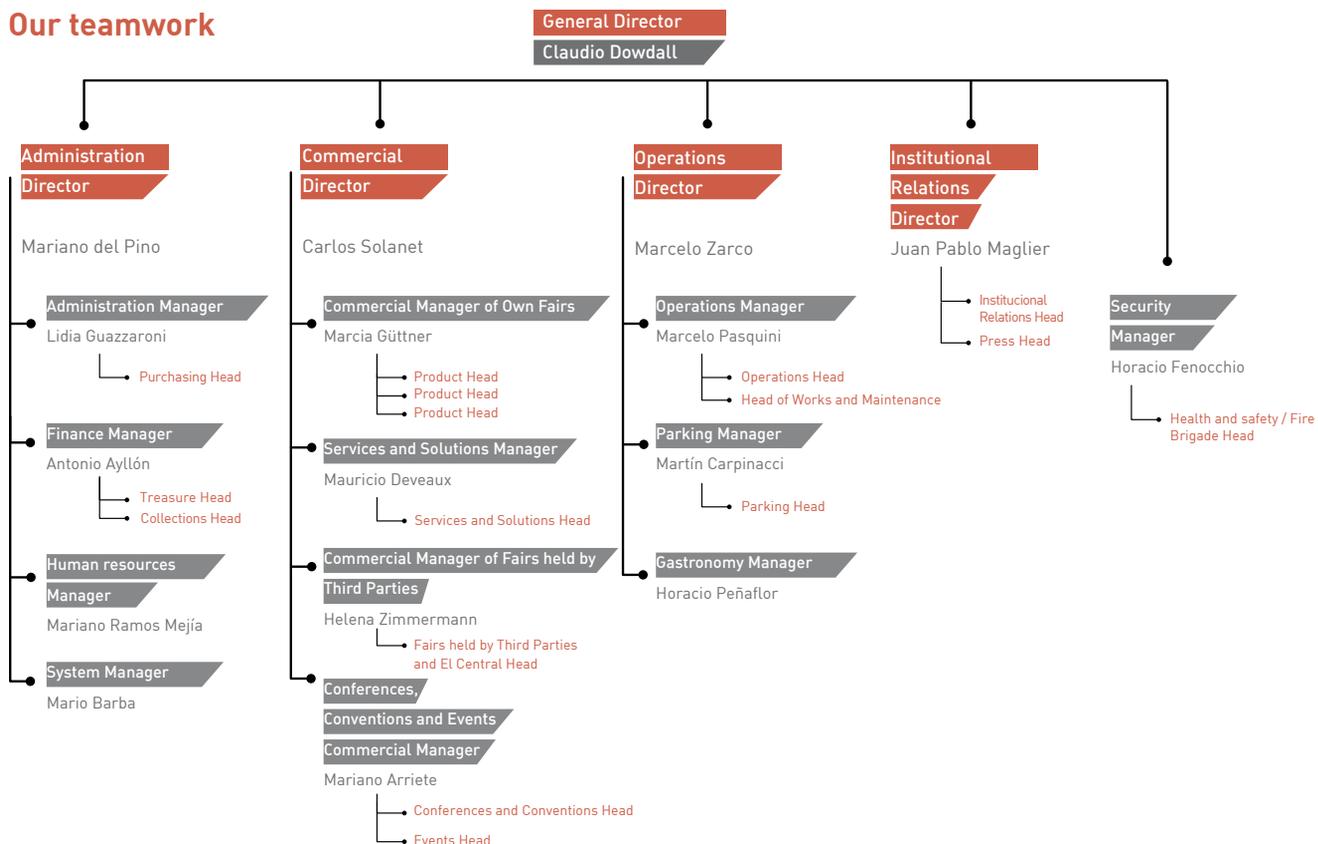
Our mission is to be established as a glass window showing the Argentine production for the MERCOSUR and the world.

For that purpose, we work for the consolidation of the country's status as an exporting platform of first-quality and internationally celebrated products. Likewise, we are committed to our history heritage and first-class services provision in order to place the city of Buenos Aires in the map of the main centers for conference tourism worldwide.

To comply with these goals, we align our daily work to the principles that rule our company:

- « Honesty
- « Law Compliance
- « Personal and Professional Development
- « Quality and Simplicity
- « Service Attitude
- « Teamwork
- « Profitability

## Our teamwork



## La Rural in figures

NUMBER OF EVENTS	2009	2010
Wholly-owned fairs	11	12
Fairs abroad	1	2
Third-parties fairs	29	33
Congresses, conventions and seminars	57	64
Social Events	29	34
Corporate events	82	124
Shows		1
<b>Total events</b>	<b>209</b>	<b>270</b>

	2009	2010
Net sales	\$ 79.176.113	\$ 98.300.125
Taxes and duties	\$ 6.846.194	\$ 7.157.521
Salaries, Social security contributions, Severance payments and bonus	\$ 13.516.163	\$ 15.596.793
Suppliers payment	\$ 36.592.845	\$ 44.892.659
Operating Income	\$ 16.017.982	\$ 22.248.473
<b>Total Assets</b>	<b>\$ 191.145.821</b>	<b>\$ 191.366.037</b>

## Prizes and Awards

### 2009

« RSC Awards

Category: Companies. For the Program for Reuse of Resources.

### 2010

« Eikon Prize

Category: Institutional Advertising. For the strengthening of the institutional image.

« Eikon Prize

Category: Issues Management. For "La Rural cares about you" , campaign for prevention of Flu (virus H1N1).

« Eikon Prize

Category: Patronage. For Impulsarte, a Program for Contemporary Art Encouragement.

« RSC Awards

For Corazones Solidarios (Caring Hearts) Special Opera Pampa shows for the sole benefit of the UNICEF help in Haiti

« Acknowledgement from the Government of the City of Buenos Aires

For participating in the Community Commitment of Plaza Italia

## SUSTAINABILITY AT LA RURAL

### Our strategy

As a historic landmark of the city of Buenos Aires and as a host of people and events, sustainability constitutes the groundwork of our business.

We strongly believe that our mission cannot be accomplished without being committed to the social, economic and environmental background. We assume this is the only way to promote a better society for us all. That is why, since 2006, we have developed a Corporate Social Responsibility strategy and plan.

From the Institutional Relations Office and with the involvement of colleagues from all areas of the company, we work on a daily basis committed to strengthen our sustainability strategy throughout the value chain. Regarding this, we develop different programs, projects and activities designed to contribute with the community, improve services for clients, incorporate suppliers and reduce any environmental impact.

### Our policy

Our sustainability policy arises from the concern of our groups of interest and it is aimed to add to the sustainable development of our business.

At La Rural, we define groups of interest as those individuals or organizations with a genuine interest in our economic, social and/or environmental performance. Those individuals or groups getting our services (clients), working for our company (employees and suppliers) as well as those who live or work within the area in which we do business (community), bearing in mind that they are directly or indirectly affected by our operations.

We classify our approach strategy in three pillars, within which the different programs carried out during 2009 and 2010 are framed:

« **Social Pillar:** the aim is to ease the relationship among the different center players.

« **Cultural-Educative Pillar:** the aim is to promote the use of the center and its services as learning tools.

« **Environmental Pillar:** the aim is to reduce the waste and environmental impact produced by the company.

### Corporate Governance

Sociedad Rural Argentina and Grupo de Narvéez are the stockholders of La Rural S.A., in equal shares. The government body is made up of a President, a Vice President, two Executive Directors and the CEO. This body is the top rank in the strategic process of the organization.

A Executive Committee is in charge of the direction and administration of our company. It is made up of the CEO, the Chief Finance & Administration Officer, the Chief Commercial Officer, the Chief Operations Officer and the Chief Institutional Relations Officer.

The CEO acts as the communication channel between the Board of Directors and the Executive Committee. The Board of Directors holds meetings every four months, where the CEO is present. A space for communication is opened for shareholders, and strategic corporate and structural issues are discussed.

In turn, the CEO holds weekly meetings with the Executive Committee and the managers of each departments in order to exchange information on the business, to communicate the strategic decisions of the Board and to jointly outline the action plans lined up to such goals.

La Rural enforces an open door policy by means of which, in addition to the official communication channels, all employees have the opportunity of being received by Officers or the CEO in person, if so requested. Moreover, two annual meetings are scheduled where the CEO presents the general results and the latest strategic news on the company to the officers, managers, chiefs and young professionals. This way, a space for discussion is opened to allow fellow employees to state their needs and concerns, which are to be submitted to the Executive Committee, if so requested.

The responsibility and clearness of our company's decision making process is supported by the key guide of our mission and business principles. To assure an integrity frame for our corporate performance,

we are working in the development of a Code of Corporate Ethics, conceived to be implemented in the year 2011.

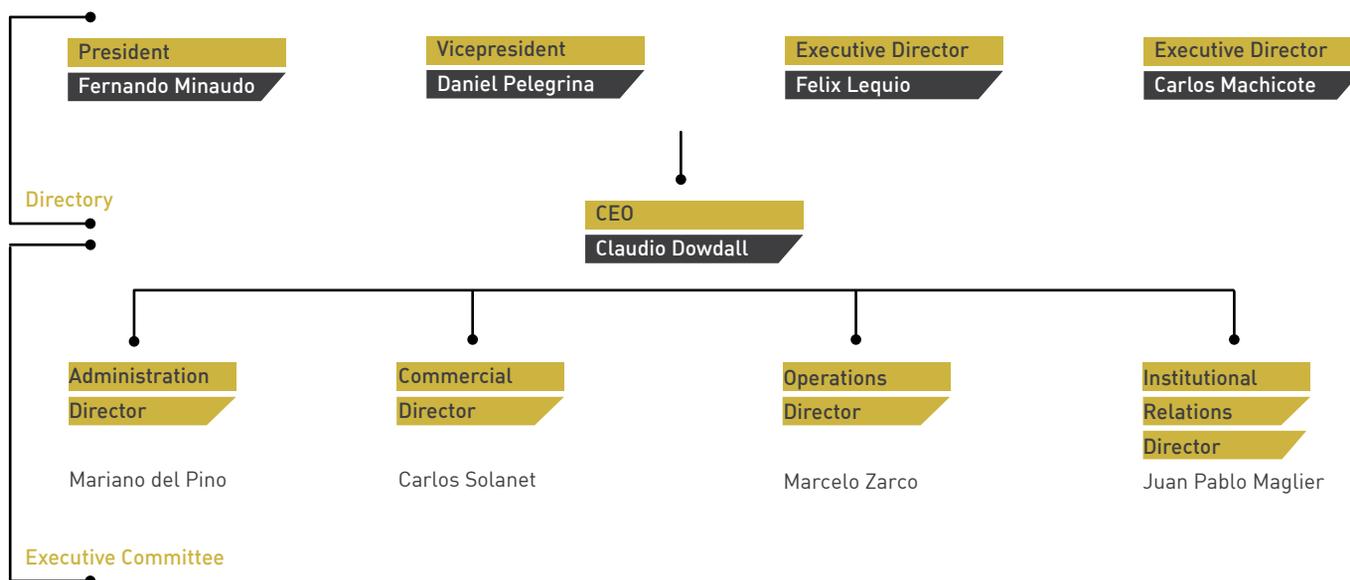
## Process for defining report content

With the commitment of guaranteeing the applicability and objectivity of this report's contents, we worked under the guidelines of the G3 Guide of the Global Reporting Initiative. These series of quantitative and qualitative indicators enable us to fairly assess our performance as an organization and to systematize processes of continuous improvement.

The process of defining the relevant content to include in the report was conducted in a series of meetings with representatives from the areas of Administration, Purchasing, Operations, Human Resources, Institutional Relations, and Service & Solutions. We also took into account the stakeholders expectations, gathered through our different channels of communication.

The organization of the available contents and the drafting of the report were handed over to an external facilitator.

The guidelines of the G3 Guide, the opinion of cross-functional responsables and the feedback from our stakeholders were valuable sources to identify key issues to address in this report.



GOVERNANCE BODIES BY CATEGORIES OF DIVERSITY	
BOARD OF DIRECTORS	
Per gender	
Female	0
Male	100%
Per age	
Under 30 years old	0
Between 30 and 50 years old	83%
More than 50 years old	17%
EXECUTIVE COMMITTEE	
Per gender	
Female	0
Male	100%
Per age	
Under 30 years old	0
Between 30 and 50 years old	100%
More than 50 years old	0

## COMMITMENT TOWARDS THE ENVIRONMENT

### Commitment towards the environment

We know that being responsible for the environment is essential for

the strengthening of a sustainable business strategy. Therefore, it is a key factor our sustainability policy. For that reason, we focus our efforts in reducing the environmental impact of our activities within the center.

### Actions to reduce environmental impact

Since 2004, we have developed an Environmental Management Plan, through which we plan to develop our operations in a way integrated and harmonized with the environment.

### Resources Optimization

Intending to optimize the company's resources, we initiated a progressive migration process from our premises to eco- efficient technology products. Then, between 2008 and 2009, we replaced the 47% of incandescent light bulbs for energy saving lights. In the year 2010 another 15% was replaced and we set the goal to replace 500 lights for led lights in 2011. Moreover, the exclusive utilization of led lights is to be asked for lighting effects in events.

Our company has a centralized control and operation system of all the premises, which guarantees a permanent monitoring of the equipment functioning. It also has a monitoring system for energy consumption, enabling us to control and manage demand and consumption peaks.

En 2010 we perfected the fragmentation of the electric circuits of the parking lot, intending to administrate energy by its use, which will result in an important reduction of the consumption for the next cycles. Furthermore, we extended the remote control of the switching cycle from the central controller of the ventilation fans at the Yellow Pavilion. For the year 2011, we will update the centralized control software and also include the external lightning and frontage, currently regulated by digital temporizers.

Likewise, we restrict the switching time for lights and air conditioners both from the centralized control of the premises and from the temporizers, majorly in the administrative offices and ornamental lightning.

On the other hand, in hot days and very crowded events, air conditioning equipments are previously on in order to gain thermal inertia and therefore reach a better use of the whole equipments.

Finally, in 2010 we carried on an internal awareness campaign to

reduce the amount of paper prints. The goal was set in a 10% reduction as compared to the year 2009, when 584.037 copies were made. This way, in 2010 we met the target by reaching the number of 522.526 printed copies.

EVOLUTION OF THE INDIRECT CONSUMPTION OF PRIMARY ENERGY			
	2008	2009	2010
Water <sup>(1)</sup>	89.005 m <sup>3</sup>	61.768 m <sup>3</sup>	57.421 m <sup>3</sup>
Electricity	41.839.2 x 10 <sup>9</sup> Joules	40.640.4 x 10 <sup>9</sup> Joules	40.244.4 x 10 <sup>9</sup> Joules
Gas	4,4935 x 10 <sup>12</sup> Joules	4,3 x 10 <sup>12</sup> Joules	4,1451 x 10 <sup>12</sup> Joules
Diesel Fuel	6,12 x 10 <sup>11</sup> Joules	1,8159 x 10 <sup>11</sup> Joules	1,7618 x 10 <sup>11</sup> Joules

<sup>(1)</sup> 100 % of the energy consumed by La Rural comes from non-renewable sources.

## La Rural Recycles

### Manual for environmental waste management

One of the primary pieces of our environmental plan is the reduction the amount of waste produced by the activities in the center. In this context, we pay special attention to the final destination of such waste. Therefore, in 2009 we developed a manual for the environmental waste management, intended to order its classification, transportation and disposal.

### Program for the Reuse of Resources

Jointly with the Fundación Compromiso, in 2006 we designed a Program for Reuse of Resources. This project promotes the reuse of the trimmings left after the events and fairs for the construction of didactic items and furniture for schools; or even to repair homes.

Most beneficiary institutions have carpentry and blacksmith's workshops as well as other crafts, for didactic or social purposes, enabling them to process the wood, iron, carpets and other material recovered in each operation.

For the implementation of this plan for reuse we provide the staff of the institutions involved with previous training and also with the clothing and safety equipment necessary to carry out the activities.

PROGRAM FOR REUSE OF RESOURCES	2009	2010
<b>Operations made</b>	6	9
<b>Institutions involved</b>	Legión de Buena Voluntad, Instituto 13 de Julio, Centro de Formación Profesional n° 1 from San Pedro, Colegio Episcopal and Centro de Formación N°34.	Legión de Buena Voluntad, Instituto 13 de Julio and Centro de Formación Profesional n° 1 from San Pedro.
<b>Material collected</b>	19.100 kg	18.050 kg
<b>Direct beneficiaries</b>	405	275
<b>Destination of the reused material</b>	Libraries, homes walls, mending of clocks and photo frames.	Homes repair, didactic games, fitting and/or repair of furniture from soup kitchens.

**“For more than three years, Legión de la Buena Voluntad has participated in the Corporate Social Responsibility Program of La Rural, finding quality materials and efficiency in a proposal integrating the concept of reuse, and the values of service and solidarity”**

#### Simone Teixeira

Social Development Coordinator  
Legión de la Buena Voluntad

### Recycling program of the Fundación Garrahan

As from 2006, we joined the recycling program of the Fundación Hospital de Pediatría Garrahan. As part of this initiative, all our employees help in the collection of paper, cardboard, and plastic caps which are monthly delivered to this institution for recycling.

**“Up to date La Rural has contributed with 13,837 kg of paper, avoiding the cut of 238 medium size trees.”**

#### Patricia Gavilán

Recycling Programs Coordinator  
Fundación Garrahan

## Classification of waste

As from the launching of the manual for the environmental management of waste, we implemented routines for the disposal of waste, making classifications according to its features. This enables us to name the "dangerous" and "not dangerous" waste and then define its final reuse. That is the case for the vegetal oil used for gastronomy, (AVU Program) then reused for the production of bio diesel or detergent; the straw of the animals' beds, useful for a compost used in champignon growing; the plastic and glass bottles or paper and iron reconverted into feedstock; the wood used for furniture or the humid waste converted into biodegradable stuffing, and so on.

In July 2010, we committed ourselves to the optimization of the separation, classification and specific treatment of waste process. Selective waste containers were placed in different areas in the center and in gastronomy spots, and we invited visitors and staff to divide waste into dry (recyclable) and humid (non recyclable). This action was supported by a communication campaign for visitors and staff.

In order to reinforce the selective separation campaign for the staff, the Safety & Health manager provided training courses to the different departments and from the Gastronomy management a follow-up policy was implemented. For the year 2011 we plan to deepen into this action and to increase the efficiency rate and awareness of operators, organizers and builders of events and fairs.

TOTAL OF RECOVERED WASTE		
	2009	2010
<b>Dangerous waste</b>		
Pathogenic <sup>(1)</sup>	91,8 kg	117 kg
Dangerous waste according to Y <sup>(2)</sup> Batteries Pain packages Fluorescent tubes and low energy lamps Electro scrap	No records <sup>(*)</sup>	30kg 120 kg 1000 kg 240 kg
<b>Non -dangerous waste</b>		
<b>Dry recyclable waste</b>		
Paper <sup>(3)</sup>	1,030 kg	1,244 kg
Plastic caps <sup>(3)</sup>	11,5 kg	7,5 kg
Materials trimmings <sup>(4)</sup>	19.100 kg	18.000 kg
Plastic and glass bottles <sup>(5)</sup>	4,500 kg	4,500 kg
Non-recyclable humid waste <sup>(5)</sup>	360,000 kg	350,000 kg
Recyclable humid waste <sup>(6)</sup>	3,000 kg	3,400 kg
AVU <sup>(7)</sup>	550 kg	2700kg
Fat <sup>(7)</sup>	1,050 kg	1300 kg
Water with organic fat <sup>(8)</sup>	23,000 kg	24,000kg

<sup>(1)</sup> Disposable material from consulting rooms and stables taken away by Transmec S.A.

<sup>(2)</sup> Waste from workrooms, equipments and premises taken away by Benitez Logística

<sup>(3)</sup> For the Fundación Garrahan program.

<sup>(4)</sup> Plan for the Reuse of Resources

<sup>(5)</sup> Bottles and other plastic and glass containers taken away by AESA

<sup>(6)</sup> Straw from animals' beds taken away by Deltacom and Servi

<sup>(7)</sup> Vegetal oil and fat used for gastronomy taken away by RBA Ambiental

<sup>(8)</sup> Fluids from interceptors and monitoring tubes taken away by Facility Service and PTO S.A.

<sup>(\*)</sup>: No records of dangerous waste during 2009 since the disposal company was hired in 2010.

## Minimization of the noise impact

Between 2007 and 2010, we installed acoustic panels in the sides of the air conditioning equipments placed adjacent to the neighbors. This way, an 80% of absorbing surface was gained on the lateral and we got a 50% reduction of sound waves scattered by nearby equipments.

We also made a cellulose cast under the cover of the Auditorium and a confinement of the service gates through soundproofing partitions to improve internal and external conditions. With this measure, we gained a 70% of absorbing surface and reduced a 60% the possibility of sound waves scattering.

Likewise, as part of the Program Better Neighbors, we implemented speed and noise reducers, sound limits in the source of events, noise making assessment systems and we also regulated the time schedules for operation in the internal streets next to neighboring buildings. All these activities were executed with 100% effectiveness, and they add to the improvement of the sound impact of our activities.

To continuously monitor the sound levels of the center noise, we make acoustic analysis on an annual basis. Additionally, we have an Environmental Impact Study granted by the government of the City of Buenos Aires setting the guidelines for the center's functioning and the compliance with the regulations on each issue.

For further information on the Program Better Neighbors see chapter Community.

## Free from PCB organization

The company has seven power transforming substations, six of which,

up to 2010, had dry type transformers and the remaining a liquid type one which was continuously monitored through oil analysis and whose rates were always below the permitted figures, guaranteeing no risky operations.

By the end of 2010, we replaced the liquid type transformer for a dry type one, which enabled that the 100% of the equipment be free from PCB.

## Plan to care for the land not built on

Since 2005 La Rural has a plan and control routine for the safety, health and conservation of the land located between Juncal st and Santa Fe Ave, originally projected to the building of a Multiple Events Center (CEM).

To guarantee safety and health conditions and avoid the probable insect, plague and weed proliferation, as well as the water concentration in the place, we carry out serious control procedures with specialized suppliers, obtaining 100% efficient results.

To make its conditions clearly public to the community, we include updated images of this sector in our website.

## Reduction of greenhouse gases

In December 2010, we completed the first stage of the Ecologic Gas Project, an initiative conceived to replace the Freon gas R-22 for Ecologic Gas in the air conditioning equipments of our company. We chose Dupont's Gases MO 029 and MO 059, which do not cause greenhouse effect, protect the ozone layer and are more energetically efficient.

In this stage, equipment gas from up to 1tn refrigeration was replaced, representing the 1% of the total equipments. In a second stage, intended to be completed during 2011, the replacement will be made in 110 kg equipments, reaching another 3%. Following stages will be progressively developed, aiming to achieve the total replacement by the year 2020.

## Movable Sustainability Friendly companies

For the same purpose, we got involved in the program "Movable Sustainability Friendly Companies" promoted by the Transport Office

of the City of Buenos Aires. Its goal is to encourage the use of bicycles as a cheap, lively, clean and healthy means of transport contributing to the reduction of greenhouse emissions. As part of our commitment, we communicated the program to visitors and staff.

## Impact of environmental issues in our business

As part of our sustainability policy, we assess the impact of environmental issues in our business. We acknowledge a series of operation problems that may arise from the global heating effects in the midterm and concern our business. Among the main issues, we find the restrictions of power, water, gas and non renewable fuel supply. All these risks make us prepare the center with alternative energy; foresee the need of greater air conditioning equipments and invest on cutting-edge equipment.

On the other hand, every action plan linked to this scenario stands for a series of opportunities for our organization. A social commitment to the future, a contribution to the environment improvement, a mid and long term efficient investment and the anticipation to the regulations and laws on the matter. Also, it means the opportunity of being part of the system of companies genuinely committed to sustainability and it is a differentiating factor to add to our business features.

Likewise, this scenario has consequences for our business. Positive ones, as the commitment towards a defiant vision, where we project innovations and payments under the rules of investment and no of expenditure. Also negative ones, such as expenditures not supported by incentives or funding from public entities.

Next stages of the different activities of the Plan for Environmental Management are included in the future Expenses and Investment budgets. In this context, expenditures foreseen up to 2020 are of about USD 700,000.

## ENVIRONMENTAL INVESTMENT PLAN

	2009	2010
Acoustic Measurement	\$ 17.000	\$ 10.000
Sound optimization works	\$ 157.000	\$ 30.000
Low power lights / LEDS	\$ 60.000	\$ 60.000
Circuits modification	\$ 15.000	\$ 30.000
Purchase and installation of dry transformers	(1)	\$ 566.000
<b>Plan for waste separation</b>		
Necessary equipment	\$ 40.000	\$ 15.000
<b>Water transportation</b>		
Recyclable humid waste	\$ 250.000	\$311.900
Pathogenic	\$ 5.000	\$15.000
Dangerous		\$ 7.000
Water with fat	\$ 15.000	\$ 10.000
External fees	\$ 10.000	\$ 10.000
Equipment recovery plan	\$ 10.000	\$ 10.000
<b>Taxes (2)</b>		\$ 24.500

(1) No purchases made in the year 2009.

(2) Annual charge for non recyclable humid waste.

## COMMITMENT TO OUR GROUPS OF INTEREST

### CLIENTS

Clients are those people visiting the fairs, conventions and events hosted in the center; those responsible for their organization and also those exhibiting their products and offering their services. Their welfare and trust are two key assets for the sustainable growth of our business. For this reason, we are committed to pay our clients our most careful attention and offer them an integral high quality service. We listen to their needs in order to meet their expectations with the continuing improvement of our facilities and services rendered.

## CLIENTS

	2009	2010
<b>Visitors</b>		
Fairs and Exhibitions	3.316.010	4.389.880
Congresses, Conventions and Seminars	28.596	24.663
Corporate and social events	100.100	115.177
Shows	57.441	9000
<b>Exhibitors</b>		
Fairs and Exhibitions	8.486	9771
<b>Organizers</b>		
Fairs and Exhibitions	50	64
Congresses, Conventions and Seminars	28	51
Corporate and social events	111	159
Shows	0	1

### Accesible La Rural

Because we believe all our visitors must equally enjoy our conventions and events center, we developed a program for the optimization of the accessibility conditions for disabled people.

The plan was implemented with the assistance of CILSA, a NGO working for the inclusion of disabled people, and was divided into two stages. On the one hand, it is focused on the awareness, consciousness and training of the staff (for more information see chapter Staff) On the other hand, it is focused on the development of an architectural survey of the center and an accessibility map. The goal was to reach an integral approach, including not only the elimination of architectural barriers but also communicational and ideological, to become a really accessible environment.

As a result, in June 2010, CILSA presented a report based on the walking, apprehension, location and communication requirements. This survey included the pros and cons of the center in every area, together with their advice to improve each aspect. We are committed to solve the problems and implement recommendations in the short term in order to have a center 100 % accessible for everyone. In this

context, in 2010 Braille system was incorporated in the buttons of the elevators and the restaurant menus.

**“All new programs related to Corporate Social Responsibility are essential since they make our work more noticeable and massive”.**

#### Liliana Souss

Companies Relation manager  
CILSA Argentine NGO for inclusion

### La Rural cares about you

We are convinced that prevention is our better defense and a shared responsibility. Following this premise, in 2009 “La Rural cares about you” was born. Originally intended to respond to the pandemic H1N1 Flu, it currently exists as a comprehensive program for prevention and health care initiatives targeting our clients and inner public.

### Flu Campaign

In July 2009, within the context of sanitary emergency caused by the H1N1 Flu, we designed an intensive prevention program to ensure the continuity and safety of the Rural Exhibition. Therefore, we led a serious awareness campaign on the ways to prevent infections for visitors, organizers and exhibitors. The information was provided in our website and also displayed in giant screens, with messages adapted to different publics in posters and notices, and through flyers and advertising in the official catalogue of the exhibition.

Moreover, preventive sanitation measures have been reinforced; we placed alcohol gel sanitizers in strategic spots in the center. In addition, we make available medical units to monitor and detect likely viral infection from visitors; organizers and exhibitors.

Thanks to the adequate preventive measures and the OPS (Pan-American Health Organization) and AFIDA's (International Association of American Fairs) endorsement we kept the continuity and safety of our events within an emergency framework.

In 2010, facing a probable scenario of viral outburst, we started a joint communication campaign with UNICEF, in order to keep our visitors informed and aware of the preventive sanitation measures.

### Beating Dengue Fever

During the whole year, we launched preventive measures to control

dengue fever in accordance with the recommendations of the Health Office of the City of Buenos Aires. Close to the 2009/2010 summer we strengthened our routine with a preventive fumigation, a survey on the spaces and natural water concentrations in the center, eliminating all unnecessary water containers and intensifying the maintenance of the land not built on in Juncal st.

Moreover, we make the preventive measures known among our employees, visitors, organizers and exhibitors through communication devices such as notice boards, websites and statements.

### Health and Safety Plan

Following our commitment to the welfare of visitors and clients, together with the compliance with current legislation, we launched the following plans on health & safety issues.

- « Bromatology control audit Operative control and health & safety program.
- « Own fire brigade
- « Requirement, control and follow-up of:
  - « Plans and evacuation schemes for events
  - « Registered electrician for installations
  - « Structure calculus for mezzanine floor and resistant structure made with registered professional.
  - « Fire proof treatment of elements in events
  - « Guaranteeing escape gates in the buildings
  - « Medic unit and ambulance in events
  - « Private security endorsed by the government of the city of Buenos Aires
  - « General rules for building in events
  - « Restriction in the use of gases and fireworks
  - « Restriction in sounds emissions

### La Rural Recycles

In the context of the Bicentennial Rural Exhibition, we invited our visitors and clients to be active players of our commitment to the environment. We placed differentiated containers to make everyone responsible for the classification of their waste into dry (recyclable) and humid (non-recyclable), thus collaborating in the optimization of the separation, classification and specific treatment of recyclable waste procedures. This action was supported by a communication campaign, displayed all over the center in video walls and notice boards.

## La Rural Club

Since 2007, this program offers benefits for regular visitors and clients, aiming to provide them with an additional value and to develop long-lasting relationships through a fluent, reciprocal and close communication channel.

The "La Rural Club" grants a benefit card to the members enabling them to obtain special invitations, promotions and discounts:

- « Free Access or 2 x 1 to fairs, exhibitions and events at La Rural.
- « Invitation to special events, pre-opening receptions, preferred access and guided tours to exhibitions.
- « Birthday lunch in the restaurant Terraza del Central.
- « Permanent discounts in the parking lot of La Rural the whole year.
- « Permanent discounts in the shops of Pizza Cero and La Brioche Doreé at La Rural.
- « Permanent discounts in the restaurant Terraza del Central.
- « 2 x 1 in the tickets for Opera Pampa shows in any of its formats.

## EXHIBITORS

### Satisfaction Survey

We are committed to offer our exhibitors a profitable visible space to show their products and services, to encourage business opportunities and promote the public attendance to the fairs they participate in.

To know about their experiences, expectations and needs in relation with the events held in our center, we designed a customer satisfaction survey based on the Rural Exhibition, our major wholly-owned fair concentrating the 25% of the annual visitors. In 2009 and 2010 we implemented the survey at the conclusion of the event and the results were highly positive for the organization. Exhibitors were asked on the organization, attention, center facilities, gastronomy and exhibitors help desk.

**"Our expectations were met; there was a great quantity and quality of exhibitors and the organization itself was very good. We generated a great amount of valuable contacts for our company."**

#### Gabriela Quiss

Events coordinator

Biogénesis Bagó

Exhibitor at the Bicentennial Rural Exhibition

## ORGANIZERS

### Podemos Más

Following our commitment to the organizers to provide them with an integral quality solution and a service of excellence for the events hosted in our company, in 2009 we created Podemos Mas (We can do more).

This program for the qualitative improvement of the fairs activity is supported by periodical meetings for the participation of the organizers of fairs, exhibitions, congresses and conventions. These meetings create a space to listen to their needs and interests, to know about their vision and experiences. The goal is to reinforce all processes and methods of working, to identify those areas in the exhibition center and services to be improved, and, on the other hand, to commit them to our sustainability policy.

The first meeting was held in October 2009 at La Rural. Then, 30 officers from leading companies shared the experiences of successful cases, addressed Corporate Social Responsibility issues and discussed proposals to face the problems affecting the industry.

In 2010, we organized two new meetings, one with organizers' chairpeople and technical managers, and another meeting with design suppliers and stands builders. In the first one, they were trained on the necessary safety measures, and in the second one, they shared the actions developed as part of the Program for the Reuse of Resources, inviting them to join in and profit from the experience as a sustainability action for the company.

## COMMUNICATION CHANNELS WITH OUR CLIENTS

### Visitors

- « Notice boards
- « E-mail address info@larural.com.ar
- « "La Rural Club" Communications
- « Flyers
- « Complaints book
- « Advertising
- « Website
- « Social networks

## Exhibitors

- « E-mail address [atencionalexpositor@larural.com.ar](mailto:atencionalexpositor@larural.com.ar)
- « Evaluation survey
- « Previous and closing meetings
- « Complaints books
- « Free telephone calls for exhibitors' help desk
- « Commercial Statement
- « Social networks

## Organizers

- « "We can do more" meetings
- « Follow-up meetings
- « Complaints Book
- « Commercial Statement
- « Website
- « Social networks
- « Previous and closing meetings

## EMPLOYEES

### WE GROW DUE TO THE SKILLS AND ATTITUDE OF OUR TEAMWORK

We work on a daily basis committed to the career development and physical and moral integrity of our staff. They are the engine of the sustainable growth of La Rural.

La Rural employs around 140 permanent workers. Additionally, it encourages the job placement of the youngest, hiring part-time interns in accordance with current regulations on internships.

On the other hand, the activity of an events center requires the recruitment of temporary staff, due to seasonal demands.

	2009	2010
<b>La Rural Staff</b>	134	136
Full Time	98%	98%
Part Time	2%	2%
Under Trade Union Covenants	52%	54%
<b>By position</b>		
Officers and Managers	11%	11%
Chiefs	11%	11%
Supervisors	23%	24%
Personel	55%	54%
<b>By gender</b>		
Women	42%	41%
Men	58%	59%
<b>By age</b>		
Under 30 years old	48	49
Between 30 and 50 a years old	71	72
More than 50 years old	15	15

## Being a job promoter

Our activities trigger a production chain exceeding our premises, which makes us a major job promoter, with a direct and indirect impact in the community.

Due to data collection in fairs, exhibitions and events, we know the amount of people employed in our events-related tasks. This analysis enables us to identify the scope, type and sector of the created jobs. As a result, we stated that during 2009 and 2010, the events hosted created more than 100,000 job positions in a direct and indirect way.

## PROJECTION OF THE JOB POSITIONS CREATED BY THE COMPANY'S ACTIVITY

	2009	2010
La Rural S.A. staff	134	136
Regular staff organizers	398	1.165
Temporary staff organizers	995	1.209
Exhibitors staff	19836	22.342
Staff for building and dissembling stands	8127	8.294
Service suppliers staff		
Security staff	1480	1.396
Cleaning staff	1328	967
Other services (check-in, Access control, sounds, technics, etc.)	3735	2.691
Gastronomy staff	14220	10.329
<b>Total</b>	<b>50253</b>	<b>48.533</b>

## Internal communication channels

At La Rural, we are concerned about strengthening the bonds among our employees and line up work on the same values and goals. Bearing this in mind, we developed a series of communication channels and set regular meeting spaces to listen and respond to our colleagues in a clear and immediate way:

- « Attention at Human Resources office
- « Larural.news bulletin
- « Notice boards
- « E-mail comunicacioninstitucional@larural.com.ar
- « Internal communication
- « Induction Manual for entrants
- « Meetings
- « La Rural por vos (La Rural for you)

## Being part of our team

To promote job opportunities in our organization, we have a formal hiring policy. Main recruitment channels are job-finding advertisements placed in massive and specialized means of communication. In all cases, applicants are interviewed by the Human Resources team and managers or chiefs in charge.

En 2009, we got 250 applications, translated into 50 interviews and eventually in 18 people being hired. In 2010, we counted 250 applications, 40 interviews were made and 15 people were hired.

Additionally, we are opened to spontaneous applications through our reception desk, web site and recommendations. All resumes are gathered in a Human Resources database and are eventually considered in future recruitment processes.

**“During my internship, I could put all the theory learnt throughout my studies into practice. No doubt being part of this organization willing to achieve new goals is a daily training process.”**

**Juliana Orlandi**  
Intern

## Performance evaluation

With the objective of identifying the skills, knowledge and potential of our colleagues, since 2008 we have implemented a formal performance evaluation policy for Officers, Managers and Chiefs. The assessment is made on an annual basis and includes a self evaluation; an evaluation meeting with their immediate superior; and the joint determination of the goals for the next year.

In 2009, 18 colleagues (13%) participated in the performance evaluation. In 2010, 28 people (39%), including Officers, Managers and Chiefs did.

In the third year as from the formal implementation, we can state that individual results, communication and goal achievement were noticeably improved. In addition, in a no formal way, the remaining staff is being evaluated by their bosses and managers.

EMPLOYEE TURNOVER		
	2009	2010
Separations	31	14
<b>By gender</b>		
Women	38%	35%
Men	62%	65%
<b>By age</b>		
Younger than 30 years old	77%	86%
Older than 30 years old	23%	14%
Turnover Rate	2%	2%

## Freedom of association

Currently, the 54% of our permanent staff is covered under collective bargaining agreements. On the other hand, virtually all temporary workers are also covered by this sort of agreements.

We support the freedom of association of our coworkers, providing them with information on this right and facilitating union meetings during working hours, with prior authorization and as prescribed by law. In this context, our company has two representatives in the Commerce Union and participates in periodical meetings with the delegates. During the periods embraced by this report, there were no register of instances in which freedom of association or collective bargaining were at risk, and the company and the unions did not enter any new general agreements.

## Training and continuous education

At la Rural we encourage our coworkers to improve their own performance. To develop their skills, we provide them with training opportunities within the company and in educational institutions. In this context, sometimes we offer grants for postgraduate studies and technical training.

## Workshop for the inclusion of disabled people

Within the scope of "Accessible La Rural" we trained those employees with direct contact with the public on the key aspects necessary to efficiently deal with disabled visitors.

Then, CILSA professionals taught in two courses where 38 employees from the company got involved in activities focused on the creation of disabilities awareness and consciousness. Apart from encouraging our staff to respect people with different abilities, we want to improve our company's services so that everybody can access to and enjoy the activities being carried out.

This way, this training is intended to contribute to the respect for human rights and no discrimination not only from our teamwork but also from visitors, organizers and exhibitors.

TRAINING PROGRAMS 2009/2010	Attendants	Hours
Young Professional program	15	8
Chiefs training program	15	8
Manager training program	16	8
Team Building workshop for Chiefs	15	48
Team Building workshop for Managers	16	48
Training courses on technical, safety and health issues	22	4
Language courses	20	1 h a week
Postgraduate half-grants	5	60
IAE technical course	8	8
CILSA inclusion workshop	38	6

## Education, prevention and risk control

Our activities are carried out with a strong commitment with the safety and health of our colleagues. Bearing this goal in mind, we implemented the program "La Rural cares about you", through which we promote the prevention and control of labor diseases and accidents. The program includes a series of campaigns and training courses, consulting and risk prevention for permanent and temporary staff.

Program beneficiaries	Education Training	Consulting	Prevention and Risk Control	Treatment
Staff	√	√	√	-
Relatives	-	√	√	-
Community	√	-	-	-

- « Flu: A strong internal communication campaign was held to reinforce prevention measures. Recommendations, symptoms and consulting channels were advertised through notices and flyers. Staff was also informed by means of doctors' lectures.
- « Dengue fever: The campaign included informative posters, notices and flyers stating prevention measures, symptoms and telephone numbers for consultations.
- « Communication campaign to promote the use of protection tools "Let's take care and wear helmets"
- Conference on personal protection tools
- « Food manipulation course for gastronomy personnel
- « Fire escape training
- « Security courses

For further information on our Safety & Health policy see the chapter Environment.

## Benefits

As part of our commitment to our staff, we offer a bunch of additional benefits to compensate their dedication and efforts, as well as to promote a balance between their labor and personal life.

- « Extra vacation week for officers, managers and chiefs who have actively participated in the organization of certain events.
- « Mobile telephones and telephone expenses for all staff.
- « Paperwork provision for employees who can apply for retirement.
- « Política de atenciones al personal en cumpleaños, casamiento, nacimiento de hijo, fallecimiento, fin de año, etc.
- « Discounts and benefits "La Rural for you".
- « Lunch tickets for temporary staff
- « Free Parking

## La Rural for you

Since the year 2010, we have executed a benefits and discounts plan for our colleagues. It includes free tickets to wholly-owned and third-parties fairs; discounts and promotions in different stores with which strategic alliances have been made.

## SUPPLIERS

We believe that our business sustainability is not separable from its value chain. Thus, we want to line up our suppliers with our principles and the commitment of our organization towards providing a first class service in harmony with the community and the environment. Strengthening the bonds with this group of interest is one of our major challenges, with the aim of building a value chain socially responsible from top to bottom.

Currently, we have more than 550 active suppliers, including general suppliers and those suppliers of the activity itself. Main sectors are: electricity, technical equipment, gastronomy, infrastructure, cleaning, advertising, security and insurance.

	2009	2010
Active suppliers	550	559
General suppliers	45	57

## Commitment in the value chain

To guarantee the reliability and the quality standard of the activities, we have a list of suppliers authorized to work in the center. Therefore, we provide our clients with a selection of service providers specialized in different areas, who are bound by the provisions of our Suppliers' Manual and General Terms for Hiring.

Through the General Terms for Hiring suppliers are committed to comply with all legal dispositions and requirements of the government of the City of Buenos Aires, Labor Police, Federal Police, DGI, AFIP, SADAIC, AADI-CAPIF, ARGENTORES and any other public or private entity with jurisdiction over the order, control, monitor or rights perception regarding the activities carried out by supplier within the center.

Particularly, suppliers are bounded to comply with Safety and Health rules at work, as well as to comply with laws, regulations

and relevant trade unions covenants, and to take all necessary safety measures for the applicable personnel.

Regarding labor issues, apart from the compliance with current legislation on the matter, suppliers must monthly update social security contributions affidavits of the salaried workers (AFIP Form 931). Likewise, their responsibility towards the care and protection of the environment is highlighted, and they are also asked to take all necessary measures to reduce the environmental impact of their service.

Lastly, it is established that La Rural will regularly assess the quality standards of the services or products hired and will monitor the strict compliance with the General Terms for Hiring mentioned.

**“With La Rural we work under strict quality standards in a long-term relationship to offer the highest technologic audio visual service in exhibitions, congresses and events”**

**Carlos de Elias**  
CEO  
Congress Rental

## Communicating with our suppliers

To keep the quality and efficiency of all services rendered within the center, we are in constant communication with our suppliers. There follows a list of communication channels for our suppliers to be heard and to meet their needs:

- « Regular meetings
- « Follow-up interviews
- « Direct contact person
- « Telephone
- « E-mail [proveedores@larural.com.ar](mailto:proveedores@larural.com.ar)

## Training

In the context of the program Podemos Mas (“We can do more”), conceived for the continuous improvement of the fairs and congresses activity, we offer workshops and training conferences to suppliers on safety and social responsibility issues.

This way, in March 2010 La Rural invited those suppliers related to the building of stands to participate in a conference on mandatory safety measures during events, lectured by our Operations Officer.

For further information on this program see chapter Clients.

## Human Rights term

As a result of an analysis giving birth to this report, the need of a special term contemplating Human Rights aspects was decided to be included in the suppliers and rental of spaces agreements. This way, we included in all these agreements a term by means of which the parties undertake to respect human rights, avoiding discrimination, harassment, abuse and/or intimidation in any way.

## COMMUNITY

The expansion of our business can only be sustainable within a context of responsibility and commitment to the community in which we participate in.

## Caring Hearts

Since 2009, we joined our efforts and resources with América TV, el Cronista Comercial newspaper and Radio La Red radio station to carry out Corazones Solidarios (Caring Hearts), an

initiative conceived to give an immediate and effective response in social, climatic or any other type of crisis.

La Rural makes the center, the Opera Pampa show and its advertising and convening power available with the purpose of fund raising for the different affected communities.

**“In January 2010, Haití was hit by a devastating earthquake. In Argentina, different actions were carried out to add to this global effort, and La Rural helped us to improve this contribution. We thank La Rural and everyone who get involved to help children from Haití.”**

**Martín Giménez Rébora**  
Resources Recruitment leader  
UNICEF – Argentine office

**“Thanks to this possibility provided by La Rural, more people got to know our work and got could get closer to solidarity.”**

**Ruth Heymann**  
Communications Officer  
Fundación Tzedaká

SPECIAL OPERA PAMPA SHOWS FOR CORAZONES SOLIDARIOS (CARING HEARTS)				
Event	Beneficiaries	Attendants	Fund raising	Destination
Corazones Solidarios for Tartagal January 2009	Victims of the climate disaster in Tartagal	2,100	1,700 kg of imperishables 100 diaper packages 120 bags of clothes	All the items collected were handed over the Government of Salta
Corazones Solidarios: UNICEF in Haití January 2010	Victims of the earthquake in Haití	2,100	\$ 42,670	Funds raised were delivered to UNICEF to help them in their humanitarian tasks in Haiti, focused on the provision of tents, drinking water, health and nutrition items for the victims of the earthquake.
Caring Bicentennial June 2010	Caritas Buenos Aires and Fundación Tzedaká	1,300	4,100 of imperishables, equally distributed between both institutions.	Fundación Tzedaká delivered the imperishables to the NCI Emanuel Javurá soup kitchen, and the Los Piletones soup kitchen, from Margarita Barrientos, in Villa Soldati. Caritas Buenos Aires, distributes imperishables among different Churches

## Educative Opera Pampa

As part of our cultural commitment to the community, we offer since 2006 special Opera Pampa shows, adapted for students and teachers from public schools of Buenos Aires. Educative Opera Pampa promotes the historical awareness of the birth of our nation in the context of the contents intended for primary and secondary students. In 2009, it was declared as of Educative Interest by the Education Office of the government of the City of Buenos Aires.

Opera Pampa is performed privately and also, together with the Government of the City of Buenos Aires, freely in special shows. Thanks to this initiative, between 2009 and 2010 more than 18,000 students from public schools were able to learn Argentine history through this entertaining way.

EDUCATIVE OPERA PAMPA	2009	2010
Free shows	3	4
Schools invited	37	65
Students	2482	4132
Teachers	240	400

**“I think it was a very proper way for my students to bond with our roots, dances, music and history, which meant for many of our kids a unique chance to participate in an event related with art and history.”**

### Ana Padula

Vice Principal

School N°21 DE 1º - Dr. Ángel Gallardo

## Educative occupation internships

Since 2008, and jointly with Fundación Compromiso, we were part of the program Learning by Working created by the Education Office of the government of the city of Buenos Aires. This program encourages senior students from schools and training institutions to be involved in internships in companies

located in the city. The purpose of this program is to improve the knowledge and skills of students by the integration of the theory learnt and the practice of work and production.

In 2010, La Rural got two interns from the institutions CBO n° 1 and CFP n° 34 making their first professional experience in the areas of gardening and ironworks. For their daily duties, each of them was accompanied by a member of the regular staff designed as their tutor.

According to a later survey, both the young interns and their tutors were very satisfied with the experience and stated they want it last longer.

## Impulsarte, Program for the Encouragement to Contemporary Art

In the year 2009 the program Impulsarte was created with the purpose of encouraging the work of Argentine contemporary artists, promoting the art market and the ArteBA fair itself, this way intensifying its local and international projection.

Every year a Purchase Committee selects some works of art displayed at the ArteBA Fair which become part of the Impulsarte Collection, to be shared with the community through different shows and exhibitions that take place in the center during the whole year.

Between 2009 and 2010, La Rural allocated a total amount of USD 20,000 for the purchase of the 12 works of art being part of the collection.

The Impulsarte collection includes pieces of different techniques from young artists Bruno Dubner, San Poggio, Lola Goldstein, Estanislao Florido, Florencia Rodriguez Giles, Florencia Blanco, Cynthia Kampelmacher, Máximo Pedraza, Pablo Accinelli and Amado Azar.

“Impulsarte is in total accordance with our mission of promotion and activation of the art market.”

### Teresa Frías

General Manager  
Fundación ArteBA

## Better Neighbors Program

Neighbors are part of the community and main players of the background where we do business. Therefore, we have developed an exclusive program to listen and respond to the needs of our neighbors, in order to achieve a pleasant cohabitation.

The program Better Neighbors for the relationship with the immediate environment was born in May 2010. Through this program, La Rural strengthens the relationship with neighbors and promotes a pleasurable cohabitation so as to build a better neighborhood for all of us.

Better neighbors promotes an open communication to learn about the expectations and concerns of our neighbors through the following communication channels:

- « Newsletter “Better Neighbors”
- « E-mail address [mejoresvecinos@larural.com.ar](mailto:mejoresvecinos@larural.com.ar)
- « Telephone 4777 5583
- « Postal mail communication
- « Twitter Better Neighbors

Furthermore, it embraces a series of actions intended to encourage integration and solidarity with our neighbors:

- « **Bicentennial Opera Pampa:** on May 25th we invited our neighbors to enjoy our show free of charge. More than 250 neighbors enjoyed our epical show.

« **La Rural Centennial Jewels:** on September 17th we invited the grandparents from the Day Care center N° 9 located in Palermo to participate in a guided tour free of charge. Twelve grandparents attended the tour.

« **Palermo week:** in October, we were part of the celebrations held by the Tourist Office of the city and the Community Center N° 14, inviting our neighbors to an exclusive edition of Centennial Jewels, our guided tour. Twenty-five neighbors came to learn about the history behind our buildings.

« **Photograph Show “Historical Palermo”:** in November, we supported the Community Center N° 14 with the exhibition of historical photographs of our neighborhood displayed in the bars of the Jardín Botánico.

« **We helped the Church of Nuestra Señora del Rosario through the initiative of the San Javier school to improve the church premises.** For that purpose, in November we gave the mothers of the Charity Circle 150 Opera Pampa tickets to sell.

« **Opera Pampa “1500 shows with children”:** in August, we celebrated 1500 shows and the Children’s day with the kids from the neighborhood. Twenty children from the Fundación Juanito, 30 from the School N° 30 “Granaderos de San Martín” and 250 from the Community Center “Men and women in action” were our guests of honor.

## La Rural, Centennial Jewels

In the Bicentennial anniversary of the birth of our country we decided to celebrate by sharing with the community the architectural and historical richness of our center. This way, within the context of the Bicentennial Rural Exhibition, in July 2010, we launched “La Rural: Centennial Jewels”, the program of guided tours to enjoy the buildings of the center. By the end of the year, more than 100 people had participated in the program and discovered the value of our Centennial Jewels.

The tour covers historical pavilions that were inaugurated in 1910 on the occasion of the first centenary of the country and

which currently constitute a national historical heritage, the Pista Central and the new Bicentennial Square.

The itinerary was jointly organized with the Tourism Office of the city and the contents were designed by Enternautas, a well-known company for historical culture tourism.

### Palermo Lee

Since we think in the value of education for the development of our society, within the context of Feria del Libro 2010 (Book Fair) we launched the program Palermo Lee. Its goal is to promote the habit of reading for the students of primary schools in Palermo. The program constitutes of an invitation to the fair, including free access and transportation of the students, a guided tour and the participation in educative activities. Moreover, thanks to the contributions made by the Aique, Macmillan and Planeta publishing houses, participant schools were given books to enlarge their libraries.

During the year 2010 more than 500 children enjoyed the book fair and got close to reading activities invited by La Rural through the Community Center N° 14 and the support of Fundación El Libro.

Finally, as part of the program, we fixed our internal processes to evaluate and reduce the impact of our activities in the immediate environment. See details in the chapter Environment.

- « Sound level measurements
- « Speed and noise reducers
- « Operation timetable for internal streets
- « Restriction of sound emissions in the events
- « Limitation of events to be hosted in some areas
- « Safety and health conditions of the sidewalks
- « Air conditioning equipment day time/ night-time operation control

### Synergy with the community

We believe in the value of synergy to contribute with the community. Therefore, we support foundations, entities for the public good and NGOs that share our goal to promote the development of the community. In this context, through the program "Supportive Cession of spaces" La Rural gives some places away to some entities for the organization of events, and performs special Opera Pampa shows for charity.

## SPACES GIVEN AWAY FOR COMMUNITY ENTITIES / 2010

Entity	Event	Space given	Destination
Fundación Cimientos	Cimientos Annual Dinner Party	El Central	\$365,100 to strengthen the Graduates Network.
Fundación CUBA	IV Annual Dinner Benefit Party	El Central	Educational Programs implemented by the foundation in neighborhood near the Club premises.
La Casa de Ronald McDonald	Great Annual Dinner Gala for the benefit of La Casa de Ronald McDonald	Main Auditorium	\$919,140 for the five programs of La Casa de Ronald McDonald Argentine Association for Child Support.
Endeavor	Endeavor Conference	Main Auditorium	Strategic support for entrepreneurs to promote job opportunities, social mobility and inspiring models.
Proyecto EducAR 2050 - Fundación Telefónica-	Argentine Quality Education Forum	Main Auditorium	Raise the society awareness on the improvement of education. Attendants: 650 people.
Fundación Banco de Alimentos	Raising funds Gala	El Central	Help for those starving, by distributing food. La Rural donated (giving the space away) \$16,000.
Consejo Publicitario Argentino	Raising funds Gala	El Central	Communication campaigns of social welfare organizations, to advertise issues such as diabetes, environment, drug addiction and nutrition.
ITBA	Raising funds Gala	El Central	\$1,081,520 for Investigation, development and innovation projects.
COAS	Raising funds Gala	Main Auditorium	Funds: \$635,006. Renovation of one of the surgery rooms of the Hospital Rivadavia, a Neumovent Graph respirator. Additionally, 13 multiparametric screens, 2 multi processed respirators and 10 recovery beds were purchased for the Santojanni, Pirovano, Piñero and Fernández Hospitals.
Conciencia	Noche Ciudadana- Raising funds Gala	Main Auditorium	Educative programs and national grants. Such as PRO NIÑO (against child work) and APRENDER.
Fundación Vida Silvestre	Raising funds Gala	El Central	\$460,000 for the creation and effective management of protected Areas, territory regulations and environmental education.
Fundación Oscar Alvarado - Cooperativa La Juanita	Raising funds Gala	El Central	Construction of the School Crecer en Libertad Oscar Alvarado
Movimiento Familia Cristiana del Polo	"La Fiesta del Polo" Raising funds Gala	Frers Pavilion	Works to finish the high school from the Colegio Parroquial Cervantes school.

## SPACES GIVEN AWAY FOR COMMUNITY ENTITIES / 2009

Entity	Event	Space given	Destination
Junta Barrial y de Estudios Historicos de Villa Crespo	99° anniversary of the Biblioteca Alberdi and 33° anniversary of the Board	Nogal Hall	Anniversary of the social organization attended by 50 people from Villa Crespo. Intended to provide truthful information on the history and present of Villa Crespo and the city of Buenos Aires. City tours to the neighborhood. Vindication of the neighborhood through the Preservation of its Natural and of Cultural Heritage, the defense of its territorial integrity and neighborhood affairs.
Fundación Germinare	Raising funds Gala	El Central	\$280,000 to offer poor children a better education. \$ 120,000 to consolidate the program "Trading Agents" in Campana, Pilar, Zárate and San Fernando. \$ 94,000 to extend the Works from Pilar to other neighborhoods. \$ 26,000 for the implementation of a pilot test to improve the identification of children applying new assessment tools. \$ 22,000 to develop the Institutional Relations area of Germinare. \$ 18,000 for a reserve fund to pay students trips of children finishing high school.
Fundación Cimientos	Raising funds Gala	El Central	\$ 252.600 for actions encouraging equal educative opportunities.
Fundación Banco de Alimentos	Raising funds Gala	El Central	Help for those starving, by distributing food. La Rural donated (giving the space away) \$16,000.
Cáritas de Buenos Aires	11° Supportive Megafestival "Sing with me"	Green Pavilion	Food collection for the total benefit of Cáritas
COAS	Raising funds Gala	Main Auditorium	Funds: \$474,464. Purchase of one ultrasound scanner for the Piñero Hospital, 8 multiparametric screens for the Francisco Muñiz Hospital, 4 for Hospital de Quemados and 9 for the Dr. Abel Zubizarreta Hospital.
Fundación TyC	Campaign to promote Reading: "Reading is important"	Frers Pavilion	Promotion of the reading campaign "Reading is important" No fund raising.
Fundación CUBA	Raising funds Gala	El Central	Educational Programs implemented by the foundation in neighborhood near the Club premises in Villa de Mayo (Los Polvorines) and Fátima (Pilar)
ITBA	Raising funds Gala	El Central	\$901.798 for Investigation, development and innovation projects
Distinciones RSC	Awards	Ceibo Hall	Awards for companies, NGOs, media with remarkable behavior regarding public welfare issues, promoting the communication of their practices as a way of bonding those promoting them to their recipients.
Fundación de Narváez	Workshop for the Human Rights of children	Ceibo Hall	Workshop in occasion of the 20th anniversary of the Children Human Rights Convention. No fund raising.
Movimiento Familia Cristiana del Polo	"La Fiesta del Polo" Raising funds Gala	El Central	Building of the kindergarden of the Colegio Parroquial Cervantes.

“Support provided by La Rural was truly essential for the realization of the ASDRA Fashion Day! where the Association succeeded in stating a powerful inclusive message.”

### **Pedro Crespi**

Executive Director

ASDRA – Asociación Síndrome de Down Argentina Argentine Down Syndrome Association

## **Associations**

In order to carry out our mission: “being a great window to the world”, we actively work on the promotion of the fairs, exhibitions and events market, as well as on the promotion of the city of Buenos Aires and of Argentina as a destination place for the conference tourism. In this context, we heartily participate in different chambers and associations aiming to encourage the sustainable growth of the sector and the ethics rules for the industry.

This way, we synergically aim to develop the maximum potential of the sector in a context of fair play rules for everybody.

La Rural is a formal and active member of the following associations:

### **National**

« **Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones y Congresos (AOCA) Argentine Association for Organizers and Suppliers of Exhibitions and Congresses**

An organization intended to promote and encourage the growth of the activity with a great quality standard, to make it recognized by governments, corporations and society and to hold the leading role it deserves in the cultural and economic development of the community.

« **Buenos Aires Convention & Visitors Bureau**

Non-for-profit organization working for the promotion of the City of Buenos Aires as destination for congresses, conventions, fairs and events.

« **Idea**

Institution contributing to the productive and competitive development of national companies and institutions, intending to place our country in the modern and developed world.

« **Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la República Argentina (AMCHAM) US Chamber of Commerce in Argentina**

Non-for-profit, independent organization, working in the promotion of the bilateral trading and the investment between the US and Argentina.

« **Consejo Interamericano de Comercio y Producción (CICYP) Interamerican Counsel for Commerce and Production**

Cooperation body for the countries of America, providing information on the economic evolution of the region and, at the same time, promoting the economic and commercial development, considering the human rights and the principle of free initiative and private company.

### **International**

« **Asociación Internacional de Ferias de América (AFIDA) International Association of American Fairs**

Association representing the interests of the fairs industry in Latin America and Spain, promoting its growth and increasing its levels of professionalism.

THIS REPORT WAS CREATED IN ACCORDANCE WITH THE GUIDELINES OF THE G3 GUIDE OF THE GLOBAL INITIATIVE REPORT FOR THE LEVEL C APPLICATION.

## G3 CONTENT INDEX

Level of  
Reporting

Page

### 1 Vision and strategy

1.1	Statement from the most senior decision-maker of the organization.	▲	83
1.2	Description of key impacts, risks, and opportunities.	▲	83

### 2 Profile

2.1	Name of the organization.	▲	84
2.2	Primary brands, products, and/or services.	▲	84-85
2.3	Operational structure of the organization, including main divisions, operating companies, subsidiaries, and joint ventures.	▲	86
2.4	Location of organization's headquarters.	▲	84
2.5	Number of countries where the organization operates, and names of countries with either major operations or that are specifically relevant to the sustainability issues covered in the report.	▲	85
2.6	Nature of ownership and legal form.	▲	84
2.7	Markets served (including geographic breakdown, sectors served, and types of customers/beneficiaries).	▲	85,93-95
2.8	Scale of the reporting organization.	▲	86,96
2.9	Significant changes during the reporting period regarding size, structure, or ownership.	▲	(1)
2.10	Awards received in the reporting period.	▲	87

### 3 Report Parameters

#### Profile report

3.1	Reporting period (e.g., fiscal/calendar year) for information provided.	▲	83
3.2	Date of most recent previous report (if any).	▲	(2)
3.3	Reporting cycle (annual, biennial, etc.)	▲	84
3.4	Contact point for questions regarding the report or its contents.	▲	84

#### Coverage of report

3.5	Process for defining report content.	▲	88
3.6	Boundary of the report (e.g., countries, divisions, subsidiaries, leased facilities, joint ventures, suppliers). See GRI Boundary Protocol for further guidance.	▲	84
3.7	State any specific limitations on the scope or boundary of the report (see completeness principle for explanation of scope).	▲	(3)
3.8	Basis for reporting on joint ventures, subsidiaries, leased facilities, outsourced operations, and other entities that can significantly affect comparability from period to period and/or between organizations.	▲	(2)
3.9	Data measurement techniques and the bases of calculations, including assumptions and techniques underlying estimations applied to the compilation of the Indicators and other information in the report. Explain any decisions not to apply, or to substantially diverge from, the GRI Indicator Protocols.	▲	(4)
3.10	Explanation of the effect of any re-statements of information provided in earlier reports, and the reasons for such re-statement (e.g., mergers/acquisitions, change of base years/periods, nature of business, measurement methods).	▲	(2)
3.11	Significant changes from previous reporting periods in the scope, boundary, or measurement methods applied in the report.	▲	(2)

## REFERENCES

- ▲ FULLY REPORTED
- ▲ PARTIALLY REPORTED
- ▲ NOT REPORTED

G3 CONTENT INDEX		Level of Reporting	Page
3.12	Table identifying the location of the Standard Disclosures in the report.	<span style="color: green;">▲</span>	108-113
<b>Verification</b>			
3.13	Policy and current practice with regard to seeking external assurance for the report.	<span style="color: green;">▲</span>	(5)
<b>4 Governance, Commitments, and Engagement with stakeholders</b>			
<b>Governance</b>			
4.1	Governance structure of the organization, including committees under the highest governance body responsible for specific tasks, such as setting strategy or organizational oversight.	<span style="color: green;">▲</span>	87- 89
4.2	Indicate whether the Chair of the highest governance body is also an executive officer.	<span style="color: green;">▲</span>	(6)
4.3	For organizations that have a unitary board structure, state the number of members of the highest governance body that are independent and/or non-executive members.	<span style="color: green;">▲</span>	(7)
4.4	Mechanisms for shareholders and employees to provide recommendations or direction to the highest governance body.	<span style="color: green;">▲</span>	87- 88
4.5	Linkage between compensation for members of the highest governance body, senior managers, and executives (including departure arrangements), and the organization's performance (including social and environmental performance).	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
4.6	Processes in place for the highest governance body to ensure conflicts of interest are avoided.	<span style="color: green;">▲</span>	88
4.7	Process for determining the qualifications and expertise of the members of the highest governance body for guiding the organization's strategy on economic, environmental, and social topics.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
4.8	Internally developed statements of mission or values, codes of conduct, and principles relevant to economic, environmental, and social performance and the status of their implementation.	<span style="color: green;">▲</span>	85
4.9	Procedures of the highest governance body for overseeing the organization's identification and management of economic, environmental, and social performance, including relevant risks and opportunities, and adherence or compliance with internationally agreed standards, codes of conduct, and principles.	<span style="color: yellow;">▲</span>	87-88
4.10	Processes for evaluating the highest governance body's own performance, particularly with respect to economic, environmental, and social performance.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
<b>Commitment with external Initiatives</b>			
4.11	Explanation of whether and how the precautionary approach or principle is addressed by the organization.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
4.12	Externally developed economic, environmental, and social charters, principles, or other initiatives to which the organization subscribes or endorses.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
4.13	Memberships in associations (such as industry associations) and/or national/international advocacy organizations in which the organization: * Has positions in governance bodies; * Participates in projects or committees; * Provides substantive funding beyond routine membership dues; or * Views membership as strategic.	<span style="color: green;">▲</span>	107
<b>Participation of interest groups</b>			
4.14	List of stakeholder groups engaged by the organization.	<span style="color: green;">▲</span>	87
4.15	Basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage.	<span style="color: green;">▲</span>	87
4.16	Approaches to stakeholder engagement, including frequency of engagement by type and by stakeholder group.	<span style="color: yellow;">▲</span>	95-96,97, 100,103
4.17	Key topics and concerns that have been raised through stakeholder engagement, and how the organization has responded to those key topics and concerns, including through its reporting.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R

N/R: NOT REPORTED

N/A: NOT APPLICABLE

( ): NOTE

<b>G3 CONTENT INDEX</b>		Level of Reporting	Page
<b>ECONOMIC PERFORMANCE INDICATORS</b>			
EC1	Direct economic value generated and distributed, including revenues, operating costs, employee compensation, donations and other community investments, retained earnings, and payments to capital providers and governments.	▲	86
EC2	Financial implications and other risks and opportunities for the organization's activities due to climate change.	▲	92
EC3	Coverage of the organization's defined benefit plan obligations.	▲	(7)
EC4	Significant financial assistance received from government.	▲	(8)
<b>Market presence</b>			
EC5	Range of ratios of standard entry level wage compared to local minimum wage at significant locations of operation.	▲	(9)
EC6	Policy, practices, and proportion of spending on locally-based suppliers at significant locations of operation.	▲	N/R
EC7	Procedures for local hiring and proportion of senior management hired from the local community at significant locations of operation.	▲	N/R
<b>Indirect economic impacts</b>			
EC8	Development and impact of infrastructure investments and services provided primarily for public benefit through commercial, in-kind, or pro bono engagement.	▲	100-106
EC9	Understanding and describing significant indirect economic impacts, including the extent of impacts.	▲	85
<b>ENVIRONMENTAL INDICATORS</b>			
<b>Materials</b>			
EN1	Materials used by weight or volume.	▲	N/R
EN2	Percentage of materials used that are recycled input materials.	▲	N/R
<b>Energy</b>			
EN3	Direct energy consumption by primary energy source.	▲	N/A
EN4	Indirect energy consumption by primary source.	▲	90
EN5	Energy saved due to conservation and efficiency improvements.	▲	90
EN6	Initiatives to provide energy-efficient or renewable energy based products and services, and reductions in energy requirements as a result of these initiatives.	▲	89-90
EN7	Initiatives to reduce indirect energy consumption and reductions achieved.	▲	89-90
<b>Water</b>			
EN8	Total water withdrawal by source.	▲	90
EN9	Water sources significantly affected by withdrawal of water.	▲	N/A
EN10	Percentage and total volume of water recycled and reused.	▲	N/R
<b>Biodiversity</b>			
EN11	Location and size of land owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas.	▲	(10)

## REFERENCES

- ▲ FULLY REPORTED
- ▲ PARTIALLY REPORTED
- ▲ NOT REPORTED

G3 CONTENT INDEX		Level of Reporting	Page
EN12	Description of significant impacts of activities, products, and services on biodiversity in protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas.	<span style="color: red;">▲</span>	N/A
EN13	Habitats protected or restored.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
EN14	Strategies, current actions, and future plans for managing impacts on biodiversity.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
EN15	Number of IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations, by level of extinction risk.	<span style="color: red;">▲</span>	N/A
<b>Emissions, effluents and waste</b>			
EN16	Total direct and indirect greenhouse gas emissions by weight.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
EN17	Other relevant indirect greenhouse gas emissions by weight.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
EN18	Initiatives to reduce greenhouse gas emissions and reductions achieved.	<span style="color: yellow;">▲</span>	92
EN19	Emissions of ozone-depleting substances by weight.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
EN20	NOx, SOx, and other significant air emissions by type and weight.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
EN21	Total water discharge by quality and destination.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
EN22	Total weight of waste by type and disposal method.	<span style="color: green;">▲</span>	91
EN23	Total number and volume of significant spills.	<span style="color: green;">▲</span>	(22)
EN24	Weight of transported, imported, exported, or treated waste deemed hazardous under the terms of the Basel Convention Annex I, II, III, and VIII, and percentage of transported waste shipped internationally.	<span style="color: green;">▲</span>	91
EN25	Identity, size, protected status, and biodiversity value of water bodies and related habitats significantly affected by the reporting organization's discharges of water and runoff.	<span style="color: red;">▲</span>	N/A
<b>Products and services</b>			
EN26	Initiatives to mitigate environmental impacts of products and services, and extent of impact mitigation.	<span style="color: green;">▲</span>	89-90
EN27	Percentage of products sold and their packaging materials that are reclaimed by category.	<span style="color: red;">▲</span>	N/A
<b>Compliance</b>			
EN28	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with environmental laws and regulations.	<span style="color: green;">▲</span>	(23)
EN29	Significant environmental impacts of transporting products and other goods and materials used for the organization's operations, and transporting members of the workforce.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
EN30	Total environmental protection expenditures and investments by type.	<span style="color: green;">▲</span>	93
<b>Social Performance indicators: Labor Practices and Decent Work</b>			
<b>Employment</b>			
LA1	Total workforce by employment type, employment contract, and region.	<span style="color: yellow;">▲</span>	97
LA2	Total number and rate of employee turnover by age group, gender, and region.	<span style="color: yellow;">▲</span>	98
LA3	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees, by major operations.	<span style="color: green;">▲</span>	(12)
<b>Labor/management relations</b>			
LA4	Percentage of employees covered by collective bargaining agreements.	<span style="color: green;">▲</span>	98
LA5	Minimum notice period(s) regarding significant operational changes, including whether it is specified in collective agreements.	<span style="color: green;">▲</span>	(13)

N/R: NOT REPORTED      N/A: NOT APPLICABLE      ( ): NOTE

<b>G3 CONTENT INDEX</b>		Level of Reporting	Page
<b>Occupational health and safety</b>			
LA6	Percentage of total workforce represented in formal joint management-worker health and safety committees that help monitor and advise on occupational health and safety programs.	▲	N/R
LA7	Rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities by region.	▲	(14)
LA8	Education, training, counseling, prevention, and risk-control programs in place to assist workforce members, their families, or community members regarding serious diseases.	▲	98-99
LA9	Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions.	▲	(15)
<b>Training and education</b>			
LA10	Average hours of training per year per employee by employee category.	▲	98
LA11	Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings.	▲	98
LA12	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews.	▲	97
<b>Diversity and equal opportunity</b>			
LA13	Composition of governance bodies and breakdown of employees per category according to gender, age group, minority group membership, and other indicators of diversity.	▲	89
LA14	Ratio of basic salary of men to women by employee category.	▲	(16)
<b>SOCIAL: HUMAN RIGHTS</b>			
<b>Investment and procurement practices</b>			
HR1	Percentage and total number of significant investment agreements that include human rights clauses or that have undergone human rights screening.	▲	N/R
HR2	Percentage of significant suppliers and contractors that have undergone screening on human rights and actions taken.	▲	N/R
HR3	Total hours of employee training on policies and procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operations, including the percentage of employees trained.	▲	N/R
<b>Non-discrimination</b>			
HR4	Total number of incidents of discrimination and actions taken.	▲	(17)
<b>Freedom of association and collective bargaining</b>			
HR5	Operations identified in which the right to exercise freedom of association and collective bargaining may be at significant risk, and actions taken to support these rights.	▲	98
<b>Child labor</b>			
HR6	Operations identified as having significant risk for incidents of child labor, and measures taken to contribute to the elimination of child labor.	▲	N/R
<b>Forced and compulsory labor</b>			
HR7	Operations identified as having significant risk for incidents of forced or compulsory labor, and measures to contribute to the elimination of forced or compulsory labor.	▲	N/R
<b>Security practices</b>			
HR8	Percentage of security personnel trained in the organization's policies or procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operations.	▲	N/R

## REFERENCES

- ▲ FULLY REPORTED
- ▲ PARTIALLY REPORTED
- ▲ NOT REPORTED

<b>G3 CONTENT INDEX</b>		Level of Reporting	Page
<b>Indigenous rights</b>			
HR9	Total number of incidents of violations involving rights of indigenous people and actions taken.	<span style="color: yellow;">▲</span>	(17)
<b>Social performance indicators: Society</b>			
<b>Community</b>			
S01	Nature, scope, and effectiveness of any programs and practices that assess and manage the impacts of operations on communities, including entering, operating, and exiting.	<span style="color: yellow;">▲</span>	100-106
<b>Corruption</b>			
S02	Percentage and total number of business units analyzed for risks related to corruption.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
S03	Percentage of employees trained in organization's anti-corruption policies and procedures.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
S04	Percentage and total number of business units analyzed for risks related to corruption.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
<b>Public policy</b>			
S05	Public policy positions and participation in public policy development and lobbying.	<span style="color: green;">▲</span>	107
S06	Total value of financial and in-kind contributions to political parties, politicians, and related institutions by country.	<span style="color: green;">▲</span>	(18)
<b>Anti-competitive behavior</b>			
S07	Total number of legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices and their outcomes.	<span style="color: green;">▲</span>	(19)
<b>Compliance</b>			
S08	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with laws and regulations.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
<b>SOCIAL PERFORMANCE INDICATORS: PRODUCT RESPONSIBILITY</b>			
<b>Customer health and safety</b>			
PR1	Life cycle stages in which health and safety impacts of products and services are assessed for improvement, and percentage of significant products and services categories subject to such procedures.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
PR2	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning health and safety impacts of products and services during their life cycle, by type of outcomes.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
<b>Product and service labelling</b>			
PR3	Type of product and service information required by procedures, and percentage of significant products and services subject to such information requirements.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
PR4	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning product and service information and labeling, by type of outcomes.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
PR5	Practices related to customer satisfaction, including results of surveys measuring customer satisfaction.	<span style="color: green;">▲</span>	95
<b>Marketing communications</b>			
PR6	Programs for adherence to laws, standards, and voluntary codes related to marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
PR7	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship by type of outcomes.	<span style="color: red;">▲</span>	N/R
<b>Customer privacy</b>			
PR8	Total number of substantiated complaints regarding breaches of customer privacy and losses of customer data.	<span style="color: green;">▲</span>	(20)
<b>Compliance</b>			
PR9	Monetary value of significant fines for non-compliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services.	<span style="color: green;">▲</span>	(21)

N/R: NOT REPORTED    N/A: NOT APPLICABLE    ( ): NOTE

## NOTES

(1) THERE WERE NO SIGNIFICANT CHANGES RELATED TO SIZE, STRUCTURE OR OWNERSHIP OF THE ORGANIZATION DURING THE REPORTED PERIOD. (2) THIS IS THE FIRST REPORT MADE BY LA RURAL USING GRI INDICATORS. (3) THERE ARE NO TARGET LIMITS IN THIS REPORT. (4) ALL DATA MEASURE TECHNIQUES AND ALL BASIS USED FOR CALCULATIONS ARE SPECIFIED ALONG THIS REPORT, WHERE NECESSARY (5) THIS REPORT WAS NOT EXTERNALLY CHECKED OUT. (6) THE PRESIDENT OF THE MAJOR GOVERNMENT BODY DOES NOT HOLD ANY EXECUTIVE OFFICE IN LA RURAL S.A. (7) THE MAJOR GOVERNMENT BODY OF LA RURAL IS MADE UP OF FOUR NON-EXECUTIVE DIRECTORS AND NO INDEPENDENT MEMBERS. (8) THERE ARE NOT SOCIAL BENEFITS PROGRAMS INDEPENDENT FROM THE STATE RETIREMENT PLANS. IN ACCORDANCE WITH CURRENT LEGISLATION, EMPLOYEES CONTRIBUTE WITH A 14% OF THEIR SALARIES TO THE NATIONAL RETIREMENT FUNDS. (9) LA RURAL DOES NOT RECEIVE ANY FINANCIAL CONTRIBUTION FROM ANY GOVERNMENTAL ENTITY. (10) THE INITIAL SALARIES OF EMPLOYEES ARE FROM TEN TO TWENTY PERCENT HIGHER THAN THE AMOUNT OF THE MINIMUM WAGE ESTABLISHED BY THE NATIONAL GOVERNMENT. (11) NONE OF THE LAND OWNED, LEASED OR MANAGED BY LA RURAL S.A. BELONGS TO PROTECTED AREAS OF HIGH BIODIVERSITY. (12) THE POLICIES STATED ARE LEGALLY BINDING NOT ONLY FOR FULL-TIME EMPLOYEES BUT ALSO FOR TEMPORARY WORKERS. (14) THE RATE OF UNJUSTIFIED ABSENCE IS VIRTUALLY INEXISTENT IN THE COMPANY (LESS THAN 2%) THE TOTAL AMOUNT OF 107 DAYS IN 2009 AND 67 DAYS IN 2010 WERE LOST DUE TO DISEASES. DURING THE PERIOD OF TIME BEING ANALYZED, THE TOTAL AMOUNT OF 5 (FIVE) LABOR ACCIDENTS HAVE BEEN REPORTED, TWO OF THEM IN ITINERE. BECAUSE OF THESE CAUSES, 14 WORKING DAYS WERE LOST IN 2009 AND 5 IN 2010. IN NO CASE FATALITIES OCCURRED. (15) THE COMPANY COVERS ALL EMPLOYEES' HEALTH AND SAFETY ISSUES THROUGH ITS COMPLIANCE WITH THE PERTINENT LAWS ON LABOR RISKS (ART) (16) IT IS A COMPANY POLICY TO PROMOTE DIVERSITY AND INCLUSION WITH NO DISCRIMINATION WHATSOEVER. THERE IS NO SALARY DISTINCTION UPON GENDER, ONLY UPON LABOR CATEGORY. (17) NO INCIDENTS OF THIS KIND HAVE BEEN REPORTED. (18) THE COMPANY DOES NOT MAKE CONTRIBUTIONS TO POLITICAL PARTIES OR RELATED INSTITUTIONS. (19) NO ACTIONS HAVE BEEN REPORTED FOR CAUSES RELATED TO THIS ISSUE. (20) NO CLAIMS HAVE BEEN REPORTED IN RELATION TO THE CONFIDENTIALITY OF PERSONAL DATA (21) NO FINES HAVE BEEN REPORTED DURING THE PERIOD OF TIME BEING ANALYZED. (22) NO ACCIDENTAL SPILLAGES HAVE BEEN REPORTED DURING THE PERIOD OF TIME BEING ANALYZED. (23) UP TO DATE, NO PENALTIES HAVE BEEN APPLIED FOR ANY INCOMPLIANCE WITH THE ENVIRONMENTAL LAWS ACCORDING TO THE SPECIFICATIONS OF THE CERTIFICATE OF ENVIRONMENTAL IMPACT STUDY AND THE 123 ACT WHICH REGULATES IT.



## Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **La Rural** ha presentado su memoria "Reporte de sustentabilidad 2009-2010" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación C.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3 de GRI.

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

Amsterdam, 20 Septiembre 2011

Nelmara Arbex  
Subdirectora Ejecutiva  
Global Reporting Initiative



*Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándola y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)*

**Descargo de responsabilidad:** En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 4 August 2011. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.

# QUEREMOS CONOCER SU OPINIÓN

A través del siguiente formulario queremos conocer su opinión y sus sugerencias, para mejorar nuestros programas de sustentabilidad, mantenerlo informado y responder a sus expectativas en futuros reportes.

Puede enviarnos el formulario completo por fax al Tel: (54 11) 4777-5553, por correo electrónico a rse@larural.com.ar o correo postal a:

LA RURAL Dirección de RRII  
 Juncal 4431  
 C1425BAA Ciudad de Buenos Aires

## ¿Cuál es su opinión general acerca del presente reporte?

- Ajeno a mi interés
- Algo interesante
- Interesante
- Muy interesante

## Por favor clasifique las secciones del reporte de acuerdo a los siguientes criterios:

	Información incompleta e irrelevante	Información suficiente	Información completa y relevante	Información muy completa y relevante
Carta del Director				
Acerca de La Rural				
La sustentabilidad en La Rural				
Medio ambiente				
Clientes				
Empleados				
Proveedores				
Comunidad				
Gobierno				
Tabla de Indicadores GRI				

## Por favor clasifique aspectos generales del reporte de acuerdo a los siguientes criterios:

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
--	-----------	-----------	-------	---------	------

Redacción y lenguaje	<input type="checkbox"/>				
Utilidad de la información	<input type="checkbox"/>				
Extensión	<input type="checkbox"/>				
Diseño	<input type="checkbox"/>				

## ¿Cuál fue el capítulo y/o sección que le resultó más interesante?

.....

.....

.....

.....

## ¿Qué información considera relevante a nuestro negocio o nuestros grupos de interés le interesaría ver en futuros reportes?

.....

.....

.....

.....

## Otros comentarios o sugerencias sobre el reporte:

.....

.....

.....

Nombre .....

Organización .....

Correo electrónico .....

Teléfono .....

# WE ARE INTERESTED IN YOUR OPINION

Please fill in the following questionnaire so as to let us know your opinions and suggestions to improve our sustainability programs, to keep you informed and meet your expectations in future reports.

You can send us the complete form by fax to Tel: (54 11) 4777-5553, by e-mail to rse@larural.com.ar or by mail to the following address:

LA RURAL Dirección de RRII  
Juncal 4431  
C1425BAA Ciudad de Buenos Aires

## ¿What is your general opinion on this report?

- Not of my interest
- A bit interesting
- Interesting
- Very interesting

## Please classify the sections of this report according to the following criteria:

	Incomplete and irrelevant information	Sufficient information	Complete and relevant information	Very complete and relevant information
Letter from the CEO				
About La Rural				
Sustainability at La Rural				
Environment				
Clients				
Staff				
Suppliers				
Community				
Government				
GRI Indicators Chart				

## Please classify the general aspects of the report according to the following criteria:

	Excellent	Very Good	Good	Regular	Bad
Writing and language	<input type="checkbox"/>				
Usefulness of the information	<input type="checkbox"/>				
Extent	<input type="checkbox"/>				
Design	<input type="checkbox"/>				

## ¿What is the chapter and/ or section you find more interesting?

.....

.....

.....

.....

## ¿What information that you consider relevant for our business or groups of interest you like us to include in future reports?

.....

.....

.....

.....

.....

## Further comments or suggestions on the report:

.....

.....

.....

Name .....

Company .....

E-mail .....

Telephone .....

**Coordinación general / General coordination**

Dirección de Relaciones Institucionales  
La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires  
rse@larural.com.ar

**Facilitador externo / External facilitator**

Done! Comunicación de autor  
www.donecomunicacion.com.ar

**Diseño / Design**

Cuestas Branding  
www.cuestas.biz

**Impresión / Print**

Talleres Trama  
www.tallerestrama.com.ar







**LA RURAL**  
Predio Ferial de Buenos Aires

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



larural.bsas



@larural\_bsas