

Acercamos un futuro mejor



Reporte de Sustentabilidad **2024 / 2025**





Contenidos



Capítulo 1

Somos
La Anónima



Capítulo 4

Nuestros
equipos



Capítulo 7

Nuestra gestión
ambiental



Capítulo 2

Gestionamos de
manera sustentable



Capítulo 5

Nuestros
clientes



Índice de
contenidos GRI



Capítulo 3

Nuestra
cadena de valor



Capítulo 6

Nuestras
comunidades



Anexos



Federico Braun | Presidente

“Este año alcanzamos un hito histórico al convertirnos en la primera gran cadena de supermercados de América en certificar como Empresa B”

Palabras de nuestro Presidente

(GRI 2-22)

Me enorgullece presentarles el **4to Reporte de Sustentabilidad** de La Anónima, a través del cual compartimos con nuestros públicos de interés cómo gestionamos anualmente el negocio y los resultados de nuestro desempeño económico, social y ambiental

Aún en un contexto económico desafiante, continuamos con nuestro plan de ampliación de negocio inaugurando nuevas sucursales en las ciudades de Río Gallegos (Santa Cruz), San Patricio del Chañar (Neuquén) y Fernández Oro (Río Negro). Complementariamente, trabajamos en un plan gradual de reformas y modernización de las sucursales ya existentes impactando positivamente en la comunidad y el empleo local. Cabe destacar también que nuestras operaciones frigoríficas y marcas propias han mostrado avances a lo largo del año, lo cual confirma que es posible combinar innovación y calidad de manera sustentable.



Vinculado con los logros obtenidos, **este año sin dudas marcó un hito en nuestra historia dado que nos convertimos en la primera gran cadena de supermercados de América en certificar como Empresa B*. Un logro que fue resultado de un camino de transformación que hemos formalizado desde hace cuatro años con el objetivo integrar el triple impacto** en nuestro modelo de negocio. Con el firme convencimiento de gestionarlo desde la gobernanza, en nuestras operaciones diarias, con nuestros proveedores y las comunidades locales. La certificación no es solo un sello, es el reflejo de un compromiso asumido con visión de largo plazo: **“ser una empresa rentable y eficiente, capaz de generar impacto social positivo y minimizar el impacto ambiental negativo en las comunidades donde estamos presentes** cumpliendo con los marcos regulatorios vigentes y con altos estándares sociales y ambientales reconocidos a nivel mundial”.

En materia de reconocimientos, cabe mencionar también dos logros que ratifican el camino elegido y nos alienta a seguir profundizando esta agenda. Uno de ellos se vincula con haber obtenido por 8° año consecutivo el primer lugar en el ranking Advantage2, y el otro, con el hecho de integrar el índice de Sustentabilidad de Bolsas y Mercados Argentinos S.A. (BYMA) junto a 19 colegas líderes empresarios que se destacan en materia de sustentabilidad.

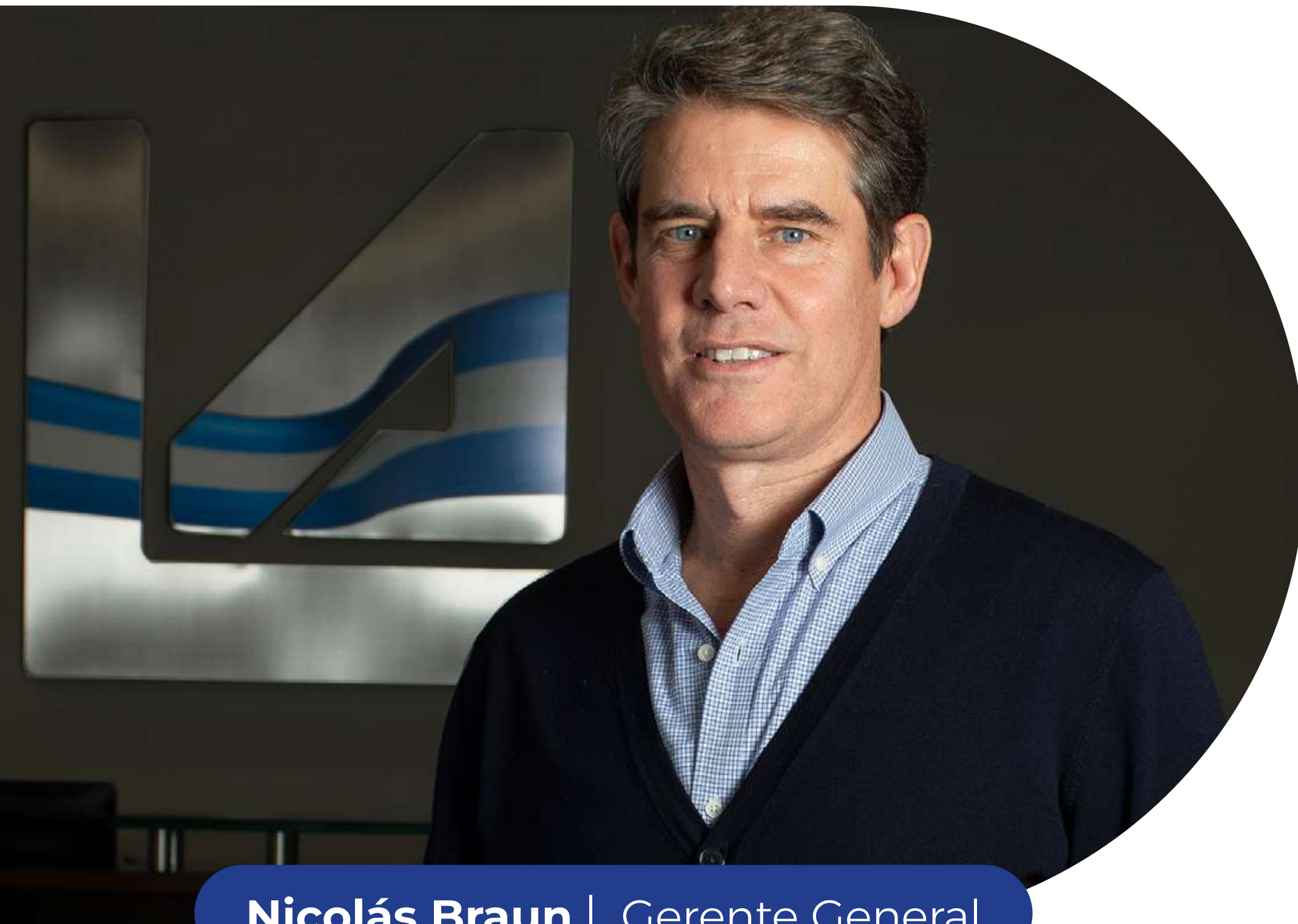
* Empresas B Certificadas™: empresas que cumplen altos estándares sociales y ambientales, verificadas por B Lab™, y que se comprometen a generar valor para la sociedad y el ambiente más allá del lucro

Más allá de estos reconocimientos, sabemos que nuestro mayor desafío es sostener y profundizar el camino iniciado con la certificación como Empresa B. Haber obtenido la certificación es el comienzo de un proceso de mejora continua que nos impulsa a innovar y adaptarnos a contextos complejos, siempre con la mirada puesta en combinar eficiencia, calidad y sostenibilidad en beneficio de nuestros clientes y comunidades. Nuestro Directorio y el Comité de Sustentabilidad nos acompañan en la implementación de esta agenda, convencidos de que la colaboración y la visión de futuro son claves para alcanzar un desarrollo más equitativo y sostenible.

Quiero agradecer profundamente a accionistas, clientes, colaboradores, proveedores y comunidades por la confianza y el compromiso. Los invito a recorrer este reporte, conocer nuestros avances y desafíos, y a seguir construyendo juntos un futuro más próspero, humano y sostenible para todos.

Saludos cordiales,

Ing. Federico Braun.
Presidente



Nicolás Braun | Gerente General

“La certificación como Empresa B refleja nuestro compromiso con el triple impacto y con ser una mejor empresa para nuestras comunidades y el ambiente.”

Palabras de nuestro Gerente General

(GRI 2-22)

Quiero presentarles con orgullo nuestro **4to Reporte de Sustentabilidad**, un documento que refleja el trabajo diario de nuestros equipos comprometidos con una gestión responsable y de triple impacto.

Para la elaboración de este reporte hemos utilizado las directrices de la guía Global Reporting Initiative (GRI) versión 2021, los requerimientos de B-Lab, la norma ISO 26.000 de Responsabilidad Social y los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS) de las Naciones Unidas.

Este año ha marcado un hito en nuestra historia. Hemos certificado como Empresa B*, luego de un proceso participativo y transformador en toda la organización. Esta certificación no es solo un reconocimiento externo por parte de una entidad independiente y referente como B-Lab, sino que también es el reflejo del compromiso de triple impacto que desde La Anónima hemos puesto en acción con el objetivo de convertirnos en una mejor empresa para nuestras comunidades y el ambiente.

* Empresas B Certificadas™: empresas que cumplen altos estándares sociales y ambientales, verificadas por B Lab™, y que se comprometen a generar valor para la sociedad y el ambiente más allá del lucro



A lo largo del ejercicio damos cuenta de la implementación de nuestra estrategia de sustentabilidad. Como ejemplos destacados, con nuestros proveedores, avanzamos en una nueva edición del programa LA Impulsa enfocado en su formación y desarrollo, promoviendo además su participación en nuestro Programa de Medición de Impacto para que puedan evaluarse y trabajar en sus fortalezas y oportunidades de mejora en materia de gestión ambiental

Con nuestros clientes, fortalecimos el programa de fidelidad Plus, que ya supera los 2,2 millones de usuarios y representa el 94% de nuestras ventas. Modernizamos canales físicos y digitales, mejorando la experiencia y la cercanía, e impulsamos el uso de la App para acceder a promociones, catálogos y compras online.

Con nuestros equipos, implementamos diversas iniciativas de formación, diversidad e inclusión, generando nuevas oportunidades de desarrollo y fortaleciendo la cultura organizacional. Sabemos que la motivación y el orgullo de pertenecer son la base para seguir creciendo juntos.

Con nuestras comunidades amplificamos programas de alto impacto en las 89 localidades donde estamos presentes como “Nutriendo Futuro” entregando más de 60.000 módulos alimentarios a mujeres sostén de familia en situación de vulnerabilidad en alianza

* Empresas B Certificadas™: empresas que cumplen altos estándares sociales y ambientales, verificadas por B Lab™, y que se comprometen a generar valor para la sociedad y el ambiente más allá del lucro

con el Banco Patagónico de Alimentos y Fundación de Estudios Patagónicos; o como “Desafío Leer”, un programa de impacto comunitario desarrollado junto con la Fundación Leer que promueve la lectura en los más pequeños a través de una plataforma digital y por medio del cual se hace entrega de libros a escuelas y bibliotecas públicas de las nuevas localidades donde inauguramos sucursales.

Estos son ejemplos destacados de los logros que hemos obtenido y los invitamos a recorrer el reporte para que puedan conocer más en detalle todas nuestras acciones, así como los desafíos que tenemos por delante. Esta gestión que ha sido posible gracias al compromiso de nuestros equipos y la confianza de quienes nos acompañan día a día. A todos ellos, mi agradecimiento e invitación a continuar siendo protagonistas de este cambio y evolución constante, aportando ideas y esfuerzos que nos permitan tener un modelo de negocio orientado a la mejora continua y a la creación de valor compartido.

Sigamos acercando juntos un futuro mejor.

Cordialmente,

Ing. Nicolás Braun
Gerente General



Somos La Anónima

- 01 | Nuestra historia y propósito
- 02 | Nuestras operaciones
- 03 | Marcas propias y controladas
- 04 | Innovación en tecnologías y sistemas
- 05 | Nuestro desempeño financiero
- 06 | Premios y reconocimientos
- 07 | Destacados de nuestra gestión sostenible





Nuestra historia y propósito

Nuestra historia

Somos la Sociedad Anónima Importadora y Exportadora de la Patagonia (SAIEP), pero desde nuestros inicios en 1908, los habitantes de esa región nos llamaron simplemente “La Anónima”. Nacimos de la unión de dos pioneros, José Menéndez y Mauricio Braun, con el objetivo de contribuir al desarrollo del suelo patagónico. Iniciamos nuestras actividades con almacenes de ramos generales, inmuebles y una flota naviera propia.

Estos años fueron claves en nuestra historia



1908

Nuestro inicio en Punta Arenas, Chile

1942

Comenzamos a cotizar en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires

60's

Convertimos nuestros almacenes en modernos supermercados bajo el modelo de autoservicio

1979

Retomamos el control accionario bajo la familia Braun e iniciamos una etapa de modernización y crecimiento en la región patagónica

Hoy

Somos la 4ta cadena de supermercados del país y la 2da de capital argentino, con liderazgo en la Patagonia y el interior. **Somos la primera gran cadena de supermercados en América en certificar como Empresa B**



Con más de un siglo de historia ininterrumpida, seguimos comprometidos con el desarrollo del país. Nuestro compromiso con la calidad, la innovación, la sustentabilidad y el arraigo regional nos impulsa a seguir creciendo junto a las comunidades que confiaron en nosotros desde el primer día.

Conocé más



Nuestra esencia

Desde hace 117 años, construimos un modelo de negocio **comprometido con el desarrollo del país y el bienestar de las comunidades donde estamos presentes**. Nuestra identidad se basa en la honestidad, el respeto, la cercanía, la confianza y el trabajo sostenido, con un fuerte arraigo en la Patagonia y el interior de nuestro país. A partir de esta esencia, definimos nuestro propósito, visión, misión y principios, que guían nuestro camino hacia un crecimiento sustentable y un futuro compartido.

Propósito

Acercamos un futuro mejor a nuestros clientes y comunidades

Visión



Ser la red de supermercados #1 en crecimiento y sustentabilidad en la Argentina, ofreciendo la mejor experiencia a nuestros clientes a través de todos nuestros canales de venta y servicios.

Misión



Superar las expectativas de nuestros clientes creando experiencias extraordinarias y construyendo vínculos de confianza con nuestras comunidades.

Principios



- Ponemos al cliente en el centro
- Trabajamos en equipo de forma ágil e inclusiva
- Experimentamos e innovamos
- Somos honestos y respetuosos
- Impulsamos la rentabilidad
- Estamos comprometidos con nuestras comunidades y el medio ambiente





La Anónima en números



11.635
Colaboradores



169
Sucursales

89
Localidades

10
Provincias



1
Base de
Transferencia



1
Centro de
Feteados



1
Centro de
Panificados



1
Fintech
(TDM - Tarjetas
del Mar)



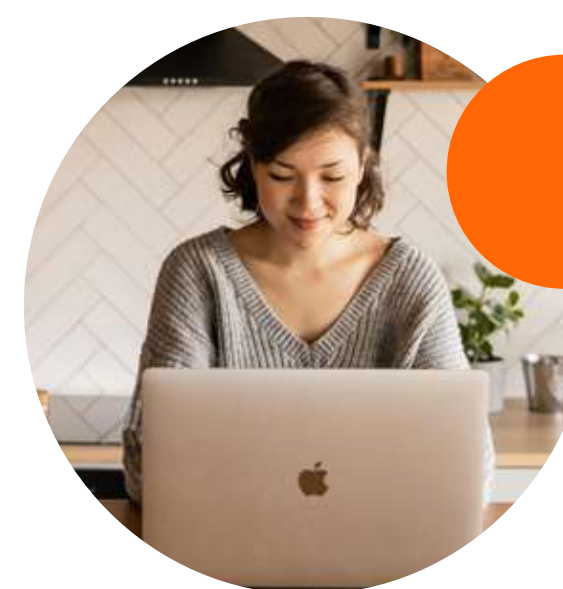
11
Centros de Distri-
bución Regionales
(CDRs)



3
Mercados
concentradores de
frutas y verduras



2
Frigoríficos



1
Canal de
E-Commerce



SOMOS LA ANÓNIMA

GESTIONAMOS DE MANERA SUSTENTABLE

NUESTRA CADENA DE VALOR

NUESTROS EQUIPOS

NUESTROS CLIENTES

NUESTRAS COMUNIDADES

NUESTRA GESTIÓN AMBIENTAL

Nuestras operaciones

SAIEP

Sociedad Anónima Importadora y Exportadora de la Patagonia (SAIEP)

Nuestra estructura operativa integrada y eficiente nos permite garantizar una cadena de suministro ágil y con presencia federal.



169 sucursales



Ubicadas en 89 localidades
10 Provincias



1 Base de transferencia



Predio Ituzaingó



11 Centro de Distribución
Regionales (CDRs)



Ubicados estratégicamente



2 Plantas Frigoríficas



Salto, Buenos Aires y
Speluzzi, La Pampa



3 Mercados concentradores
de Frutas y Verduras



Mendoza, Pilar y Cipolletti



1 Centro de Feteados
de quesos y fiambres



Predio Ituzaingó



1 Centro de Panificado



Rafaela, Santa Fe



Oficinas Centrales de
Dirección General (DG)



Predio Ituzaingó



Nuestra red logística

Garantizamos un abastecimiento eficiente, responsable y sostenible a las 89 localidades en las que estamos presentes. Nuestra red logística conecta diariamente a personas, productos y regiones en 10 provincias de nuestro país, optimizando tiempos de entrega, trabajando en pos de reducir su impacto y cumpliendo con la misión de superar las expectativas de nuestros clientes creando experiencias extraordinarias y construyendo vínculos de confianza con nuestras comunidades.



1 Base de transferencia

Actúa como punto neurálgico para la consolidación y redistribución de mercadería ubicada en Ituzaingó, Buenos Aires.



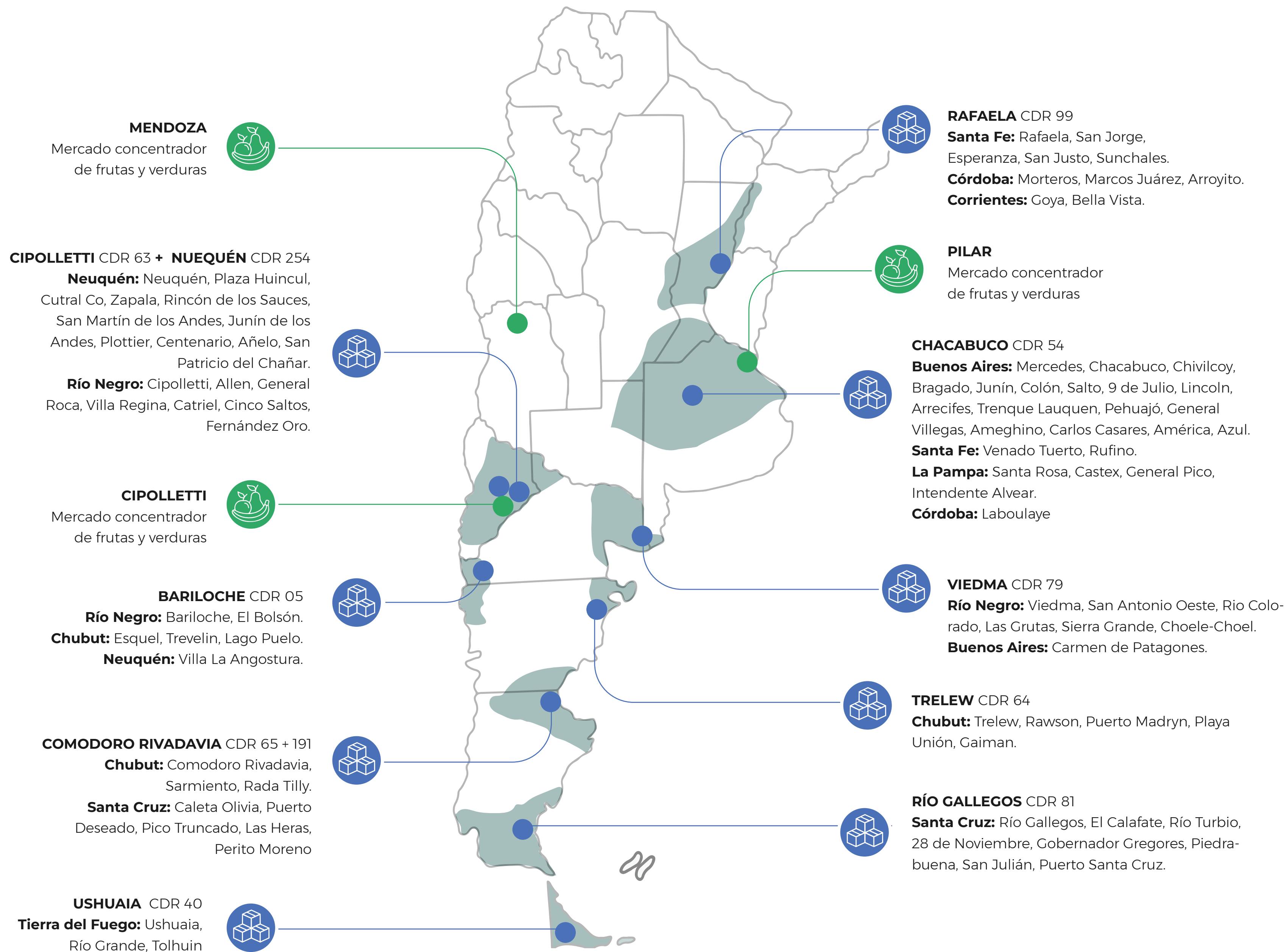
11 Centro de Distribución Regionales (CDRs)

Ubicados en puntos claves del territorio nacional, desde Ushuaia hasta Rafaela, que operan de manera articulada para asegurar entregas diarias y confiables.



3 Mercados concentradores de Frutas y Verduras

Vinculan a nuestros proveedores con los distintos nodos de distribución y permiten garantizar frescura, trazabilidad y eficiencia en el manejo de productos perecederos.





Nuestras sucursales



169

sucursales

89

localidades

10

provincias

Cada una de nuestras sucursales es mucho más que un punto de venta: es un espacio de encuentro, cercanía y servicio para las comunidades que acompañamos todos los días. Desde hace más de un siglo, construimos una presencia federal en pequeñas y medianas localidades que nos permite estar donde más se nos necesita, generando empleo local, abastecimiento confiable y vínculos duraderos.



Santa Fe

- Esperanza
- Rafaela
- Rufino
- San Jorge
- San Justo
- Sunchales
- Venado Tuerto



La Pampa

- Eduardo Castex
- General Pico
- Intendente Alvear
- Santa Rosa



Neuquén

- Añelo
- Centenario
- Cutral Co
- Junín de los Andes
- Neuquén
- Plaza Huincul
- Plottier
- Rincón de los Sauces
- San Martín de los Andes
- Villa La Angostura
- Zapala
- San Patricio del Chañar.



Chubut

- Comodoro Rivadavia
- Esquel
- Gaiman
- Lago Puelo
- Playa Unión
- Puerto Madryn
- Rada Tilly
- Rawson
- Sarmiento
- Trelew
- Trevelin



Santa Cruz

- 28 de Noviembre
- Caleta Olivia
- El Calafate
- Gobernador Gregores
- Las Heras
- Perito Moreno
- Pico Truncado
- Piedrabuena
- Puerto Deseado
- Puerto San Julián
- Puerto Santa Cruz
- Río Gallegos
- Río Turbio



Corrientes

- Bella Vista
- Goya



Córdoba

- Arroyito
- Laboulaye
- Marcos Juárez
- Morteros



Buenos Aires:

- 9 de Julio
- América
- Arrecifes
- Azul
- Bragado
- Carlos Casares
- Carmen de Patagones
- Chacabuco
- Chivilcoy
- Colón
- F. Ameghino
- General Villegas
- Junín
- Lincoln
- Mercedes
- Pehuajó
- Salto
- Trenque Lauquen



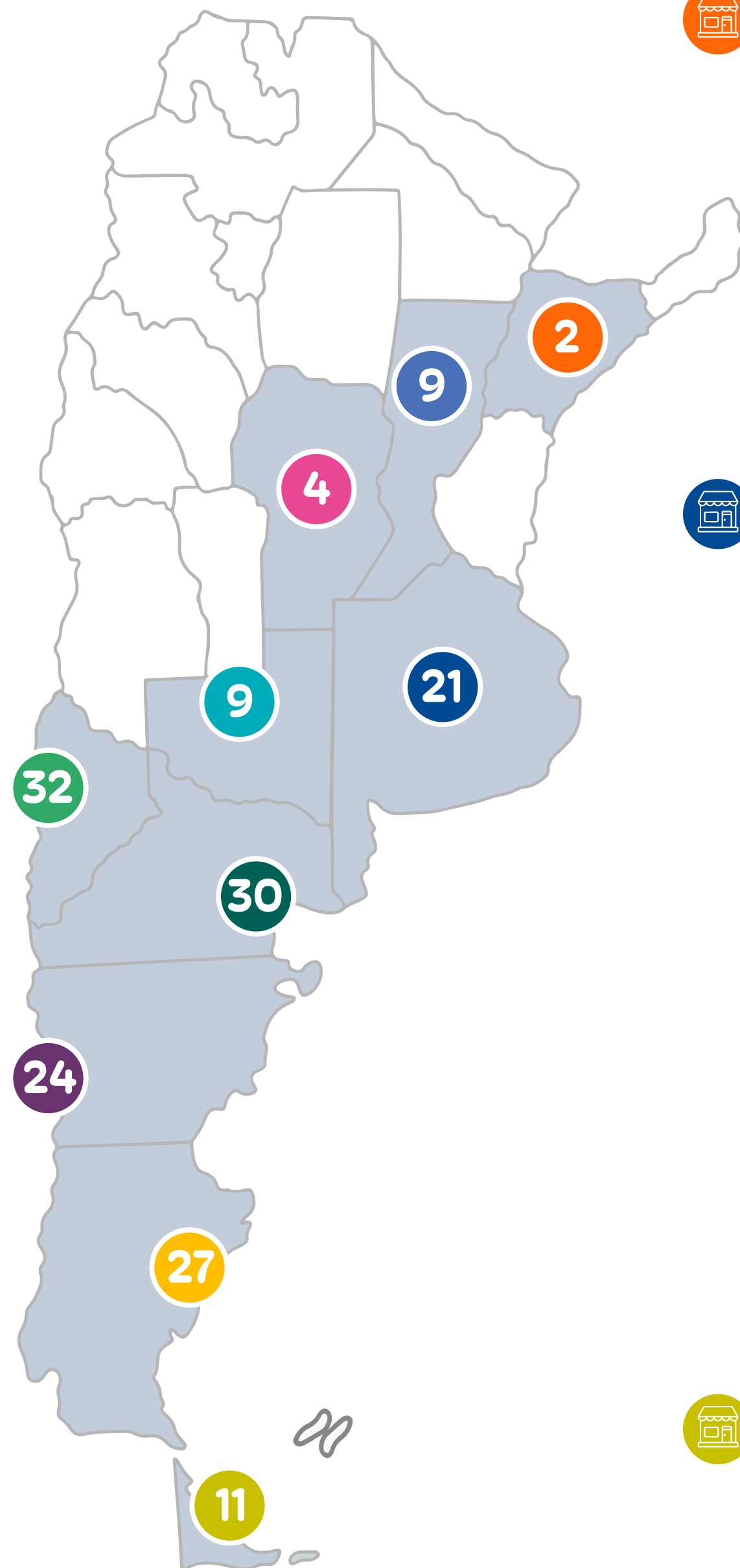
Río Negro

- Allen
- Bariloche
- Catriel
- Cinco Saltos
- Cipolletti
- Choele Choel
- El Bolsón
- General Roca
- Las Grutas
- Río Colorado
- San Antonio Oeste
- Sierra Grande
- Viedma
- Villa Regina
- Fernández Oro



Tierra Del Fuego

- Río Grande
- Tolhuin
- Ushuaia





Aperturas de Sucursales:

Nuestra perspectiva de **triple impacto**

Como parte de nuestro plan de expansión y crecimiento, avanzamos con la **apertura de nuevas sucursales y la modernización de locaciones** con el propósito de acercar un futuro mejor a nuestros clientes y comunidades.

En cada nuevo proyecto de apertura nos aseguramos de integrar desde el inicio nuestro Compromiso de Triple Impacto, implementando un checklist específico diseñado con los equipos de SHYMA (Seguridad, Higiene y Medio Ambiente) e Infraestructura. Esta herramienta nos permite **garantizar que cada nueva tienda incorpore criterios de triple impacto** vinculados con eficiencia energética, accesibilidad, inclusión, bienestar y gestión ambiental responsable.

Cada nueva apertura refleja nuestra forma de hacer las cosas: crecer con responsabilidad social, diseñar espacios pensados para todas las personas y cuidar los recursos y el medio ambiente. Así, seguimos consolidando una red de sucursales que promueve el desarrollo local y fortalece nuestra cercanía con los hogares de las localidades donde estamos presentes.



Todas nuestras nuevas sucursales cuentan con:

- Evaluación de pasivos ambientales previa construcción
- 100 % de luminarias LED, que permiten reducir el consumo eléctrico
- Sistemas de refrigeración eco-friendly a base de CO₂ y heladeras de bajo consumo energético
- Etiquetado “semáforos” en paneles de luminarias a fin de optimizar el consumo energético
- Sistemas de gestión y segregación de residuos con cartelería y cestos señalizados para promover el reciclado
- Instalación de caudalímetros, griferías de corte automático y sistemas adecuados de desagües, rejillas y tratamientos de efluentes líquidos que aseguren una gestión eficiente y responsable del agua
- Estaciones Verdes con cartelería informativa que promueve una alimentación saludable en la sección de verdulerías
- Vestuarios y comedores para el personal
- Rampas de acceso, baños adaptados para personas con movilidad reducida, cambiadores de bebés, sillas de ruedas y/o changos adaptados, que aseguran una experiencia de compra accesible e inclusiva.
- Estacionamientos exclusivos y señalizados para personas con movilidad reducida.



Nuevas Sucursales



 **Río Gallegos,**
Provincia de Santa Cruz

- Inauguración: agosto 2024
- Área de ventas: 954 m²
- Líneas de cajas para 8 Check-Outs
- Atención al Cliente LAOnline
- Estacionamiento propio



 **San Patricio del Chañar**
Provincia de Neuquén

- Inauguración: noviembre 2024
- Área de ventas: 1.077 m²
- Líneas de cajas para 8 Check-Outs
- Atención al Cliente LAOnline
- Estacionamiento propio



 **Fernández Oro,**
Provincia de Río Negro

- Inauguración: noviembre 2024
- Área de ventas: 1.077 m²
- Líneas de cajas para 8 Check-Outs
- Atención al Cliente LAOnline
- Estacionamiento propio



Nuestros frigoríficos

Son un eslabón clave de la cadena de valor que nos permite garantizar calidad, trazabilidad y abastecimiento sostenido de carne vacuna en todo el país y exportación.

Con una trayectoria consolidada en la industria y un fuerte compromiso con las buenas prácticas, operamos con altos estándares sanitarios, tecnológicos y de sustentabilidad.

Contamos con dos plantas frigoríficas propias, ubicadas en Salto (Buenos Aires) y General Pico (La Pampa), desde donde abastecemos a nuestras sucursales con productos frescos y confiables y exportamos a diferentes mercados.

Actividades productivas de ambas plantas



Corrales, Faena, Menudencias



Cuarteo, Saladero de Cuartos y Despostada (Saladero de cuartos sólo en Pampa Natural)



Depósitos de Almacenamiento y Centro de Distribución

Las plantas cuentan con laboratorios propios para el recuento de microorganismos indicadores del proceso y detección de bacterias patógenas.

Planta Frigorífica **Salto**



Salto, Provincia de Buenos Aires



Adquirida por La Anónima en 2002



Capacidad de faena: 750 cabezas diarias



Planta Frigorífica **Pampa Natural**



Speluzzi, La Pampa



Adquirida por La Anónima en 2013



Capacidad de faena: 750 cabezas diarias

Planta de Producto Terminado: Elaboración carne picada bajo tres estándares de calidad: magra, especial y común. También se produce embutidos frescos y cortes porcionados envasados al vacío.

Planta de Rendering: Elaboración de expeler, harina de carne y hueso y sebo industrial. En diciembre 2024 se empezó a producir harina esterilizada.

Conocé más



Actividades Frigoríficas

Nuestras actividades frigoríficas mantuvieron un ritmo sostenido de operación y crecimiento, reflejado en el aumento de la faena, la despostada de carne y el volumen de exportaciones. A través de nuestras plantas consolidamos nuestra capacidad industrial y reafirmamos nuestro compromiso con la calidad, la trazabilidad y la eficiencia en toda la cadena productiva.



Faena de ganado

240.109

cabezas totales

221.446 2023-2024

125.276

cabezas corresponden a la planta frigorífica de Salto

114.833

cabezas corresponden a la planta frigorífica Pampa Natural



Despostada de carne

49.884

toneladas de carne total

43.106tn 2023-2024

26.933

cabezas corresponden a la planta frigorífica de Salto

22.951

cabezas corresponden a la planta frigorífica Pampa Natural



Exportaciones totales

25.096

toneladas exportadas

23.983 tn 2023-2024



Planta de Producto Terminado (Pampa Natural)

11.498

toneladas de producto terminado

9.895tn 2023-2024





Marcas propias y controladas

Contamos con **marcas propias** que reflejan el estándar de calidad y trazabilidad de nuestras operaciones frigoríficas. A través de ellas, ofrecemos cortes seleccionados y productos elaborados que responden a las preferencias de nuestros clientes, con el respaldo de nuestros procesos productivos integrados y certificados.



Además de nuestras marcas propias, desarrollamos **marcas controladas** para clientes que confían en nuestra capacidad industrial para abastecer mercados internacionales. Bajo esta modalidad, producimos y preparamos mercadería en nuestras plantas frigoríficas, garantizando los más altos estándares de calidad, inocuidad y cumplimiento normativo para su comercialización en el exterior.





Comercio interno y externo

Nuestras plantas frigoríficas abastecen tanto el mercado interno como el externo, **cumpliendo con los más altos estándares de calidad e inocuidad.** A nivel nacional, llegamos a todas las sucursales de Supermercados La Anónima y a otros clientes del canal mayorista. En el plano internacional, operamos con habilitaciones vigentes para exportar cortes y menudencias a diversos destinos, garantizando el cumplimiento de los requisitos normativos exigidos por los países de destino y por SENASA.



Comercio Externo

Ambas plantas frigoríficas poseen habilitación para comercializar cortes y menudencias a diferentes países. El 100% de los productos y procesos productivos cumplen con los requisitos normativos aplicables en el país de origen y en los países de destino y auditados por el SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria).

Países habilitados para la comercialización de cortes y menudencias





Inversiones en infraestructura y equipamiento

Durante el período reportado realizamos un conjunto de inversiones estratégicas en infraestructura, equipamiento y tecnología. Estas mejoras tuvieron como propósito principal **incrementar la capacidad productiva, optimizar la eficiencia de los procesos, modernizar las instalaciones y fortalecer las condiciones de trabajo en nuestros frigoríficos y plantas de elaboración.**



Logística y movilidad

- Modernización de la flota de vehículos para compradores de hacienda con Toyota Corolla Cross.

Procesamiento y soporte productivo

- Nuevo sistema de climatización en tripería de Pampa Natural (mejora de condiciones laborales en verano).
- Incorporación de trituradores y cortadores de blandos.
- Equipamiento de laboratorio (en reemplazo de placas Petrifilm).
- Mejoras en túneles de congelado y recambio de puertas frigoríficas.
- Acondicionamiento del área de rendering.

Envasado y despostada

- Incorporación de máquinas de envasado al vacío de doble campana Baseline P 700 (mayor volumen por ciclo).
- Atadora electrónica Risco RS 23 para salchichas y chorizos, en línea con embutidoras.

- Dos sierras carniceras verticales 3400 Hp para incrementar la producción de asados.
- Renovación de líneas de impresoras y balanzas en Salto: 13 computadoras industriales TEGUAR TS-4845, 10 impresoras Zebra ZT231 y nuevas balanzas Bizerba iS20, con gabinetes y mesas en acero inoxidable.

Envasado y despostada

- Nuevo noqueador neumático USSS-1 como backup.
- Dos desolladoras neumáticas adicionales.
- Dos sierras circulares neumáticas F1000 para cuarteo de medias reses.

Infraestructura edilicia

- Avance en la tercera etapa de impermeabilización de techos en el edificio.

Bienestar del personal

- Incorporación de termos lecheros y cafeteros de acero inoxidable de 10 litros en el comedor del frigorífico Pampa.



Tarjetas del Mar

TDM

Nuestra Fintech está orientada a **brindar soluciones financieras simples y accesibles.**

A través de sus productos y servicios, buscamos potenciar la experiencia de compra en La Anónima, promover la inclusión financiera y aportar valor agregado a nuestros clientes en todo el país.

Información Transparente, Tasas y Condiciones:

Mantenemos la transparencia de nuestros productos financieros, incluyendo las tasas de interés, comisiones y condiciones vigentes, a través de los siguientes mecanismos:

- Cargos y Tasas
- Términos y Condiciones de las Campañas
- Régimen de Transparencia – BCRA (Banco Central de la República Argentina)

Nuestros Productos Fintech

Contamos con un portafolio de productos financieros amplio, para cada necesidad de nuestros clientes, optimizando la calidad de los servicios que ofrecemos y garantizando el pleno cumplimiento de la normativa vigente.



Préstamos de Consumo

Este producto permite a los clientes financiar digitalmente y a través de nuestra app la compra de bienes en La Anónima Online, los cuales puede retirar de la sucursal que desee monitoreando el estado de su pedido a través de notificaciones.



Seguros y Asistencias

Continuamos con la implementación de seguros de hogar, auto y celular: A través de la App La Anónima, con un proceso 100% digital.



32.224

préstamos
aprobados

3.631

altas totales de
seguros y asistencias



Nuestras marcas propias y controladas continuaron consolidándose como una propuesta distintiva dentro de nuestra oferta comercial. A través de La Anónima, Best y Visiv, desarrollamos **productos que combinan calidad, precio accesible y cercanía, alineados con las necesidades, valores y estilos de vida de nuestros clientes.**

Queremos ser referentes en el mercado por la calidad de nuestra marca propia, y trabajamos para que cada producto refleje la confianza que nos une a nuestros consumidores. En este período, ampliamos el surtido, optimizamos procesos y reforzamos la eficiencia operativa para seguir mejorando la experiencia de compra.

Nuestro modelo de gestión pone en el centro la calidad y el desarrollo local. Por eso promovemos alianzas estratégicas con proveedores locales, que no solo enriquecen nuestra propuesta de valor, sino que también generan impacto económico positivo en las comunidades y reducen la huella ambiental de nuestra cadena.

**A través de nuestras marcas propias,
reafirmamos nuestro compromiso con una
forma de hacer empresa que une calidad,
cercanía e impacto sostenible.**



Nuestras marcas en números

productos activos

846 **+12%** vs 2023/2024



561

Referencias Activas
La Anónima



199

Referencias Activas
Best



86

Referencias Activas
Visiv

13,3%

participación de
marca propia
en los sectores
comparables

+1,48% vs 2023/2024

+9%

participación de
marcas propias en la
facturación total de
la compañía

+0,68% vs 2023/2024

12,4%

participación de
marcas propias
con relación a
otros retailers

+1,1% vs 2023/2024

Nuestros clientes



98%

de los clientes recu-
rrentes consumen
marcas propias

7 de 10

compras llevan
artículos de marca
propia

13

categorías
distintas para
nuestros clientes

Nuestros clientes



133

proveedores activos

+15,6% vs 2023/2024

85%

proveedores nacionales

+5% vs 2023/2024

50% de los proveedores cuentan con certificación internacional de calidad /
50% restante participa de un exhaustivo Programa de Auditoría Interna, llevado a
cabo por nuestro Departamento de Seguridad Alimentaria. Estas dos medidas nos
aseguran un alto estándar de calidad.

Nuestros logros

- **Nuestras marcas propias son las marcas más vendidas en la compañía**
- Crecimos en unidades y en facturación por arriba de la media de la compañía
- Mejoramos el mix de venta
- **Nuestras marcas propias están presentes en más ocasiones de consumo de nuestros clientes a partir de la mayor diversificación en categorías**



¡Lanzamos nuevos productos saludables!

Trabajamos para adaptar nuestra propuesta de valor a las nuevas demandas de consumo, **promoviendo alternativas que acompañen estilos de vida más saludables y decisiones de compra más sostenibles.** Buscamos innovar en cada categoría, incorporando productos que mejoran la experiencia en góndola, cuidan el bienestar de las personas y generan impacto local. En respuesta a los cambios en los hábitos de consumo y a las sugerencias de nuestros clientes, realizamos dos lanzamientos:



Lanzamos una nueva **línea de alimentos pensada para acompañar una alimentación más consciente y saludable**, reafirmando nuestro compromiso con el bienestar de las personas.



Ampliamos nuestra **línea de productos sin gluten**, incorporando una nueva carta gráfica que facilita su identificación en góndola.



¡Próximos Lanzamientos!

Línea de productos de limpieza concentrados y diluibles, que permiten reducir el volumen transportado y, en consecuencia, la huella de carbono asociada a su distribución.



“Agua La Anónima Austral”: desarrollado junto a un proveedor local de Comodoro Rivadavia.





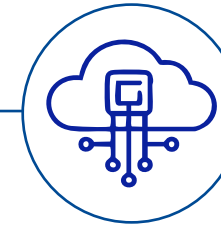
Innovación en tecnologías y sistemas

Seguimos fortaleciendo nuestros sistemas de información **con el objetivo de garantizar eficiencia operativa, trazabilidad y control en todos los procesos de la compañía.**

Contamos con plataformas tecnológicas robustas y confiables que nos permiten monitorear en tiempo real las transacciones realizadas y asegurar un entorno seguro para la operación diaria.

Estos desarrollos también nos brindan información clave para la toma de decisiones ágiles y fundamentadas, favoreciendo una **gestión más precisa, alineada a los desafíos actuales y adaptada a las necesidades estratégicas del negocio.**

Infraestructura tecnológica



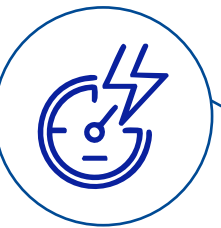
- Refuerzo de los datacenters en Barracas y General Pacheco.
- Incremento de capacidad de procesamiento y almacenamiento.
- Incorporación de tecnologías de virtualización para sistemas críticos.
- Interconexión de ambos emplazamientos con vínculos de mayor capacidad.
- Disponibilidad garantizada de los sistemas: 99,99%.

Self Checkout



- Implementación en Ushuaia, Allen, Neuquén y San Antonio Oeste.
- Total de 43 sucursales operativas al cierre del ejercicio.
- Plataforma 100% compatible con promociones, medios de pago y acciones comerciales.
- Proyección: superar las 50 sucursales hacia fines del próximo ejercicio.

Actualización ERP SAP



- Migración a versión S/4 HANA sobre arquitectura RISE.
- Beneficios:
 - Mayor velocidad y rendimiento.
 - Capacidades de inteligencia artificial para análisis de datos.
 - Experiencia de usuario renovada.
 - Reducción de costos operativos.
 - Simplificación de la infraestructura IT.

CRM Salesforce – Módulo Service



- Visión integral y unificada de los clientes y sus interacciones.
- Optimización de la gestión de reclamos.
- Mejora en tiempos de respuesta y calidad del servicio.





La Anónima Online

- Proceso de consolidación de sitios para una experiencia de navegación mejorada y unificada.
- Actualización tecnológica integral y rediseño de arquitectura.
- Mayor integración con el ecosistema digital de la compañía.



Préstamos al Consumo en Tiendas Físicas

- Integración de múltiples plataformas: App PLUS, puntos de venta físicos, eCommerce y sistema de gestión Fintech.
- Opción de financiar compras mediante préstamo personal otorgado por Tarjeta La Anónima.



Conectividad en sucursales

- Desarrollo de esquema de VPN (SD-WAN) junto a Fortinet.
- Uso de enlaces locales de bajo costo: mayor ancho de banda, velocidad y reducción de costos de comunicación.
- Implementación de Starlink como respaldo de enlaces principales, incrementando resiliencia y continuidad.



Nueva App La Anónima

- Diseño centrado en mejorar la experiencia del cliente.
- Incorporación ágil de nuevos productos y servicios.
- Integración nativa con el ecosistema de aplicaciones de la compañía.
- Tecnologías modernas para garantizar evolución y escalabilidad.
- Desarrollo a cargo de Globant.
- Estimada puesta en producción: segundo semestre 2025.



Seguridad en pagos electrónicos

- Implementación de tecnología 3DES y ContactLess en todos los pasillos de venta junto a HASAR.
- Mayor seguridad en transacciones.
- Habilitación futura para tecnologías como Apple Pay y Google Pay.



Monitoreo y control

- Sistemas que permiten operar eficientemente y monitorear todas las transacciones.
- Generación de reportes necesarios para la toma de decisiones.
- Aseguramiento de un ambiente de control interno adecuado.





Nuestro desempeño financiero

(GRI 201-1)

Mantuvimos un desempeño financiero sólido, sostenido por una gestión responsable, eficiente y alineada con nuestra visión de largo plazo. En un contexto económico desafiante, logramos adaptarnos con agilidad, consolidando nuestra operación y preservando el equilibrio entre rentabilidad, inversión y compromiso social y ambiental.



SAIEP

Ingreso por ventas

\$2.521.378

millones de pesos

Ganancia

\$31.535

millones de pesos

-57,5%
vs 2023-2024



- **40%**
Federico Braun
- **20%**
ANSES FGS Ley 26.425
- **18%**
Pablo Braun Ledesma
- **18%**
Inés Braun Ledesma
- **4%**
Minoritarios Restantes

TDM

Ingreso por servicios y financiación

\$24.012

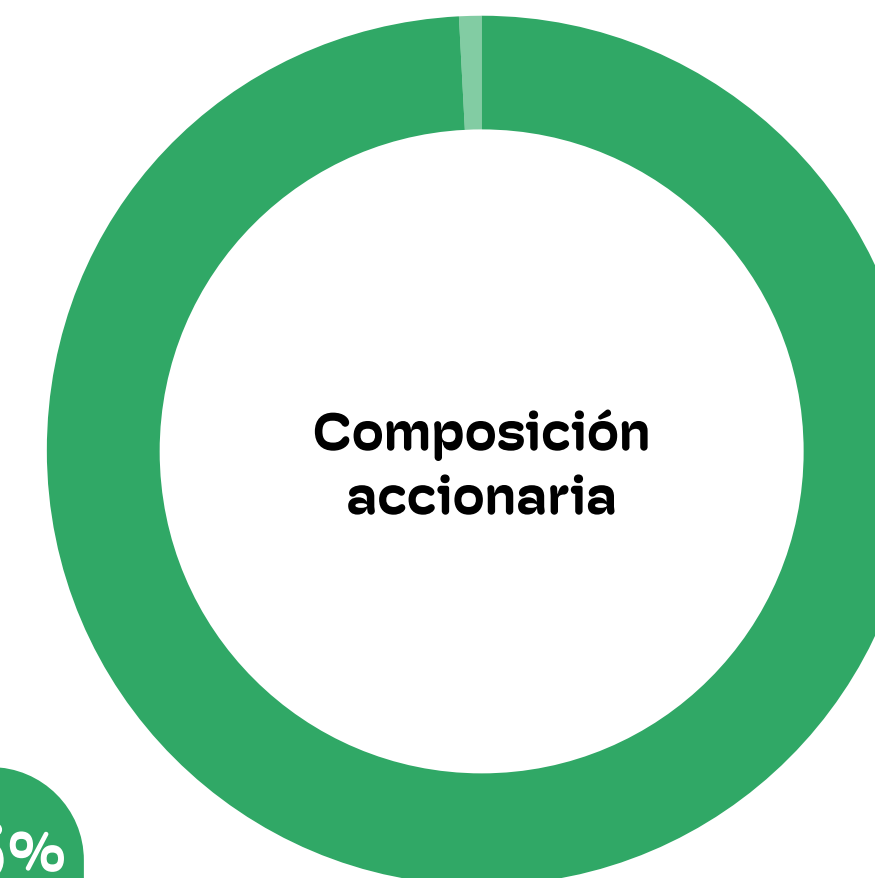
millones de pesos

Ganancia

\$5.370

millones de pesos

+5,35%
vs 2023-2024



- **99,4%**
Sociedad Anónima Importadora y Exportadora de la Patagonia
- **0,6%**
Federico Braun



Resultados Ejercicio Económico 2024-2025

SAIEP

RESULTADOS	Ejercicio finalizado el	
	30/06/2025	30/06/2024
Ingresos por ventas netos	2.521.378.223	2.574.187.432
Costo de ventas	(1.826.337.679)	(1.819.062.803)
Subtotal	695.040.544	755.124.629
Resultados generados por activos biológicos	(80.497)	(633.611)
Ganancia bruta	694.960.047	754.491.018
Gastos de comercialización	(611.396.295)	(633.153.558)
Gastos de administración	(53.334.144)	(60.774.808)
Otros ingresos / (egresos) operativos netos	404.825	(4.495.720)
Resultado operativo	30.634.433	56.066.932
Intereses ganados	4.093.821	12.290.281
Intereses perdidos	(4.493.653)	(15.866.869)
Otros (egresos) financieros netos	(26.254.646)	(52.073.798)
	27.107.114	144.989.212
	31.087.069	145.405.758

Conocé más

RESULTADOS	Ejercicio finalizado el	
	30/06/2025	30/06/2024
Ganancia de inversiones en compañías subsidiarias y asociadas	10.641.117	8.693.670
Resultado antes del impuesto a las ganancias	41.728.186	154.099.428
Impuesto a las ganancias	(10.193.176)	(79.929.036)
GANANCIA NETA DEL EJERCICIO	31.535.010	74.170.392

OTROS RESULTADOS INTEGRALES		
Participación en otros resultados integrales por diferencias de conversión de sociedades	1.924.569	3.324.867
TOTAL DEL RESULTADO INTEGRAL DEL EJERCICIO	33.459.579	77.495.259





Resultados Ejercicio Económico 2024-2025

TDM

RESULTADOS	30/06/2025	30/06/2024
En miles de pesos		
Ingresos por servicios	11.233.414	8.990.279
Egresos por servicios	(2.720.190)	(2.202.552)
Ingresos netos por servicios	8.513.224	6.787.727
Ingresos por financiación	12.778.932	1.304.646
Egresos por financiación	(5.341)	(12.811.552)
Ingresos/(Egresos) netos por financiación	12.773.591	(11.506.906)
Total de ingresos/(egresos) operativos netos	21.286.815	(4.719.179)
Cargos por incobrabilidad	(9.956.739)	(3.139.409)
Total de ingresos/(egresos) operativos netos del cargo por incobrabilidad	11.330.076	(7.858.588)
Gastos de comercialización	(7.616.486)	(8.576.121)
Gastos de administración	(3.958.290)	(3.401.359)
Otros egresos operativos, netos	(44.594)	(927)
Total de egresos operativos netos	(11.619.370)	(11.978.407)

Conocé más

	30/06/2025	30/06/2024
En miles de pesos		
Intereses ganados	216	205.865
Intereses perdidos	(60.017)	(1.466)
Otros egresos financieros, netos	(491)	(41.469)
Resultado por exposición a los cambios en el poder adquisitivo de la moneda (Recpam)	8.960.336	27.386.608
Ingresos netos por servicios	8.610.750	7.712.543
Impuesto a las ganancias	(3.241.021)	(2.615.955)
Resultado integral del ejercicio	5.369.729	5.096.588
Resultado por acción básica y diluida (en pesos)	336,03	318,94





Certificaciones, normas y reconocimientos

A lo largo del último año, fuimos reconocidos por nuestro **modelo de negocio que combina eficiencia, cercanía y compromiso con el desarrollo sostenible**. Estos premios y reconocimientos no solo destacan nuestra evolución como compañía, sino que también nos alientan a seguir trabajando con una **mirada de largo plazo, alineada con nuestro propósito y los valores que nos definen**.



Certificación como Empresa B

Somos la **primera gran cadena de supermercados en América en certificar como Empresa B**, una comunidad global de empresas que ofrece soluciones de triple impacto. Este logro refleja nuestro compromiso con una forma de hacer empresa que genera valor económico al tiempo que promueve el bienestar social y el cuidado del ambiente.





Certificaciones, normas y reconocimientos



1° puesto Encuesta Advantage Retailers 2024

Por octavo año consecutivo fuimos premiados, validando el trabajo conjunto con nuestros proveedores, basado en relaciones transparentes y colaborativas, y destacando nuestra gestión de triple impacto.



Índice BYMA

Integramos el ranking de las 20 empresas líderes en materia ambiental, social, de gobierno corporativo y desarrollo sostenible que presentó la Bolsas y Mercados Argentinos (BYMA). El índice, desarrollado por BYMA y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), tiene un carácter no comercial y evalúa el desempeño de empresas cotizadas en BYMA y que forman parte del Índice S&P ByMA General en los cuatro pilares ESG-D, en función de la información reportada y disponible al público en general.



Conectando empresas con ODS

Recibimos una distinción en el programa Conectando Empresas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible del CEADS (Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible) y EY Argentina, **en reconocimiento nuestras iniciativas que promueven el acceso a la alimentación, la educación, el empleo digno, la inclusión financiera y el consumo responsable.**



SOMOS LA ANÓNIMA

GESTIONAMOS DE MANERA SUSTENTABLE

NUESTRA CADENA DE VALOR

NUESTROS EQUIPOS

NUESTROS CLIENTES

NUESTRAS COMUNIDADES

NUESTRA GESTIÓN AMBIENTAL

Destacados de gestión

Pilar económico



Accountability

+840 referencias en Marca Propia

67,9% NPS Sucursales*

Apertura Línea Ética para proveedores (SAIEP)

Certificación Empresa B



Proveedores Locales y Pymes

SAIEP

90,6% proveedores nacionales**

95,7% proveedores pymes***

66,3% proveedores locales****

TDM

91% proveedores locales*****



Consumo Responsable

4to año promoviendo el consumo de productos de Empresas B certificadas. Este año Campaña Digital.

Campañas de Concientización y Sensibilización en Redes Sociales



Bienestar de los Empleados

Satisfacción 8,6/10

Siente que es un agente positivo de cambio desde su lugar de trabajo



39,5%

Mujeres

80.734Hs

de Capacitación

734

Objetivos de Desempeño de Triple Impacto



Impacto Comunitario

+3.195

millones de pesos donados

62.640

Módulos alimentarios donados a mujeres en situación de vulnerabilidad social, en alianza con Banco Patagónico de Alimentos

2.500

Libros donados. Fundación Leer



Gestión Ambiental

Sucursales, CDRs y Predio Ituzaingó

Residuos Reciclables

46%

equivalentes a **5.925,3 Tn**

Frigoríficos Salto y Pampa Natural

Residuos Reciclables

28%

equivalentes a **356,7 Tn**

Agua reutilizada

14,37%

equivalentes a **198.080 m³**



Acción por el Clima

SAIEP

Energía renovable

10,86%

equivalentes a **16.320 Mwh**

TDM

-22,7%

reducción de la Huella de Carbono. Alcance 2 equivalente a **24 Tn de CO2eq**



Desperdicio de Alimentos

1.119.088

Unidades rescatadas (Perecederos + No Perecederos)

0,73%

Unidades vendidas por Consumo Próximo. Evitando su descarte y desperdicio por vencimiento.

equivalentes a **6.187.701 unidades**

Pilar ambiental

Pilar social

Pilar económico

*NPS: Indicador que mide el nivel de satisfacción de los clientes

Se considera Proveedores Nacionales aquellos cuya propiedad y control son de origen argentino. *PYME. Denominación ARCA (Agencia de Recaudación y Control Aduanero) ****Alcanza a proveedores nacionales de provincias donde tenemos operaciones, que no cotizan en Bolsa y no es un franquiciado o subsidiaria de propiedad de otra empresa. *****Proveedores que se encuentren en un radio de 80km de las oficinas de Fintech



Gestionamos de manera sustentable

- 01 | Nuestro compromiso de triple impacto
- 02 | Nuestra estrategia y gestión
- 03 | Gobernanza de la sustentabilidad
- 04 | Nuestros públicos de interés y alianzas
- 05 | Camino +B
- 06 | Nuestro gobierno corporativo





Compromiso de Triple Impacto

(GRI 2-22)

Quienes formamos parte de La Anónima estamos convencidos de la importancia de contribuir a la construcción de un sistema económico inclusivo, equitativo y respetuoso con el medio ambiente.

Asumimos el compromiso de generar valor económico, social y ambiental, con la convicción de ser agentes de cambio positivo a través de prácticas:



Económicas



Sociales



Ambientales



Económicas

**Evolucionamos
siendo transparentes**

Generamos **rentabilidad** de manera financieramente responsable, teniendo la **transparencia**, las mejores prácticas de gobernanza corporativa, el **cumplimiento normativo** y la **rendición de cuentas** como denominador común en todo lo que hacemos.



Sociales

**Evolucionamos
estando cerca**

Apoyamos el crecimiento de las **comunidades** a las que servimos. Nos manejamos con **respeto** y buen trato, creando relaciones duraderas con nuestros **clientes, nuestro personal** y nuestros proveedores. Nos esforzamos para promover la **diversidad y la inclusión**. Promovemos el **desarrollo y crecimiento de proveedores locales**. Identificamos proveedores locales y los acompañamos para que desarrollen su máximo potencial en nuestra cadena de distribución, conectándolos con nuestros clientes.



Ambientales

**Evolucionamos comprometidos
con el medio ambiente**

Medimos y minimizamos el impacto ambiental negativo de nuestra actividad. Trabajamos para inspirar una reducción del impacto ambiental en nuestros proveedores y clientes.

Nuestras premisas

Nos guían en nuestro accionar cotidiano y refuerzan nuestro compromiso con el triple impacto. Son principios que inspiran nuestra forma de hacer negocios, movilizan a toda nuestra cadena de valor y nos impulsan a construir un futuro más justo, inclusivo y sostenible.

Potenciar el cambio positivo:

construyendo un futuro mejor y más sostenible a través de cada una de nuestras acciones.

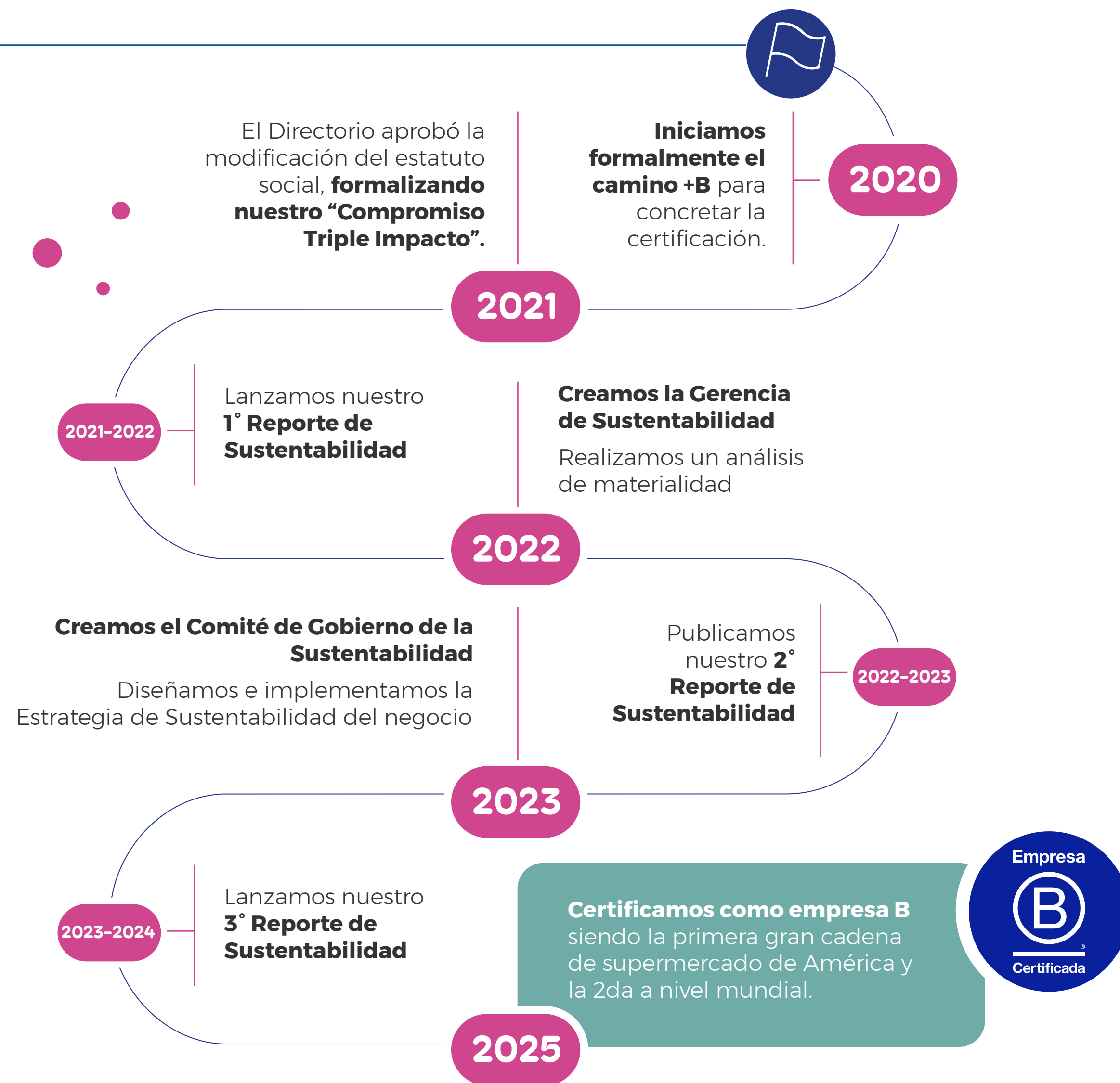
Invitar a nuestros equipos, clientes, proveedores y comunidades: a multiplicar el impacto positivo, involucrándose y siendo protagonistas del cambio.



Hitos de nuestra gestión sustentable

Si bien históricamente desarrollamos nuestras actividades motivados por ser una mejor empresa para el mundo; desde 2020 formalizamos y profesionalizamos nuestra gestión sustentable asumiendo un compromiso de gestión del tema: en la economía, la comunidad, nuestros equipos, proveedores, clientes y el medio ambiente.

A lo largo de estos años, fuimos consolidando nuestro compromiso con la sustentabilidad a través de hitos clave que nos prepararon para alcanzar la Certificación como Empresa B. Desde la decisión estratégica del Directorio hasta la elaboración de nuestros reportes de sustentabilidad y el lanzamiento de una estrategia transversal, cada paso reflejó una evolución concreta y coherente con nuestra visión de largo plazo.





Nuestra **estrategia** **y gestión**

Materialidad

(GRI 3-1, GRI 3-2, GRI 3-3)

Para la creación de nuestra estrategia de sustentabilidad llevamos adelante un proceso de análisis de materialidad, alineado con los Estándares Universales GRI 2021, donde identificamos los temas más relevantes para nuestra organización y nuestros grupos de interés. Este análisis nos permitió comprender mejor los impactos económicos, ambientales y sociales de nuestras actividades y establecer prioridades estratégicas para abordarlos.

En este proceso identificamos y definimos un total 12 temas materiales y sus enfoques de gestión estableciendo nuestra postura como compañía para su gestión.





Accountability: gestionamos nuestro negocio de manera ética, íntegra y transparente, estableciendo relaciones duraderas y de confianza con nuestros públicos de interés.



Ética y Transparencia: promovemos una cultura de ética gestionando nuestros negocios con honestidad y transparencia y tolerancia cero frente a actos de corrupción y soborno.



Proveedores locales y pymes: promovemos la compra y contratación de proveedores, pymes y servicios locales para incentivar y fortalecer las economías regionales. Desarrollamos a los proveedores para potenciar sus procesos operativos y la toma de decisiones social y ambientalmente responsables.



Calidad y Seguridad Alimentaria: generamos consciencia de inocuidad y fomentamos una cultura de inocuidad positiva para el abastecimiento con productos alimenticios inocuos, que protejan la salud de los clientes.



Consumo Responsable: comunicamos de manera transparente los atributos económicos, sociales y ambientales de nuestros productos para una compra consciente y responsable de nuestros clientes.



Bienestar de los Empleados: velamos por la salud, bienestar y seguridad de nuestros equipos. Bajo esta premisa, nos enfocamos en su desarrollo y la gestión del talento para potenciar su constante evolución.



Diversidad e Inclusión: somos un equipo que crece, se transforma y potencia en la diversidad. Promovemos la inclusión y brindamos iguales oportunidades valorando el talento sin distinciones, el respeto y la buena convivencia.



Impacto Comunitario: ser mejores para el mundo y para nuestra comunidad es uno de nuestros compromisos. Implementamos programas en alimentación e inclusión, educación, empleo y medio ambiente en las localidades donde estamos presentes.



Gestión Ambiental: priorizamos el cuidado del medio ambiente. Procuramos eliminar, minimizar y/o administrar adecuadamente los riesgos ambientales y asegurar el cumplimiento de toda normativa de prevención y cuidado del medio ambiente.



Acción por el Clima: buscamos reducir nuestra huella de carbono a lo largo de toda la cadena de valor a través de su medición y compensación siempre que resulte factible.



Desperdicio de Alimento: trabajamos para reducir el desperdicio de alimentos en la cadena de suministro mediante el control de indicadores clave, buenas prácticas de manipulación, altos estándares de calidad, concientización, donaciones a bancos de alimentos y descuentos en productos próximos a vencer.



Bienestar Animal: nos comprometemos a garantizar condiciones óptimas para el cuidado y trato ético de los animales promoviendo la implementación de buenas prácticas gestión, monitoreo y control de bienestar.



Resultados estudio sobre tendencias en sustentabilidad

(GRI 201-2)

En el período reportado complementamos nuestro análisis de materialidad con un benchmark que realizamos sobre las tendencias en sustentabilidad de la industria supermercadista en Argentina. Consultamos informes internacionales como “Global Risks Report 2025” del Foro Económico Mundial y el “CEO Outlook: Consumo y Retail” de KPMG además de fuentes nacionales.

Identificamos las siguientes tendencias en nuestra industria para los próximos años:

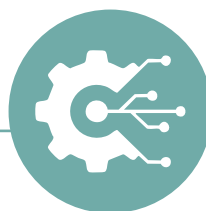
Ambientales

- Pérdidas y Desperdicio Alimentario
- Cambio Climático y Eficiencia Energética
- Economía Circular y Gestión de Residuos
- Monitoreo y Transparencia
- Bienestar Animal



Tecnológicas

- Digitalización de la experiencia de compra
- Automatización y eficiencia operativa
- Seguridad y confianza digital
- Omnicanalidad y personalización
- Transparencia y trazabilidad
- Tecnología para la sostenibilidad ambiental
- IA generativa en supermercados



Sociales

- Seguridad Alimentaria
- Condiciones laborales y empleabilidad
- Vínculo con productores y proveedores
- Accesibilidad y rol social frente a la inflación
- Hábitos de consumo
- Voluntariado y programas educativos



Económicas

- E-Grocery
- Marcas Propias
- Verticalización





Estrategia de Sustentabilidad

(GRI 2-13, GRI 2-22, GRI 3-3)

Los resultados del análisis de materialidad nos permitieron diseñar nuestra Estrategia de Sustentabilidad definida para el período 2023-2028. La estrategia se estructura sobre los tres pilares fundamentales de nuestro Compromiso de Triple Impacto:



Económicas

Gestionamos los impactos económicos de nuestras operaciones, promoviendo un crecimiento sostenible.



Sociales

Integramos el respeto por los derechos humanos y el fortalecimiento del entramado social en todas nuestras actividades.



Ambientales

Buscamos mitigar los impactos ambientales mediante prácticas responsables en toda nuestra cadena de valor.

Esta estrategia nos permite avanzar hacia un modelo de gestión integral y sustentable, asegurando que nuestras operaciones estén alineadas con los objetivos de sostenibilidad y con una visión sistémica de nuestro triple impacto. Así, consolidamos un enfoque que refuerza la coordinación entre áreas, mejora la toma de decisiones y fortalece nuestra capacidad para generar valor compartido en el largo plazo.

Dentro de nuestra estrategia identificamos para cada uno de nuestros temas materiales cuál es nuestra contribución específica con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y sus metas que forman parte de la agenda mundial de sustentabilidad.



16.6, 16.7



12.6



8.3, 8.7, 8.8



9.3



17.17



16.5



8.1, 8.5, 8.6, 8.8



5.1, 5.2, 5.5, 5.b



8.5



10.2, 10.4



2.1, 2.2



4.1, 4.b



8.6



17.17



12.8, 12.3



3.4



2.1



6.3, 6.4, 6.6



11.6



12.2, 12.4, 12.5



7.2



13.2



12.3



15.1, 15.2, 15.3, 15.4, 15.5

Accountability

Consumo Responsable

Proveedores Locales y pymes

Calidad y seguridad Alimentaria

Ética y transparencia

Gestión ambiental

Bienestar de los empleados

Acción por el clima

Diversidad e inclusión

Desperdicio de alimentos

Impacto comunitario

Bienestar animal

Pilar económico

Pilar ambiental

Pilar social

Estrategia de Sustentabilidad 2023-2028

La gestión de los siguientes **12 temas es clave** para que nuestro negocio sea sostenible y exitoso



Seguimiento y ejecución de la estrategia de sustentabilidad

La puesta en práctica de nuestra estrategia la llevamos a cabo mediante la ejecución de **planes de trabajo específicos transversales al negocio y diseñados por Dirección o Gerencia Divisional**, en pos de minimizar riesgos y maximizar oportunidades en materia económica, social y ambiental. Cada referente de plan (Director o Gerente Divisional) presenta y convalida su plan en el espacio de Comité de Gobierno de Sustentabilidad. Cada plan presentado con una frecuencia anual, se compone de diversos proyectos y/o iniciativas en línea con los temas claves de nuestra estrategia.

Para asegurar su cumplimiento, monitoreo y seguimiento, coordinamos reuniones operativas periódicas abordando avances y desafíos que puedan presentarse.

Durante 2024-2025 logramos Implementar



113

iniciativas

35%

iniciativas
finalizadas

65%

iniciativas que continúan
en el siguiente ejercicio en
pos de la mejora continua





Estrategia de Comunicación de Sustentabilidad

(GRI 2-29)

Nuestra estrategia de comunicación se enfoca en los **temas que nuestros clientes, el negocio y nuestro gobierno corporativo consideran más relevantes y claves por gestionar.**

Buscamos que nuestras acciones y logros en materia de sustentabilidad respondan a sus intereses y expectativas, fortaleciendo así el vínculo de confianza que nos une.

Acceso a nuestro sitio de Triple Impacto y Redes Sociales:



Desarrollo de proveedores locales



Consumo responsable



Desperdicio de alimentos



Impacto comunitario

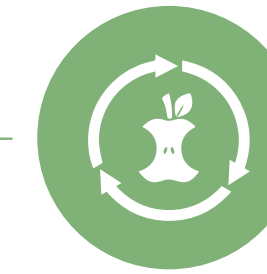


Para ello, desarrollamos anualmente campañas de comunicación y concientización a través de nuestras redes sociales y otros canales de contacto directo. Durante el período reportado, pusimos foco en la comunicación de nuestra gestión vinculada a las efemérides en línea:



Proveedores Locales y Pymes:

Impulsamos el desarrollo de las economías regionales promoviendo el crecimiento de emprendedores y Pymes locales.



Desperdicio de Alimentos:

generamos conciencia sobre la pérdida y desperdicio de alimentos, promoviendo hábitos y buenas prácticas que eviten su desperdicio y acciones concretas que llevamos desde las sucursales.



Impacto Comunitario: guiados por nuestro propósito de acercar un futuro mejor a nuestras comunidades, llevamos adelante acciones para mejorar la calidad de vida de todas las comunidades donde estamos presentes.



Consumo Responsable: realizamos campañas de comunicación, tanto en nuestras tiendas como en nuestra web y RRSS con el objetivo de fomentar prácticas de consumo responsable entre nuestros clientes, para concientizar y educar sobre el impacto de las decisiones de compra y promover elecciones más sostenibles.



Comunicamos nuestra gestión de triple impacto

(GRI 2-22)

Como parte de nuestro compromiso con la transparencia y la mejora continua, cada año compartimos públicamente los avances, desafíos y resultados de nuestra gestión de triple impacto. Creemos que **rendir cuentas de manera abierta fortalece la confianza con nuestros grupos de interés y visibiliza nuestro aporte al desarrollo sostenible.**

Lo hacemos a través de diferentes herramientas:

Sitio exclusivo de triple impacto: donde reunimos nuestras novedades, informes e iniciativas en materia de sustentabilidad. Este espacio tiene como propósito informar de manera abierta sobre nuestra gestión sustentable y mantener un canal de diálogo con nuestros grupos de interés. Recibimos sugerencias y comentarios en la casilla **sustentabilidad@laanonima.com.ar**, que utilizamos como herramienta para la mejora continua.



Sitio web Triple Impacto



Reportes de sustentabilidad: rendimos cuentas de nuestra gestión de triple impacto a través de nuestros reportes anuales de sustentabilidad, donde compartimos de forma clara y detallada nuestras principales acciones, logros y compromisos.



Nuestros reportes

Conectando Empresas con ODS: participamos de este programa impulsado por CEADS y EY Argentina, donde compartimos nuestras principales estrategias y acciones corporativas alineadas con los ODS y la Agenda 2030. A través de esta iniciativa, reafirmamos nuestro compromiso con un desarrollo económico, social y ambiental más equitativo y sostenible.



Conocé más



Gobernanza de la sustentabilidad

(GRI 2-9, GRI 2-12, GRI 2-13, GRI 2-14, GRI 2-17)

Con el compromiso de consolidar una gestión de triple impacto, hemos conformado una estructura de gobernanza que integra la sustentabilidad en la estrategia del negocio y en la toma de decisiones clave: nuestro Comité de Sustentabilidad.

Comité de Sustentabilidad

Cumple un rol clave en la consolidación de una gestión transversal del triple impacto.

Integrado por referentes de distintas áreas, actúa como órgano de gobierno, **velando por la implementación coherente de la estrategia de sustentabilidad en toda la organización.**

Su trabajo se orienta a fortalecer la toma de decisiones, alinear iniciativas y asegurar una mirada integral sobre los impactos económicos, sociales y ambientales del negocio.

Entre sus funciones se encuentran:



Definir y supervisar la implementación de políticas, estrategias y acciones corporativas vinculadas a la sustentabilidad del negocio.



Evaluar el desempeño de la empresa en materia de sustentabilidad, así como monitorear y mitigar los impactos sociales y ambientales derivados de su operación.



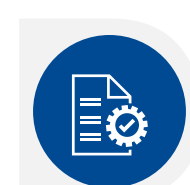
Analizar y proponer recomendaciones sobre la estrategia de sustentabilidad, especialmente en lo relativo al vínculo con los distintos grupos de interés.



Aprobar presupuestos y establecer prioridades para proyectos orientados al triple impacto.



Realizar el seguimiento y la evaluación de la ejecución del Plan de Sustentabilidad y del proceso de certificación como Empresa B.



Garantizar la existencia de políticas de comunicación y rendición de cuentas efectivas, que contribuyan a fortalecer y proteger la reputación interna y externa de la empresa como organización sustentable.



Presidente

Ing. Federico Braun



Este espacio de gobierno de la sustentabilidad es liderado por el Presidente del Grupo.

Integrantes



Director Ejecutivo
de Mercaderías
Ignacio Beltramo



Director de
Sustentabilidad
Federico M. Braun



Gerente General
Nicolás Braun



Director Ejecutivo de
Finanzas, Administración
y Logística
Martín Bruzone



Gerente de División
Asuntos Legales
y Cumplimiento
María Laura Ferrari



Gerente de División
Frigoríficos
Luis García Argibay



Director Ejecutivo
de Recursos Humanos
Pablo Tomás Gianella



Director Ejecutivo
de Tecnologías
de la Información
Víctor Gualdi



Gerente de División
Infraestructura
Silvia Haurigot



Director Ejecutivo de
E-commerce y
Marketing
Santiago Passeron



Director Ejecutivo
de Operaciones
Walter Rothstein

Coordinación
General

Gerente de Sustentabilidad
Natalia Bernasconi



La Gerencia de Sustentabilidad es la encargada de coordinar el espacio de Comité y sus reportes.



Gerencia de Sustentabilidad

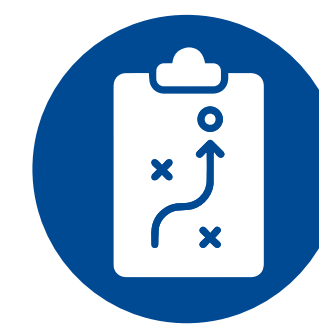
Tiene como función principal definir e implementar el Plan Estratégico del Negocio con enfoque de triple impacto. Su objetivo es identificar, evaluar y gestionar riesgos y oportunidades en los ámbitos económico, social y ambiental, alineando cada iniciativa con nuestros compromisos corporativos.

Esta gerencia reporta directamente a la Gerencia General y articula su trabajo con la Presidencia y el Director de Sustentabilidad, quien propone políticas estratégicas, supervisa su implementación y da seguimiento a los compromisos asumidos.

Entre sus principales responsabilidades se destacan



Integrar el enfoque de triple impacto en proyectos e iniciativas del negocio.



Diseñar e implementar el Plan Estratégico de Sustentabilidad.



Coordinar el funcionamiento del Comité de Gobierno.



Promover instancias de formación, comunicación y monitoreo dirigidas a los distintos públicos de interés.



Liderar y coordinar el proceso de certificación como Empresa B.





Nuestros públicos de interés y alianzas

Públicos de Interés

(GRI 2-26, GRI 2-29)

Promover una comunicación abierta y transparente con nuestros públicos de interés es fundamental para consolidar relaciones de confianza y cooperación a largo plazo. Por eso, **impulsamos instancias de diálogo genuino que nos permitan escuchar, comprender y responder a sus expectativas, necesidades y aportes.**

Contamos con diversos canales diseñados para facilitar ese intercambio, los cuales monitoreamos y fortalecemos de manera continua, asegurando su accesibilidad, eficacia y capacidad de respuesta. Esta dinámica no solo enriquece nuestra gestión, sino que también potencia el valor compartido que buscamos construir con cada uno de nuestros grupos de interés.



Públicos de interés y Canales de diálogo

SAIEP**Proveedores**

Política de Partes Interesadas

Programa de Medición de Impacto

Capacitaciones

Encuesta Advantage

Encuentro Anual de Proveedores

Reunión (entre referentes de la máxima dirección de las partes)

Workshops

Sinergias

Programa LAImpulsa

**Gobierno Corporativo / Accionistas**

Asambleas

Reuniones de Directorio

Comité de Sustentabilidad

**Colaboradores**

WorkVivo- Red Social Interna

Mecanismos de Denuncia

Mecanismos de Feedback

Análisis de Desempeño

Dirección de Recursos Humanos

Herramientas de Comunicación Interna

Talleres y Capacitaciones

Buzón de Ideas o Sugerencias ActivaLA

Encuesta Experiencia Empleado y Otras Relaciones Gremiales

**Clientes**

Centro de Atención a Clientes

Programa de Experiencia del Cliente

Redes Sociales

Libro / Buzón de reclamos y sugerencias en tiendas

**Comunidad**

Redes Sociales

Campañas Sociales

Prensa

Sitios Web

Capacitaciones

Articulaciones con ONGs, Fundaciones, Instituciones educativas

**Organismos Gubernamentales**

Consultas y articulaciones a nivel local, provincial y nacional

Capacitaciones

Convenios y participación en foros y seminarios

**Alianzas en materia de sustentabilidad**

Reuniones de relacionamiento y networking

Grupos de Trabajo Ad-Hoc

Reporte de Sustentabilidad

Participación en Organizaciones para el Desarrollo Sostenible



Públicos de interés y Canales de diálogo

TDM

Compromiso anual: Captamos intereses, necesidades, y sugerencias de nuestros grupos de interés.



Cultura abierta: Fomentamos un diálogo fluido y accesible entre todas las partes interesadas.



Mecanismos de escucha: Todas las Gerencias desarrollan herramientas para atender y responder a las problemáticas y necesidades de los grupos de interés.

- Línea ética
- Buzones
- Encuestas
- WorkVivo
- Encuesta anual sobre temáticas sociales y/o ambientales
- Espacios de comunicación
- Focus Groups
- Webinars externos
- Charlas bench de mercado
- Cámara Argentina de Fintech
- Asesoría Fintech
- Reporting

PÚBLICOS DE INTERÉS INTERNOS

Proveedores

Accionistas / Inversores

Directorio

Colaboradores



Fintech

PÚBLICOS DE INTERÉS EXTERNOS

Clientes

Partners

ONG o Instituciones

Organismos Normativos

Comunidad B

- Gestionar trámites
- Realizar consultas
- Presentar reclamos

Canales de atención disponibles



Teléfono: 0800-777-0222



Mail: opinion@laanonima.com.ar



WhatsApp: +54 9 11 3292-1100



Redes sociales: Facebook e Instagram de Supermercados La Anónima



Web: <https://www.laanonima.com.ar/nuestra-tarjeta>



Alianzas para el desarrollo

(GRI 2-28)

Participamos activamente en los principales espacios de diálogo, articulación y aprendizaje colectivo en torno a los negocios con impacto y la sostenibilidad. A través de estas alianzas estratégicas, fortalecemos vínculos con actores clave del ámbito empresarial, académico y social, con quienes compartimos conocimientos,

experiencias y buenas prácticas. Esta participación nos permite potenciar nuestra capacidad de incidencia, impulsar mejoras continuas en nuestra gestión y contribuir al desarrollo de soluciones colaborativas frente a los desafíos sociales, ambientales y económicos más urgentes.





Nuestro Camino +B

(GRI 2-22, GRI 2-23, GRI 2-28)

Históricamente trabajamos en pos de internalizar nuestro compromiso de triple impacto en las decisiones del negocio y en las operaciones cotidianas de la empresa, pero entendíamos que para que sea sostenible para las personas y el medio ambiente- requería de formalización y convalidación por parte de un tercero independiente especialista en el tema. B-Lab* reúne esas condiciones y promueve la mejora continua. Por lo tanto, trabajar bajo la misma premisa, fue motivante para encarar la certificación validada con nuestros equipos y contando, además, con el acompañamiento y apoyo de nuestra cadena de valor.

La idea inicial surgió de Presidencia en el año 2020. Momento en el cual se presentó la propuesta a la alta dirección, los accionistas y a los equipos. Contar con su apoyo, su predisposición y proactividad desde el inicio para ponerlo en práctica fue realmente gratificante y nos motivó para seguir adelante ratificando una decisión de la cual estábamos convencidos.



“ Cuando presentamos la propuesta de certificar como empresa B a la alta dirección y luego a sus equipos, su compromiso y convencimiento fue un gran facilitador para que el tema se internalizara de manera genuina en nuestras decisiones estratégicas y operaciones diarias ”.

Nicolás Braun, Gerente General de La Anónima.



Conocé más sobre nuestro camino +B

* <https://www.bcorporation.net/en-us/>



Diagnóstico inicial: medir para transformar

El primer paso fue dejar atrás la intuición y comenzar a medir de forma rigurosa. En 2020 realizamos la Evaluación de Impacto B para todas las empresas del grupo: SA Importadora y Exportadora de la Patagonia, Patagonia Logística, La Anónima Online, Patagonia Comex y Tarjetas del Mar. Analizamos nuestro desempeño en cinco dimensiones clave:



GOBERNANZA

Evalúa cómo se integra el propósito social y ambiental en la estrategia de la empresa.



COMUNIDAD

Revisa el vínculo y los efectos que la empresa genera en su entorno más amplio, incluyendo a los proveedores como parte de la cadena de valor.



TRABAJADORES

Explora las prácticas internas en relación con el bienestar de las personas que trabajan en la empresa.



MEDIO AMBIENTE

Evalúa cómo la empresa mide, gestiona y mejora su impacto ambiental.



CLIENTES

Explora el impacto generado a través del producto o servicio ofrecido.

El diagnóstico nos permitió reconocer fortalezas —como la transparencia, el impacto económico local o las políticas de bienestar laboral—, pero también detectar oportunidades de mejora en aspectos como la gestión ambiental, la diversidad o la integración del propósito en la estructura organizacional.

A partir de este diagnóstico diseñamos un plan de mejora escalonado y participativo. Solo en el primer año identificamos más de **150 oportunidades de mejora**, organizadas por complejidad e impacto. Fue el inicio de una transformación profunda, basada en datos, evidencias y trabajo colectivo.



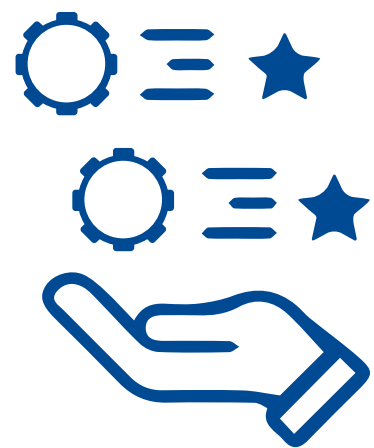
Un proceso colectivo y estratégico

Desde el inicio supimos que este camino requería involucramiento real y transversal. Por eso, conformamos un equipo interno con **+60 personas**, creamos redes de referentes por temática y promovimos la participación en cada etapa.

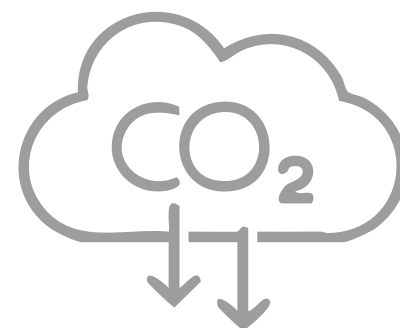
Cada una de estas acciones fue parte de una transformación más profunda: integrar la mirada del triple impacto en nuestra cultura, procesos y toma de decisiones.



Durante **2021 y 2022** implementamos **+ 150 acciones concretas** que abarcaron:



La creación de políticas clave (Diversidad e Inclusión, Marketing Ético, Conflicto de Interés).



El desarrollo de nuevos sistemas de medición ambiental (huella de carbono, emisiones, eficiencia energética).



La capacitación de más de 7.000 colaboradores a través de Escuela LA, junto con programas de formación ejecutiva en alianza con el IAE y la UCA.



La formalización de nuestra Gerencia de Sustentabilidad y la creación del Comité de Gobiernos de Sustentabilidad, presidido por nuestro presidente, el Gerente General, el Director de Sustentabilidad e integrado por toda la alta dirección.



Iniciativas de impacto con proveedores, comunidades y clientes, incluyendo la medición del impacto en más de 190 proveedores, programas educativos y campañas de consumo responsable.



Hitos del camino +B recorrido

2020

- Inicio de proceso de formalización de **Camino +B** y primer autodiagnóstico de impacto
- Creación de equipos de trabajo e identificación de **más de 150 iniciativas** de mejora

- Primeras **capacitaciones** internas en ética, impacto, diversidad y medio ambiente
- Inicio de proceso de certificación de Fintech

2021**2022**

- **Tarjetas del Mar** certificó como Empresa B
- **Redefinimos nuestro propósito** y formalizamos el Compromiso de Triple Impacto en el Estatuto Social
- Creamos la **Gerencia de Sustentabilidad**
- Publicamos el **primer Reporte** de Sustentabilidad 2021-2022

- Creación del **Comité de Sustentabilidad**
- Superamos los 80 puntos en la Evaluación B
- Presentamos nuestro segundo Reporte de Sustentabilidad 2022-2023 y avanzamos con nuevas métricas

2023**2024-2025**

- **Verificación y auditoria virtual y presencial** bajo el modelo de certificación para grandes empresas
- **Auditoria presencial** en nuestras instalaciones del Frigorífico Salto, sucursal de Mercedes y predio de Ituzaingó (Dirección General: Centro de Feteados, Base de Transferencia y Oficinas Corporativas)

En abril de 2025 obtuvimos la certificación oficial de toda la compañía con un puntaje integrado (SAIEP + TDM) de 87,9

Empresa





Impactos visibles: más allá de los indicadores

El mayor cambio, tal vez, no se mide con cifras, pero se siente: una nueva forma de mirar el negocio, en la que la rentabilidad camina junto al sentido. A lo largo del proceso +B, vivimos una transformación profunda. Algunos de los impactos más relevantes fueron:



En la cultura organizacional

el propósito y el impacto se convirtieron en parte de la conversación cotidiana. Hoy, la sustentabilidad atraviesa decisiones, liderazgos, procesos y vínculos.



En los sistemas de gestión

estructuramos procesos en áreas como medio ambiente, compras, talento, atención al cliente y proveedores. Muchas buenas prácticas que eran informales hoy cuentan con políticas, métricas y responsables.



En los indicadores estratégicos

incorporamos mediciones que nos permiten ver más allá de lo financiero: diversidad, experiencia del cliente, inclusión, emisiones, impacto comunitario. Hoy forman parte de nuestros tableros de gestión.



Aprendizajes y próximos pasos

Este proceso nos dejó aprendizajes valiosos. Aprendimos que medir nuestro impacto no es un fin, sino el comienzo de un proceso de mejora. Que la transformación requiere tiempo, participación y compromiso sostenido. Que la mejora continua se construye con diálogo, datos y convicción colectiva.

Mirando hacia adelante, sabemos que **la certificación no es un punto de llegada, sino un nuevo punto de partida.** Por eso, nuestros próximos desafíos incluyen:



Revalidar la certificación con los nuevos estándares B Lab.



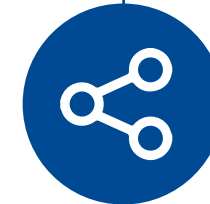
Fortalecer la trazabilidad de la cadena de valor.



Consolidar y mejorar nuestras métricas de desempeño social y ambiental.



Promover el consumo responsable y el desarrollo local.



Compartir aprendizajes con otras organizaciones que quieran transitar este camino.



Estamos convencidos de que construir una economía más humana, inclusiva y regenerativa es posible. Y **nos sentimos orgullosos de ser parte activa de ese cambio.**



Reconocimiento y Testimonios

Nuestra certificación como Empresa B representó un hito trascendental para La Anónima y una oportunidad para reconocer a los **+11.000 colaboradores** que, con su trabajo diario, hicieron posible este logro. Convencidos de que este resultado es fruto del esfuerzo colectivo, llevamos la celebración a cada uno de nuestros espacios de trabajo, compartiendo ágapes alusivos y entregando a cada colaborador/a una botella térmica personalizada con un mensaje de felicitación y agradecimiento.

Este gesto simbólico, recibido con entusiasmo y orgullo, fue mucho más que un obsequio: se transformó en un reconocimiento tangible al compromiso, la dedicación y el aporte de cada persona para alcanzar la certificación. El clima de alegría y unidad que se vivió en la jornada reforzó nuestro sentido de pertenencia y el valor de trabajar juntos por un propósito común.

A continuación compartimos algunos testimonios que reflejan el “sentir” LA respecto a este GRAN hito:



**Conoce los testimonios
de nuestros proveedores**



“Desde mi rol viví el proceso de Certificación como Empresa B con mucho orgullo y entendiendo que La Anónima lo merecía por su trabajo responsable desde hace muchos años.”

Walter Rothstein

Dr. Ejecutivo de Operaciones



“La certificación nos permitió poner orden al trabajo de mucho tiempo, alinearlos y potenciar la mejora continua. Una de las transformaciones más concretas tiene que ver con el orgullo de pertenecer a una empresa que busca ser mejor para el mundo, persiguiendo un propósito claro: acercar un futuro mejor a nuestros clientes y comunidades, y cómo toda la organización se alineó al mismo.”

Alejandra Rojo

Gte. De Comunicación Interna, Marca Empleadora y Cultura



“Fue un proceso transversal a toda la compañía, que demostró que alineando esfuerzos y trabajando de manera colaborativa se pueden lograr resultados efectivos.”

Karina Pérez

Analista Sr. de Mejora de Procesos



Nuestro Gobierno Corporativo

(GRI 2-9, GRI 2-10, GRI 2-11, GRI 2-12, GRI 2-13, GRI 2-14, GRI 2-17, GRI 2-18, GRI 405-1)

Accountability

En La Anónima actuamos con integridad y rendimos cuenta de forma transparente a nuestros públicos de interés sobre nuestra gestión. Este compromiso se refleja en la manera en que nos vinculamos con nuestros clientes, colaboradores, proveedores, comunidades y demás grupos de interés, promoviendo relaciones basadas en la confianza y el respeto mutuo.



Integrantes de nuestro gobierno corporativo

Nuestro modelo de Gobierno Corporativo se basa en una estructura sólida y profesional, conformada por un Directorio y un Equipo Ejecutivo.



Directorio

SAIEP

Presidente:

Federico Braun

Vicepresidente:

Federico M. Braun

Directores:

Pablo Braun

María Laura Ferrari Herrero

Federico Nicholson

Julia S. Pomares

Verónica I. Cheja

**Conocé más sobre el Directorio de
SAIEP y su Comisión Fiscalizadora**

Directorio

TDM

Presidente:

Ricardo R. Blanco

Vicepresidente:

Federico Braun

Directores Titulares:

Nicolás Braun

Martín Bruzone

Santiago Passerón

Facundo Almirón

Directoras Suplentes:

María Laura Ferrari Herrero

Daniela Piñeiro

**Conocé más sobre el Directorio de
TDM y su Comisión Fiscalizadora**

Comisión Fiscalizadora

Mismos integrantes en
ambas compañías:

Miembros Titulares:

Pablo E. Dusserre;

Mónica L. Dempf;

y Nicolás Perkins.

Miembros Suplentes:

Ignacio A. González García;

Julián Videla;

Alfonso M. Lago.



Funciones del Directorio

El Directorio tiene la responsabilidad de definir los lineamientos fundamentales que orientan el desarrollo sostenible de la compañía, velando por su crecimiento a largo plazo y la creación de valor para todos los accionistas y grupos de interés.

Entre sus principales funciones se destacan:



Conocer en profundidad los valores, compromisos y planes estratégicos de la compañía, asegurando su alineación con criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG).

Supervisar a la Gerencia General, asegurando que exista un sistema de control interno adecuado, con estructuras claras de reporte y toma de decisiones.

Garantizar el cumplimiento de los más altos estándares de ética e integridad en todas las operaciones de la compañía.

Establecer la visión, misión, propósito y principios que guían el accionar de la empresa, promoviendo una cultura ética, responsable y orientada al triple impacto.

Aprobar el plan estratégico propuesto por la Gerencia General, considerando riesgos y oportunidades vinculados al contexto económico, social y ambiental. Supervisar su implementación mediante indicadores clave de desempeño (KPI).

Diseñar, fortalecer y monitorear la eficacia de las estructuras de gobierno societario, incluyendo la designación de responsables y la revisión periódica de prácticas y políticas.

Mantenerse informado sobre el desempeño global del negocio y sobre tendencias emergentes que puedan influir en la sostenibilidad y competitividad de la empresa.



Designación y selección del Directorio

La designación de los integrantes del Directorio se realiza mediante **un proceso transparente, que combina la evaluación interna con la decisión final de la Asamblea Anual de Accionistas**. Si bien actualmente no está formalmente constituido un Comité de Nominaciones, el Directorio, a través de su presidente, participa activamente en la definición del perfil de los candidatos y en su propuesta.

En cada proceso de renovación o reemplazo, el Directorio emite una recomendación basada en criterios profesionales y estratégicos. A la propuesta se adjunta el currículum vitae y antecedentes del candidato, asegurando así la trazabilidad y solidez del proceso.

Este mecanismo permite **garantizar que la selección de directores se realice con responsabilidad, integridad y alineación con los valores de la organización**, en cumplimiento con el principio de transparencia promovido por los Estándares GRI.

Conocimientos y experiencia en sustentabilidad

El Directorio cuenta con un reglamento de funcionamiento que define los lineamientos para su desempeño y formación continua. La Presidencia del Directorio coordina acciones específicas para asegurar que sus integrantes cuenten, desde su incorporación, con procesos de inducción adecuados y con la información necesaria para ejercer sus funciones con responsabilidad y perspectiva estratégica.

En línea con el compromiso de fortalecer una visión integral del negocio, se contempla la participación del Presidente, Vicepresidente y Gerente General en actividades de formación que aborden temáticas vinculadas a la sustentabilidad, la innovación empresarial y otros aspectos relevantes para la evolución de la compañía.

La Secretaría del Directorio, a cargo de una de sus integrantes, colabora activamente en la implementación de estas iniciativas, gestionando la coordinación de las inducciones, la provisión de información clave, las convocatorias a reuniones y el acompañamiento documental necesario para el buen funcionamiento del órgano.



Supervisión de la gestión sustentable

El Directorio, como máximo órgano de gobierno, desempeña un rol central en la supervisión de los asuntos de sustentabilidad y en la validación final de los contenidos del Reporte de Sustentabilidad. Esta responsabilidad se ejerce en articulación con el Comité de Sustentabilidad, presidido por el Presidente del Directorio e integrado por las principales autoridades de la compañía, quienes participan activamente en el diseño, seguimiento e implementación del enfoque de triple impacto.

En el caso del Reporte de Sustentabilidad 2024-2025, el contenido fue presentado ante el Comité de Sustentabilidad para su revisión y análisis. Durante esta instancia, se evaluaron los principales logros, resultados e indicadores incluidos en el documento, garantizando su consistencia con los Estándares GRI, la validez de los temas materiales priorizados por la organización y su alineación con los valores, riesgos y objetivos estratégicos definidos por el Directorio.

El proceso concluyó con la aprobación formal del contenido en sesión de Directorio, reafirmando el compromiso institucional con una conducción transparente, responsable y enfocada en la mejora continua del desempeño económico, social y ambiental.





Evaluación del desempeño del Directorio

Implementamos una práctica anual de autoevaluación del Directorio, cuyos resultados se comparten internamente y se registran en actas. Esta iniciativa se ha consolidado como una herramienta de mejora continua.

La metodología consiste en un cuestionario estructurado en siete secciones —propósito, composición, responsabilidad, recepción de información, funcionamiento, relación con la gerencia general y desempeño individual— que incluye 33 declaraciones a responder en una escala de cinco opciones (desde “totalmente de acuerdo” hasta “totalmente en desacuerdo”). El cuestionario se distribuye de manera individual a través de un enlace digital, es respondido por el 100 % de los integrantes del Directorio y se extiende también a los síndicos titulares y al Gerente General (quien completa solo las secciones que le corresponden).

No se brinda asesoramiento externo para su cumplimentación. Una vez analizados, los resultados se presentan y debaten en reunión de Directorio, quedando documentados en el acta correspondiente junto con la presentación de la autoevaluación.

Comités de La Anónima

Con el objetivo de fortalecer la toma de decisiones, asegurar una supervisión eficaz y abordar con profundidad temáticas clave para el negocio, el Directorio ha constituido distintos comités especializados. Cada uno de ellos cumple funciones específicas y contribuye activamente al gobierno corporativo de la compañía, aportando conocimiento técnico, seguimiento estratégico y respaldo a la gestión ejecutiva.



1 Comité Ejecutivo del Directorio

Actúa entre reuniones plenarias, brinda apoyo a la Gerencia General en asuntos estratégicos y de largo plazo.

2 Comité de Auditoría

Supervisa los sistemas de control interno, el sistema administrativo-contable, la gestión de riesgos y las normas de conducta. Está compuesto mayoritariamente por directores independientes.

3 Comité de Sustentabilidad

Define y monitorea políticas de triple impacto, realiza seguimiento del proceso de certificación como Empresa B, y coordina con el Gerente General y otras áreas clave bajo la dirección de la Gerencia de Sustentabilidad.



Diversidad de órganos de gobierno

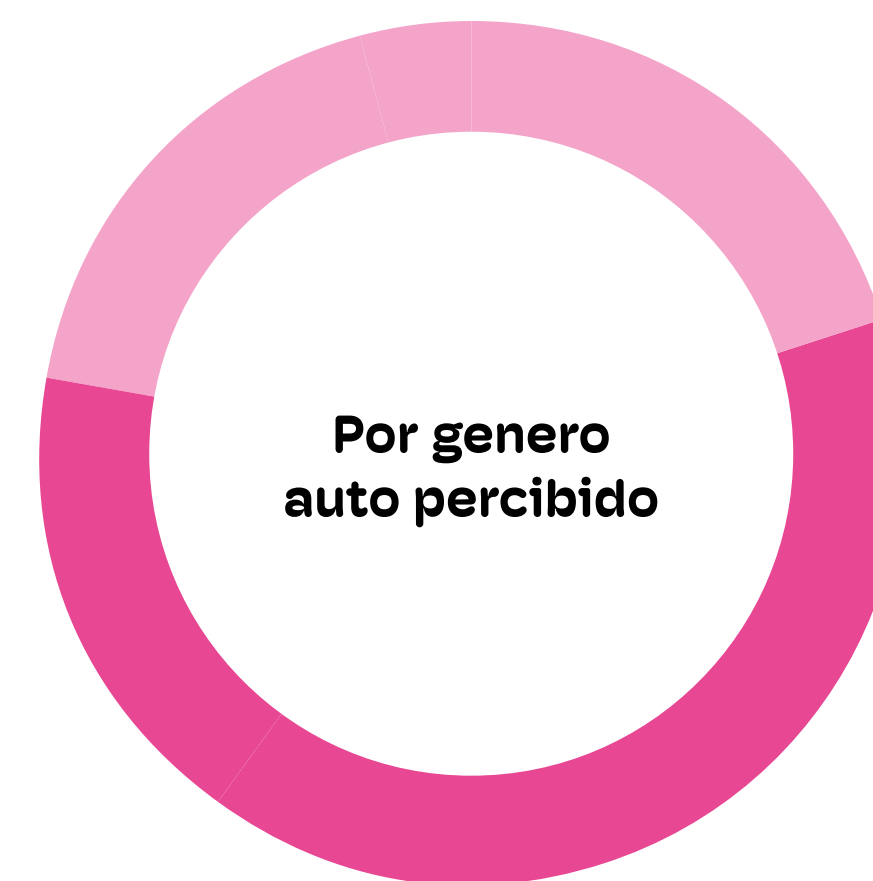
En La Anónima promovemos la diversidad como un valor esencial para el fortalecimiento de nuestra gobernanza. Creemos que **la pluralidad de trayectorias, experiencias, perspectivas y perfiles en los órganos de gobierno enriquece el proceso de toma de decisiones, favorece una visión más integral del negocio y contribuye a una gestión alineada con los principios del desarrollo sostenible.**

Nuestra política de selección y conformación del Directorio considera criterios como la formación académica, la experiencia profesional, la trayectoria en la organización, la edad, el género y la capacidad de liderazgo ético. Trabajamos de manera continua para garantizar procesos de designación transparentes, inclusivos y orientados a la construcción de equipos diversos y complementarios.



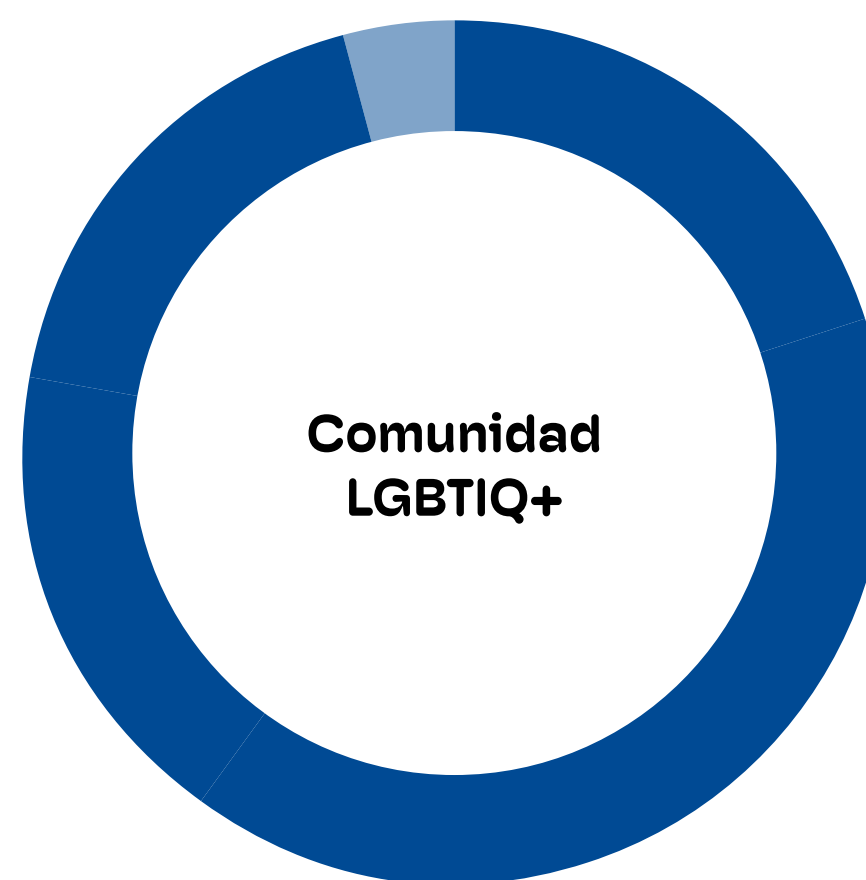
● **61,54% (8)**
50 años o más

● **38,46% (5)**
Entre 24 y 49 años



● **61,54% (5)**
Mujer

● **38,46% (8)**
Hombre



● **92,30% (12)**
No

● **7,70% (1)**
Sí

Resultados Encuesta Experiencia de las Personas 2024





Ética y Transparencia

(GRI 2-15, GRI 2-16, GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 2-26, GRI 205-1, GRI 205-2, GRI 205-3, GRI 406-1)

Fomentamos una cultura organizacional basada en la ética y la transparencia, guiando nuestra gestión con honestidad e integridad. Estamos convencidos de que “hacer las cosas bien” es la única forma de gestionar.

Programa de Ética y Cumplimiento

En línea con esta convicción y en cumplimiento de los lineamientos establecidos por la Ley N° 27.401 sobre Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas, desarrollamos nuestro Programa de Ética y Cumplimiento, a partir del cual implementamos diversas políticas, procesos y herramientas destinadas a prevenir, detectar y abordar conductas indebidas en todos los niveles de la organización.



Todo esto se enmarca en el compromiso de la Compañía para fortalecer una cultura de transparencia, confianza y mejora continua, promovida desde la Alta Dirección y extendida a toda la organización.

Política de Regalos e Invitaciones de Negocio



Define premisas para la entrega y recepción de regalos e invitaciones a fin de evitar conflictos de interés.

Política de Donaciones



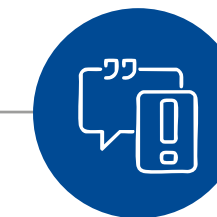
Establece criterios claros para realizar aportes a organizaciones sociales de forma transparente y voluntaria.

Código de Ética



Establece las pautas mínimas que deben guiar la conducta ética de La Anónima.

Política de Conflicto de Interés



Establece la obligación de declarar situaciones que configuren o puedan aparentar un conflicto de interés.

Política de Denuncias



Establece las garantías y funcionalidades del canal de denuncias, usuarios habilitados, temáticas que pueden reportarse a través del canal, medios de acceso e información relevante que debe incluirse en una denuncia.

Política Anticorrupción



Establece principios y lineamientos para prevenir, detectar y sancionar cualquier forma de corrupción o soborno.

El Programa también contempla una **gestión integral de riesgos**, incluyendo una matriz que permite identificar y abordar posibles riesgos asociados a la corrupción con funcionarios públicos.

En La Anónima contamos con una **Línea Ética**, un canal confidencial y seguro que permite reportar conductas indebidas, desvíos de procedimientos internos, eventuales incumplimientos normativos o sospechas de fraude, garantizando la protección de quienes denuncien de buena fe.



Mecanismos de denuncia: Línea Ética

Colaboradores o proveedores pueden reportar actos ilícitos, posibles fraudes, incumplimientos normativos, o cualquier situación contraria a nuestro Código de Ética, políticas o procedimientos internos o bien que atente contra la ética empresarial.

En julio de 2024 habilitamos el acceso al canal para proveedores, un hito que fue anunciado en el marco de la reunión anual de proveedores y comunicado luego de manera masiva a través de correos electrónicos a más de 2.400 proveedores principales y habituales.

De las denuncias recibidas

78 Se investigaron **13** Se desestimaron

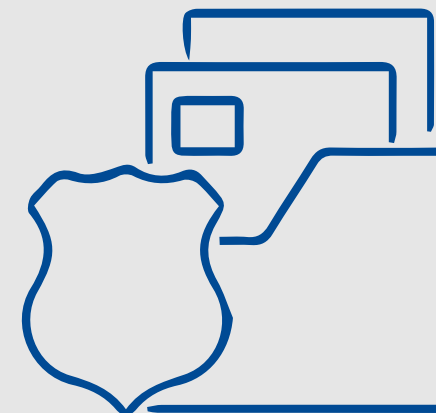
RESULTADOS

57 oportunidades de mejora implementamos.

73% casos analizados.

81%
Denuncias anónimas,
vs 69% del período 2023-2024.

96%
Casos investigados de criticidad baja, con predominancia de situaciones vinculadas al clima laboral, el liderazgo y/o relaciones interpersonales.



Hacia el cierre del ejercicio, trabajamos en la actualización del Protocolo de Denuncias, con especial foco en los factores de ponderación que determinan la criticidad y el escalonamiento en el tratamiento de los casos. Habiéndose aprobado los cambios sugeridos en el seno del Directorio de la Compañía, comenzará a ponerse en práctica en el ejercicio siguiente.



Política Anticorrupción

Adoptamos una política de tolerancia cero frente a la corrupción y el soborno, en línea con los principales estándares internacionales, como los de las Naciones Unidas y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Promovemos una cultura de integridad y transparencia que refuerza nuestro compromiso ético en todas las operaciones. En tal sentido, nos comprometemos a prevenir situaciones y conductas que afecten nuestra integridad.

Comunicación y formación anticorrupción

Brindamos formación continua en materia de integridad y anticorrupción para reforzar la aplicación de nuestra política, fortalecer la cultura ética y asegurar que todas las personas que trabajan en La Anónima actúen conforme a nuestros estándares de transparencia y cumplimiento.

Diseñamos anualmente un Plan de Difusión y Capacitación en temáticas vinculadas al Programa de Ética y Cumplimiento. Acciones y resultados desde la implementación del Programa en 2019 hasta el 30 de junio de 2025:

Comunicación Anticorrupción a Miembros del Directorio

La Política fue aprobada por el Directorio en 2019 y fue difundida posteriormente al personal.

Comunicación Anticorrupción a equipos de trabajo

Desde su aprobación, se difunde a todo el personal de la Dirección General, LA Fintech y jerárquicos de las demás unidades de negocio. Asimismo, durante el proceso onboarding se comparte con el personal jerárquico ingresante. 1.920 colaboradores/as han firmado esta política a modo de adhesión.

Comunicación Anticorrupción a socios de negocio

Nuestro Programa Ética y Cumplimiento aún no alcanza a socios de negocio ni terceras partes de La Anónima. En marzo 2023 se comunicó el programa a proveedores de TDM (96 en total) y durante este ejercicio se invitó a 2.400 proveedores de SAIEP a conocer el Programa y las políticas de integridad.

Formación Anticorrupción a Miembros del Directorio

Capacitación inicial a todo el Directorio. Posteriormente se realizaron capacitaciones y/o difusiones en virtud del Plan Anual que diseña el área de Cumplimiento de La Anónima.

Formación Anticorrupción a equipos de trabajo

Anualmente, se realizan difusiones y capacitaciones vinculadas al Programa de Ética y Cumplimiento. Hasta la fecha, se capacitaron **7.250** aproximadamente.





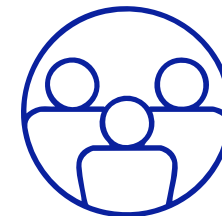
En el período reportado no se recibieron denuncias por corrupción a través del canal de denuncias. La compañía tampoco enfrentó demandas judiciales relacionadas con corrupción.

Durante el ejercicio 2024-2025 realizamos:



38

acciones vinculadas a Ética y Cumplimiento



+ 840

participantes de distintas áreas de la compañía

Estas iniciativas incluyeron formaciones, talleres y campañas de sensibilización sobre cumplimiento normativo, liderazgo, ética, anticorrupción, diversidad e inclusión, uso y funcionamiento del canal de denuncias, entre otras temáticas. Las actividades se realizaron de forma transversal, involucrando a los directivos, alta gerencia como también a equipos más operativos, y contribuyeron al fortalecimiento de nuestra cultura organizacional alineada al triple impacto.





Política de Conflicto de Interés

Esta política constituye una herramienta clave para promover la transparencia y la gestión responsable de situaciones que configuren, pudieran configurar o den la apariencia de un conflicto de interés, entre ellas:



Vínculos o relaciones de parentesco en el lugar de trabajo

Vínculos con proveedores, competidores o contratistas

Actividades paralelas

Actividades políticas

La implementación y difusión de la política, junto con el formulario correspondiente de registro obligatorio, se realizó de forma progresiva. En una primera etapa fue dirigida a aproximadamente 2.300 personas, incluyendo miembros del Directores y Síndicos, personal de la Dirección General, Fintech y Centro de Atención al Cliente, y colaboradores/as jerárquicos de todas las unidades de negocio.

En diciembre de 2023, se incorporó como parte del proceso de Onboarding, alcanzando así a toda persona que se incorpore a la compañía desde esa fecha.

En agosto de 2024 diseñamos un cronograma anual con el objetivo de alcanzar al total de la nómina. A lo largo del proceso se llevaron adelante acciones de comunicación y capacitaciones internas para difundir la política y el formulario de registro.

Resultados

87%

del personal recibió y firmó la política, expresando su adhesión.

75%

completó el formulario de registro a modo de declaración inicial.

14%

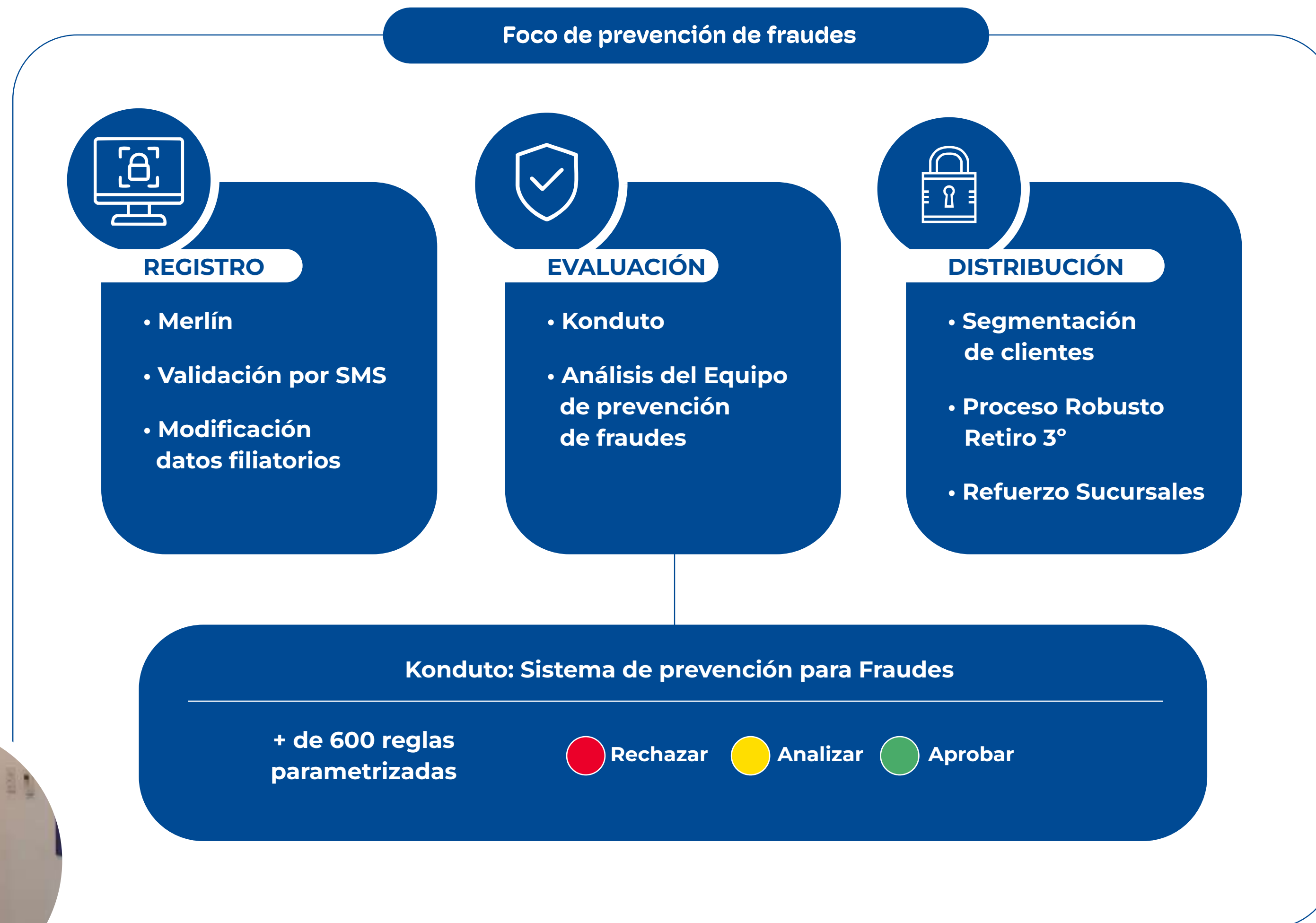
de las declaraciones registradas se informó una situación de conflicto de intereses, principalmente vínculos de parentesco entre personas que trabajan en la Compañía que no ameritan acción.



Prevención de fraudes

Trabajamos activamente en la prevención del fraude digital, implementando medidas de control y monitoreo que protejan tanto a nuestros clientes como a la integridad de nuestro canal de e-commerce.

Nuestra prioridad es garantizar una experiencia de compra segura y confiable en La Anónima Online, minimizando riesgos que puedan afectar la operación y generen pérdidas económicas para el negocio. Este enfoque preventivo nos permite fortalecer la confianza de los usuarios y preservar la sostenibilidad de nuestra plataforma digital.





Gestión de riesgos

(GRI 2-25)

Contamos con un enfoque de gestión integral **orientado a garantizar el cumplimiento de normas y procedimientos, protegiendo la integridad de nuestros procesos y activos.**

Nuestro objetivo es prevenir y mitigar riesgos que puedan afectar la productividad, la transparencia o la reputación de la compañía.

Identificamos riesgos, irregularidades y debilidades operativas a través de auditorías internas, controles periódicos y el análisis de indicadores de gestión. Mantenemos una línea de reporte directo con el Comité de Auditoría, lo que nos permite actuar con agilidad ante cualquier desvío.

Nuestra Matriz de Riesgo Corporativa, en constante revisión, contempla riesgos vinculados a derechos humanos, corrupción y debida diligencia. Realizamos evaluaciones

periódicas para supervisar la efectividad de los controles mitigantes en cada área, incluyendo los riesgos específicos relacionados con organismos públicos, conforme a lo establecido en la Ley 27.401 de Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas.

El Comité de Auditoría tiene un rol central en la supervisión de la gestión de riesgos, del control interno y de los posibles conflictos de interés. Recibe actualizaciones anuales sobre la priorización de riesgos, el avance de acciones mitigantes y su alineación con los umbrales definidos en la matriz.



Nuestra cadena de valor

- 01 | Nuestra cadena de valor
- 02 | Abastecimiento sustentable
- 03 | Nuestros proveedores en números
- 04 | Desarrollo e iniciativas con proveedores
- 05 | Calidad y seguridad alimentaria
- 06 | Normas y certificaciones



Nuestra cadena de valor

(GRI 2-6)

Gestionamos nuestra cadena de valor de forma estratégica en pos de asegurar su sustentabilidad y fortalecer, de manera continua, los vínculos con todos los actores sociales que la integran. **Creemos que cada eslabón representa una oportunidad para generar un impacto positivo**, por eso colaboramos activamente con nuestros públicos de interés, promoviendo relaciones de confianza, el desarrollo de las comunidades y la implementación de buenas prácticas.

Desde el abastecimiento responsable hasta el vínculo con las comunidades, **trabajamos de manera integrada para garantizar productos y servicios de calidad, operaciones eficientes y experiencias de compra que respondan a las expectativas de quienes nos eligen.**



ABASTECIMIENTO

Promovemos el desarrollo de proveedores locales y pequeñas y medianas empresas, contribuyendo a una cadena de suministro más inclusiva y resiliente.

Prácticas sostenibles implementadas:

- Desarrollo de Proveedores Locales y Pymes
- Programa de Formación La Anónima Impulsa
- Programa de Medición de Triple Impacto
- Mecanismos de Relacionamiento
- Sitio web exclusivo para seguimiento de pagos
- Sinergias Triple Impacto

Públicos de Interés alcanzados:

Proveedores, Pymes.

En cada localidad donde operamos, llevamos adelante programas de impacto comunitario enfocados en ejes clave como Alimentación, Inclusión, Educación y Empleo. Nuestro objetivo es generar oportunidades reales que acerquen un futuro mejor a quienes nos rodean.

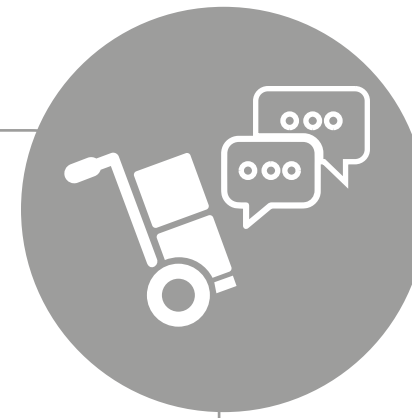
Prácticas sostenibles implementadas:

- Programa Nutriendo Futuro en alianza con el Banco Patagónico de Alimentos
- Programa Desafío Leer con Fundación Leer
- Programas de Desarrollo Local en alianza con RIL (<https://www.redinnovacionlocal.org/>)
- Programa de Donaciones
- Programa de becas estudiantiles y pasantías

Públicos de Interés alcanzados:

Comunidad locales y alianzas con organizaciones civiles.

CONSUMO



LOGÍSTICA Y OPERACIONES

Generamos condiciones para asegurar que la mercadería llegue a tiempo y en condiciones óptimas a cada una de nuestras sucursales, garantizando su disponibilidad para ofrecer una experiencia de compra eficiente y confiable a nuestros clientes.

Prácticas sostenibles implementadas:

- Red de Distribución Optimizada con 11 Centros Regionales
- Abastecimiento Sostenible mediante Flota Rastreadora Satelital y sinergias de triple impacto
- Capacitación y desarrollo de Colaboradores y Mecanismos de Retroalimentación

Públicos de Interés alcanzados:

Colaboradores, Distribuidores (internos y externos).

Nuestros clientes están en el centro de nuestra gestión y bajo esa premisa, trabajamos de forma constante para comprender sus necesidades y mejorar nuestros procesos de atención a partir de sus sugerencias y experiencias.

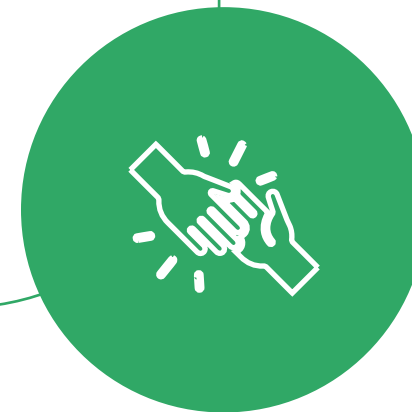
Prácticas sostenibles implementadas:

- Programa de Beneficios y Descuentos
- Programa de Experiencia Cliente y Monitoreo NPS (Net Promoter Score)
- Servicios Fintech y Centros de Contacto

Públicos de Interés alcanzados:

Clientes.

VENTA Y SERVICIOS POSTVENTA



Nuestra Cadena de Valor



Abastecimiento sustentable

(GRI 2-6, GRI 2-23, GRI 2-29, GRI 204-1, GRI 308-1, GRI 308-2, GRI 414-1, GRI 414-2)

Trabajamos en estrecha colaboración con nuestros proveedores para fortalecer procesos operativos eficientes y una toma de decisiones que contemple criterios sociales y ambientales. Nuestro enfoque se basa en generar **alianzas estratégicas que promuevan un impacto positivo tanto en la comunidad como en el ambiente.**



Impulsamos diversas acciones orientadas a:



Fomentar la contratación de proveedores y servicios locales, promoviendo el desarrollo de las economías regionales y reduciendo la huella ambiental asociada al transporte de mercadería.



Identificar proveedores locales con productos de calidad y precios competitivos, que respondan a las expectativas de nuestros clientes y contribuyan a una cadena de suministro más ágil, inclusiva y sostenible.



Acompañar el crecimiento de nuestros proveedores, tanto actuales como potenciales, mediante capacitaciones, monitoreos técnicos y asesoramiento continuo en distintos aspectos del negocio.

Principios sostenibles

Apoyamos a nuestros proveedores locales para que desarrollen su máximo potencial dentro de nuestra cadena de valor, promoviendo principios que fortalecen la sostenibilidad del vínculo:



Que compartan nuestro compromiso de generar un impacto social y ambiental positivo a través de sus actividades.



Que prioricen la contratación de mano de obra y servicios en el ámbito local, contribuyendo al desarrollo de las comunidades donde operamos.



Que diseñen y comercialicen productos con bajo impacto ambiental a lo largo de todo su ciclo de vida, desde la producción hasta su disposición final, privilegiando prácticas sostenibles.



Que incorporen criterios de eficiencia energética y realicen un uso responsable de los recursos naturales, apostando a una gestión más consciente y eficiente.



Nuestros proveedores en números



Nuestros vínculos con proveedores reflejan una **gestión comprometida con el desarrollo local, la eficiencia y la sustentabilidad**. Los siguientes datos ilustran el alcance y la diversidad de esta red estratégica:



SAIEP

1.455

proveedores activos de mercaderías

90,6%

de nuestros proveedores son nacionales*

95,7%

de nuestros proveedores son pymes**

63,3%

son proveedores locales***

TDM

91%

de nuestros proveedores son locales****

6,35%

de nuestros proveedores son considerados de triple impacto*****

Ante la necesidad de nuevos productos y servicios se hace hincapié en la búsqueda y contratación de nuevos proveedores con responsabilidad social y ambiental por lo que se trata de que sean empresas B y locales.

* Se considera Proveedores Nacionales aquellos cuya propiedad y control son de origen argentino. ** PYME. Denominación ARCA (Agencia de Recaudación y Control Aduanero) *** Alcanza a proveedores nacionales de provincias donde tenemos operaciones, que no cotizan en Bolsa y no es un franquiciado o subsidiaria de propiedad de otra empresa. **** Proveedores que se encuentren en un radio de 80 km de las oficinas de Fintech. ***** Empresas B o tener algún tipo de impacto social/ambiental positivo.



Proveedores: Números de Impacto

SAIEP

- Origen de capitales - Tamaño de la empresa	Cantidad de proveedores	Participación s/total proveedores	Participación s/total de la facturación
Proveedores Nacionales	1319	90,7%	77,0%
Proveedores locales - país LA	966	66,4%	73,3%
○ Empresa grande	39	2,7%	33,6%
○ PyMES	927	63,7%	39,7%
Proveedores No Locales - Fuera País LA	353	24,3%	3,7%
○ Empresa grande	2	0,2%	0,0%
○ MIPYME	351	24,1%	3,7%
Proveedores del Exterior*	136	9,3%	23,0%
Importaciones: PyMES	73	5,0%	0,0%
Radicación Argentina - Capitales Externos	63	4,3%	23,0%
○ Empresa grande	21	1,4%	19,2%
○ PyMES	42	2,9%	3,8%
Total general	1455	100,00%	100,0%

* Proveedores cuya casa matriz se encuentra radicada en el exterior.

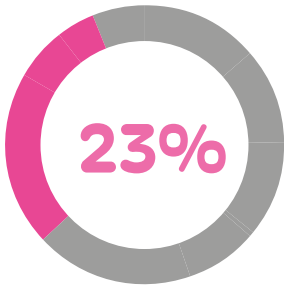
2024/2025			2023/2024	
Denominación	Cantidad de proveedores	Participación s/total de la facturación (%)	Cantidad de proveedores	Participación s/total de la facturación (%)
Empresa grande	62	52,8	63	50,8%
PyMES	1.393	47,2	1.254	49,1%
Total general	1.455	100%	1.317	100,0%

2022/2023			2021/2022	
Denominación	Cantidad de proveedores	Participación s/total de la facturación (%)	Cantidad de proveedores	Participación s/total de la facturación (%)
Empresa grande	82	56,9%	77	57,4%
PyMES	1.196	43,1%	92	42,6%
Total general	1.278	100%	1.029	100%

Proveedores: participación sobre el total de la facturación

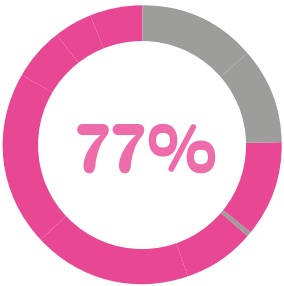
136

proveedores
del exterior



1.319

proveedores
nacionales

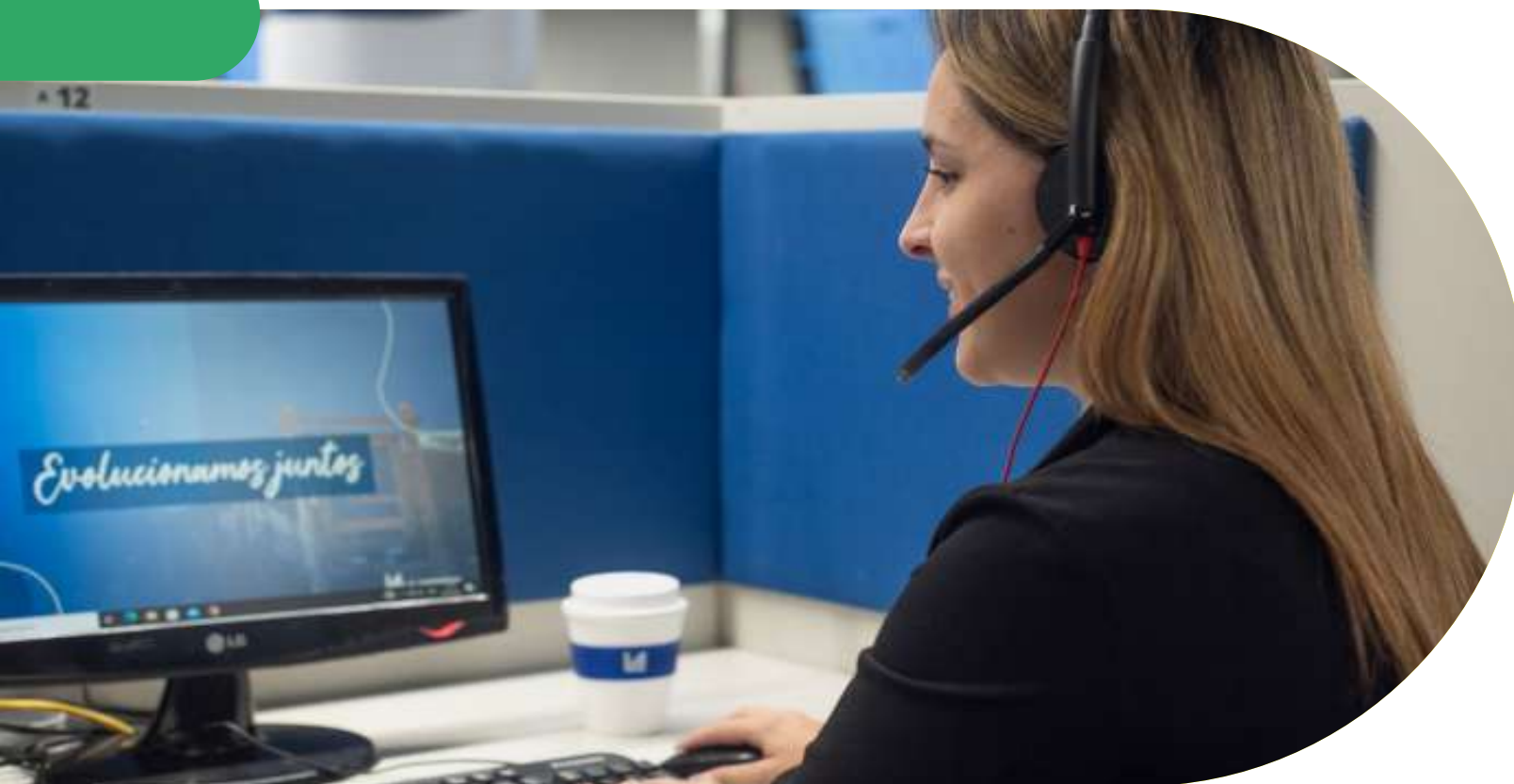




Canales de diálogo

Mantenemos canales de diálogo activos y diversos con nuestros proveedores, con el objetivo de **fortalecer vínculos de confianza y mejorar continuamente nuestra gestión compartida.**

Desde nuestras distintas unidades de negocio impulsamos espacios de contacto personalizados, instancias de intercambio estratégico y herramientas para medir impacto y promover buenas prácticas.



SAIEP

Sociedad Anónima Importadora y Exportadora de la Patagonia



Contacto directo con un representante comercial SAIEP



Casilla de mail exclusiva para consultas comerciales y/o generales



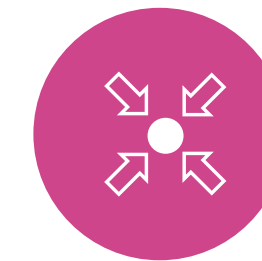
Portal de proveedores (Medición de Triple Impacto)



Casillas para consultas administrativas y/o pagos



Reuniones Top to top



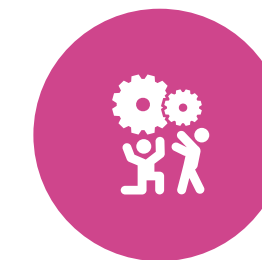
Encuentros Anuales con Proveedores La Anónima



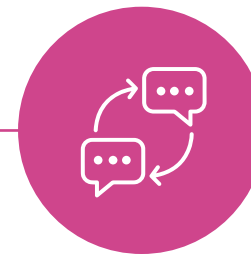
Visitas a proveedores o productores locales



Programa de Medición de Impacto



Acciones con proveedores de Marca Propia



TDM

Tarjetas del Mar S.A.



Comunicación con representante comercial de TDM



Mesa de debate



Política de relacionamiento con proveedores



Programa de Medición de Impacto





Desarrollo e iniciativas con proveedores

Iniciativas con proveedores

Creemos que una cadena de abastecimiento sólida se construye con relaciones de largo plazo y un acompañamiento activo. Por eso **impulsamos programas e iniciativas destinados a fortalecer las capacidades técnicas, comerciales y de gestión de nuestros proveedores y emprendedores locales.** Estas iniciativas nos permiten fomentar el desarrollo regional, potenciar la calidad de los productos y servicios, y construir vínculos más sostenibles e integrados con quienes forman parte de nuestro ecosistema de abastecimiento.





LA Impulsa **SAIEP**

Es una iniciativa de La Anónima que promueve la **formación y el fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas**, tanto proveedoras como no proveedoras de La Anónima, con el objetivo de impulsar el desarrollo productivo en nuestra zona de influencia.

El programa brinda contenidos y herramientas diseñados para mejorar habilidades técnicas y comerciales, considerando los distintos estadios de desarrollo de cada emprendimiento.

Su enfoque flexible permite acompañar a empresas en diferentes etapas, a través de tres modalidades de participación:

Objetivos del programa

- Fortalecer nuestra cadena de valor.
- Acompañar a proveedores en sus procesos de mejora continua.
- Mejorar el vínculo y la cooperación con proveedores mediante temáticas de interés común.
- Promover el desarrollo de proveedores locales y emprendedores de nuestra región.
- Contribuir al crecimiento económico regional a través del trabajo conjunto.

LA ANONIMA
IMPULSA
Potenciando emprendedores locales



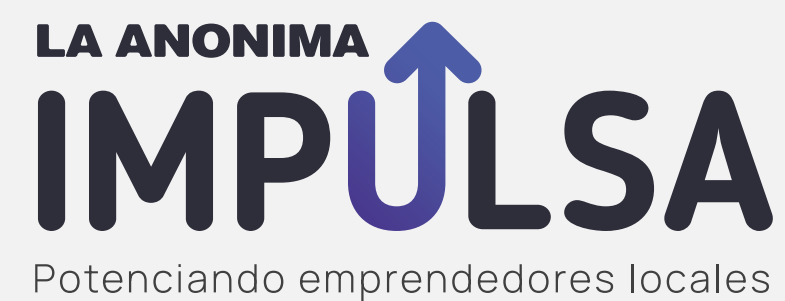
EMPRENDE
para quienes están dando sus primeros pasos.



CRECE
orientado al desarrollo y consolidación de negocios en expansión.



FORTALECE
destinado a empresas con trayectoria que buscan mejorar procesos, productos y gestión.

**EMPRENDE**

**Impulso a nuevos
proveedores locales**

Emprende **busca identificar e incorporar a nuestra red a pymes locales con potencial**, especialmente aquellas vinculadas al retail, agroalimentos o economía circular que aún no forman parte de nuestra cadena de valor. El programa se realiza con una frecuencia bianual y la próxima edición está prevista para 2026.

Destacados – Edición 2024

245

postulaciones

62

rondas de negocio virtuales

27

postulantes quedaron como posibles proveedores

4

fueron dados de alta

De esta instancia surgieron nuevos proveedores como KOV y Sudestada Pop, hoy integrados a nuestra red.

[Ir a KOV](#)[Ir a Sudestada Pop](#)



LA ANONIMA IMPULSA

Potenciando emprendedores locales



CRECE

Evolución
del Consumo

Es un **programa de formación diseñado para pequeñas y medianas empresas** proveedoras de La Anónima, con el objetivo de brindar herramientas que les permitan desarrollar al máximo su potencial de gestión.

En la Edición 2025 se desarrolló un encuentro en nuestras oficinas de Dirección General en Ituzaingó, Provincia de Buenos Aires, orientado a abordar temas estratégicos para el contexto actual. La jornada incluyó espacios de formación, diálogo y reflexión, con la participación de distintas áreas clave de la compañía y un cierre a cargo de la familia Braun.

El perfil de los proveedores participantes se mantiene estable respecto de ediciones anteriores.

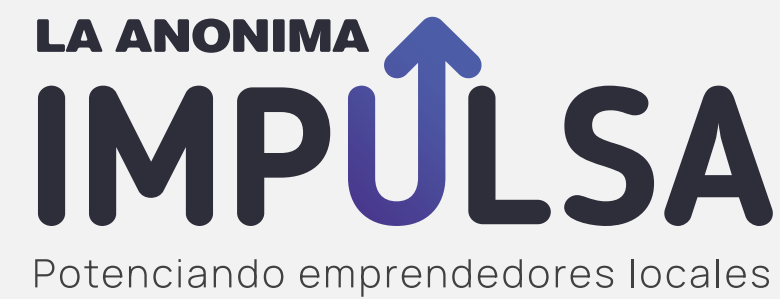


24 proveedores participantes



Temas abordados

- **“Ventas y mercado en un contexto desafiante”**, a cargo de Scentia que es una consultora pionera en el manejo de grandes volúmenes de datos
- **“Negocios con triple impacto”**, presentado por nuestra Gerencia de Sustentabilidad.
- **“Marca Propia como estrategia de negocio: fidelidad y diferenciación”**, a cargo de la Gerencia de Marca Propia.
- **Conversatorio “El salto del dueño: oportunidades y desafíos”**, con la participación de Federico Braun (Presidente) y Nicolás Braun (CEO).

**FORTALECE**

**fortalecimiento de la
seguridad alimentaria
e inocuidad**

Dirigido a proveedores que necesitan fortalecer o mejorar sus sistemas de gestión de Seguridad Alimentaria e Inocuidad. A partir del análisis de los resultados del cuestionario de autoevaluación desarrollado por nuestra Gerencia de Seguridad Alimentaria, seleccionamos a los proveedores con mayores oportunidades de mejora a quienes invitamos a participar de una capacitación técnica especializada, dictada por el Máster Internacional de Tecnología en Alimentos (MITA).

En alianza con

La formación contempla una beca bonificada al 30% otorgada por La Anónima a cada proveedor preseleccionado por los equipos de Mercaderías y Seguridad Alimentaria.

Este programa representa una herramienta clave para elevar los estándares de calidad y seguridad de nuestra red de abastecimiento, acompañando el crecimiento técnico de nuestros socios estratégicos.

Edición 2024

Duración: del 1/6 al 1/10



Participantes: 12 alumnos (10 proveedores LA)*



Resultados:

- 5 proveedores mejoraron su desempeño en auditorías.
- 1 proveedor ascendió a nivel intermedio.
- 4 proveedores serán auditados durante 2025.

Edición 2025

Duración: del 26/6 al 23/9



19 participantes



Novedad: la cursada se realiza de forma asincrónica para facilitar el acceso y reducir el ausentismo.

*Nota: dos proveedores se dieron de baja antes de completar la formación.



Programa de Medición de Impacto

SAIEP

En línea con la evaluación de impacto B, diseñamos el Programa de Medición de Impacto, como **herramienta estratégica para promover una cadena de valor más sostenible, resiliente y alineada con nuestros principios de triple impacto**. A través de esta iniciativa, buscamos identificar fortalezas, detectar oportunidades de mejora y acompañar a nuestros proveedores en la evolución de sus prácticas ambientales, sociales y de gobernanza. Participan en este proceso proveedores de forma voluntaria.

Llevamos adelante la evaluación a través de un portal digital en el que los proveedores completan tres cuestionarios secuenciales:

1**Cuestionario General:**

releva información institucional clave y promueve la transparencia mediante el intercambio de políticas, certificaciones y códigos de ética.

2**Cuestionario de Gobernanza y Gestión Socioeconómica:**

aborda aspectos vinculados a gobernanza, gestión de empleados, clientes, cadena de valor, compromiso cívico y donaciones.

3**Cuestionario Ambiental:**

evalúa temas como eficiencia energética, uso del agua, gestión de residuos, envases, certificaciones ambientales y biodiversidad.

Al finalizar, cada proveedor recibe un puntaje y un informe de feedback con sus fortalezas y oportunidades, junto con recomendaciones específicas. Este informe también se comparte con nuestras Gerencias de Compras, facilitando un acompañamiento individual y el desarrollo conjunto de mejoras.

Durante el ejercicio, gracias a la apertura de la Línea Ética para proveedores:

+ 2.000

empresas cuentan con acceso al programa.

51,3%

de nuestra facturación corresponde a proveedores que participaron en el presente ejercicio fiscal.





Encuentro anual de proveedores

Detrás de cada producto que llega a nuestros clientes hay aliados estratégicos, una red de trabajo, compromiso y colaboración que se consolida día a día. Junto a ellos, **celebramos una nueva edición de nuestro Encuentro Anual de Proveedores**, un espacio estratégico que nos permite fortalecer esos vínculos y seguir construyendo juntos una cadena de valor más sólida y competitiva.

En esta **8ª edición**, nos reunimos con más de **400 proveedores** de todo el país para compartir nuestra visión del mercado, conversar sobre el presente de La Anónima y presentar los planes de crecimiento que guiarán nuestros próximos pasos. **Fue una jornada de intercambio y diálogo, que reafirmó el rol fundamental que tienen nuestros proveedores en el camino hacia una operación más eficiente, innovadora y cercana.**

Durante el encuentro, reconocimos especialmente a **García Hnos. Agroindustrial S.R.L.** y **La Virginia** por su compromiso, profesionalismo y fuerte trabajo en equipo, pilares clave en la construcción de relaciones de largo plazo.





La Anónima en Retail Day 2025

Participamos de una nueva edición del Retail Day, que reunió a más de 6.500 personas bajo el lema “Tiempos de reconstrucción”.

Durante la jornada, referentes de La Anónima compartieron cómo seguimos evolucionando tras más de 116 años de historia.

Santiago Passeron, Director de E- Commerce, expuso en el panel Retail Digital sobre el avance de la inteligencia artificial en nuestra operación y los desafíos de la transformación digital.

Natalia Bernasconi, Gerente de Sustentabilidad, presentó nuestra Estrategia y Gestión de Triple Impacto y como integramos el proceso +B en línea, promoviendo e inspirando a otras empresas a sumarse al cambio.

Además, nuestro stand fue punto de encuentro para seguir difundiendo el valor de nuestra marca propia y fortalecer vínculos en el ecosistema retail.





Desarrollo de proveedores

Casos Destacados

Promovemos el desarrollo de proveedores locales y Pymes como una forma concreta de fortalecer las economías regionales, ampliar nuestra red de abastecimiento y generar valor en cada comunidad donde operamos.

En este marco, destacamos casos de éxito surgidos del programa LA Impulsa – EMPRENDE 2024.

KOV Design Arg

Es una pyme santafesina nacida hace cuatro años en una habitación familiar y un fuerte espíritu emprendedor, con el objetivo de ser originales, creativos y tener su propia esencia.

Con el tiempo, fueron profesionalizando sus procesos, ampliando su catálogo a más de 200 productos de diseño en madera y mudándose al parque industrial de Esperanza para aumentar su capacidad productiva.

En 2024, participaron del Programa LAImpulsa-EMPRENDE, iniciando su vínculo con La Anónima. A partir de ese momento, comenzaron cambios que les exigió incorporar nuevas prácticas como codificación de productos, envasado al vacío y logística en pallets.

Hoy, son proveedores activos de nuestra red y destacan cómo esta oportunidad los impulsó a crecer profesionalmente y llegar a cientos de ciudades del país.

Instagram

SAIEP

“Es un orgullo saber que estamos en muchísimas ciudades de nuestro país gracias a ustedes y es un placer ver la rueda de trabajo genuino que se genera en cada pedido que tenemos que hacer. Desde nuestra hermosa ciudad de Esperanza felices de poder llegar a tantos lugares. Una vez más GRACIAS POR ESTA OPORTUNIDAD.”

Bruno Oprandi,
Dueño





Sudestada Pop

Es una empresa de Comodoro Rivadavia que nació luego de la pandemia en 2020 con el objetivo de hacer frente a las adversidades. Gracias a su experiencia en producción y elaboración de pochoclos de cine, se animaron y comenzaron a fabricar productos de calidad para llevar los pochoclos a la casa de todos los consumidores, transformando una receta tradicional de pochoclos de cine en un producto listo para disfrutar en casa.

A partir de su experiencia previa en producción y con una fuerte conexión con su comunidad local, comenzaron a distribuir en nuevos puntos de venta, apostando por el crecimiento sostenido.

Participaron de LAImpulsa-Emprende 2024, donde presentó su producto a nuestros jefes de compras. Desde que se incorporaron como proveedores de La Anónima, lograron escalar su operación, profesionalizar procesos y ampliar su alcance geográfico. El respaldo de trabajar con una cadena nacional les permitió ganar visibilidad,

abrir nuevos canales comerciales y soñar con seguir expandiéndose sin perder la identidad del producto.

“A partir de nuestra incorporación como proveedores de La Anónima notamos un crecimiento tanto en volumen como en alcance geográfico. Llegamos a localidades que, por cuestiones logísticas o comerciales, antes no estaban en nuestro radar. Esto no solo potenció nuestras”.

Santiago Ergas, Dueño.



Instagram



HP Cultura Hidropónica

Durante 2024 incorporamos nuevos proveedores locales de productos frescos que refuerzan nuestra estrategia de abastecimiento de cercanía. HP Cultura Hidropónica, desde la ciudad de 9 de Julio, comenzó a entregar lechugas hidropónicas a nuestras sucursales de esa localidad y de Junín desde diciembre.

Silvia Rodríguez Mesón

En junio de 2024 se sumó Rodríguez Mesón Silvina Lidia, de Esperanza (Santa Fe), quien ya provee lechugas hidropónicas y podría incorporar rúcula y berro. Su llegada permite ampliar la oferta de productos frescos de producción local, con impacto positivo en la economía regional.



Acciones partners: **jornada de Diversidad e Inclusión**

Llevamos adelante nuestro primer encuentro interempresarial sobre Diversidad e Inclusión, una jornada de intercambio y construcción colectiva que nos permitió compartir experiencias, reflexionar sobre los desafíos actuales y cocrear propuestas orientadas a fortalecer entornos laborales más inclusivos, respetuosos y empáticos.

Participaron colaboradores de: Swiss Medical, Chubb, Life Seguros, Galicia Seguros, Mawdy y Cuota Ya, enriqueciendo la jornada con diversas miradas y aprendizajes compartidos.



TDM

Evaluación Ambiental para proveedores

Creamos esta **herramienta colaborativa que nos permite identificar fortalezas y oportunidades en materia social y ambiental de nuestros proveedores**, con un alcance del 100% a fin de potenciar nuestros canales de dialogo, con un formato bianual.

Durante el ejercicio en curso comenzamos un proceso de mejora, con el fin de incorporar la evaluación socioambiental de TDM al Portal del Programa de Medición de Impacto de Proveedores de SAIEP. Al ingresar los proveedores contestan los 3 cuestionarios General, Gestión Socioeconómica y Gobernanza y Gestión Ambiental y luego se le envía un informe sobre su desempeño en cada una de las áreas relevadas, junto con su desempeño frente al resto de los proveedores y una serie de recomendaciones para mejorar su gestión.



Calidad y seguridad alimentaria

(GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 416-1, GRI 416-2,

Enfoque de Gestión

Trabajamos de manera integral para garantizar la inocuidad de los productos que comercializamos, protegiendo la salud de nuestros clientes y fortaleciendo la confianza en nuestra marca.

Nuestro enfoque se basa en promover una Cultura de Inocuidad Positiva en toda la organización, generando conciencia en cada etapa de la cadena y asegurando el cumplimiento de los más altos estándares de calidad y seguridad alimentaria.



Iniciativas para la inocuidad y seguridad

Asegurar la inocuidad y seguridad de los alimentos que ofrecemos es una responsabilidad que asumimos con rigor en cada eslabón de nuestra cadena de valor. Para ello, **implementamos diversas Iniciativas que refuerzan nuestra cultura de inocuidad, promueven la mejora continua y garantizan el cumplimiento de estándares técnicos y normativos.**



Sucursales

- Auditorías internas de Buenas Prácticas de Manufactura y 5S a sucursales y depósitos
- Auditorías externas de Buenas Prácticas de Manufactura y 5S a sucursales y depósitos
- Capacitaciones de manipulación segura de alimentos
- Tutorías de 5S
- Talleres de cultura de inocuidad
- Formación de colaboradores a través del módulo de Seguridad Alimentaria en el Programa de Formación de Gerente de Venta

Proveedores

- Auditorías internas a proveedores tanto de marca propia como terceros
- Programa de desarrollo de proveedores dentro del marco de LA impulsa

* Global Standards 1: Organización internacional sin fines de lucro que desarrolla y mantiene estándares globales para la identificación, captura y compartición de información de productos, servicios y ubicaciones.

** (Global Food Safety Initiative) es una iniciativa que permite asegurar en todo el mundo la confianza en la entrega de alimentos seguros a los consumidores. Desde hace 4 años se han incorporado auditorías a proveedores terceros, que ponen productos -alimentos y bebidas- en la góndola con su marca.

Otros

- Gestión de comunicaciones enmarcadas en efemérides por el día de la inocuidad, Síndrome Urémico Hemolítico y lavado de manos
- Mantenimiento de la Certificación FSSC 22.000 del Centro de Feteados
- Participación en eventos como Expo Cleaner
- Participación en iniciativas externas a la organización a través de grupos de trabajos como el programa de reducción de desperdicios de alimentos liderado por GSI* y la GFSI**.



Sucursales y CDR*: consolidando una cultura de inocuidad

Entendemos que **la inocuidad no es solo un conjunto de procedimientos, sino un valor profundamente arraigado en nuestra cultura organizacional**. Es una convicción que se refleja en cada decisión, en cada equipo y en cada proceso operativo.

Trabajamos activamente para vivir la inocuidad día a día, guiándonos por las **cinco dimensiones clave propuestas por la Global Food Safety Initiative (GFSI)**:

Visión y Misión

se enfoca en alinear estructura, valores y liderazgo en torno a la inocuidad.

Consistencia

apunta a la responsabilidad operativa, medición de desempeño y documentación.

Adaptabilidad

evalúa la capacidad de respuesta ante cambios, crisis y nuevos requerimientos.

Personas

contempla hábitos, aprendizaje e incentivos relacionados con la inocuidad.

Conciencia de peligros y riesgos

mide el nivel de conocimiento y compromiso del personal en relación con los riesgos alimentarios.

A su vez, estas dimensiones poseen componentes asociados que se comenzaron a trabajar de manera transversal y en todas las unidades de negocio de la organización en aspectos que se identificaron como relevantes y con oportunidades desde el punto de vista de la inocuidad. Los mismos se tradujeron a indicadores y encuentran en etapa de desarrollo.



*Centros de Distribución Regionales.



*Buenas Prácticas de Manufactura | **Buenas Prácticas de Almacenamiento

Auditorias de BPM* y BPA**:

Sucursales y CDR

Auditorias***

2024-2025

813

2023-2024

203

2022-2023

297

2021-2022

799

***Incluye 180 auditorías externas y 633 auditorías internas. Durante este año incluimos las auditorías internas debido a que se les está dando mayor importancia para la gestión.

Capacitaciones BPM* y BPA**

Durante el periodo realizamos capacitaciones de manipulación segura de alimentos a través de Escuela LA. El mismo está dirigido a todos los colaboradores de sucursales y depósitos.

Los temas abordados fueron:

- Manipulación de alimentos
- Programa de higiene (POES)
- Manejo integrado de plagas
- Manejo seguro de temperaturas
- Sectorización, orden y protección
- Rotulación de Alimentos
- Manejo de mercadería no apta para la venta y mermas
- Manejo de residuos

Colaboradores Capacitados

2024-2025

5.256

2023-2024

2.005

2022-2023

4.672

2021-2022

994



Otras Capitaciones/actividades

Tutoría Cultura de Inocuidad

61

capacitaciones.

839

colaboradores alcanzados.

Talleres Plan de Acción

26

capacitaciones.

520

colaboradores alcanzados.

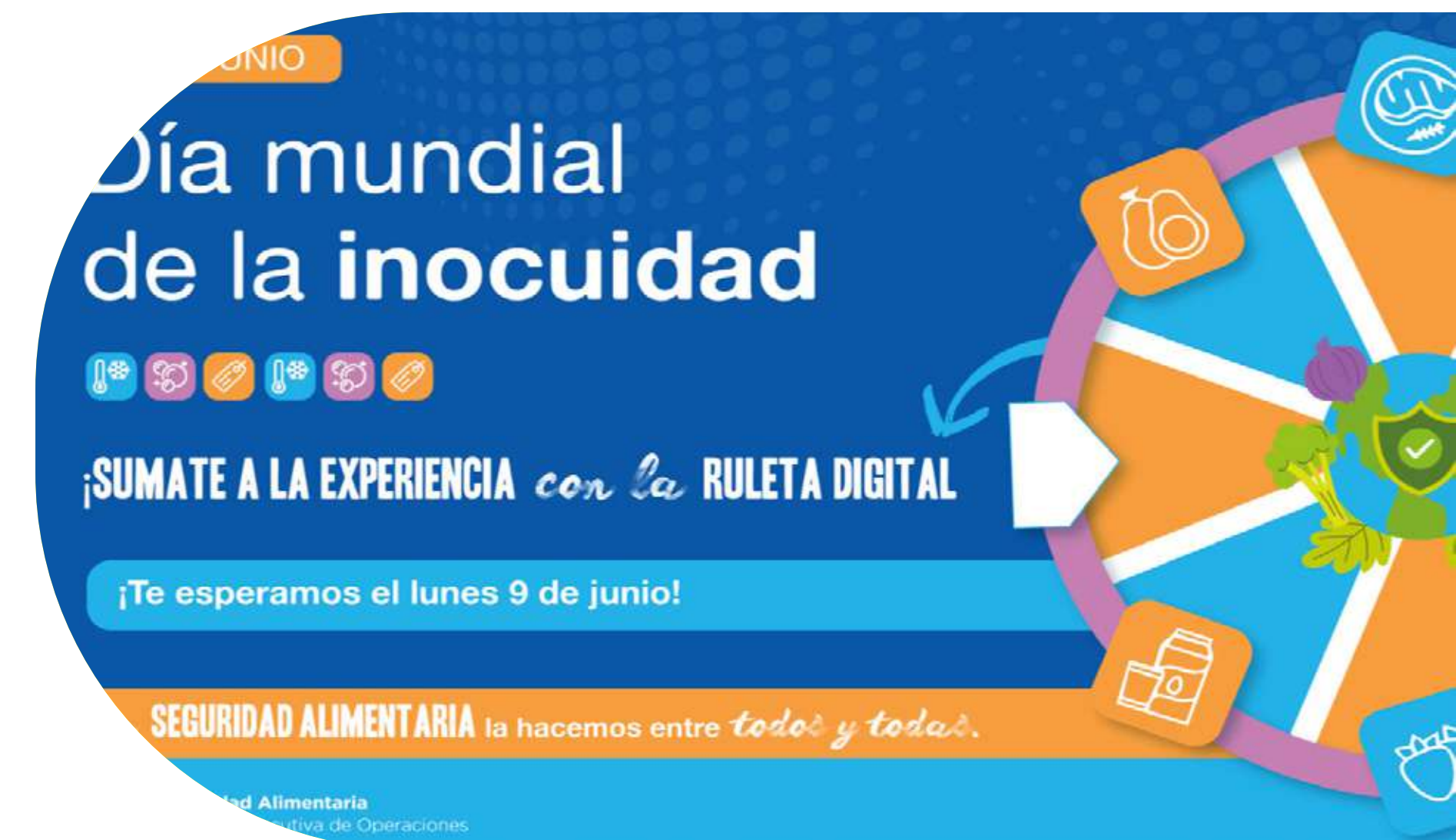
Encuentro 5S

49

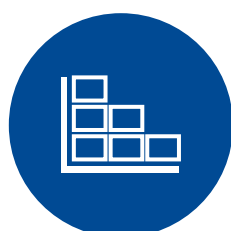
capacitaciones.

780

colaboradores alcanzados.



Herramienta 5S*



Orden

Ayuda a organizar el espacio de trabajo de manera efectiva.



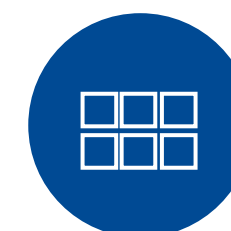
Eficiencia

Aumenta la productividad al reducir el tiempo perdido buscando materiales o herramientas.



Seguridad

Promueve un ambiente de trabajo más seguro al eliminar riesgos.



Estandarización

Facilita la implementación de procedimientos uniformes en todas las áreas.



Calidad

Mejora la calidad del trabajo al minimizar errores y desperdicios.

(*) La metodología o herramienta 5S, desarrollada en Japón al comienzo de la década del setenta, integra 5 principios elementales y debe su nombre a las iniciales de la denominación japonesa de cada uno de ellos. Cada principio constituye una etapa de la metodología. Las tres primeras etapas (clasificar, ordenar y limpiar) son operativas. La cuarta (estandarizar), ayuda a mantener el estado alcanzado en las etapas anteriores. La quinta y última (mantener y concientizar).



Proveedores de alimentos y bebidas: evaluación de desempeño

Evaluamos el desempeño de nuestros proveedores de alimentos y bebidas mediante la herramienta Global Markets de la Global Food Safety Initiative (GFSI), una guía reconocida internacionalmente para la mejora progresiva de sistemas de inocuidad.

Este enfoque nos permite asegurar que los productos ofrecidos en nuestras góndolas cumplen con los más altos estándares de calidad y seguridad, alineados con nuestras exigencias internas y las expectativas de nuestros clientes.

Esta herramienta se basa en una lista de verificación estructurada en tres grandes bloques:

Sistemas de gestión de la seguridad alimentaria, que incluye aspectos como trazabilidad, control de incidentes, gestión de no conformidades, medidas correctivas, formación, reclamos y documentación.

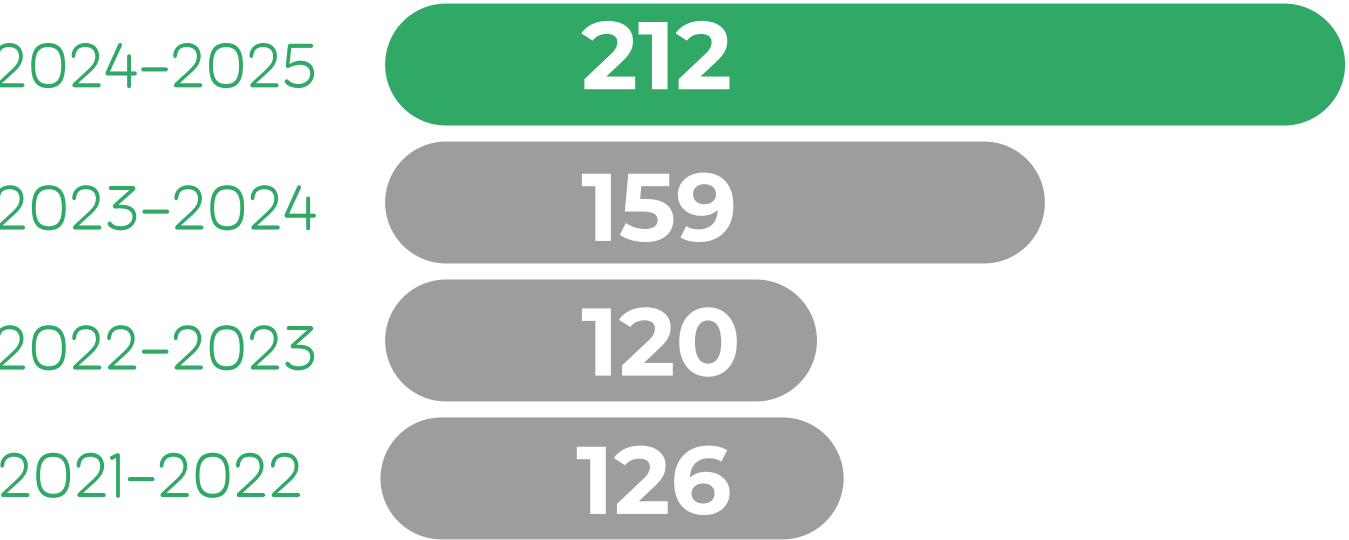
Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), que abordan la higiene del personal, limpieza, control de plagas, calidad del agua, residuos, transporte y mantenimiento, entre otros.

Control de riesgos alimentarios, que contempla la implementación de HACCP, gestión de alérgenos, defensa y fraude alimentario, y cultura de inocuidad.

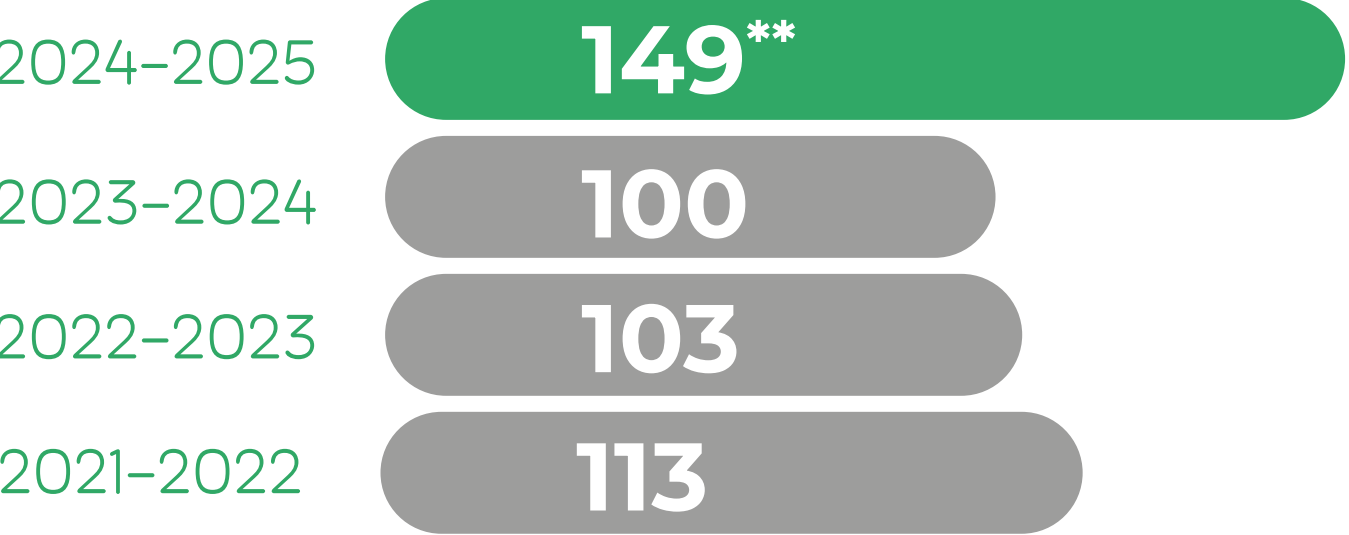
**Auditorías 2024-2025: De las 212 auditorías realizadas: 156 corresponden a proveedores de Marca Propia y 56 a proveedores terceros - aquellos que llevan su marca- contemplando aquellas que fueron de seguimiento de los SGCI (Sistemas de Gestión de Calidad e Inocuidad) de nuestros proveedores del sistema y las de potenciales proveedores a ingresar con sus productos a nuestras góndolas. ** Proveedores alcanzados 2024-2025: De los 149 proveedores alcanzados: 116 corresponden a proveedores de Marca Propia y 33 a proveedores terceros*

Seguridad alimentaria – Destacados

Auditorías realizadas*



Proveedores alcanzados





Campañas de concientización e impacto comunitario

Día Mundial de la Inocuidad 2025

El 7 de junio nos sumamos a la conmemoración del Día Mundial de la Inocuidad de los Alimentos, impulsando una acción simultánea en nuestras sucursales, Dirección General y frigoríficos con el objetivo de sensibilizar a la comunidad sobre la importancia de la seguridad alimentaria.

Bajo el lema “Respondé y ganá”, implementamos una ruleta digital interactiva con preguntas relacionadas con la inocuidad, que permitió a los clientes participar de forma lúdica y educativa, accediendo a premios simbólicos. Además, promovimos la difusión de la actividad en redes sociales mediante la consigna de subir una foto en el stand con el hashtag #DíadelainocuidadLA. La propuesta buscó acercar conceptos clave de forma accesible y dinámica, reforzando nuestro compromiso con la promoción de prácticas responsables a lo largo de toda la cadena de valor.





Normas y certificaciones

Trabajamos bajo estrictos estándares de calidad, inocuidad, sustentabilidad y bienestar, que respaldan nuestro compromiso con los clientes, proveedores y comunidades. **Contamos con certificaciones reconocidas a nivel nacional e internacional que aplican a diferentes etapas de nuestra operación, desde nuestros frigoríficos y centros de procesamiento, hasta nuestras plataformas logísticas.** Estas normas nos permiten asegurar el cumplimiento de buenas prácticas, garantizar la trazabilidad de los productos, y acceder a mercados altamente exigentes.



Plantas Frigoríficas

Normas y Certificaciones



Norma NAMI¹: bienestar animal Norma

BRCGS²: seguridad alimentaria

SMETA 4 Pilares³ versión 6.1

Membresía SEDEX⁴: responsabilidad social

Sello Alimentos Argentinos

Certificación Halal⁵: sólo en Planta Frigorífica Salto

Certificación Angus: El origen, la calidad y la trazabilidad del producto desde el corral hasta la caja.

Protocolo Hight Quality Beef (HQB)⁶ requisitos sanitarios de exportación.

Referencias:

1. NAMI. Se basa en promover y proveer bienestar a los animales a través de un manejo humanitario: antes de la llegada de la hacienda a las plantas de faena. Antes y durante la descarga de los animales.
2. BRCGS. Esquema diseñado para armonizar los estándares de seguridad alimentaria en toda la cadena de suministro. Hoy en día, es reconocido mundialmente en las industrias alimentarias y no alimentarias como uno de los esquemas de certificación de terceros más rigurosos.
3. SMETA. Una auditoría que ayuda a comprender los estándares de trabajo, salud y seguridad, desempeño ambiental y ética dentro de sus propias operaciones o en el sitio de un proveedor.
4. SEDEX. Sedex Analytics es una plataforma de informes que ayuda a comprender fácilmente su cadena de suministro, recopilar informes para las partes interesadas y trabajar con los proveedores para implementar mejoras.
5. HALAL. Significa "permitido" por la Religión Islámica y está fundado en preceptos que contemplan aspectos de higiene y de salubridad.
6. HBQ. Carne bovina de Calidad Superior: control y certificación de carne de alta calidad destinada a Suiza. Es una certificación 'país/país' que se originó en el marco del Programa Nacional de Certificación de Calidad en Alimentos.



Centro de Feteados

Certificación FSSC 22.000 versión 5.1

Establece un marco de referencia para los requisitos de la seguridad alimentaria incorporando buenas prácticas en los sistemas agrícolas, de fabricación y distribución, y considerando los principios para el análisis de peligros y puntos críticos de control.



Certificación LEED

en depósito La Anónima On Line

La certificación LEED evidencia que el edificio o proyecto al que se refiere está construido con los estándares de ecoeficiencia y cumple con los requisitos de sostenibilidad.



Nuestros equipos

- 01 | Nuestros equipos en números
- 02 | Clima laboral y programa de beneficios
- 03 | Salud y bienestar
- 04 | Seguridad de las personas
- 05 | Formación y capacitación
- 06 | Talento y desempeño
- 07 | Diversidad e inclusión
- 08 | Comunicación interna





Nuestros equipos



Enfoque de Gestión

Nos proponemos acercar un futuro mejor, viviendo y transmitiendo este compromiso de triple impacto todos los días, con **equipos motivados y comprometidos que acompañen el crecimiento de la compañía y de las comunidades en las que estamos presentes.**

Nuestro compromiso de triple impacto se refleja en cada acción y programa que desarrollamos junto a nuestros equipos.

Trabajamos para que cada persona que forma parte de La Anónima encuentre en su día a día un entorno que potencia su desarrollo, cuide su bienestar y promueve la diversidad y la inclusión, enfocándonos en:



Selección, contratación e inducción

Transmitimos nuestro Propósito, Visión, Misión y Compromiso desde el primer contacto con cada nuevo integrante.



Desarrollo y gestión de talentos

Impulsamos la evolución profesional y personal de cada persona que forma parte de nuestro equipo.



Salud, bienestar y seguridad

Promovemos entornos de trabajo saludables y seguros para todos nuestros colaboradores.



Cultura inclusiva

Fomentamos una convivencia en la diversidad, fortaleciendo el orgullo de pertenecer.



Aprendizaje y formación

Generamos instancias diversas, ágiles e innovadoras para ampliar conocimientos, crecer profesionalmente y acercarnos a nuestras comunidades.



Respeto y equidad

Defendemos el derecho de todas las personas a ser y sentirse valoradas.



Nuestro equipo en números

SAIEP

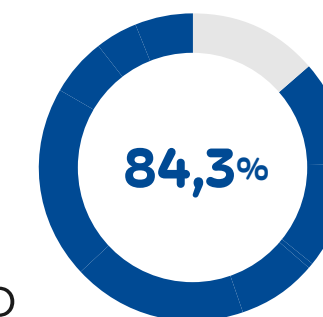
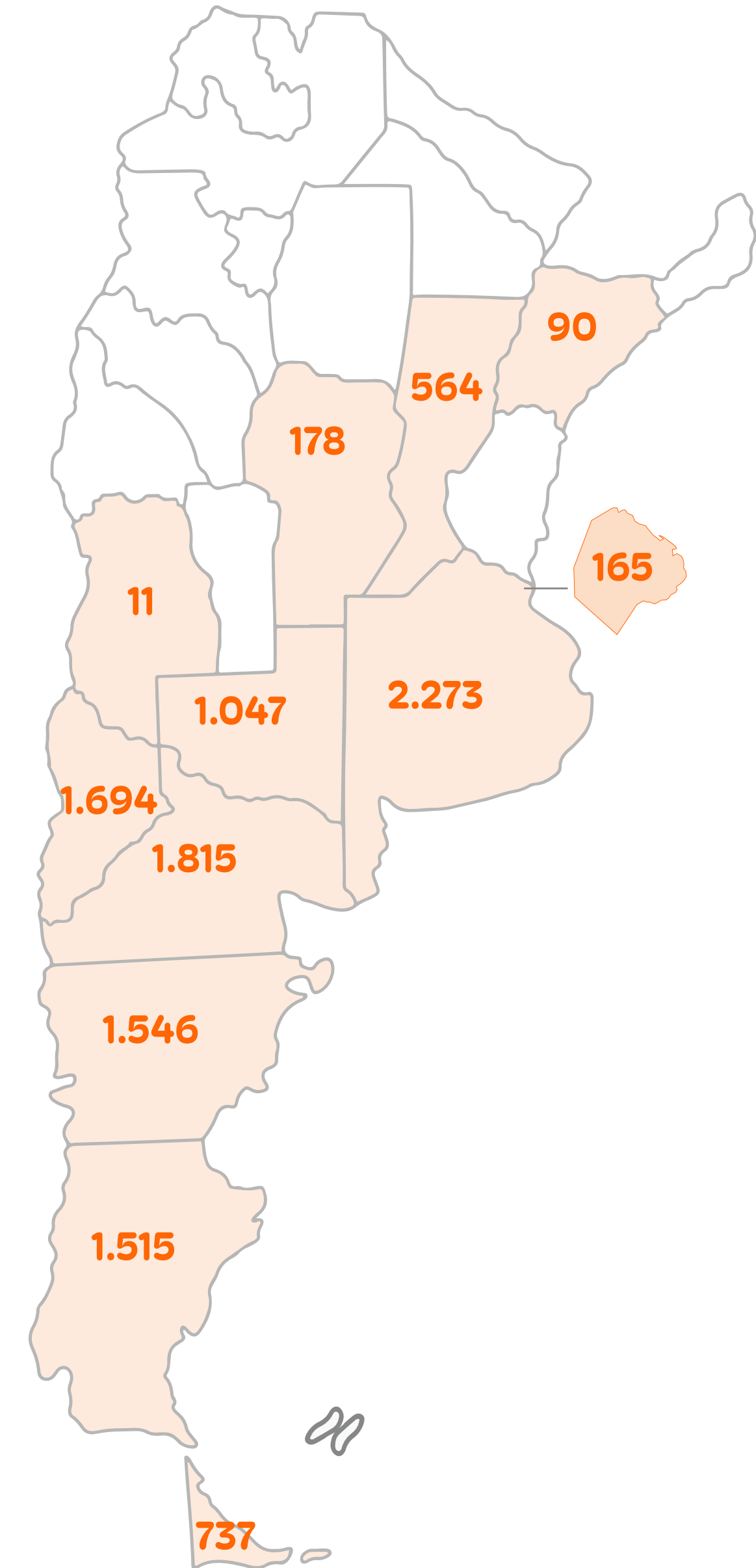
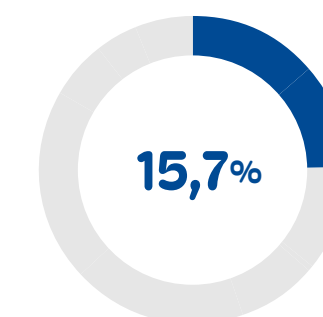
TDM

(GRI 2-7, GRI 401-1, GRI 405-1)

Grupo La Anónima

**11.635**

colaboradores/as Totales

9.810Colaboradores/as
personal dentro de convenio**1.825**Colaboradores/as
personal jerárquico



Por género y categoría

Grupo La Anónima

SAIEP

TDM

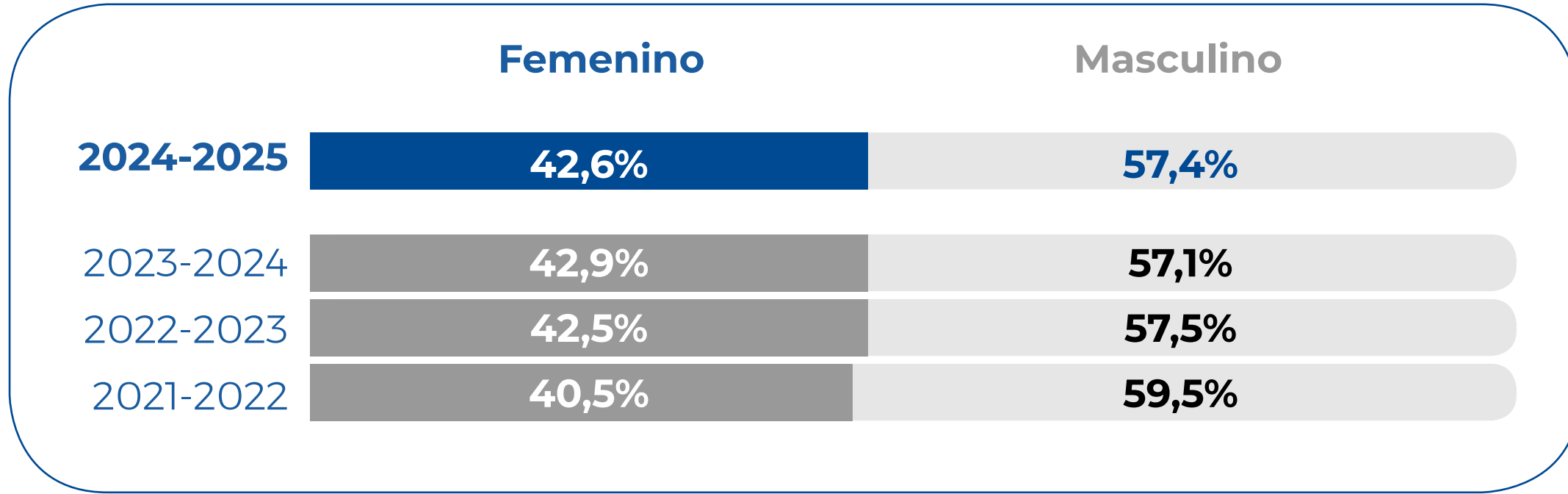
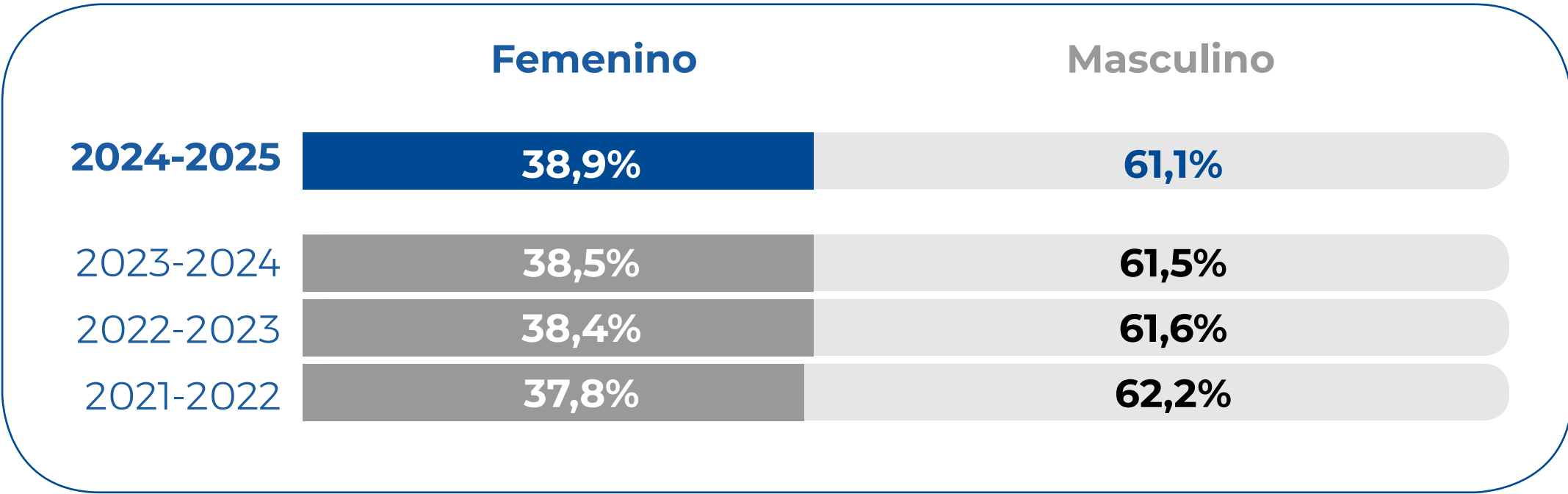


Personal dentro de convenio

	2024-2025	2023-2024	2022-2023	2021-2022
Femenino	3.816	3.720	3.920	3.683
Masculino	5.994	5.945	6.293	6.046
TOTAL	9.810	9.665	10.213	9.729

Personal jerárquico*

	2024-2025	2023-2024	2022-2023	2021-2022
Femenino	778	782	756	683
Masculino	1.047	1.038	1.022	1.003
TOTAL	1.825	1.820	1.778	1.686



* Personal Jerárquico: colaboradores que no forman parte de ningún convenio colectivo de trabajo.



Por edad y categoría

Personal dentro de convenio

Rango de edad	Masculino	Femenino
Hasta 20 años	147	36
De 21 a 25 años	761	396
De 26 a 30 años	959	510
De 31 a 35 años	988	600
De 36 a 40 años	974	696
De 41 a 45 años	864	648
De 46 a 50 años	634	523
De 51 a 55 años	362	282
De 56 a 60 años	203	111
Más de 60 años	102	14

TOTAL5.9943.816

Personal jerárquico

Rango de edad	Masculino	Femenino
Hasta 20 años	0	0
De 21 a 25 años	21	19
De 26 a 30 años	52	69
De 31 a 35 años	95	84
De 36 a 40 años	157	118
De 41 a 45 años	175	158
De 46 a 50 años	212	191
De 51 a 55 años	181	95
De 56 a 60 años	106	38
Más de 60 años	48	6

TOTAL1.047778

Personal dentro de convenio

38,9%

38,5% vs 2023-2024

mujeres

61,1%

61,5% vs 2023-2024

hombres

Personal jerárquico

42,6%

42,9% vs 2023-2024

mujeres

57,4%

57,0% vs 2023-2024

hombres



Por generación,
género y categoría

Grupo La Anónima

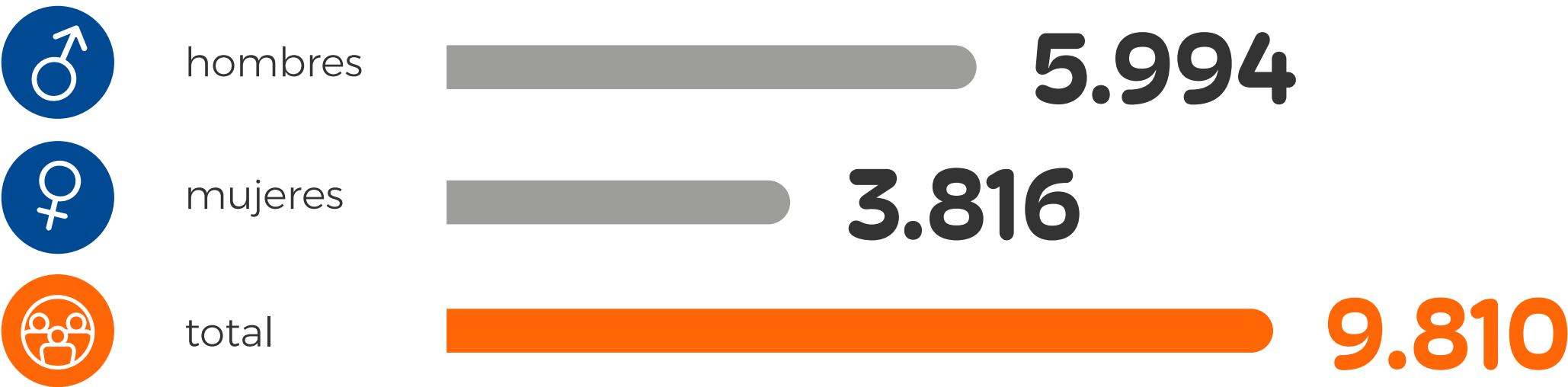
SAIEP

TDM



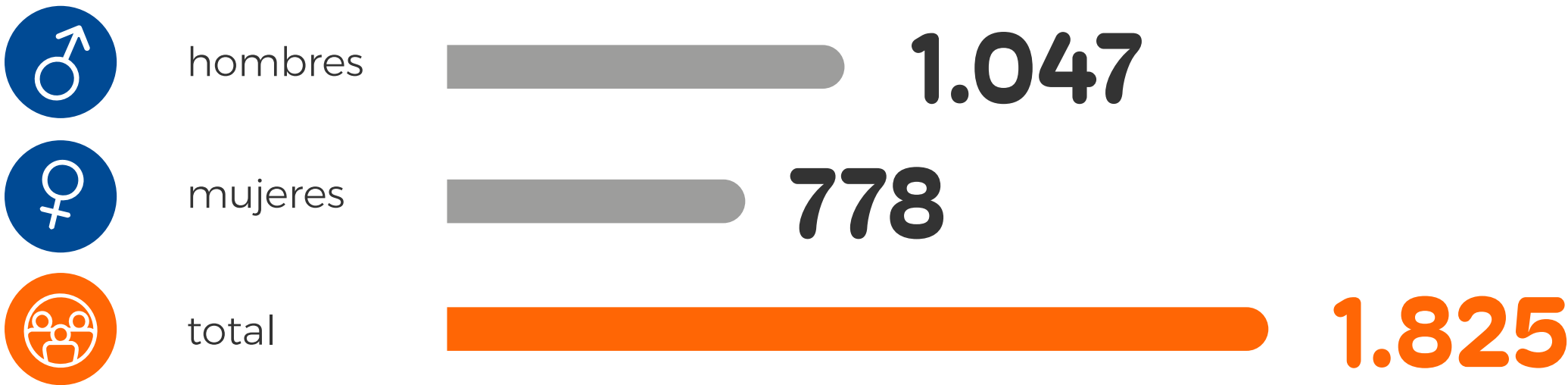
Personal dentro de convenio

Generación	Masculino	Femenino	Subtotal
BABY BOOMBERS (1946–1964)	113	19	132
GENERACION X (1965–1980)	1.437	1.089	2.526
GENERACION Y (1981–1996)	3.093	2.018	5.111
GENERACION Z (1997–2012)	1.351	690	2.041
TOTAL	5.994	3.816	9.810



Personal jerárquico

Generación	Masculino	Femenino	Subtotal
BABY BOOMBERS (1946–1964)	57	7	64
GENERACION X (1965–1980)	553	371	924
GENERACION Y (1981–1996)	391	348	739
GENERACION Z (1997–2012)	46	52	98
TOTAL	1.047	778	1.825





Ingresos

Grupo La Anónima

SAIEP

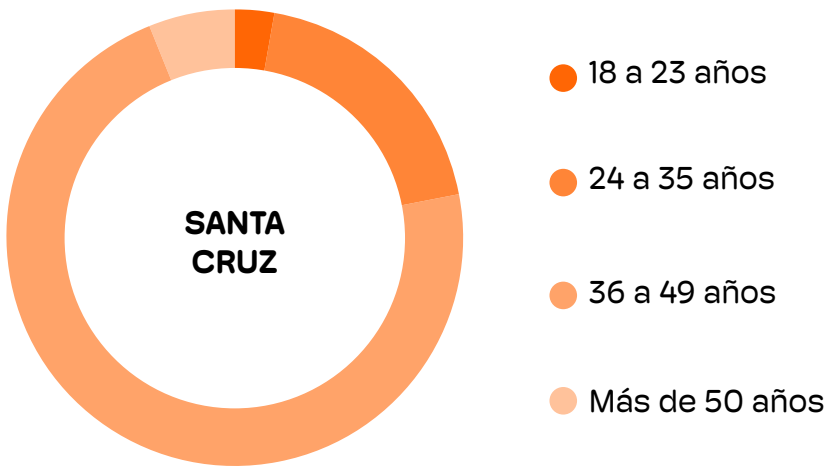
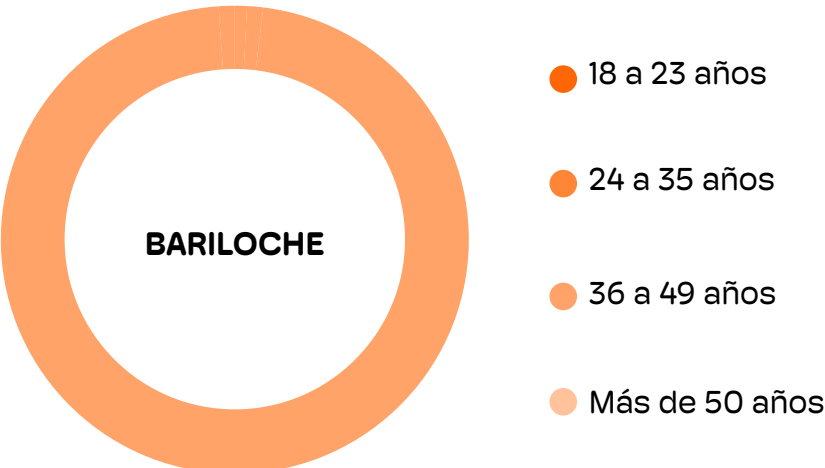
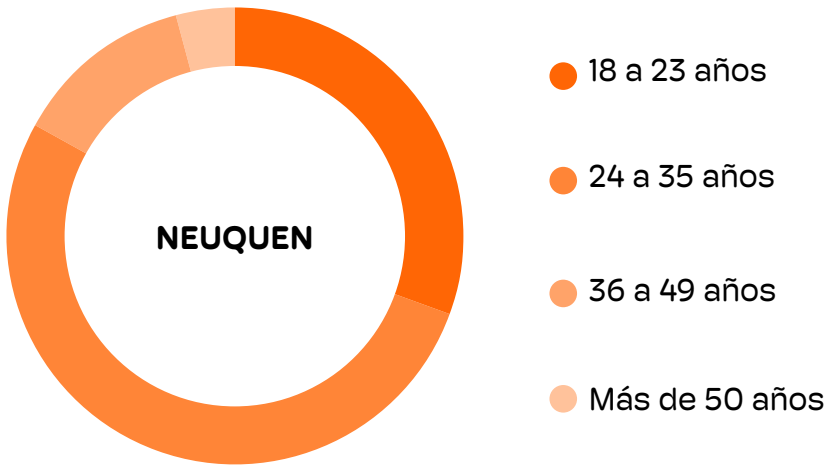
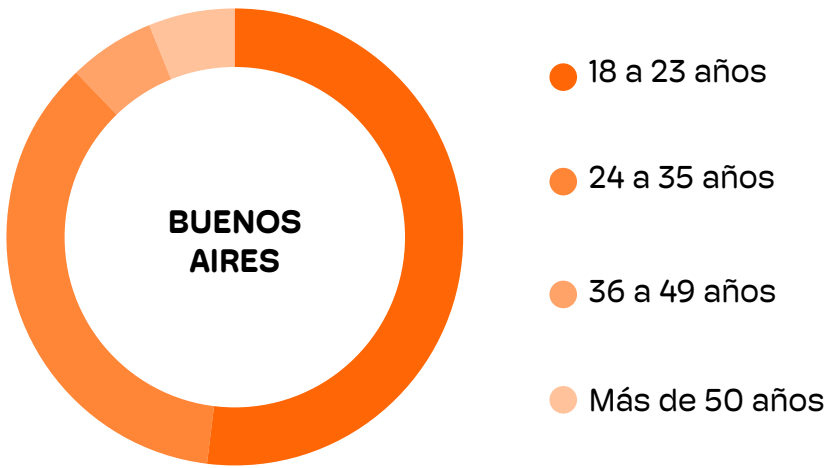
TDM

Ejercicio	Dotación total	Nuevas posiciones de trabajo	% Sobre total de la dotación
2024-2025	11.635	176	1,51%
2023-2024	11.424	185	1,62%
2022-2023	11.933	107	0,90%
2021-2022	11.415	80	0,70%

Detalle de la nuevas Posiciones de Trabajo

Otros Ingresos	34
Por Apertura Suc. 360	32
Por Apertura Suc. 357	49
Por Apertura Suc. 363	61
TOTAL	176

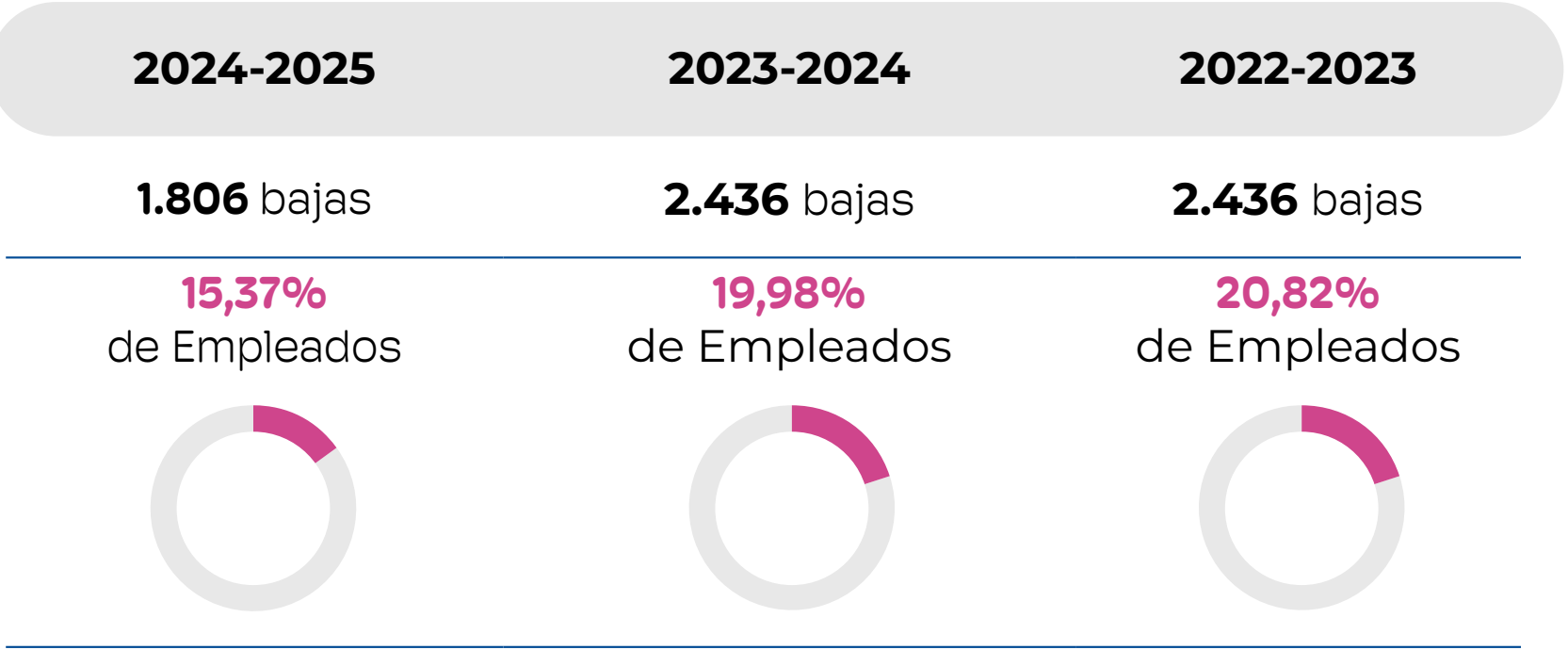
	Femenino	Masculino	Total
BUENOS AIRES			
18 a 23 años	6%	45%	52%
24 a 35 años	9%	27%	36%
36 a 49 años	0%	6%	6%
Más de 50 años	3%	3%	6%
TOTAL	18%	82%	100%
NEUQUEN			
18 a 23 años	13%	18%	31%
24 a 35 años	29%	24%	53%
36 a 49 años	5%	7%	13%
Más de 50 años	2%	2%	4%
TOTAL	49%	51%	100%
BARILOCHE			
18 a 23 años	0%	0%	0%
24 a 35 años	0%	0%	0%
36 a 49 años	0%	100%	100%
Más de 50 años	0%	0%	0%
TOTAL	0%	100%	100%
SANTA CRUZ			
18 a 23 años	0%	3%	3%
24 a 35 años	9%	9%	19%
36 a 49 años	47%	25%	72%
Más de 50 años	6%	0%	6%
TOTAL	63%	38%	100%





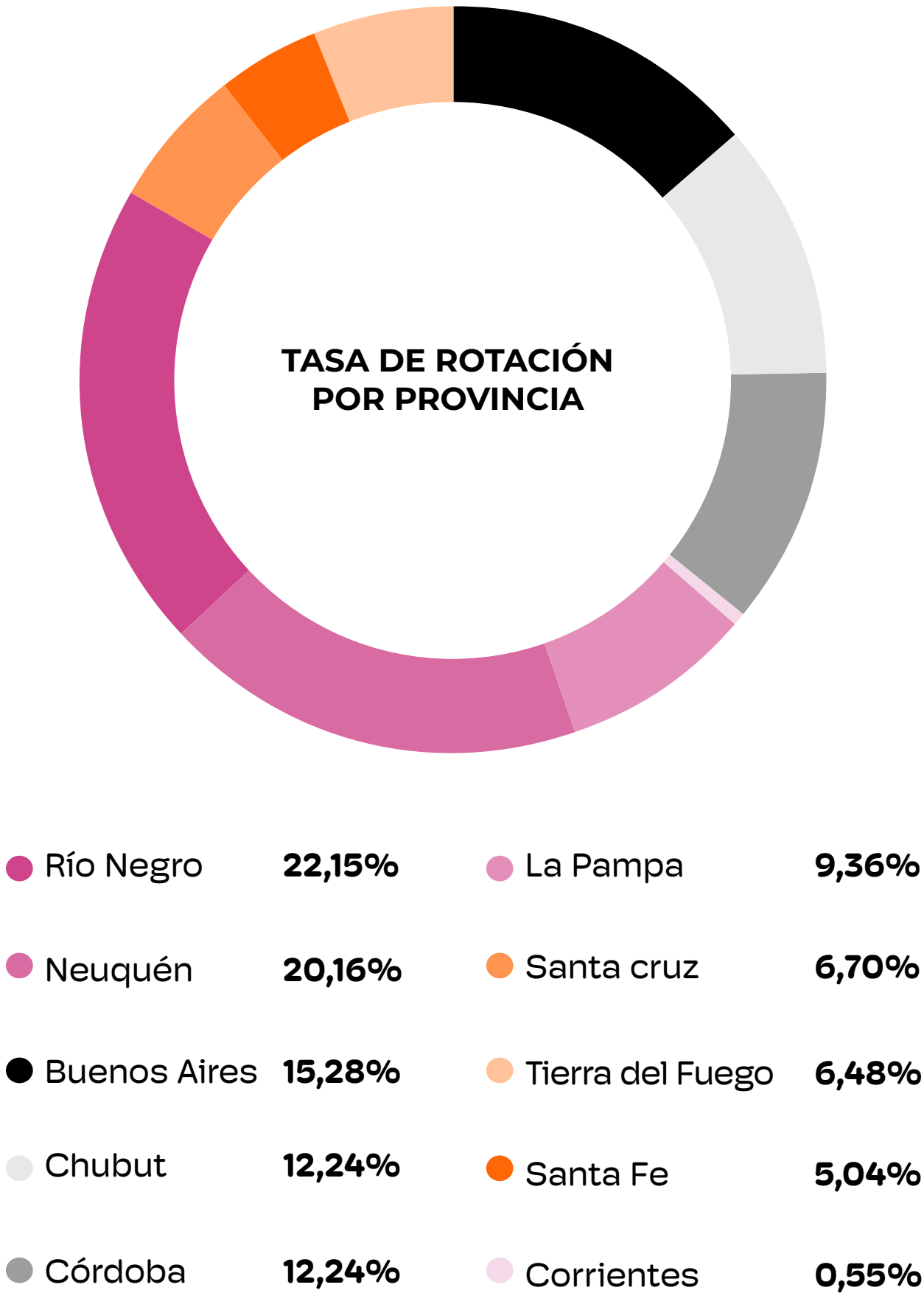
Tasa de Rotación*

SAIEP



Egresos por edad y género			
Rango edad	Femenino	Masculino	Total general
18 a 23 años	7,31%	13,90%	21,21%
24 a 35 años	20,87%	31,23%	52,10%
36 a 49 años	6,92%	12,40%	19,32%
Más de 50 años	3,05%	4,32%	7,36%
TOTAL GENERAL	38,15%	61,85%	100%

Egresos por región y género			
Ubicación	Femenino	Masculino	Total general
Buenos Aires	4,82%	10,47%	15,28%
Chubut	5,43%	6,81%	12,24%
Córdoba	0,83%	1,22%	12,24%
Corrientes	0,17%	0,39%	0,55%
La Pampa	2,21%	7,14%	9,36%
Neuquén	8,47%	11,68%	20,16%
Río Negro	8,36%	13,79%	22,15%
Santa cruz	2,71%	3,99%	6,70%
Santa Fe	2,27%	2,77%	5,04%
Tierra del Fuego	2,88%	3,60%	6,48%
TOTAL GENERAL	38,15%	61,85%	100%



* Tasa de rotación=Bajas del periodo/((Dotación Total inicio del periodo + Dotación Total final del periodo)/2)*100.



Licencias parentales

Grupo La Anónima

SAIEP

TDM



Personal dentro de convenio

Unidad de Negocio	Licencia Maternidad / Mujeres	Licencia Nacimiento de hijo / Hombres	TOTAL Licencias	Regreso Mujeres	Regreso Hombres	TOTAL regreso	Tasa de Regreso al Trabajo
SAIEP	123	175	298	115	175	290	97,3%
TDM	1	0	1	1	0	1	100%
TOTAL	124	175	299	116	175	291	97,3%

Período

Tasa de Regreso al trabajo

2024-2025

97,3%

2023-2024

95,3%

2022-2023

95,5%





Clima laboral y Programa de Beneficios

(GRI 401-2)

Clima Laboral – Enfoque de Gestión

Nuestros equipos de trabajo se encuentran en constante evolución, buscando nuevas oportunidades que amplíen nuestras capacidades y fortalezcan nuestra red de servicios. **Trabajamos de manera ágil, inclusiva y colaborativa, priorizando la integración entre todas las áreas, y promoviendo relaciones basadas en la honestidad y el respeto, pilares esenciales para construir un entorno laboral positivo.**

El buen clima de trabajo es un eje central de nuestra estrategia de negocio. Sabemos que contar con equipos comprometidos, motivados y que sienten como propia nuestra cultura organizacional nos permite alcanzar mejores resultados, impulsando el intercambio, la comunicación y el crecimiento conjunto.



Encuesta de clima laboral

Con una frecuencia bianual, realizamos la Encuesta de “Experiencia de las Personas”, una herramienta clave para conocer la percepción de nuestros +11.000 colaboradores, identificar fortalezas y áreas de mejora, y seguir construyendo un entorno de trabajo inclusivo, colaborativo y motivador.

8.424

+ 37% vs 2022

Colaboradores/as participaron voluntariamente de la Encuesta Experiencia de las Personas

8,6/10

+ 4% vs 2022

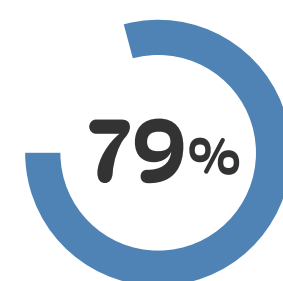


Satisfacción global con la empresa

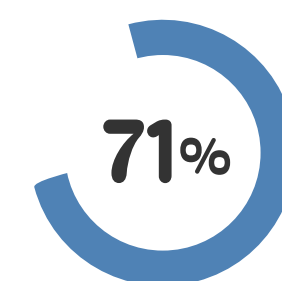
9,2/10



Valora trabajar en una empresa comprometida con el Triple Impacto



de promotores que recomendarían trabajar en La Anónima.



de eNPS grado de compromiso (25% vs 2022).

A partir de los resultados de las encuestas realizadas, implementamos un plan de acción para abordar las oportunidades detectadas. Cada Director Ejecutivo junto con sus equipos impulsaron la creación de ideas para fortalecer la forma en que vivimos y sentimos nuestro trabajo.

Gracias al compromiso de los líderes, desde 2022, llevamos a cabo las siguientes iniciativas:

Formación de Líderes 360°

Tu logro vale

Gestión del Talento

Un día en Dirección General (DG)

Encuentros con propósito

GeneAcción Feedback - Te reconozco

Un desayuno en camino al futuro



Un Día en Dirección General (DG)

En su **tercera edición** refuerza el sentido de pertenencia y el orgullo por nuestra cultura organizacional. Con su implementación, buscamos que los equipos de Sucursales, que impactan positivamente en la compañía, sean reconocidos y puedan viajar a Buenos Aires a conocer nuestra Dirección General y vivir la experiencia del trabajo con los equipos que la componen.



¿Como lo hacemos?

1

Reconocemos a las sucursales destacan por haber alcanzado un equilibrio ponderado entre los objetivos de 5 indicadores vinculados al Triple Impacto:

Negocio:

- Promedio NPS.
- Diferencia % Ventas presupuestadas / Ventas reales.

Personas:

- Promedio de Cursos finalizados en Escuela LA.
- Porcentaje de Cuentas Activas de Workplace.

Comunidad:

- Cantidad de horas de Voluntariado realizadas en el Programa de impacto comunitario "Nutriendo Futuro".

2

Los/las compañeros/as de las Sucursales destacadas reconocen a través de una votación quién será la persona que viaja a Dirección General representando a su equipo.



Destacados – 3ra Edición

35

colaboradores/as fueron elegidos por sus propios compañeros/as.

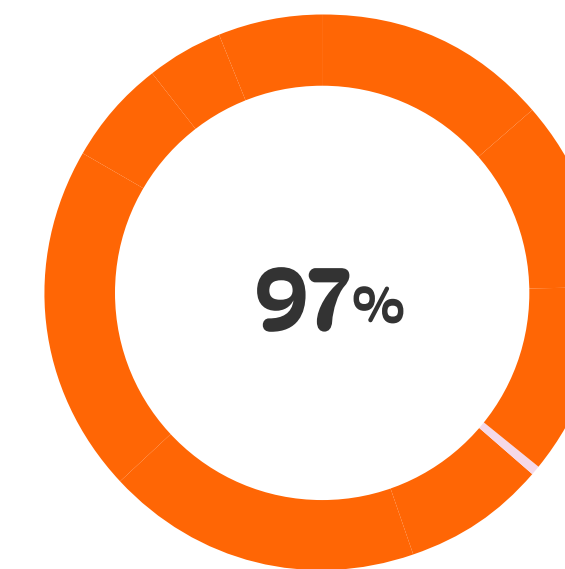


Satisfacción de los Participantes

4,97/5



Calificación general (del 1 a 5)



97%

Recomendaría esta actividad



Encuentros con propósito

Continuamos con los talleres diseñados para nuestros líderes en pos de afianzar nuestro propósito, misión y principios en una actividad que se desarrolla en dos momentos:

- Vivir el Propósito, Misión y Principios en primera persona
- Train the trainers

90% de nuestras operaciones alcanzadas desde el inicio



En este período, participaron de los talleres las áreas de **Logística: Base de Transferencia y los Centros de Distribución (CDR):**

 **614** colaboradores participaron del taller

 **85/100** Nivel de satisfacción NPS

Estos encuentros, además de afianzar nuestro propósito, misión y principios, pusieron en valor el trabajo estratégico de la logística dentro del negocio, destacando su rol clave para acercar los productos desde las grandes urbes hasta las medianas y pequeñas ciudades del interior del país.

GeneAcción Feedback – Te reconozco

Tiene como objetivo mejorar la forma en que brindamos y recibimos feedback, **construimos una cultura de feedback 360° donde todas las personas puedan brindar, recibir y solicitar feedback bajo el modelo SCI: situación -Comportamiento-Impacto.**

- Creamos un # específico donde se reflejan los feedback públicos bajo el #TeReconozco en nuestra plataforma de Comunicación Interna WorkVivo.
- Contamos con un bot que ayuda a las personas a brindar feedback de manera sencilla.
- Formación a medida alineada a los objetivos que buscamos alcanzar, este año realizamos:

Destacados

7

Talleres

204

Participantes

98,7/100

NPS promedio



Clima Laboral

TDM

Un desayuno en camino al futuro

Organizamos encuentros denominados **“Desayuno en camino al futuro”**, que reúnen a nuestros analistas con distintos gerentes de área para fomentar la integración, fortalecer los vínculos y generar un espacio de diálogo abierto.

Durante estas reuniones informales, se comparten las tareas y responsabilidades de cada área, se presentan las proyecciones y planes estratégicos de la compañía y se intercambian ideas, inquietudes y propuestas. **Esta iniciativa no solo permite a los equipos ampliar su visión sobre el negocio, sino que también contribuye a alinear objetivos, inspirar nuevas oportunidades y reforzar nuestra cultura de trabajo colaborativo.**



2

desayunos realizados



4

Gerentes participantes



14

Analistas participantes





Programa de Beneficios

(GRI 401-2)

Trabajamos para que cada colaborador viva una experiencia positiva en su día a día, fortaleciendo el sentido de pertenencia, reafirmando nuestro compromiso y atrayendo nuevos talentos que compartan nuestros valores. Bajo esta premisa, **impulsamos diversos beneficios y programas que promueven el bienestar integral, acompañan el desarrollo profesional y mejoran la calidad de vida,** consolidándonos como un empleador cercano y responsable:

* Exclusivo Dirección General.



Red amplia de beneficios para empleados/as de La Anónima.



Ricos alimentos en la oficina
Servicios gratuitos de viandas y/o comedores en plantas.



Reintegro en gastos de internet*
para home office.



Política de Préstamos Personales



Descuentos en sucursales La Anónima o La Anónima Online.



Plataforma de entrenamiento online para todos los colaboradores de La Anónima.



Bonos Obsequio
Bono de Compra Fin de Año y Bono Obsequio para acompañar el inicio del ciclo lectivo.



Modalidad Híbrida*
Beneficio que contribuye con un mejor equilibrio entre la vida personal y laboral.



Abono especial por ser parte de la Compañía.



Programa de Asistencia al Empleado y familiares convivientes, a través de EAP Latina.



Reintegro por gastos de guardería o cuidados de personas nuestros hijos e hijas para los padres y madres de niños de entre 45 días y 3 años de edad a quienes se les reintegra hasta un 40% de gastos incurridos en guarderías o cuidados de nuestros hijos e hijas.



Campañas de vacunación antigripal Gratuitas.



Plataforma de comunicación y trabajo colaborativo.



Snacks y café gratuitos
En las máquinas expendedoras de toda la Compañía. Yogures y frutas de estación a disposición.



Beneficios exclusivos en TDM



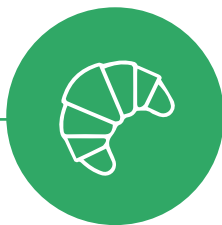
Licencia por cumpleaños

Un día libre con goce de sueldo para celebrar la fecha.



pura mente

Acceso a una aplicación de meditación y bienestar mental con ejercicios, sesiones y consejos para relajarse.



Estación de medialunas

Los miércoles se ofrece este espacio de encuentro, junto con un beneficio mensual en la máquina expendedora, que se renueva automáticamente.

Beneficios exclusivos en Frigoríficos



Transporte para el personal de Pampa Natural

Para facilitar el acceso a la planta.
Para quienes trabajan en horarios diferenciados, se dispone de servicio de remise.



Desayunos y almuerzos

todo el personal recibe desayuno. Además, quienes cumplen horarios centrales en áreas administrativas, mandos medios y jerárquicos cuentan con almuerzo diario. Las personas con celiaquía o condiciones de salud específicas reciben menús adaptados según prescripción médica.



Campaña de hidratación

Se implementan acciones de hidratación en los sectores de Faena y Menudencias, cuidando la salud y el bienestar del personal.



Promoción interna para puestos administrativos

En pos de generar oportunidades de crecimiento profesional.



Lockers para pertenencias personales*

*disponibles en Frigorífico Salto; en Pampa Natural solo para mantenimiento y supervisores.



Licencias parentales

(GRI 401-3)

Se otorgan conforme a lo establecido en la Ley de Contrato de Trabajo N.º 20.744 y los Convenios Colectivos de Trabajo N.º 130/75, 56/75 y 40/89, según corresponda.

A partir de junio de 2025, reforzamos este compromiso mediante la implementación de la **Política de Licencias Especiales**. La cual incorpora beneficios adicionales no contemplados por la normativa vigente y amplía la duración de algunas licencias ya existentes. **Esta política reconoce la diversidad de experiencias y situaciones que pueden atravesar los colaboradores/as, brindando apoyo tanto en la llegada de un nuevo integrante a la familia como en circunstancias difíciles.**

Las licencias especiales incluyen:



Días por nacimiento para personas no gestantes.



Días para el proceso de guarda con fines de adopción.



Días extendidos por recién nacido/a en neonatología.



Licencia por nacimiento mediante vientre subrogado.



Licencia por fallecimiento del corresponsable parental.



Días adicionales por fallecimiento de un hijo/a.



Días por pérdida gestacional.





Salud y Bienestar

(GRI 403-1, GRI 403-3, GRI 403-4, GRI 403-5, GRI 403-6)

Trabajamos de manera permanente para brindar herramientas y recursos que contribuyan a mejorar la salud y el bienestar integral de todas las personas que forman parte de nuestros equipos. Entendemos que el cuidado de la salud no solo impacta en la calidad de vida individual, sino también en el desarrollo de un entorno laboral seguro, motivador y productivo.





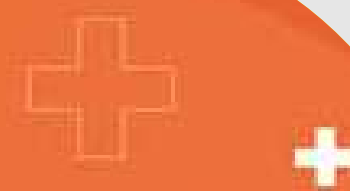
SAIEP

TDM

Iniciativas y campañas

Desarrollamos a lo largo del año diversas iniciativas y campañas **destinadas a cuidar a quienes formamos parte de la compañía.** Estas acciones combinan la promoción de hábitos saludables, el acceso a controles y vacunación, la concientización sobre riesgos y el impulso de prácticas solidarias, con un enfoque que integra la prevención, la educación y la cercanía.

Tu salud nos importa!



La Campaña de
Vacunación Antigripal
ya se puso en marcha

Campaña de vacunación antigripal

Con el propósito de proteger la salud de nuestros colaboradores/as y prevenir complicaciones asociadas a la gripe.

En 2025 alcanzamos:



5.540

dosis aplicadas en toda la Compañía



Km **+12.000**

km recorridos



89

localidades alcanzadas

Programa de Asistencia al Empleado

Es un servicio gratuito, voluntario y confidencial, está diseñado para prevenir y abordar situaciones personales que puedan afectar la calidad de vida, brindando orientación psicológica, legal, financiera-contable y nutricional. Está **disponible no solo para quienes forman parte de la empresa, sino también para su grupo familiar directo.**

eap
Latina





Iniciativas y campañas

15 minutos para cuidar tu salud

En nuestra Dirección General, llevamos adelante dos jornadas de promoción y prevención de la salud en alianza con OSDE. **La propuesta ofreció a los participantes la posibilidad de acceder a una consulta médica breve y a controles de parámetros básicos**, con el fin de obtener un diagnóstico rápido sobre su estado de salud y recibir orientación personalizada.

La iniciativa tuvo como objetivo principal **promover el conocimiento sobre la propia salud, brindar asesoramiento sobre medidas de prevención y reforzar el control de enfermedades transmisibles prevalentes**. Con un formato ágil y de fácil acceso, buscamos derribar barreras de tiempo y disponibilidad, acercando herramientas prácticas para que cada persona pueda tomar decisiones informadas y adoptar hábitos de cuidado cotidiano.



2 jornadas



69 colaboradores/as participantes



Campaña preventiva contra el consumo de alcohol y drogas

En marzo de 2025, dimos un paso clave en la implementación de nuestra Política de Alcohol y Drogas en la Base de Transferencia y Centros de Distribución. **Realizamos charlas de concientización enfocadas en la prevención y abordaje del consumo problemático de alcohol y otras drogas**. Los participantes recibieron información, herramientas y orientación para promover hábitos saludables y reforzar la seguridad en el trabajo.



10 charlas



267 colaboradores participantes de la Base de Transferencia



SAIEP

Campaña de donación de sangre

Realizamos la Tercera Campaña de Donación de Sangre en nuestra Dirección General, en alianza con el Hospital Nacional Posadas, fomentando la participación voluntaria en una acción solidaria que salva vidas.

Con esta iniciativa reafirmamos nuestro compromiso de seguir impulsando este tipo de acciones, que **no solo promueven la salud, sino que también fortalecen los lazos de solidaridad en nuestra comunidad de trabajo.**



21

Colaboradores/as
donantes



168

hs
de voluntariado



TDM



App “Pura Mente”

Destinada a que los colaboradores puedan utilizarla para momentos de meditación y bienestar mental a través de ejercicios, sesiones y tips para relajar la mente y encontrar la paz.



Alimentación Saludable

Contamos con una herramienta de comunicación interna donde se promocionan hábitos saludables. Además, los colaboradores cuentan con estaciones de frutas disponibles cada semana.



La semana de la salud

Durante esa semana se ofreció a todas las personas que forman parte de la empresa, talleres que abordaron el cuidado de su salud mental, entre ellos se dictó un taller de mindfulness y de RCP en nuestras oficinas.



Seguridad de las personas

SAIEP

(GRI 403-1, GRI 403-2, GRI 403-3, GRI 403-4, GRI 403-5, GRI 403-6, GRI 403-7, GRI 403-8, GRI 403-9, GRI 403-10)

Asumimos la seguridad de las personas como un valor central y una prioridad innegociable en todas nuestras operaciones. Creemos que **garantizar ambientes de trabajo seguros y saludables es esencial para proteger la integridad física y el bienestar de nuestros equipos, proveedores, clientes y comunidades**, al mismo tiempo que preservamos los bienes y el medio ambiente.

Nuestro compromiso se traduce en una gestión proactiva y preventiva de los riesgos, sustentada en un Sistema de Gestión Integrado de Seguridad Ocupacional y Medio Ambiente. Basándonos en nuestra Política de Seguridad Ocupacional y Medio Ambiente estamos comprometidos a:



Cumplir normas legales y regulaciones

Garantizar el respeto de todas las disposiciones vigentes en seguridad y medio ambiente, integrándolas a nuestras prácticas de liderazgo, capacitación y mejora continua.



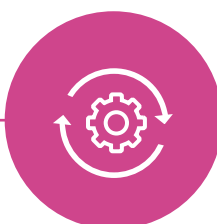
Evaluar y controlar riesgos

Identificar peligros, evaluar y gestionar los riesgos significativos asociados a nuestras actividades.



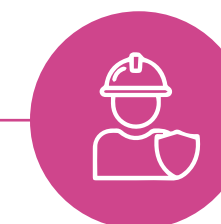
Integrar la seguridad a todas nuestras actividades

Asegurar que la gestión de la seguridad y del medio ambiente forme parte de cada una de nuestras operaciones.



Aplicar un sistema de gestión integrado

Gestionar la seguridad ocupacional y el cuidado ambiental de manera preventiva y proactiva mediante un sistema de gestión único e integrado.



Preservar la integridad física

Proporcionar los recursos y medios necesarios para que cada tarea se realice de forma segura, protegiendo la salud y seguridad de todas las personas que trabajan en nuestras instalaciones.



Capacitar y concientizar

Fomentar la cooperación y la participación de nuestros equipos y de las partes interesadas, impulsando la formación y la concientización como base para el cumplimiento de esta política.



Formación y capacitación

Con especial foco en la formación del personal de mantenimiento, abordando los riesgos asociados al uso de herramientas eléctricas y reforzando la importancia de la protección ocular, a raíz del incremento de lesiones vinculadas al ingreso de cuerpos extraños en los ojos. Asimismo, se llevó a cabo el entrenamiento anual de las brigadas de emergencia.

El plan también incluyó capacitaciones en prevención de riesgos en el manejo de auto elevadores, manipulación manual de cargas, gestión de residuos, tratamiento de productos lácteos fuera de la venta y procedimientos de consignación y bloqueo.

* Con el objetivo de alinearnos a las exigencias de los organismos públicos de control, la Gerencia SHYMA modificó la periodicidad del plan de trabajo, pasando de período fiscal a año calendario, en el marco de esta nueva plataforma digital. ** Realizadas en EscuelaLA

Capacitaciones asincrónicas**

**6.724****colaboradores**
capacitados

Temáticas

Inducción a la Seguridad, Higiene y Medio Ambiente – Módulos 1 y 2

Prevención de riesgos en Carnicerías

Prevención de riesgos en Panaderías

Accidentes In Itinere

Prevención de Riesgos en Reposición de Mercadería

Levantamiento Manual de Cargas

Prevención de Riesgos en CDR

Capacitaciones presenciales

**2.160****colaboradores**
capacitados

Temáticas

Primeros Auxilios

Plan de Emergencia

Manejo de Autoelevadores.





Cumplimiento de las condiciones de seguridad

Con el fin de monitorear el cumplimiento de las condiciones de seguridad laboral, **realizamos en todos nuestros establecimientos tareas de verificación que permiten contrastar la situación de cada sucursal con las exigencias legales establecidas en el Decreto 351/79.**

Para ello, se utiliza un formulario que recorre 18 capítulos de la normativa a través de una serie de preguntas específicas vinculadas a cada uno de ellos.

Destacados de la gestión 2024:

176 Auditorías planeadas

149 Auditorías realizadas

84,6% Cumplimiento

Riesgos del trabajo

En todos los establecimientos realizamos el análisis de riesgos el cual figura en cada legajo técnico para consulta. Sobre la evaluación de los riesgos ergonómicos los mismos fueron llevados a término de acuerdo con lo exigido en la Resolución SRT 886/15. Todos los establecimientos de SAIEP cuentan con una carpeta en donde están todas las evaluaciones ergonómicas.

Los principales factores de causas de accidentes durante el período 2024 – 2025 fueron:

124 Casos de traumatismos

105 Contusiones

89 Heridas cortantes

50 Torceduras y esguinces

Para este período se elaboró un nuevo plan de trabajo en donde algunas acciones se repiten debido a que son de cumplimiento legal como ser las mediciones de luz y ruido y se agregan otras nuevas para desarrollar durante el año.



Plan anual de trabajo*

Avanzamos en la digitalización de la gestión de Higiene y Seguridad mediante el desarrollo de una aplicación especializada para la administración de documentos en forma digital.



80%

de las sucursales y CDR ya se encuentran operando con Terrand.



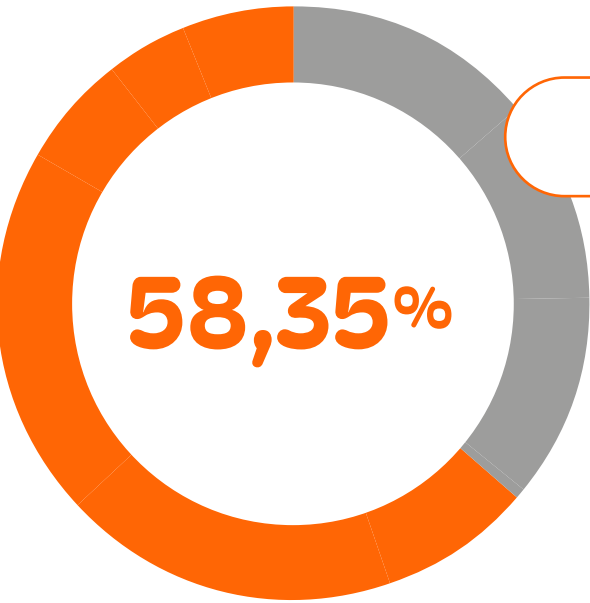
Indicadores de accidentabilidad

Accidentes de trabajo, enfermedades profesionales y accidentes in itinere

Unidad	2024-2025	2023-2024	2022-2023	2021-2022	% Variación vs 2023-2024
Supermercados	376	373	447	432	+0,80%
Frigorífico Salto	80	88	114	122	-9,09%
Frigorífico Pampa Natural	119	86	61	36	+38,37%
Logística	57	77	78	70	-25,97%
Dirección General, Experiencia Cliente y Centro de Feteados	13	7	3	27	+85,71%
Mantenimiento	31	32	32	0	-3,12%
TOTALES	676	663	735	687	+1,96%

Días caídos: resultados generales de la compañía

Unidad	2024-2025	2023-2024	2022-2023	% Variación vs 2023-2024
Región Norte	5.835	6.177	6.276	-5,53%
Región Centro	8.987	6.474	10.253	+38,8%
Región Sur	6.201	7.989	11.838	-22,38%
Frigorífico Salto	3.169	4.624	5.591	-31,46%
Pampa Natural	2.723	2.864	1.988	-4,92%
Dirección General, Experiencia Cliente y Centro de Feteados	243	135	87	+80%
TOTALES	27.158	28.263	36.033	-3,90%



Índice de Incidencia*

Disminución

-1,93% ↓

vs 2023/2024 (59,5%)

* Índice de Incidencia = (Cantidad total de accidentes*1000) /Dotación Total.





Seguridad de las personas

TDM



Contamos con la cobertura de la Aseguradora de Riesgo del Trabajo Galeno para nuestro personal, en cumplimiento con la normativa vigente en materia de riesgos laborales.

Brindamos a nuestros colaboradores los siguientes servicios:

- **Cobertura ART**
- **Exámenes pre-ocupacionales**
- **Cobertura de obra social**
- **Servicio de “Zona Protegida”:** A través de Swiss Medical, se brinda atención ambulatoria inmediata en el establecimiento para cualquier tipo de urgencia.

Capacitaciones

Dirigidas a nuestro equipo para fortalecer la concientización y el conocimiento sobre las medidas de seguridad a adoptar en caso de una emergencia.

Realizamos simulacros de evacuación que cuentan con la participación de Líderes de Evacuación previamente designados y capacitados, quienes, al activarse la alarma, se identifican con chalecos refractivos y guían el procedimiento de manera segura y ordenada.



* No se han registrado fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral como así tampoco lesiones por accidente laboral.



Formación y Capacitación

(GRI 404-1, GRI 404-2)

Enfoque de gestión

Creemos que el desarrollo humano y profesional de nuestros equipos es clave para el crecimiento sostenible de la compañía.

Impulsamos programas de formación continua que fortalecen competencias, potencian el desempeño y acompañan la evolución de cada colaborador y colaboradora.

Nuestro enfoque combina entrenamiento práctico, contenidos alineados al negocio y espacios de reflexión que promueven la inclusión, la diversidad y el compromiso con el Triple Impacto, generando un entorno laboral más preparado, motivado y con sentido de pertenencia.



Proceso de inducción

(GRI 401-1)

Acompañamos a nuestros colaboradores/as desde el ingreso a la compañía y durante su formación y desarrollo.

Contamos con un proceso de Onboarding y Legajo Digital, alineado con nuestro compromiso de Triple Impacto.

Queremos que todos nuestros equipos conozcan y den la bienvenida a las nuevas incorporaciones. Por eso, compartimos presentaciones a través de publicaciones internas en nuestra plataforma WorkVivo y, de manera externa, en LinkedIn.

Como parte de este proceso, invitamos a quienes se suman a la compañía a participar de un desayuno en Dirección General junto a nuestro Gerente General y Director de RRHH. Este espacio fomenta la cercanía, permite conocer más sobre el negocio, los proyectos y las oportunidades de desarrollo, y brinda la posibilidad de compartir experiencias e impresiones en sus primeros pasos dentro de La Anónima.

Recorrido de bienvenida



Confirmación de ingreso y definición de fecha



Mail de bienvenida



Día de ingreso recibe un mail de inducción para acceder al material interactivo



Inducción en el puesto de trabajo, asegurando una integración efectiva a cada equipo.

SAIEP

TDM

#Descubri
a los nuevos talentos de
LA ANONIMA



workvivo
by zoom



LinkedIn

Connect to Opportunity™



Formación y Capacitación

SAIEP

TDM



Capacitaciones por persona

**6,93**

Promedio de horas de capacitación por persona

**80.729**

horas proporcionadas a las/os colaboradoras/es

**11.635**

número total de colaboradoras/es



Capacitaciones por género: Femenino

**8,22**

Promedio de horas de capacitación por colaboradora

**37.775**

horas proporcionadas a las colaboradoras

**4.594**

número total de colaboradoras



Capacitaciones por género: Masculino

**6,10**

Promedio de horas de capacitación por colaborador

**44.954**

horas proporcionadas a los colaboradores

**7.041**

número total de colaboradores



Capacitaciones en funciones cruzadas

Basadas en competencias, más allá de las responsabilidades profesionales habituales.

 Ejercicio	2024-2025	2023-2024	2022-2023	2021-2022
Participantes	7.959	3.648	5.119	796
Dotación	11.635	11.424	11.933	11.415
Dato (%)	68,41%	31,9%	42,90%	7,0%

Capacitaciones en habilidades para desenvolverse en la vida

Son aquellas que no se relacionan al negocio, sino que se vinculan con habilidades que puedan utilizar a lo largo de su vida.

 Ejercicio	2024-2025	2023-2024	2022-2023	2021-2022
Participantes	3.255	2.878	4.748	3.090
Dotación	11.635	11.424	11.933	11.415
Dato (%)	27,98%	25,1%	39,79%	27,06%

Capacitaciones externas

Esta categoría de formación incluye: carreras profesionales, maestrías, diplomaturas, especializaciones, seminarios, conferencias, cursos, talleres y Programa Ejecutivo.

 Ejercicio	2024-2025	2023-2024	2022-2023	2021-2022
Participantes	566	432	376	64
Dotación	11.635	11.424	11.933	11.415
Dato (%)	4,86%	3,70%	3,15%	0,56%

Capacitaciones basadas en competencias

A fin de poder trabajar en la mejora continua de las tareas que forman parte de las responsabilidades de un cargo.

 Ejercicio	2024-2025	2023-2024	2022-2023	2021-2022
Participantes	8.006	4.238	6.006	5.414
Dotación	11.635	11.424	11.933	11.415
Dato (%)	68,81%	37,0%	50,33%	47,43%



SAIEP

TDM

Escuela LA

Disponemos de la plataforma de formación online “Escuela LA”, un espacio diseñado para poner a disposición de todos nuestros colaboradores contenidos de aprendizaje continuo. **A través de ella abordamos temáticas operativas, capacitaciones aplicables a la vida cotidiana y materiales de concientización vinculados al Triple Impacto.**

Con el objetivo de facilitar la experiencia de uso, la plataforma cuenta con un asistente virtual denominado “Edu”, que guía a los usuarios en gestiones como el reseteo de contraseñas, el alta en la Escuela y la resolución de consultas frecuentes.



Participaciones	2024 - 2025	2023 - 2024	2022 - 2023	2021 - 2022
Colaboradores que están cursando en forma activa	7.533	4.185	7.000	7.000
Cursos realizados	34.784	19.462	18.829	9.055
Capacitaciones sobre temas de aplicación para la vida o Triple Impacto	9.284	25,1%	5.642	5.600



34.784

Cursos realizados



7.533

Colaboradores activos



Programa de Formación para Futuros Gerentes de Ventas

Este Programa es nuestra principal iniciativa de Desarrollo y Capacitación, implementada anualmente desde 2002. Participan más de 90 instructores e instructoras, tanto internos/as como externos/as, en alianza con la Universidad Católica Argentina.

El objetivo del programa es brindar a los participantes una visión integral del negocio, preparándolos para asumir con éxito su futuro rol como Gerentes de Ventas.

A lo largo de los años, el formato y los contenidos se han ido adaptando a las necesidades de la compañía, buscando siempre maximizar los resultados formativos. En sus últimas cuatro ediciones, el programa se desarrolló bajo una modalidad híbrida que combina teoría online con

prácticas en sucursales, incorporando además nuevos módulos vinculados a la Sustentabilidad, como Triple Impacto, Seguridad y Medio Ambiente, y Diversidad e Inclusión.

Se espera que los participantes:



Fortalezcan sus habilidades en toma de decisiones, resolución de conflictos y liderazgo.



Mejoren sus competencias comunicacionales, fortaleciendo su vínculo con los distintos públicos internos y externos de la compañía.



Aumenten el rendimiento colectivo de sus equipos de trabajo mediante dinámicas grupales eficientes, reflexionando sobre el rol del líder en contextos dinámicos y de constante innovación.





Kit de formación

A cada participante se le brinda un kit con:



Notebook



Auriculares y mouse para su conexión y cursada



Reintegro de Internet a cargo de La Anónima (monto fijo mensual)



Viaje a Buenos Aires de una semana

En números:

22 nuevos gerentes de ventas

6 femenino

16 masculino

56 módulos enfocados en el negocio: **179** horas teóricas y **267** prácticas

5 módulos de habilidades blandas (UCA): **20hs**

351 Gerentes de Venta actuales participaron del programa

SAIEP

3 son Gerentes Regionales

103 son Gerentes de Sucursal

228 son Gerentes de Venta

17 por motivo personales volvieron a su posición anterior





Liderando Personas

SAIEP

TDM

Con el propósito de acompañar a nuestros líderes y mandos medios en los nuevos desafíos de gestión, especialmente vinculados al feedback y la conducción de equipos híbridos, llevamos adelante una instancia de formación en la Universidad Di Tella.

En números:



28 **Líderes** (Gerentes y jefes de Dirección General y Fintech)



5 **Encuentros** (4 virtuales y 1 presencial)



18 hs de capacitación



UNIVERSIDAD
TORCUATO DI TELLA

Programas de formación para líderes

Programa de Gestión y Liderazgo 360°

Es una Diplomatura en Desarrollo de Competencias Gerenciales certificada por la Universidad Católica Argentina (UCA). Está dirigida a Gerentes Administrativos de Sucursal y Asistentes de Control de Gestión. Su objetivo es fortalecer el liderazgo, la comunicación y las habilidades de gestión de los Gerentes Administrativos de Sucursal, potenciando su rol como líderes de equipos.

En números:

10

módulos semanales dictados por instructores especializados, con encuentros virtuales de 4 horas vía Zoom

127

colaboradores participantes divididos en 4 comisiones, entre Gerentes Administrativos y Asistentes de Control de Gestión Zonal



Diplomatura Universitaria en Logística – Logística 360°

Coordinado con la Universidad Católica Argentina (UCA) en modalidad virtual. Su objetivo es brindar a los líderes de Centros de Distribución y Bases de Transferencia nuevas herramientas y tendencias para impulsar la innovación y la mejora continua en nuestra logística.

En números:



52 **horas** de formación



80 **participantes** distribuidos en 3 grupos, entre Gerentes y jefes de Centros de Distribución.



17 **módulos** con contenido



Formación en alianza con nuestra cadena de valor

Desde 2021 impulsamos espacios de formación no tradicional, generados en alianza con distintos proveedores estratégicos. Estas instancias estuvieron dirigidas a los equipos de electro de nuestras sucursales con venta de esta categoría.

Proveedores participantes:

Starlink	Philips	Samsung
Motorola	Electrolux	Hanes
Noblex	GrowHome	

Resultados:

 **358** colaboradores participantes

Sucursales con Formato con venta de electro.

AI Empowerment LAB

Con el propósito de actualizar y potenciar nuestras capacidades en marketing digital, desarrollamos el AI Empowerment LAB, un programa de upskilling en Inteligencia Artificial.

Su objetivo es brindar conocimientos y habilidades para integrar IA, Machine Learning (ML) y grandes modelos de lenguaje (LLMs) en procesos de marketing, comunicación y análisis de datos. Se realizó en modalidad híbrida con instancias presenciales y virtuales.

Resultados:

 **30** colaboradores/as participantes

 **9** encuentros de 2 horas cada uno

Áreas: equipos de Marketing LA, agencias de publicidad (proveedores), Comunicación Interna y Comunicación TDM.

Inteligencia Artificial para RRHH

Es un programa específico de IA aplicada a la Gestión de Personas, combinando teoría y práctica para explorar el potencial de estas herramientas en los procesos de capital humano.

Su objetivo es fortalecer los procesos de RRHH mediante la incorporación de IA, optimizando resultados en selección, capacitación y desarrollo.

Resultados:

 **26** participantes de la Dirección de RRHH

 **6** clases de 1,5 horas (total 9 horas)

3 encuentros adicionales de 1,5 horas (4,5 horas) para el equipo de Selección



SAIEP

TDM

La Anónima con Vos

Se realizaron workshops online, dictados por Universidades y Centros de Estudios prestigiosos, a través de la plataforma LAconVos con alcance a todos los/as colaboradores/as.

LA ANONIMA
con vosWorkshops
online

Participantes

2024-2025

282

28

2023-2024

196

124

2022-2023

124

354

Tu logro vale

Como parte de nuestro compromiso con la educación y el desarrollo personal, continuamos implementando el programa “Tu Logro Vale”, que **brinda la oportunidad de finalizar sus estudios secundarios**. Esta iniciativa se desarrolla **en alianza con la Fundación Uniendo Caminos**, cuyos tutores acompañan de manera personalizada a cada participante, ofreciendo seguimiento académico y motivacional durante todo el proceso.



+60 colaboradores/as
activos



2 colaboradores/as
obtuvieron su título secundario

SAIEP

Capacitaciones exclusivas en Frigoríficos

El 100% del personal ingresante —ya sea propio o de proveedores— participa de una capacitación de inducción que abarca contenidos fundamentales sobre Seguridad Alimentaria, Seguridad e Higiene, Food Defense, prevención de fraudes, gestión de plagas y los conceptos básicos de las Normas Certificadas aplicables.

Ambos frigoríficos implementan un Cronograma Anual de Capacitaciones destinado a todo el personal, con el fin de reforzar competencias en Seguridad Alimentaria, Seguridad e Higiene, Buenas Prácticas Operativas y otras temáticas clave para garantizar la calidad y la inocuidad en cada etapa del proceso productivo.





Talento y Desempeño

(GRI 404-2)

Con el propósito de potenciar el crecimiento profesional y fortalecer nuestra propuesta de valor para quienes forman parte de la organización, contamos con **un Programa de Gestión del Talento que reconoce y pone en valor las capacidades de nuestros equipos, fija objetivos claros de trabajo y desarrollo y planifica acciones específicas que impulsen su evolución.**

Este enfoque nos permite, además, anticipar necesidades futuras, identificar oportunidades de movilidad interna y definir posibles cuadros de reemplazo, asegurando la continuidad y el desarrollo sostenido de nuestro capital humano.



Proceso de Gestión del Talento

Nuestro proceso de Gestión del Talento se desarrolla en cuatro etapas integradas que nos permiten evaluar, reconocer y potenciar las capacidades de nuestros equipos:



● **1. Evaluación** Análisis de desempeño y agilidad de aprendizaje (potencial) de un individuo y disposición para ocupar roles nuevos y diferentes.

● **2. Validación** Una sesión grupal “sesión de calibración” para validar la evaluación de las personas.

● **3. Planificación del Desarrollo** Construir e implementar planes diferenciados de desarrollo-monitoreo de efectividad.

● **4. Revisión Continua**



82% Mapeados

Líderes

SAIEP TDM

	Planificado	Realizado
Encuentros	8	7
Alcance mapeo	33	27

100% Mapeados

Analistas

SAIEP

	Planificado	Realizado
Encuentros	4	4
Alcance mapeo	13	13

Resultados:

11

Calibraciones realizadas

40

Mapeados



Gestión “Talento y desarrollo” Destacados

2024

Completamos el 100% del mapeo de todos los analistas de SAIEP.

Este logro nos brindó una visión integral de nuestros equipos, esencial para continuar fortaleciendo nuestra cultura de desarrollo.

2 Talleres de Revisión del Talento y Agilidad de Aprendizaje

40 participantes. Dirigidos a nuevos líderes de SAIEP e incorporando también a referentes de TDM, Contact Center y Experiencia del Cliente, el objetivo fue ofrecer herramientas conceptuales para identificar talento y potencial dentro de los equipos, como preparación para su intervención en los procesos de mapeo y calibración.

2025

Ampliamos el alcance de la iniciativa y dimos un nuevo paso al avanzar en la calibración del personal jerárquico de TDM, con un enfoque inicial en quienes ocupan posiciones de jefatura y gerencia.

Protagonista de tu Aventura

En 2025 lanzamos Protagonista de tu Aventura, un taller creado especialmente para acompañar a nuestros analistas de SAIEP en un recorrido de autoconocimiento, autodesarrollo y autoliderazgo. Su propósito es brindarles las herramientas necesarias para identificar y aprovechar las oportunidades de crecimiento y desarrollo de carrera dentro de la organización.

Esta propuesta nació como parte de nuestro compromiso por enriquecer la experiencia de quienes forman parte de la compañía y por seguir consolidando una cultura que pone el desarrollo en el centro. Creemos que el crecimiento profesional comienza por asumir un rol activo en nuestra propia evolución.

Durante el programa, los **26 participantes:**

- Incorporaron herramientas para profundizar en su autoconocimiento.
- Reflexionaron sobre su trayectoria profesional y la etapa en la que se encuentran.
- Identificaron fortalezas, motivaciones y oportunidades de mejora.
- Diseñaron un plan de acción para potenciar sus habilidades y acercarse a sus metas profesionales.





Promociones Internas

Buscamos alinear nuestro Capital Humano con la estrategia del negocio, con acciones tendientes a identificar y medir el talento, fomentando la construcción de nuevas y diversas capacidades. Queremos expandir el potencial de los/as colaboradores/as favoreciendo el despliegue de competencias y comportamientos cuyo impacto positivo en lo social, ambiental y económico contribuya a la generación de un negocio sustentable.

Ascensos por ejercicio económico

Ejercicio económico	2024-2025	2023-2024	2022-2023
Dotación Total	11.635	11.424	11.933
Personal Ascendido	642	480	591
% Personal Ascendido	5,51%	4,20%	4,95%

Detalle de ascensos

Jerarquizaciones	80
Jerárquicos que cambiaron su función	62
Convenio que cambiaron su categoría	345
Convenio que cambiaron su función – Sucursales	145
Convenio que cambiaron su función – Frigoríficos	10

TOTALES 642

642

Ascensos
totales





Gestión del Desempeño

(GRI 404-3)

Reconocemos, valoramos y reorientamos el desempeño de nuestro equipo, estableciendo objetivos de trabajo y desarrollo para el período siguiente.

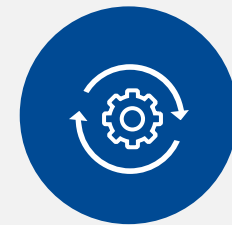
Promovemos competencias alineadas con nuestro Camino +B y con los principios de Triple Impacto que buscamos fortalecer en nuestros equipos:



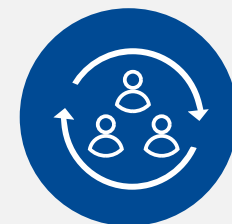
Competencias La Anónima



Facilito experiencias de valor para el cliente: tengo y demuestro vocación de servicio para superar las expectativas de los clientes.



Agilizo el cambio: Impulso el cambio y me adapto a nuevos escenarios, con el respaldo de la trayectoria organizacional.



Construyo relaciones colaborativas: genero alianzas y redes de contacto para promover el trabajo en equipo, inclusivo, interdisciplinario y diverso.



Contribuyo al negocio de manera sustentable: apporto ideas, conocimientos, experiencia y nuevas tecnologías para impulsar la calidad y los resultados económicos, sociales y ambientales de manera sostenible.



Tengo pasión por aprender y mejorar: aprendo de la experiencia e incorporo nuevos conocimientos y prácticas para mejorar día a día.



Evaluación de Desempeño

La evaluación del desempeño es un proceso estructurado que nos permite alinear expectativas, impulsar el desarrollo profesional y reconocer el aporte de cada persona.

En el último año incorporamos a TDM a este proceso, manteniendo nuestro marco de competencias, formularios y cronograma, y trasladando la administración a nuestro equipo de Recursos Humanos.

La evaluación del personal jerárquico se realiza de manera anual a través del sistema Success Factors, abarcando tanto la revisión del desarrollo de competencias como el cumplimiento de los objetivos definidos al inicio del ciclo. Este enfoque nos brinda una visión integral del aporte de cada colaborador y colaboradora.

La modalidad aplicada es de **evaluación 180°**, en la que el líder valora el desempeño integrando la autoevaluación de la persona. El feedback se fundamenta en hechos observables y busca generar un espacio constructivo, enfocado en el desarrollo. Aunque no utilizamos formalmente el término feedforward, las conversaciones incluyen acuerdos y proyecciones orientadas al futuro, en línea con nuestro compromiso con la mejora continua y el crecimiento profesional.



Resultados

Porcentaje de colaboradoras/es alcanzadas/os por el análisis de desempeño (directores, gerentes, jefes y analistas)

	2024-2025	2023-2024	2022-2023
Total de Colaboradoras/es	1.821 552 mujeres 697 hombres	1.761	1.720
Total Análisis de Desempeño	1.249	1.170	1.149
Dato (%)	68,6%	66,4%	67%

Porcentaje de gerentes/as alcanzados por el análisis de desempeño

	2024-2025	2023-2024	2022-2023
Análisis de Desempeño a Gerentes	684	672	631
Total de Gerentes al cierre del ejercicio	679	676	645
Dato (%)	99,3%	99%	97,8%





Objetivos de Desempeño: Triple Impacto

Como parte de nuestro plan estratégico, incorporamos en nuestros Objetivos de Desarrollo objetivos exclusivos de Triple Impacto, con el fin de afianzar nuestro plan de negocio en cada una de las áreas.



4592 Objetivos
totales



734 objetivos Triple
Impacto → **16%**



204 total líderes (evaluadores)
con al menos 1 objetivo
de Triple Impacto





Total de objetivos por áreas

	Totales	Triple Impacto	%	% Vs obj totales del negocio
Dirección Ejecutiva De E-Commerce y Marketing	158	5	3,2%	0,1%
Gerencia Divisional de E-commerce	39	0	0,0%	0,0%
Dirección Ejecutiva De Finanzas, Administración y Logística	219	9	4,1%	0,2%
Gerencia Divisional de Experiencia Cliente y Mejora de Proceso	171	14	8,2%	0,3%
Gerencia Divisional de Finanzas	161	9	5,6%	0,2%
Gerencia Divisional de Logística	55	7	12,7%	0,2%
Gerencia Divisional La Anónima Fintech	245	21	8,6%	0,5%
Dirección Ejecutiva De Mercaderías	252	19	7,5%	0,4%
Dirección Ejecutiva De Operaciones	35	4	11,4%	0,1%
Dirección Ejecutiva de Recursos Humanos	161	22	13,7%	0,5%
Dirección Ejecutiva de Tecnología	190	12	6,3%	0,3%
Gerencia de Sustentabilidad	9	9	100,0%	0,2%
Gerencia Divisional de Asuntos Legales y Cumplimiento	26	4	15,4%	0,1%

	Totales	Triple Impacto	%	% Vs obj totales del negocio
Gerencia Divisional de Desarrollo Inmobiliario	1	0	0,0%	0,0%
Gerencia Divisional de Infraestructura	70	15	21,4%	0,3%
Gerencia Divisional Frigorífico	55	11	20,0%	0,2%
Gerencia General	70	9	12,9%	0,2%
Presidencia	4	2	50,0%	0,0%
Frigorífico Salto	43	7	16,3%	0,2%
Frigorífico Pampa	43	3	7,0%	0,1%
Región Centro	821	149	18,1%	3,2%
Región Norte	954	197	20,6%	4,3%
Región Sur	810	206	25,4%	4,5%



Diversidad e Inclusión

(GRI 405-1)

Somos un equipo que crece, se transforma y se enriquece en la diversidad. Reconocemos el valor de las distintas historias, trayectorias y experiencias, convencidos de que el aporte único de cada persona nos impulsa a alcanzar mejores resultados.

Promovemos la inclusión y garantizamos la igualdad de oportunidades, priorizando el talento sin distinciones. Creemos en una cultura organizacional basada en el respeto, la convivencia y la valoración de todas las ideas y opiniones.

Asumimos la diversidad como una elección consciente que nos involucra a todas las personas, generando un impacto positivo tanto en nuestra organización como en las comunidades con las que nos vinculamos.



Nuestro recorrido

Hemos recorrido un camino sostenido de compromiso, respaldado por acciones concretas y genuinas, que nos impulsa a seguir transformando nuestros espacios de trabajo hacia una cultura cada vez más diversa e inclusiva:

2022

- Glosario
- Manual de comportamientos inclusivos
- Masterclass de Lenguas de seña

2023

- Política y Manifiesto de Diversidad e Inclusión
- Mensajes alineados y vivos (Pilar – Convivencia Diversidad): “Voces que inspiran”
- Sensibilización a nuestros equipos de comunicación

2024

- Capacitación para líderes y roles claves
- Relatos anónimos, vivos (Pilar – Empatía): “En otros zapatos”
- Política de empleos

2025

- Capacitación: “Procesos de selección inclusivos”
- Capacitación y activaciones por equipo (Pilar – Respeto) “Puertas que se abren”
- Protocolo perros guía
- Formación virtual Escuela LA





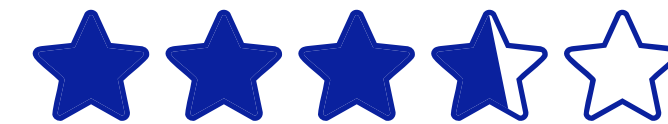
Encuesta de Experiencia de las Personas

Los resultados obtenidos en la última edición de la encuesta reflejan el valor que nuestro equipo asigna a la construcción de un entorno laboral donde todas las personas se sientan escuchadas, respetadas y valoradas.



8,2/10

Siento que La Anónima está comprometida y apoya la diversidad e inclusión.



8,5/10

Siento que en La Anónima cada persona puede comportarse de acuerdo a su identidad.



A partir de estos resultados, renovamos nuestro compromiso de promover espacios de trabajo que celebren las diferencias, fomenten la equidad de oportunidades y potencien el talento único de cada persona, contribuyendo así a un mejor desempeño organizacional y a un impacto positivo en nuestras comunidades.



Destacados de nuestra gestión

Protocolo para el libre acceso y permanencia con perros guía y de asistencia

Esta medida garantiza que las personas con discapacidad puedan realizar sus compras en cualquier local de La Anónima sin que la presencia de su perro represente una limitación para el ingreso o permanencia.

El protocolo se enmarca en el reconocimiento y cumplimiento de la Ley Nacional N° 26.858, que establece el derecho de acceso, deambulación y permanencia de las personas con discapacidad acompañadas por perros guía o de asistencia en lugares públicos y privados de acceso público. En muchas provincias, esta normativa no contaba con una regulación específica, por lo que nuestra acción permitió unificar criterios en toda la red de sucursales, asegurando un trato igualitario y sin barreras en todo el país.

Talleres de sensibilización y formación

Desarrollamos distintas instancias de sensibilización y capacitación para continuar fortaleciendo una cultura inclusiva y de respeto, adaptando los contenidos a las características y necesidades de cada grupo.

• Repensarnos para transformarnos

Taller exclusivo para líderes, orientado a incorporar los conceptos clave de la diversidad e inclusión, su marco legal y su vinculación con el compromiso de Triple Impacto, los Objetivos de Desarrollo Sostenible y el propósito corporativo. La propuesta invita a reflexionar sobre estereotipos, prejuicios y sesgos inconscientes, y profundiza en cada uno de los tres ejes que integran nuestra Política de Diversidad e Inclusión, promoviendo un liderazgo consciente y comprometido.



Resultados:

81

Líderes de Logística (Centros de Distribución Regional y Base de Transferencia) – **NPS 94/100.**

22

participantes del Programa de Formación de Gerentes/as de Venta – **NPS 91/100.**

41

Directores/as y Gerentes/as de Dirección General – **NPS 45/100.**

124

Gerentes/as Administrativos/as de Sucursal – **NPS 86/100.**

42

participantes del Programa de Líderes **360** – **NPS 100/100.**



SAIEP

• Conviviendo en la diversidad

Este espacio de formación aborda los conceptos esenciales de diversidad e inclusión, el funcionamiento de los mapas mentales y la distinción entre estereotipos, prejuicios y sesgos inconscientes. Su objetivo es promover la reflexión y eliminar barreras derivadas de las etiquetas, fomentando entornos laborales más respetuosos e inclusivos.

 **20** colaboradores/as
(sucursal de Reconquista)

 **NPS 100/100**

• Seamos espacios seguros

Taller lúdico presencial que comparte historias y realidades de la comunidad LGBTI+, con el propósito de crear entornos laborales donde cada persona pueda vivir plenamente su identidad de género.

 **98** colaboradores/as

 **NPS 93/100**

• Seamos red de apoyo

Capacitación diseñada para reforzar la convivencia y la prevención de la violencia, en línea con el Convenio 190 de la OIT y la Ley de Protección Integral a las Mujeres.

 **17** colaboradores/as
de General Roca.

 **56** colaboradores/as
de Cinco Saltos.



• Seamos plena inclusión

Realizamos el taller presencial y vivencial “Seamos Plena Inclusión” para el equipo de Recursos Humanos. A través de ejercicios lúdicos y experienciales, buscamos que los y las participantes pudieran vivenciar cómo las personas con discapacidad transitan su día a día y las barreras del entorno que enfrentan, muchas de las cuales pueden reducirse si aprendemos a “ponernos en sus zapatos”. Este encuentro funcionó como experiencia piloto, con el objetivo de replicarlo próximamente en nuestras sucursales.

 **15** colaboradores/as

 **NPS 100/100**



Campañas e iniciativas

Impulsamos campañas e iniciativas que nos permiten transformar nuestra cultura organizacional en un espacio cada vez más diverso, inclusivo y respetuoso de las diferencias. A través de propuestas vivenciales, formativas y de sensibilización, buscamos generar conciencia, derribar barreras y abrir oportunidades para todas las personas, promoviendo la empatía como motor de cambio.



• En Otros Zapatos

Campañas de sensibilización y concientización con el eje Personas con Discapacidad junto con distintas acciones que buscaban fortalecer la empatía y cruzar barreras y modelos mentales que nos limitan cuando pensamos en Personas con Discapacidad.

Acciones realizadas:

Relatos Anónimos “En Otros Zapatos”

Charlas en vivo

Changuito Challenge

Capacitaciones Presenciales

Esta campaña tuvo su cierre en el 2024 con un encuentro virtual abierto para que reflexionamos sobre la importancia de promover la plena inclusión, entendiendo y aprendiendo que las personas somos mucho más que un diagnóstico.

SAIEP

¡Viví una Experiencia Única!

Junto con

TEATRO CIEGO

Te invitamos a escuchar el [Link en la descripción](#) para participar de una actividad inmersiva.

¡Contanos en Workplace que te pareció la experiencia!



ACCIONES PARA TRANSFORMAR(nos)

¡No te lo pierdas!



4.182 colaboradores/as participaron

Además, incorporamos una experiencia inmersiva auditiva junto a **Teatro Ciego**, que permitió a nuestros equipos “ponerse en los zapatos” de una persona ciega y vivenciar, en primera persona, las barreras que enfrenta al ingresar a un supermercado para realizar una compra.



• Puertas que se abren

Lanzamos una nueva campaña de Diversidad e Inclusión, con una mirada ampliada y bajo el lema “Puertas que se abren”, partiendo de la convicción de que cada puerta que logramos abrir con acciones concretas representa una oportunidad para acercar un futuro mejor.

Como parte de esta iniciativa, y con el objetivo de seguir fortaleciendo nuestra cultura diversa e inclusiva, desarrollamos una formación e-learning a través de EscuelaLA, disponible para todas las personas de la empresa. Este curso brinda información completa y alineada a nuestra forma de ser y sentir, estructurada en cuatro módulos basados en nuestra Política de Diversidad e Inclusión.

Módulo 1: reflexionar sobre conceptos clave, datos de la realidad, marco legislativo y contexto.

Próximos Módulos: enfocados en Personas con Discapacidad, Perspectiva de Género – Mujeres y Personas LGBTQ+.



1.109

colaboradores/as
completaron el
módulo



• La Hora Silenciosa

Es una iniciativa diseñada para personas dentro del espectro autista y para quienes prefieren realizar sus compras en espacios con poco ruido, música y luces bajas.

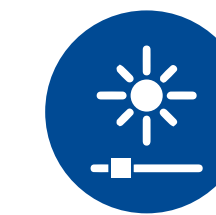
¿Qué implica la hora silenciosa?



**Disminución
del sonido**



**Equipo de trabajo
capacitado**



**Reducción
de luces**

De esta forma buscamos acompañar una experiencia positiva en las personas con TEA (Trastornos del Espectro Autista) y sus familias, o aquellas personas con poca tolerancia a la música o luces altas.

Durante el período de reporte se implementó en las siguientes sucursales:

REGIÓN NORTE: Suc. 101 - 206 - 185 - 015 - 017 - 189

REGIÓN CENTRO: Suc. 242 - 265 - 013 - 181 - 011 - 047 - 163 - 007 - 051 - 243 - 238 - 164 - 076 - 068 - 069 - 006 - 225 - 226 - 229 - 232 - 233 - 235 - 236 - 237 - 239 - 240 - 248 - 213 - 014 - 045 - 167

REGIÓN SUR: Suc. 021 - 022 - 023 - 023 - 024 - 025 - 104 - 159 - 179 - 191 - 218 - 031 - 032 - 097 - 145 - 160 - 184 - 186 - 192 - 197 - 214 - 217 - 263 - 033 - 043 - 072 - 091 - 124 - 131 - 138 - 161 - 183 - 198 - 199 - 200 - 204 - 205 - 360 - 035 - 036 - 037 - 038 - 056 - 074 - 075 - 141 - 166 - 211 - 220



- Mejoras en experiencias de compra en sucursales



Carros Accesibles: atendiendo las necesidades de la comunidad local, se incorporaron en la zona de Comodoro Rivadavia carritos adaptados para niños adolescentes con discapacidad motriz. En total 7 sucursales ya cuentan con dichos carritos. Sucursales: 021- 022-023-104-159- 179-218.



Carritos azules: en articulación con la Fundación Autismo Esquel surge la iniciativa de los “Carritos Azules” para identificar a las personas con autismo y poder otorgarles prioridad en líneas de cajas a través de carritos identificados. De esta manera, nuestros colaboradores los identifican rápidamente para que al momento de realizar el pago en líneas de cajas sea más amigable y evitar largas esperas que generen ansiedad en los chicos. Sucursales: 15, 17, 189.



Contrataciones Inclusivas

SAIEP

Frigorífico pampa natural

En alianza con el Centro Educativo Terapéutico “De tu mano” de General Pico (La Pampa), incorporamos a una persona, que continúa en el sector de lavado de canastos, dedicada al reacondicionamiento de cajones IFCO para su reutilización.



Frigorífico salto

En conjunto con el Taller Protegido Salto – “Caminando Juntos”, una asociación civil que acompaña y fomenta el desarrollo de habilidades para promover la inclusión social de sus participantes, se incorporaron dos personas para desempeñarse en la organización de indumentaria del personal en los vestuarios que actualmente continua trabajando con nosotros.



Sucursales

En alianza con Apasido (Asociación Patagónica de Síndrome de Down) trabajamos en la inclusión laboral de personas con discapacidad intelectual y Síndrome de Down. En la actualidad continúan 2 colaboradores que realizan prácticas rentadas, a fin de ayudarlos a comprender las estructuras de trabajo y tareas, y enseñar que mediante las actividades pueden adquirir una remuneración. Esta iniciativa se implementó en la sucursal 92 de General Roca con el objetivo de generar empleabilidad y ofrecer oportunidades a un sector relegado de la sociedad.



Centro de panificados

Continuamos con la contratación inclusiva de proveedores locales para el servicio de mantenimiento y parqueizado de nuestro Centro Panificados ubicado en Rafaela y del Centro de Distribución 099, junto con la Fundación El Ceibo, una granja también ubicada en Rafaela, que brinda hogar a personas con discapacidad y en situación de vulnerabilidad social, con el objetivo de generar empleabilidad e inclusión laboral.



Campañas de inclusión Financiera



Con el objetivo de ampliar las oportunidades de acceso al sistema financiero, desarrollamos distintas campañas orientadas a acompañar a clientes con trayectorias diversas y, en muchos casos, sin historial bancario formal. Estas iniciativas buscaron no solo facilitar el acceso a productos de crédito —como préstamos de consumo y tarjetas—, sino también promover la participación en nuestro ecosistema digital y fomentar un consumo responsable.

Préstamos

Entre febrero y mayo de 2025 impulsamos una campaña de inclusión financiera orientada a préstamos de consumo en La Anónima Online.

Propósito: Ofrecer a más personas la posibilidad de comprar a través de nuestro e-commerce trabajando sobre una base positiva de 61.180 clientes, segmentada en tres grupos:

Resultado		
Base	Total base	Prestamos concretados
Base Especialistas	16.145	29
App Plus	41.148	8
Base Rechazos	3.887	45
TOTAL GENERAL	61.180	82

Base Especialistas BCRA
Clientes vinculados a especialistas en electro.

App Plus
Clientes no bancarizados.

Base Rechazos
Personas cuyas solicitudes de tarjeta de crédito fueron rechazadas durante 2024.



Tarjeta de Crédito

El proyecto tuvo como objetivo incorporar al sistema financiero a potenciales clientes sin ingresos comprobables en BCRA, mediante la oferta de la tarjeta de crédito La Anónima.

La segmentación se definió con los siguientes criterios:

Cientes brick sin historial en BCRA.

Sin tarjeta TLA activa.

Más de 9 años como clientes Plus.

Sin antecedentes de mora.

Compras registradas en los últimos 9 meses.

Edad compatible con los requisitos de otorgamiento.

Cientes históricos LA

Base	216.092
Altas	336
%	11%
Retiro (% sobre altas)	35%
Uso (% sobre el retiro)	53%



Encuentro interempresarial

TDM

Desde TDM tuvimos el orgullo de **realizar el primer encuentro interempresarial sobre Diversidad e Inclusión**, una experiencia enriquecedora que reunió a distintas organizaciones con un objetivo común: compartir prácticas, reflexionar sobre el contexto actual y generar propuestas para seguir construyendo entornos laborales basados en el respeto, la empatía y la buena convivencia.

Aliados participantes:



Creemos que los espacios de intercambio y construcción conjunta son fundamentales para seguir impulsando una cultura cada vez más diversa e inclusiva.



Comunicación Interna

Entendemos que una comunicación interna efectiva es clave para construir una cultura organizacional sólida, fomentar el sentido de pertenencia y alinear a todos nuestros equipos con los objetivos estratégicos de la compañía.

Trabajamos para que cada persona, sin importar su ubicación o área de trabajo, se mantenga informada, conectada y participe activamente de la vida de la empresa. **Buscamos generar canales que promuevan el diálogo bidireccional, la colaboración y el intercambio de ideas, fortaleciendo así los lazos que nos unen y asegurando que cada colaborador y colaboradora se sienta protagonista de nuestro día a día.**



Destacados de nuestra gestión

Buzón de Sugerencias / ActivaLA

Es un espacio creado para que nuestra gente cuente con un canal exclusivo donde compartir ideas inspiradoras relacionadas con seguridad ocupacional, salud y bienestar.

Los colaboradores/as pueden dejar sus propuestas en un buzón online, donde son recibidas y analizadas inicialmente por la Gerencia de Sustentabilidad. Luego, se derivan a las áreas responsables para evaluar su factibilidad e implementación.

Desde que comenzamos en 2023:

 **196**
ideas recibidas

WorkVivo by Zoom



Migramos a una nueva herramienta de comunicación interna: Workvivo. Para facilitar esta transición, contamos con el apoyo de influencers de cada espacio de trabajo, quienes acompañaron la activación de las cuentas y promovieron el uso de la plataforma. Este cambio fue una oportunidad para potenciar nuestra comunicación interna y prepararnos para nuevos desafíos.

8.500 Colaboradores/as
en WorkVivo

73% de la nómina



LinkedIn



Desde el área de Marca Empleadora trabajamos con el objetivo de atraer potenciales talentos externos y fortalecer el vínculo con nuestros colaboradores/as.

Con esta premisa como guía, logramos duplicar nuestra comunidad en LinkedIn, la red social de mayor alcance profesional.

 **+100.000**
seguidores logrados

 **>14%**
Tasa de interacción promedio

Resultado que se posiciona por encima del promedio del mercado y refleja el interés y la conexión que generamos con nuestros contenidos.





Nuestros clientes

- 01 | Nuestro ecosistema
- 02 | Satisfacción y experiencia del cliente
- 03 | Atención y servicio posventa
- 04 | Plus La Anónima: programa de fidelidad
- 05 | Canales de e-commerce
- 06 | Gestión de redes sociales
- 07 | Consumo responsable



Nuestros clientes

Enfoque de gestión

Ponemos a los clientes en el centro de todas nuestras decisiones.

Estamos convencidos de que la escucha activa y constante de nuestros clientes es la base para construir relaciones de confianza, mejorar día a día y generar un impacto positivo en las comunidades donde estamos presentes.

Creemos que cada interacción cuenta. **Trabajamos en pos de ofrecer experiencias simples, humanas y memorables** que no solo respondan a sus necesidades cotidianas, sino que también anticipen sus expectativas y acompañen su evolución como consumidores responsables.



Nuestro ecosistema

Nuestra **cultura cliente-céntrica** atraviesa todas las áreas de la organización y se refleja en cada punto de contacto: desde la atención en nuestras sucursales, canales digitales y centros de atención al cliente, hasta el diseño de nuestras marcas propias y la estrategia comercial.



2.324.000

clientes que compraron en sucursal en el último año



2.233.000

clientes plus registrados



290.000

clientes Tarjeta La Anónima



1.066.000

clientes La Anónima Online





¿Por qué nos eligen nuestros clientes?

La confianza de nuestros clientes se construye día a día, en cada punto de contacto y a través de cada decisión que tomamos. **Desarrollamos una propuesta de valor integral que se sostiene en siete pilares que nos definen y diferencian.**



1

Atención al cliente

Ponemos al cliente en el centro de todo lo que hacemos. Nuestros equipos, con fuerte vocación de servicio, están siempre disponibles para brindar una atención cálida, resolutive y cercana.

2



Mejor calidad

Nos comprometemos a ofrecer productos de alta calidad y alimentos frescos, priorizando siempre la excelencia en cada categoría.

3



Surtido y variedad

Trabajamos para garantizar una oferta amplia y accesible. Todos los días incorporamos nuevos productos y proveedores para brindar variedad de marcas al mejor precio posible.

4



Amplia red de distribución

Nuestra presencia en distintas regiones del país nos permite llegar a más personas, contribuyendo al desarrollo sostenible y al bienestar de las comunidades donde operamos.

6



Certificación de calidad de frigoríficos

Nuestras plantas frigoríficas cuentan con certificaciones internacionales que garantizan altos estándares de calidad e inocuidad, asegurando los mejores cortes de carne para nuestros clientes.

5



Centro de feteado de fiambres y quesos

Contamos con un centro especializado, equipado con tecnología de última generación, que abastece a nuestras sucursales con productos de mayor calidad y vida útil.

7



Programa de protección de los alimentos

Nuestra política de calidad se basa en rigurosos estándares que aseguran que los productos lleguen a las góndolas en óptimas condiciones, conservando su calidad y siendo seguros para el consumo.



Satisfacción y Experiencia del cliente

Enfoque de Gestión

Para lograr la satisfacción de nuestros clientes seguimos **6 lineamientos clave:**

1

Fidelidad

Trabajamos para generar experiencias positivas que fomenten la satisfacción y la lealtad de nuestros clientes, construyendo vínculos duraderos que los motiven a elegirnos nuevamente.

2

Decisiones estratégicas

Relevamos de forma constante la voz de nuestros clientes e integramos sus opiniones en la toma de decisiones estratégicas, tanto comerciales como operativas. Buscamos que cada solución, producto o servicio que desarrollamos esté alineado con lo que realmente valoran, generando vínculos de largo plazo.

3

Mejora continua

Identificamos y trabajamos en los momentos críticos de la experiencia del cliente, resolviendo puntos de dolor para mejorar nuestros procesos y garantizar experiencias positivas.

4

Rentabilidad sostenible

Sabemos que un cliente satisfecho no solo vuelve, sino que se transforma en un promotor de nuestra marca. Su confianza impulsa un crecimiento sostenido y sustentable para el negocio.

5

Propuesta de valor

Poner al cliente en el centro nos desafía a evolucionar continuamente, adaptando nuestra propuesta de valor para que siga siendo relevante, cercana y significativa en su día a día.

6

Triple impacto

Nuestro enfoque cliente-céntrico potencia la generación de valor económico, social y ambiental, promoviendo un impacto positivo en las personas y comunidades donde operamos.



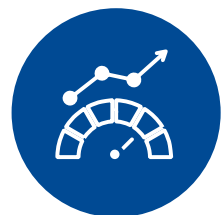
Programa Experiencia del cliente

A través de este programa diseñamos e implementamos estrategias orientadas a asegurar que cada interacción de nuestros clientes con la compañía —ya sea al adquirir productos o utilizar servicios— se transforme en una experiencia positiva, ágil y memorable.



Experiencia del cliente en canales autogestión

Desarrollamos plataformas digitales accesibles en todo momento, para que los clientes puedan resolver sus consultas frecuentes de manera autónoma, cuando lo necesiten.



Medición de la experiencia del cliente

Utilizamos indicadores clave como NPS*, CSAT** y CES*** para evaluar la percepción de nuestros clientes y mejorar continuamente la calidad de atención y servicio.



Gestión del cambio

Impulsamos la toma de decisiones operativas, tácticas y estratégicas fundamentadas en la voz del cliente en todos los niveles de la organización.



Cultura cliente-céntrica

Diseñamos espacios periódicos para que nuestros equipos adquieran conocimientos profundos sobre las necesidades y comportamientos de nuestros clientes.

¡Nuestros Destacados!

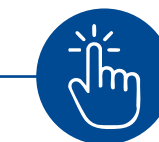
En el período reportado logramos los siguientes hitos:

Escucha activa para transformar la experiencia:

profundizamos nuestra estrategia de escucha activa incorporando nuevos espacios cualitativos de diálogo con nuestros clientes. **A través de mesas de conversación, entrevistas y focus groups pudimos identificar oportunidades concretas de mejora, comprender en mayor profundidad sus necesidades y expectativas, y fortalecer el vínculo con nuestras comunidades.** Estas instancias nos permiten tomar decisiones más informadas y humanas, alineadas con lo que realmente valoran las personas que eligen La Anónima todos los días.

Implementación del CRM Salesforce:

dimos un paso clave hacia la personalización de la experiencia del cliente con la implementación del CRM Salesforce. **Esta herramienta nos permite centralizar y gestionar de manera integral todas las consultas, trámites y reclamos de nuestros clientes, mejorando los tiempos de respuesta, la trazabilidad y la calidad del servicio.** A su vez, nos brinda información valiosa para detectar necesidades, anticiparnos a problemas y fortalecer la relación con cada persona que interactúa con la marca, tanto en canales digitales como presenciales.



¿Querés conocer más?

* Nivel de lealtad de los clientes con un producto o servicio. ** Satisfacción del cliente con el uso de un producto, servicio o interacción. *** Nivel de dificultad del cliente para usar un producto, servicio o interacción.



Estrategias del programa

Detallamos las estrategias que llevamos adelante como parte del programa experiencia del cliente:

1

Experiencia del cliente en canales de autogestión

Nuestros clientes cuentan con Azul, nuestra Asistente Virtual, disponible las 24 horas, los 365 días del año, para responder de forma ágil y efectiva a sus consultas más frecuentes.



Contacto Digital



App
La Anónima



WhatsApp
La Anónima



Instagram
La Anónima



Facebook
La Anónima



LiveChat web
Gestión Online

¿Dónde encuentran a Azul?

Información general de todas las unidades de negocio y resolución de consultas, trámites, quejas, reclamos, sugerencias.

Información general de todas las unidades de negocio y resolución de consultas.

Fintech:
-Chat externo reducido
-Chat Interno Homebanking

Contacto Telefónico



0800-777-0222

Información general de todas las unidades de negocio y resolución de consultas, trámites, quejas, reclamos, sugerencias.





2024-2025

+ 4,2

millones de contactos a través de nuestro Centro de Atención al Cliente

**80%**

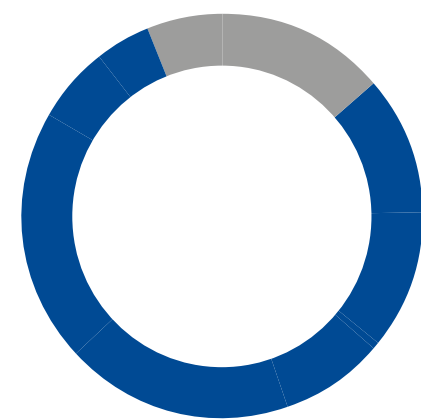
por canales digitales

**20%**

contactos telefónicos

+ 85%

de las consultas fueron resueltas por Azul

**86,4%**

índice de satisfacción promedio



Azul se ha consolidado como una herramienta fundamental para la atención ágil y eficiente, dando respuesta a las consultas más frecuentes de nuestros clientes:

**Fintech**

- Planes de pago
- Consulta de saldos y fechas de cierre y vencimiento
- Acreditación de pagos



- Modificación de datos personales
- Entrega de pedidos
- Anulaciones de pedidos

**Sucursales**

- Reclamo por estado de productos
- Consulta de promociones institucionales
- Información sobre sucursales

Cuando se requiere un acompañamiento más personalizado, ya sea para gestionar trámites, resolver reclamos o atender situaciones complejas, los clientes pueden solicitar la intervención de un Asesor de Atención al Cliente.

Esta modalidad de atención asistida está orientada a resolver casuísticas que requieren la intervención de múltiples áreas y un abordaje integral. Para ello, contamos con equipos especializados, capacitados y alineados con los distintos negocios de La Anónima, que operan con herramientas adaptadas a cada canal de contacto.

2

Medición de la experiencia cliente

Desde el área de Experiencia del Cliente (CX) trabajamos para comprender en profundidad las emociones, percepciones y expectativas que nuestros clientes experimentan en cada punto de contacto con La Anónima.



RESULTADOS

Gracias a esta escucha activa, implementamos mejoras que nos permiten aumentar los niveles de satisfacción y fidelización en cada etapa del recorrido del cliente con nuestra compañía.

¿Dónde medimos?

Analizamos la experiencia en distintos ámbitos clave, tales como:

- Compras en nuestras sucursales
- Compras realizadas en La Anónima Online
- Uso de nuestros productos financieros, App La Anónima y Programa de Fidelidad
- Interacciones a través de canales de autogestión y del Centro de Atención al Cliente
- Elección y satisfacción con el consumo de nuestras marcas propias
- Satisfacción con la resolución de consultas, trámites o reclamos tanto en Sucursales como por el Centro de Atención a Clientes

¿Para qué lo hacemos?

Escuchamos activamente a nuestros clientes con el objetivo de:

- Identificar y potenciar aquellas prácticas que generan una experiencia positiva
- Detectar oportunidades de mejora cuando la experiencia no cumple con las expectativas
- Explorar nuevas formas de generar valor, innovando en procesos y servicios para fortalecer nuestra propuesta





Encuesta CX (Experiencia Cliente): ¿Cómo medimos la experiencia en La Anónima?

Escuchamos activamente a nuestros clientes para entender cómo se sienten al comprar, utilizar nuestros productos y servicios o interactuar con nuestros canales. Esta escucha se realiza a través de **un programa de encuestas que enviamos luego de diversas experiencias: desde una compra en una sucursal o en La Anónima Online, hasta la solicitud de un préstamo o el uso de nuestra tarjeta de crédito.**

En cada encuesta, les pedimos que nos compartan qué aspectos valoraron positivamente y cuáles consideran que debemos mejorar. Para ello, evaluamos tres indicadores clave:

NPS (NET PROMOTER SCORE)

Mide la lealtad, es decir, la probabilidad de que recomienden nuestro servicio. En los casos en que no lo harían, analizamos en detalle qué deberíamos mejorar. NPS + _ % de Promotores (quienes nos puntúan con 9 y 10) NPS - _ % de Detractores (quienes nos puntúan con 0 a 6). Su cálculo puede variar entre -100 y +100. Un NPS positivo significa que contamos con más promotores que detractores.

CSAT (CUSTOMER SATISFACTION)

Refleja el nivel de satisfacción general con la experiencia. Generalmente se basa en una escala de 1 a 5, donde los clientes califican su experiencia.

CES (CUSTOMER EFFORT SCORE)

Nos permite conocer cuán fácil o difícil fue para el cliente concretar una determinada gestión o interacción con la marca. Evaluamos el CES en procesos como la resolución de problemas en el Centro de Atención a Clientes, la solicitud de nuestros productos financieros o la navegación en el sitio web.

A partir de las respuestas, identificamos puntos de dolor y detectamos oportunidades de mejora que nos permiten implementar ajustes concretos para ofrecer una experiencia cada vez más fluida, satisfactoria y alineada a lo que nuestros clientes necesitan.



**Compra
presencial**



LA OnLine
Tecno y Hogar / Supermercados



PLUS
La Anónima



**Tarjetas
del Mar**



**LA Marca
Propia**



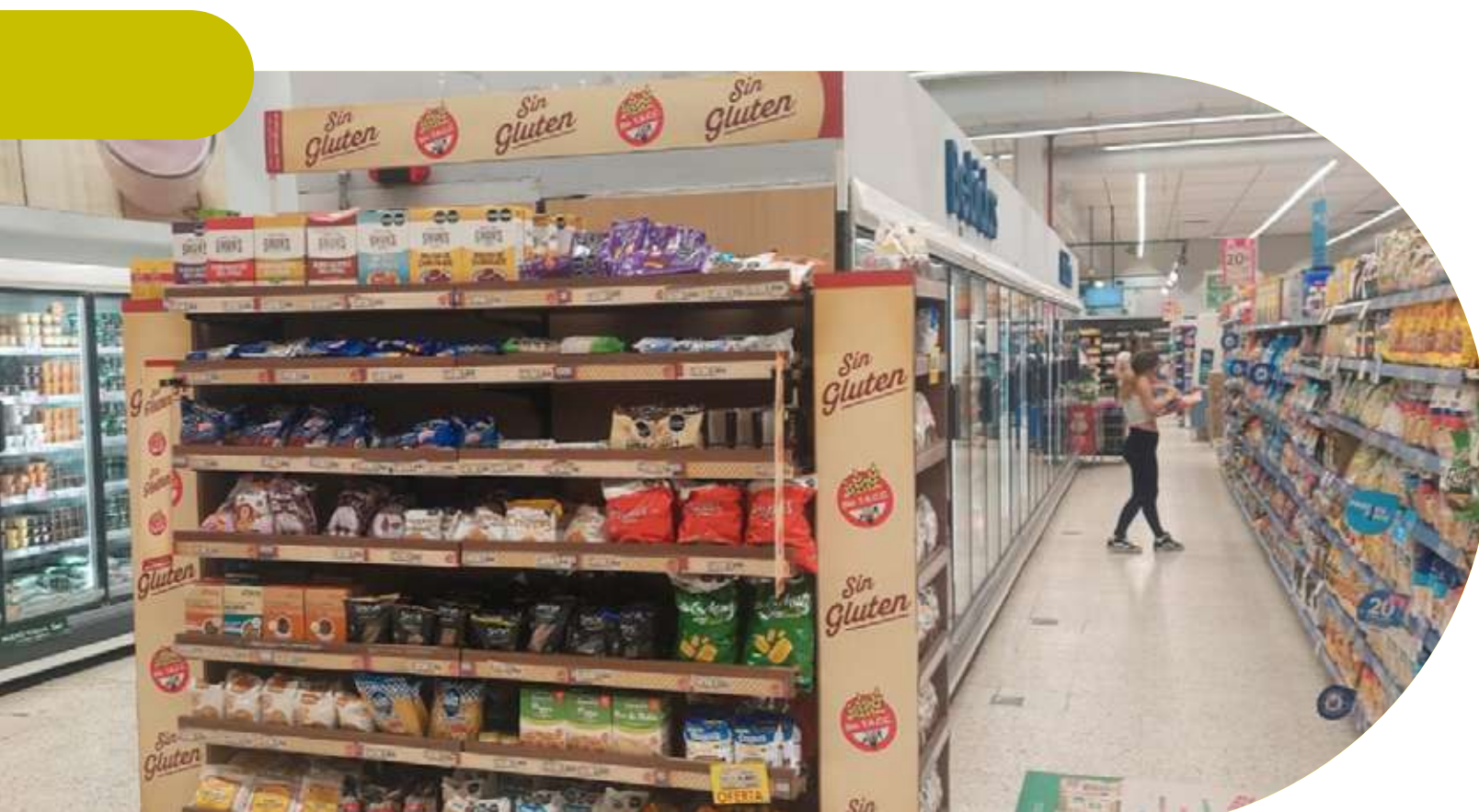
**Best
Marca Propia**



Préstamos
La Anónima



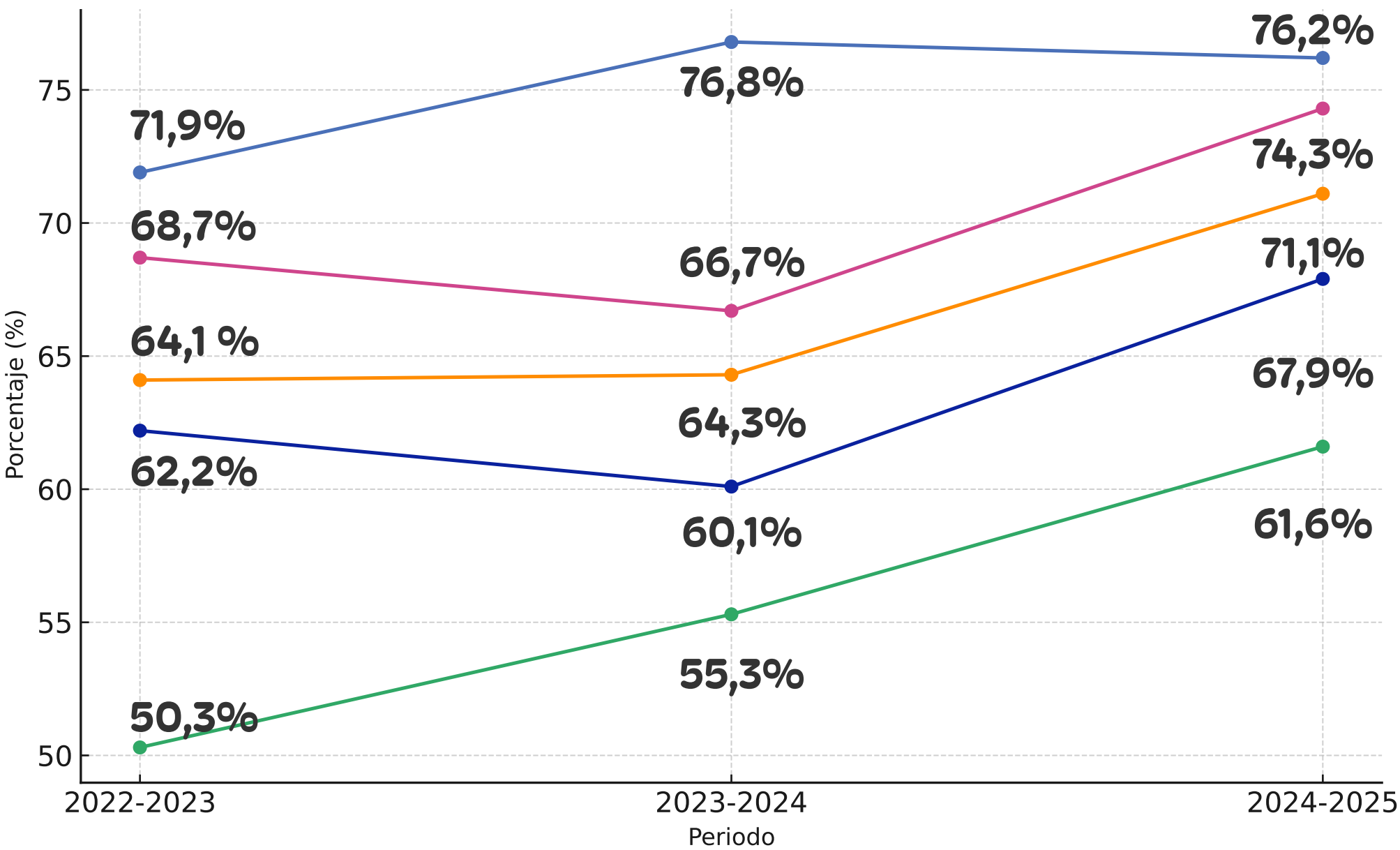
App
La Anónima





NPS (NET PROMOTER SCORE)

Ponemos al cliente en el centro y utilizamos el NPS como principal indicador dentro del Programa de Experiencia para acercarnos a la voz de todos nuestros consumidores.



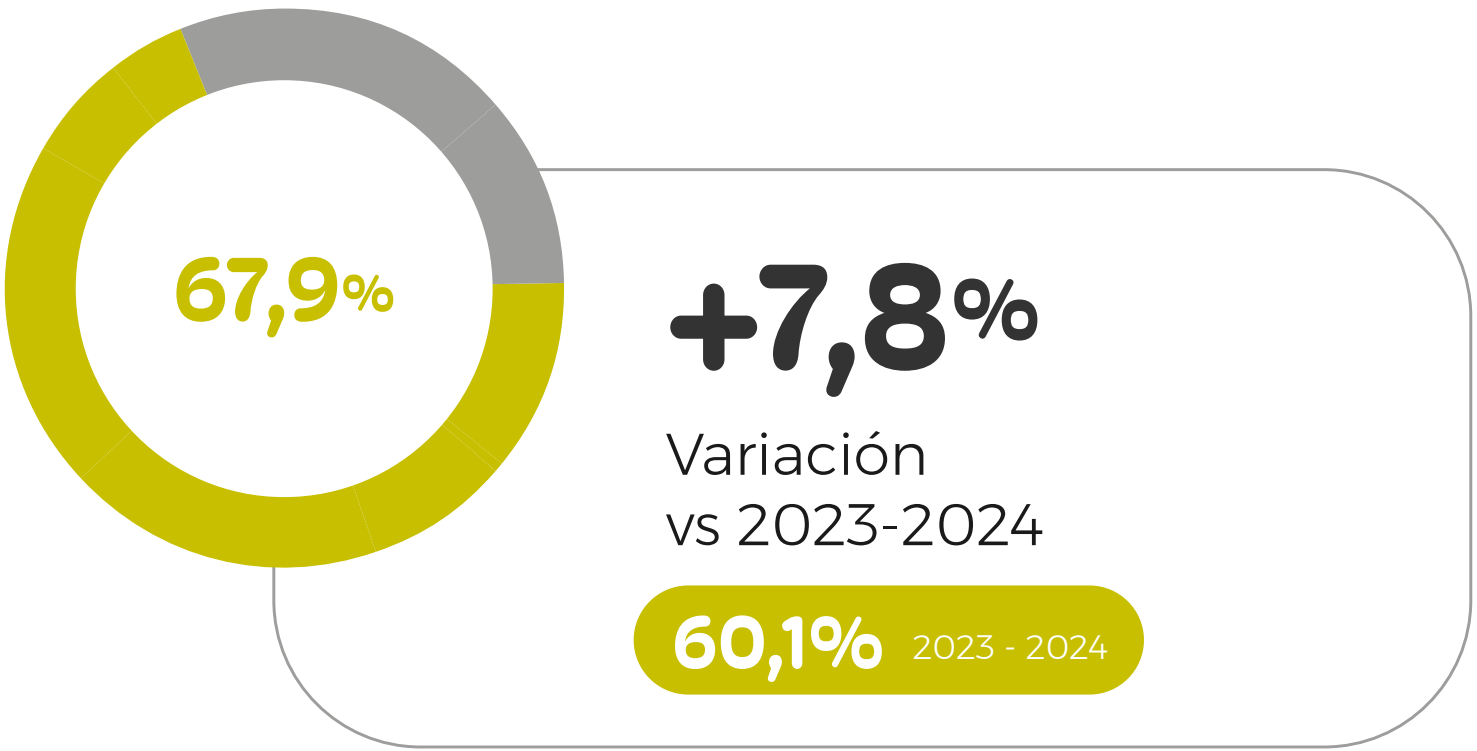
	2024-2025	2023-2024	2022-2023
Sucursales	67,9%	60,1%	62,2%
LA Online T&H (Tecno y Hogar)	76,2%	76,8%	71,9%
LA Online Supermercados	61,6%	55,3%	50,3%
Plus La Anónima	74,3%	66,7%	68,7%
Tarjeta La Anónima	71,1%	64,3%	64,1%

Variación 2023-2024 vs 2024-2025	
Sucursales	+7,8%
LA Online T&H (Tecno y Hogar)	-0,6%
LA Online Supermercados	+6,3%
Plus La Anónima	+7,6%
Tarjeta La Anónima	+6,8%



Sucursales La Anónima

NPS Acumulado



PERIODO	NPS
2024-2025	67,9%
2023-2024	60,1%
2022-2023	62,2%

Mejoras implementadas en sucursales



Centro de atención a clientes

Es un espacio para que los clientes puedan gestionar cómodamente sus consultas, trámites y reclamos en nuestras sucursales. Ya lo implementamos en el 70% de nuestras tiendas.



Prueba piloto auto servicio balanza frutas y verduras

Incorporación de balanzas de pesaje de verduras y frutas para que el cliente pueda pesar sus productos antes de abonar su compra. Esto genera un impacto positivo ya que el cliente puede conocer previo al pago el precio de los productos elegidos y reducir su tiempo de espera en la línea de caja. Prueba piloto en las sucursales: 074 Río Grande, 072 Río Gallegos y 085 Junín. Hicimos una primera medición del proceso obteniendo un CES de 66,2 y un CSAT de 57. Estos primeros resultados nos permitirán seguir trabajando en mejoras para la extensión de esta iniciativa en el próximo ejercicio.



IA organización cajas habilitadas

Prueba piloto de sistema con Inteligencia Artificial en la sucursal 068 Hiper Neuquén que utiliza la información de los llamadores automáticos y uso de cámaras para determinar dinámicas de apertura de cajas tradicionales y rápidas por sucursal de acuerdo con las clientes que estan esperando.



Biblioteca de buenas prácticas entre sucursales

Planes de acción anual para mejorar NPS y mitigar puntos de dolor del cliente a nivel sucursal.



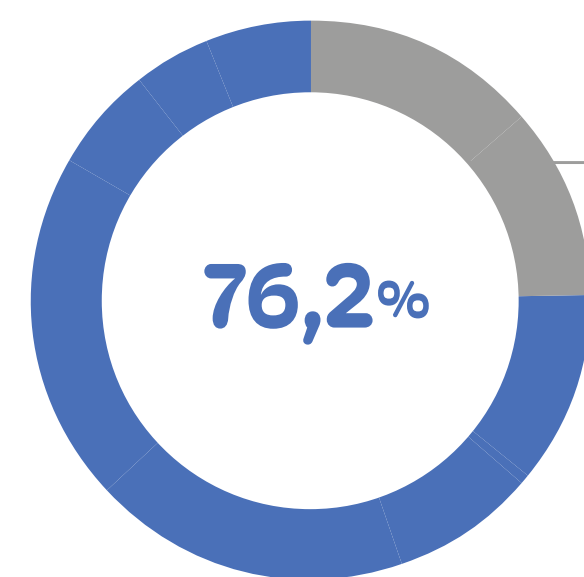
Ranking trimestral de sucursales

Para visibilizar las que más crecen y decrecen en NPS sobre sí mismas y en relación con otras.



La Anónima Online Tecno y Hogar

NPS Acumulado

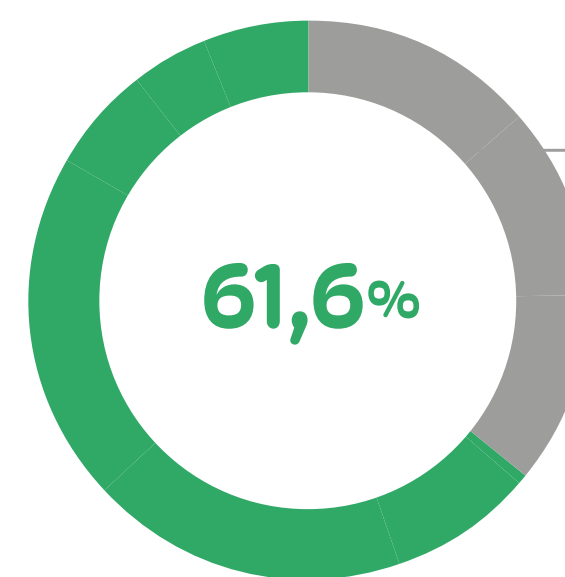
**-0,6%**Variación
vs 2023-2024**76,8%** 2023 - 2024

Mejoras implementadas

- ☆ **Catalogación de productos web:** se mejoraron: 359 artículos (176 descripciones largas, 56 descripción + imagen, 116 imágenes, 11 manuales de producto)
- ☆ **Unificación del inicio de sesión:** unificación de la base de información de clientes de ambos e-commerce con el fin de generar un proceso de log in único inicio de sesión para ambas plataformas. Esto permite preparar el sitio e infraestructura de usuarios para la unificación de sitios en 2025/2026.
- ☆ **Mejoras en la medición de la voz del cliente:** una vez que el cliente finaliza su compra puede dejarnos sus comentarios para detectar oportunidades de mejora en la experiencia de navegación web: CSAT Acumulado de 81,6% de diciembre 2024 a junio 2025.

La Anónima Supermercado Online

NPS Acumulado

**+8,3%**Variación
vs 2023-2024**55,3%** 2023 - 2024

Mejoras implementadas

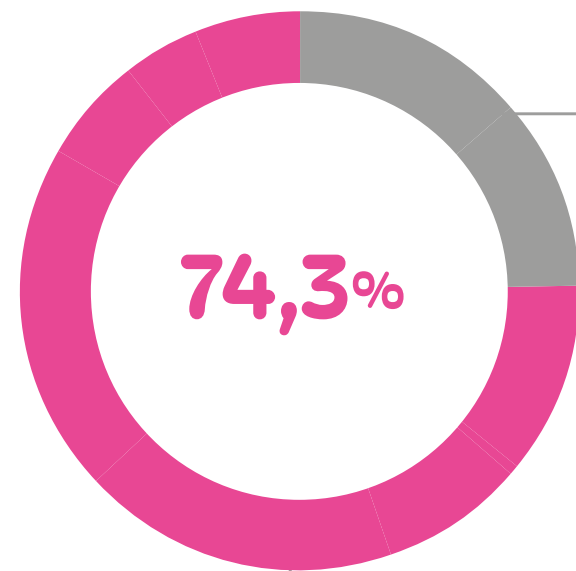
- ☆ **Implementación de pago online:** con tarjeta de crédito 100% online
- ☆ **Ampliación de días disponibles:** para la entrega de pedidos pasando de 2 a 4 días
- ☆ **Implementación de modelo Shopper:** a través del cual la selección de pedidos de Pedidos Ya, disponible en la localidad de Neuquén, es realizado por personal exclusivo de esa empresa. Crecimiento del 20% en venta de esta plaza. Nuevo canal de compra a domicilio habilitado para clientes.
- ☆ **Relevamos la voz del cliente activo e inactivo:** a través de encuestas para detectar oportunidades para la mejora de procesos y beneficios a clientes.





Plus La Anónima Programa de Fidelidad

NPS Acumulado



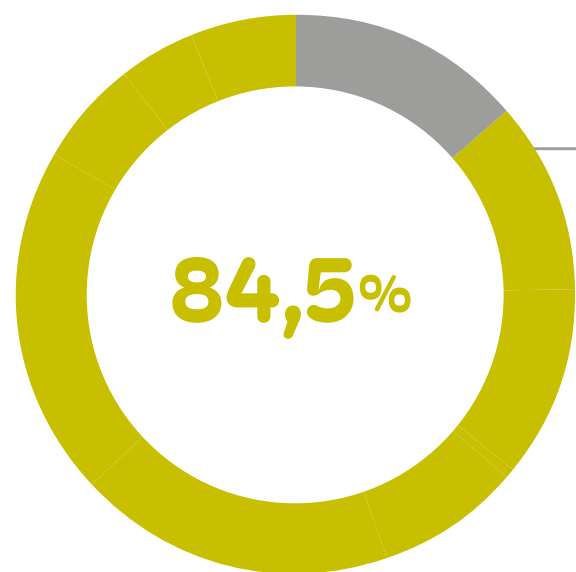
+7,6%

Variación
vs 2023-2024

66,7% 2023 - 2024

App La Anónima

CSAT Acumulado



+5,5%

Variación
vs 2023-2024

79% 2023 - 2024

Mejoras implementadas



Cupones plus: incorporación de funcionalidades como etiquetas y filtros para navegar mejor los cupones en la app.



Ticket digital: el cliente puede ver sus últimos tickets y compras desde la app y valorar su experiencia a través de ese canal. De esta manera, no solo seguimos trabajando en pos de la multicanalidad, sino que colaboramos con el medio ambiente al reducir la impresión de tickets en papel.



Lector precios en app: posibilidad de escanear productos con la app para conocer el precio sin necesidad de acercarse hasta el lector físico. Prueba piloto en las sucursales de: Neuquén, Río Gallegos, Ushuaia, Comodoro Rivadavia, Bariloche, Río Grande, Cipolletti, Rada Tilly, Caleta Olivia, Gobernador Gregores.



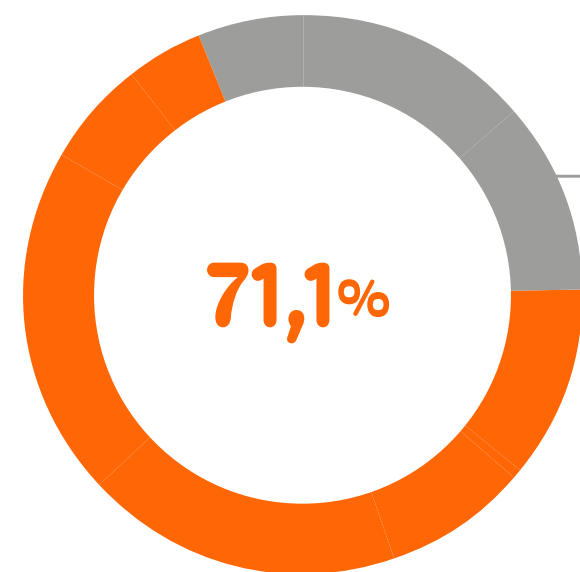
App: en la sección de servicios financieros, los clientes con tarjeta LA, pueden acceder a la información de su resumen, saldos y disponibles. Si la tarjeta está en proceso de entrega, sumamos la funcionalidad que permite verificar el seguimiento del envío.





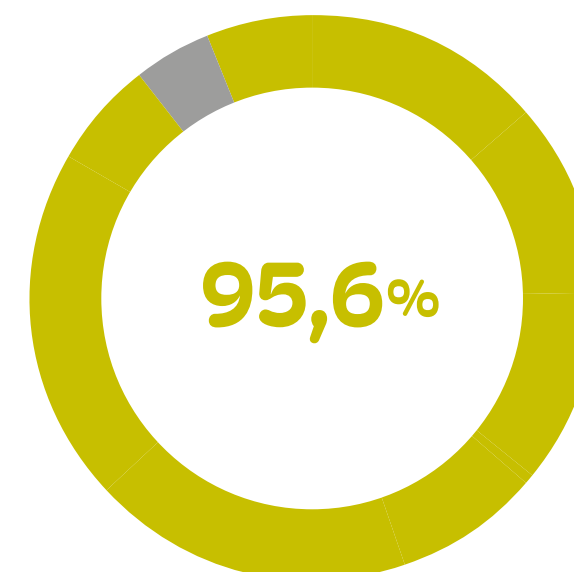
Tarjeta La Anónima

NPS Acumulado

**+6,8%**Variación
vs 2023-2024**64,3%** 2023 - 2024

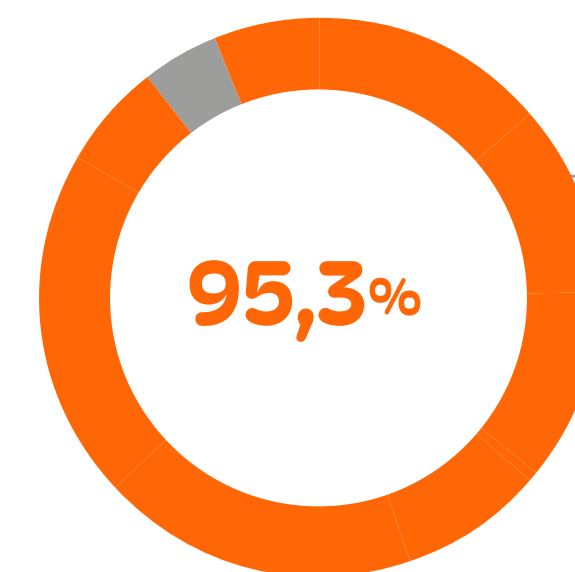
Préstamos La Anónima

CSAT Acumulado



Tarjeta La Anónima

CSAT Acumulado

**+3,1%**Variación
vs 2023-2024**92,2%** 2023 - 2024

Mejoras implementadas



Mejoramos la versión del proceso de onboarding: donde minimizamos los errores e intentos de los clientes para realizar la biometría del proceso de solicitud.



El cliente recibe notificaciones y monitorea el envío de su tarjeta: desde la app para conocer el momento en el que puede retirarla en la sucursal elegida.



Sumamos nuevos puntos de entrega: Todas las sucursales que ya poseen entrega de LAOL Tecno y Hogar ampliando así el alcance geográfico del producto.



Nuevos trámites de autogestión en Gestión Online: aumento de límite, libre de deuda, cancelación anticipada se pueden realizar de forma online sin la necesidad de comunicarse al Centro de Atención a Clientes.



Cápsulas de educación financiera: sobre el uso de la tarjeta y canales de autogestión (encuentro con clientes, videos en redes y material en la web de educación financiera).



3

Gestión del cambio – cultura cliente céntrica

Entendemos que escuchar la voz de nuestros clientes es solo el primer paso. Lo que marca la diferencia es cómo transformamos esa escucha en acciones concretas que mejoren su experiencia.

Esto se traduce en decisiones basadas en datos de experiencia, mesas de trabajo interdisciplinarias, mejoras operativas basándonos en el feedback de clientes y acciones concretas para superar sus expectativas en cada punto de contacto.

Creemos que una cultura orientada al cliente no es solo un proyecto, sino una forma de trabajar, pensar y relacionarnos dentro de toda la organización.



¿Qué hacemos con la voz del cliente?



TABLERO DE GESTIÓN ORIENTADO AL NEGOCIO

Monitoreamos indicadores clave de satisfacción y experiencia del cliente, vinculándolos con los objetivos estratégicos del negocio.



TABLERO DE GESTIÓN GENERAL

Llevamos un seguimiento continuo del desempeño de nuestras iniciativas de experiencia del cliente, asegurando su efectividad y mejora constante.



INFORMES Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Analizamos en profundidad los resultados de encuestas y puntos de contacto con los clientes, transformando los datos en información útil para la toma de decisiones.



ESTUDIOS DE BENCHMARKING

Comparamos nuestros resultados y estrategias con las de otros referentes del mercado para asegurar que seguimos siendo competitivos y relevantes para nuestros clientes.



MESAS DE EXPERIENCIA

Facilitamos espacios de trabajo colaborativo con equipos de distintas áreas para idear y aplicar mejoras en la experiencia del cliente.



JORNADAS CON CLIENTES INTERNOS

Llevamos adelante iniciativas como el “Día del Cliente” o “Hablemos de CX”, en donde los colaboradores participan presencialmente y de forma virtual, generando espacios para escuchar, aprender y mejorar a partir de sus vivencias.



Atención y servicio posventa



Trabajamos con el compromiso de que cada contacto con nuestros clientes, tanto internos como externos, sea una experiencia positiva y resolutive. Para lograrlo, capacitamos a nuestros equipos y desarrollamos estrategias centradas en las personas, que nos permiten acompañar consultas, reclamos y gestiones complejas con cercanía, eficiencia y empatía.

Contamos con estructura de atención dedicada a nuestros clientes internos y externos enfocados en resolver consultas, quejas, reclamos y solicitudes que, por su complejidad o criticidad, no pueden ser resueltos por nuestros canales automáticos (IVR - Interactive Voice Response* o Azul) o de autogestión (GOL Gestión en Online, en el caso de Fintech).

Estos equipos, conforman una primera línea de atención (Call Center) y una segunda línea de resolución (Posventa LAOL y Posventa Fintech) cuando las resoluciones dependen de la interacción con otras áreas de la compañía o externos.

Por otro lado, contamos con equipos de soporte a la operación (Selección, Entrenamiento, Protocolos) que se encargan de brindar las herramientas, capacitación, información de seguimiento y recursos, para garantizar la correcta performance de nuestros equipos, cara al servicio y estándares de calidad que queremos brindar, y en el caso del equipo de Soporte Operativo, nos proporciona la información y reportería para hacer seguimiento de la operación, compartirla con los negocios e identificar aspectos de mejora continua.



SELECCIÓN: Identifica los mejores perfiles alineados a los valores de nuestra empresa y con las habilidades necesarias que requieren los diferentes puestos de trabajo.



ENTRENAMIENTO: es el equipo encargado de realizar el onboarding de nuevos colaboradores y mantener capacitado a los equipos, con información y procedimientos de los diferentes negocios, que se van actualizando de manera constante.



PROTOCOLOS: es el sector que se encarga de documentar y compartir la información relacionada a procesos, procedimientos e información que consume la plataforma, para brindar el servicio a nuestros clientes, de manera unificada y ordenada.



CALIDAD: es el encargado de monitorear la actividad de los agentes, mediante escuchas o auditorías de casos, para validar que las formas y procesos, se cumplen cara a nuestros clientes. De esta manera, alimentamos una variable de medición de los colaboradores.

* Sistema automatizado que permite a los usuarios interactuar con un servicio a través de respuestas de voz o entradas mediante el teclado del teléfono.



Atención y servicio posventa

Destacados de la gestión



Casos recibidos en canal telefónico y digital relacionados durante el ejercicio

- Saldos y fechas de pago de Tarjeta La Anónima
- Acreditaciones de pago
- Planes de pago
- Solicitud de modificación de datos de cuentas

Casos de La Anónima Online y Tecno & Hogar

- Autorización retiro de tercero
- Demoras de pedido
- Devolución de importes de compras

3.550.918

casos totales
recibidos



89,6%

(3.183.832) **Casos
resueltos con
automático** (IVR + BOT)



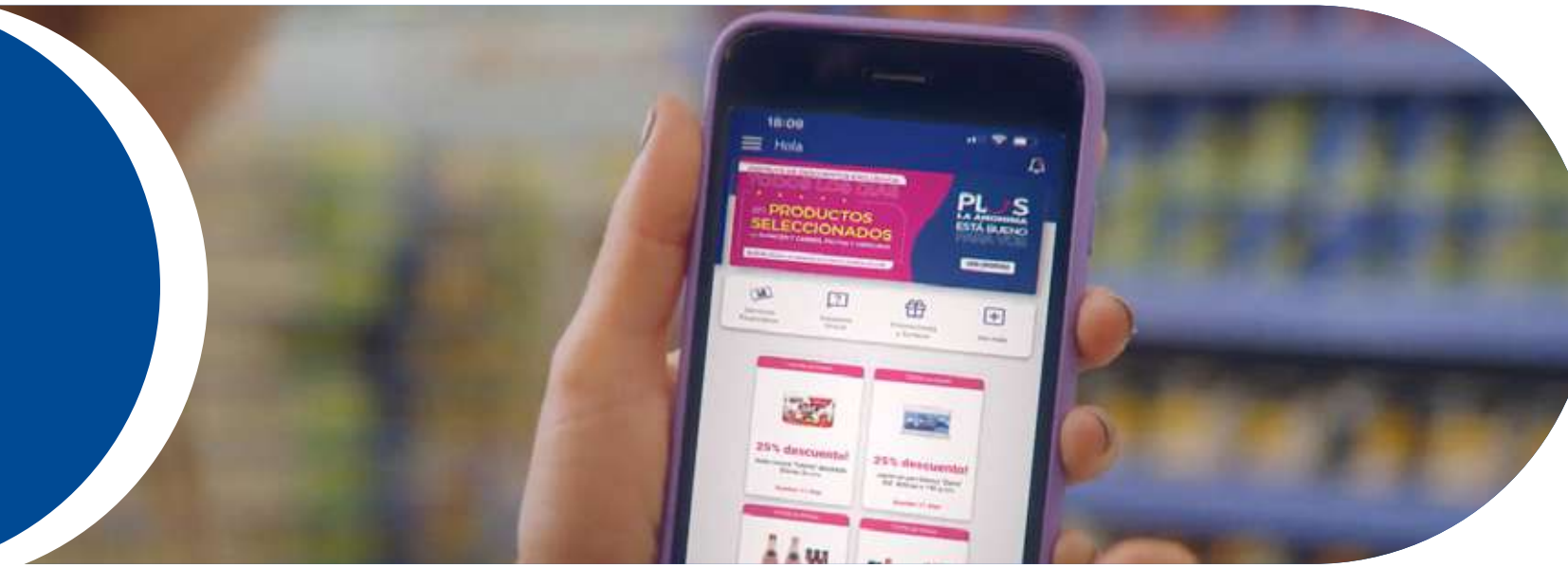
10,33%

(367.086) **Casos
Complejos***
(llamadas + chats)

* Casos Complejos: Son aquellos que no se resuelven de manera automática mediante IVR o BOT y llegan al Call Center para una atención personalizada.



Plus La Anónima: Programa de Fidelidad

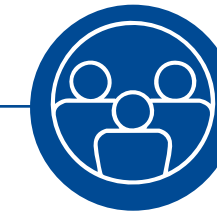


Plus La Anónima es nuestro programa de beneficios exclusivo, **pensado para premiar a quienes nos eligen día a día**. A través de esta plataforma, nuestros clientes acceden a descuentos y promociones especiales en una amplia red de marcas aliadas, tanto dentro como fuera de nuestras sucursales.

Este programa les permite a nuestros clientes disfrutar de múltiples oportunidades de ahorro en su vida cotidiana. El acceso al programa es gratuito y está disponible para todas las personas titulares de una cuenta en La Anónima Online o usuarios de Tarjeta La Anónima. Además, el programa se renueva constantemente, incorporando nuevas marcas y beneficios para seguir acompañando a nuestros clientes más allá de su experiencia de compra,

Logros

+2,2 millones
de clientes registrados



88%
de nuestros tickets identificados

94%
de nuestra venta identificadas. Hemos consolidado el hábito por parte del cliente de identificarse al momento de comprar.

Puntuación Play Store: 4,7/5.
+0,6 puntos vs 2023-2024

● Durante el último mes del ejercicio:

30%

de los clientes que compraron en nuestras sucursales utilizaron nuestra APP (+6 vs 2023/2024).

32%

de las compras que se concretaron en La Anónima Online se iniciaron a través de la App (+11 vs 2023/2024).

- Trabajamos en la **reingeniería de la APP** en conjunto con Globant como partner estratégico. El objetivo es tomar propiedad del código fuente y construir una arquitectura que permita escalar ágilmente funcionalidades actuales y futuros desarrollos.
- Se consolidó el área de **Retail Media**: su objetivo de posicionar a La Anónima como un medio para los anunciantes combinando marketing, tecnología y data.



Canales de e-commerce

Nuestros canales de e-commerce refleja la evolución de la experiencia de compra: ágil, segura y cercana. Con foco en la comodidad del cliente, integramos tecnología, variedad y medios de pago accesibles para llegar a cada hogar con una propuesta digital en constante mejora.

Mejoras y nuevas funcionalidades:

- Organizamos la propuesta comercial en 5 verticales: Tecnología, Hogar, Deportes, Moda y Super.
- Renovamos el checkout sumando más capas de seguridad y medios de pagos disponibles para cada transacción.
- Extendimos la presencia de Crédito La Anónima como alternativa de pago a toda la cobertura del canal online.

¡Unificamos el proceso de registro y acceso de usuarios de ambos canales!



+80.000

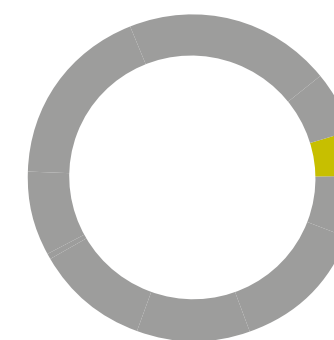
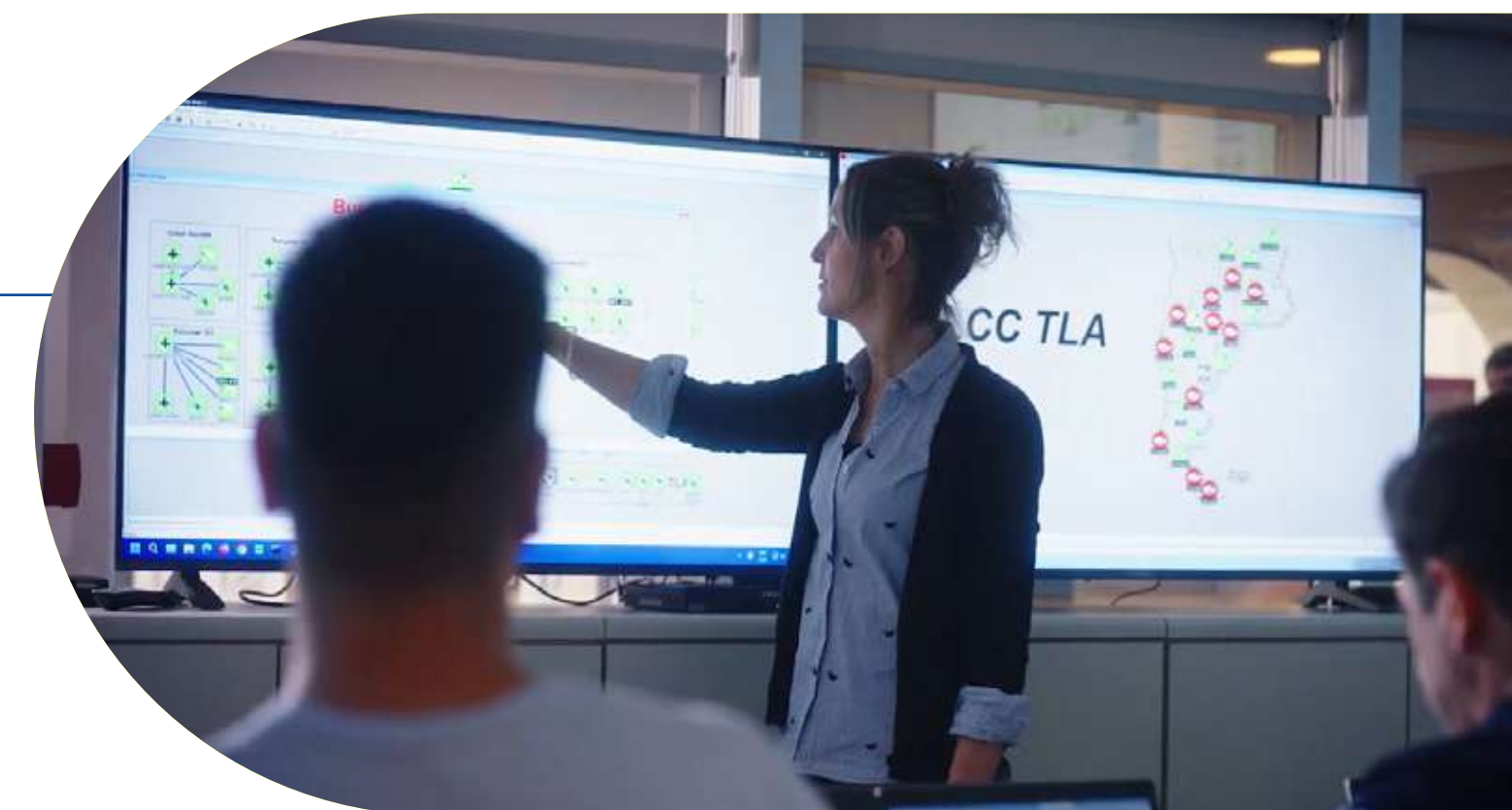
clientes online, compran recurrentemente.

● **70.000**

clientes activos compran Tecnología, Hogar, Deportes o Moda al menos una vez por cuatrimestre.

● **12.000**

clientes activos compran Supermercado al menos una vez por bimestre.



4,5%

Participación del canal online sobre las ventas totales de la compañía.

Participación por sector:



65%
Tecnología



17%
Hogar



12%
Supermercado



5%
Deportes



1%
Moda



Gestión de redes sociales

En La Anónima, valoramos la voz del cliente y fomentamos la interacción a través de nuestras redes sociales oficiales. Con un enfoque en el triple impacto, **gestionamos y monitoreamos la actividad de nuestros clientes en Facebook, Instagram, YouTube y Google Play.**

Nuestra misión es brindar atención destacada y personalizada en redes sociales, respondiendo de manera proactiva a opiniones, reclamos y sugerencias expuestas públicamente.

Monitoreo y Análisis

Realizamos un análisis detallado e individualizado de la actividad en cada plataforma. Elaboramos informes trimestrales que nos permiten identificar tendencias y actuar en consecuencia para mejorar la experiencia del cliente.

Gestión de Comunidad

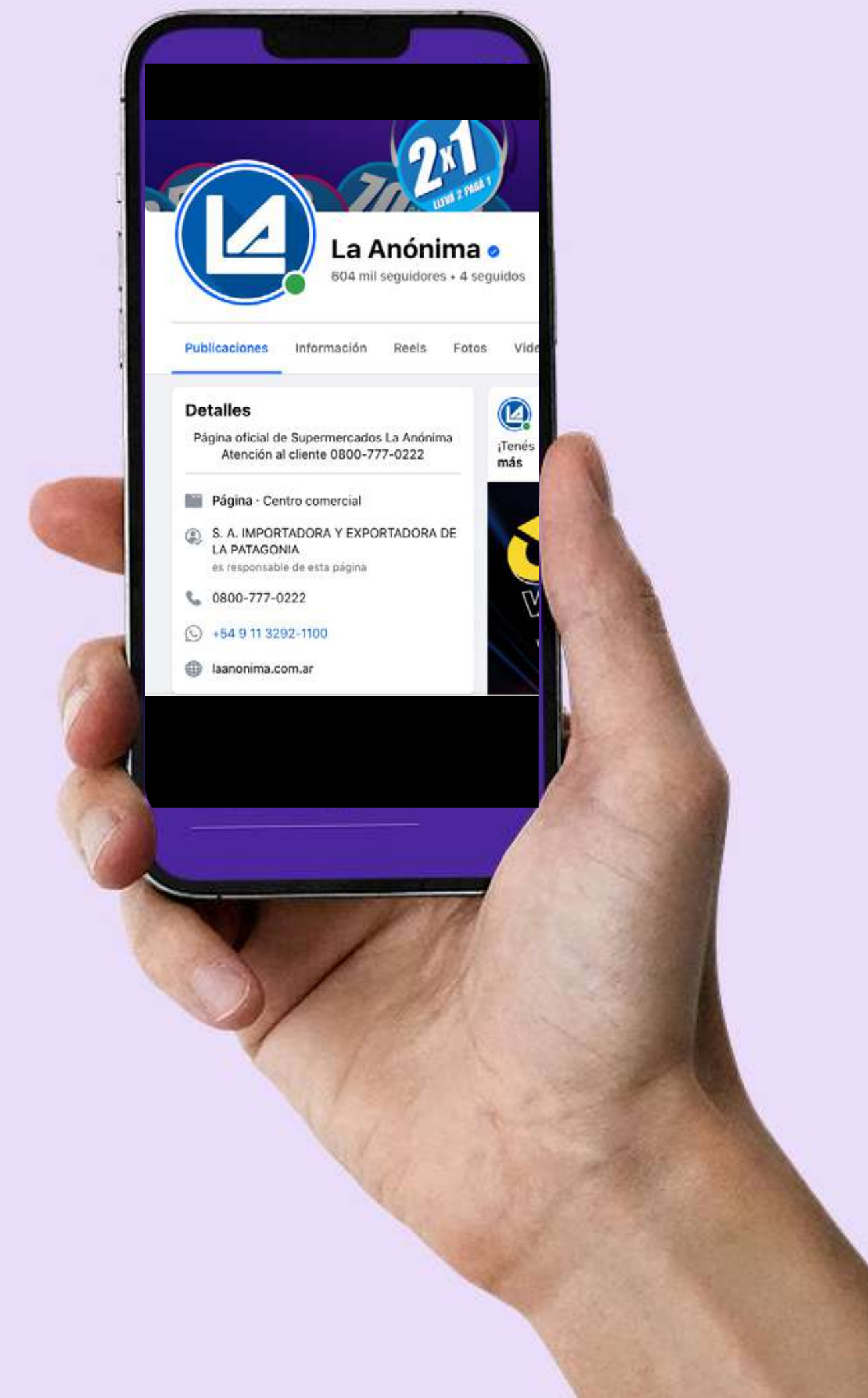
Administramos la comunidad pública de usuarios en nuestras redes sociales oficiales, buscando siempre mantener una comunicación abierta y efectiva.

Objetivos Clave

-Respuesta a Clientes: Nos aseguramos de ofrecer respuestas rápidas y personalizadas, generando un diálogo constructivo con nuestros clientes.

-Mejora Continua: Utilizamos los comentarios y sugerencias para mejorar nuestros servicios y productos, contribuyendo a una mejor imagen institucional.

-Triple Impacto: Todas nuestras acciones están alineadas con nuestra misión de generar un impacto positivo en los ámbitos económico, social y ambiental.





Gestión de Redes Sociales

CONTACTO TOTALES

2024-2025		+33.000 53.882 con sorteos
2023-2024		+36.000 64.324 con sorteos
2022-2023		+30.000

Variación 2023-2024 vs 2024-2025: **-5,7%**

CASOS CRÍTICOS GESTIONADOS Y RESUELTOS

2024-2025		0
2023-2024		15
2022-2023		70

Variación 2023-2024 vs 2024-2025: **-100%**

CONTACTOS Y GESTIONES POR MENSAJES PRIVADO

2024-2025		6.967
2023-2024		12.169
2022-2023		21.000

Variación 2023-2024 vs 2024-2025: **-42,7%**

TICKETS CREADOS POR PRIMERA VEZ RESUELTOS EN TIEMPO Y FORMA

2024-2025		0
2023-2024		25
2022-2023		54

Variación 2023-2024 vs 2024-2025: **-100%**

COMENTARIOS PÚBLICOS GESTIONADOS

2024-2025		+26.900 46. 915 con sorteos
2023-2024		+23.500 52.155 con sorteos
2022-2023		+9.000

Variación 2023-2024 vs 2024-2025: **+9,2%**

PROMEDIO ANUAL DE RETENCIÓN DEL BOT

2024-2025		96
2023-2024		92
2022-2023		93

Variación 2023-2024 vs 2024-2025: **+4%**



Consumo responsable

Enfoque de gestión

Impulsamos campañas y comunicaciones orientadas a promover hábitos de consumo responsables, acompañando a nuestros clientes en decisiones de compra que generen un menor impacto ambiental y social. Para ello:

- Fomentamos el consumo de productos saludables, sostenibles y de origen local.
- Brindando siempre información clara, accesible y transparente.
- Innovamos en nuestra oferta de productos eco-amigables para apoyar decisiones de compra responsables.

Política de Marketing Ético

Todas nuestras acciones comerciales y de comunicación están guiadas por una Política de Marketing Ético basada en cinco pilares fundamentales:

-  **Acciones Comerciales:** evitamos precios abusivos, falsificaciones y ventas engañosas.
-  **Comunicación Responsable:** garantizamos contenidos basados en la verdad, respetando la privacidad y los derechos de nuestros clientes.
-  **Impacto en Clientes:** medimos la satisfacción y ajustamos nuestras campañas según su retroalimentación.
-  **Transparencia Comercial:** aseguramos trazabilidad y claridad desde la creación del producto hasta su promoción.
-  **Cumplimiento Normativo:** respetamos todas las leyes y normativas vigentes.

Creemos que construir una relación más honesta, consciente y transparente con quienes nos eligen todos los días es clave para transformar el presente y futuro del consumo.

SAIEP

Campañas con clientes

A lo largo del año impulsamos campañas dirigidas a nuestros clientes que buscan visibilizar alternativas de compra con impacto positivo.

Resultados obtenidos

Nuestro Canal de YouTube



¡132.000 Seguidores!

Vs 16.400 2023-2024

Como el objetivo de impulsar campañas de Consumo Responsable, este año sumamos:

+26

contenidos en Sustentabilidad

+92.700

impresiones

+76

interacciones



Campañas con Cliente

Nuevo pilar de contenidos: “vida saludable”

Desarrollamos un nuevo pilar enfocado en el bienestar cotidiano, con el objetivo de acercar opciones reales para quienes eligen cuidarse y tomar decisiones de consumo más conscientes.

Bajo el concepto de Vida Saludable, impulsamos una forma de consumo responsable que pone en valor la salud personal, el bienestar y la calidad de los productos, haciendo que estén presentes en cada rincón del supermercado.

SAIEP

A. Post Fiestas

Después de las celebraciones de fin de año, sentimos la necesidad de volver a encontrar nuestro equilibrio y cuidar nuestro bienestar. A través de esta comunicación acompañamos a nuestros clientes con hábitos simples que ayudan a recuperar energía y encarar el nuevo año con vitalidad.

Creemos que pequeños cambios pueden generar grandes beneficios. Sentirnos bien y vivir mejor es posible si cuidamos de nosotros mismos, todos los días del año.



B. Salud del corazón

En La Anónima creemos que el amor es salud. Gestos simples como abrazar, reír o decir “te quiero” generan bienestar: liberan hormonas que reducen el estrés, fortalecen el sistema inmunológico y cuidan nuestro corazón.

En el mes de febrero, invitemos a nuestros clientes a regalar más abrazos, más risas y más palabras de afecto. Porque sentirnos bien y vivir mejor empieza con el amor que damos y recibimos todos los días.



SAIEP

ESPECIALISTAS EN INVIERNO

Entrenan con frío y saben cómo vencerlo

PORQUE COMO BUENOS EXPERTOS

TIENEN SUS TRUCOS.

C. Celiaquía

Promovemos buenas prácticas para evitar la contaminación cruzada y cuidar la alimentación de quienes siguen una dieta sin gluten.

Con estos simples gestos, contribuimos a que todas las personas puedan disfrutar de comidas seguras y libres de gluten, cuidando su salud y bienestar.

D. Actividad física en invierno

Sabemos que entrenar en invierno no es fácil, sobre todo cuando el termómetro marca temperaturas bajo cero. Por eso, celebramos a quienes, a pesar del frío salen igual a entrenar.

Invitamos a nuestros clientes a visitar nuestra Estación Verde y llevarse algo fresco y nutritivo para activarse. Mantenernos en movimiento y alimentarnos bien es la mejor forma de sentirnos bien y vivir mejor, incluso en la temporada más fría del año.



ENCONTRÁ TODO
LO QUE NECESITÁS
EN NUESTRA
ESTACIÓN SIN GLUTEN

¡TE ESPERAMOS!



Campañas con Cliente

Efemérides de sustentabilidad

Acompañamos distintas fechas clave que invitan a reflexionar sobre nuestro impacto individual y colectivo. A través de contenidos en nuestras tiendas y canales digitales, buscamos generar conciencia y promover hábitos responsables.

Estas efemérides nos permiten acercar información relevante y fomentar una ciudadanía más comprometida con el desarrollo sostenible.

SAIEP**26 de enero**

Día de la Educación Ambiental

Creemos que un mundo mejor empieza en el aula. Por eso, nos acercamos a las escuelas para acompañar a los más chicos en el aprendizaje de hábitos sostenibles.

A través de juegos y actividades, enseñamos a reducir, reutilizar y reciclar, promoviendo la importancia de separar los residuos y cuidar el ambiente desde temprana edad. Niñas y niños participan de nuestras jornadas educativas, convirtiéndose en protagonistas del cambio.

**14 de febrero**

Día Mundial de la Energía

El mes de febrero nos invita a reflexionar sobre la importancia de cuidar los recursos que usamos todos los días. Desde La Anónima, promovemos un consumo energético más eficiente, accesible y responsable.

En esta fecha especial, acercamos a nuestros clientes productos con tecnología inverter que permiten ahorrar hasta un 50% de energía, con un especial de 12 Cuotas Sin Interés.



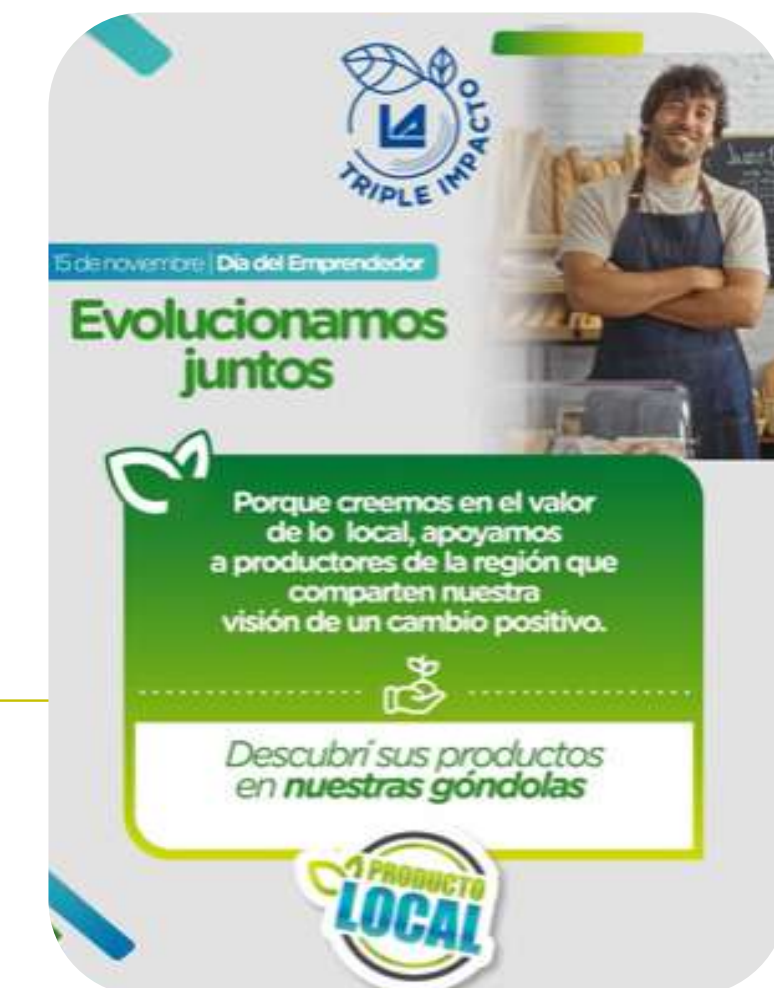
SAIEP

16 de abril

Día del Emprendedor

Reafirmamos nuestro compromiso con los productores locales, impulsando su desarrollo. Creemos en el valor de lo cercano, en la calidad que nace del trabajo de nuestra gente y en las ideas que impulsan un cambio positivo.

Por eso, acompañamos a emprendedores que comparten nuestra visión y ofrecemos sus productos en nuestras góndolas para que vos también puedas ser parte de esta evolución. Cada compra es un apoyo a la economía regional y a un futuro más sostenible.



15 de marzo

Día Mundial del Consumo responsable

Con motivo del Día Mundial del Consumo responsable en el mes de marzo, celebramos y promovemos esta temática. **Invitamos a nuestros clientes a conocer y elegir marcas con Certificación B, que se destacan por generar un impacto positivo en las personas, las comunidades y el ambiente.** Estos productos integran nuestra oferta y están disponibles todo el año en nuestras sucursales y tienda online.



15 DE MARZO

Día Mundial del Consumo Responsable

En el Mes de las Empresas B, celebramos el **Consumo Responsable** y te invitamos a descubrir las marcas con sello B, que generan impacto positivo en la comunidad y el ambiente.

22 de marzo

Día del Agua

Cuidar el agua está en nuestras manos. En el Día Mundial del Agua promovemos pequeños hábitos cotidianos entre nuestros clientes que generan un gran impacto como reducir el tiempo en la ducha, cerrar la canilla al lavar los platos y evitar el uso de la manguera para lavar el auto. Creemos que cada gesto cuenta y los buenos hábitos suman para proteger este recurso vital.





Planifiquemos nuestras compras:

Entre todos podemos
disminuir el desperdicio,
alimentemos el mañana.

#Valoremoslosalimentos



29 de septiembre

Día de la Concientización sobre la Pérdida y el Desperdicio de Alimentos

En el marco del Día de la Concientización sobre la Pérdida y el Desperdicio de Alimentos en el mes de septiembre, reforzamos nuestro compromiso con una alimentación más sostenible. **Impulsamos la campaña Valoremos los Alimentos, con iniciativas que invitan a reflexionar sobre cómo compramos, almacenamos y consumimos.**

A través de la etiqueta verde de Consumo Próximo, promovemos productos que vencen pronto para evitar que se desperdicien, ofreciendo precios accesibles y generando un impacto positivo.

En el **Día Internacional** de los
Derechos Humanos

Renovamos
nuestro programa



y reafirmamos nuestro
compromiso con
la comunidad

10 de diciembre

Día Internacional de los Derechos Humanos

En el Día Internacional de los Derechos Humanos reafirmamos nuestro compromiso con la comunidad renovando el programa Nutriendo Futuro, una iniciativa que impulsa el acceso a la alimentación y la formación con enfoque en derechos.

Cada año entregamos + 60.000 módulos alimentarios en 89 localidades de 10 provincias, gracias al trabajo conjunto con voluntarios y aliados estratégicos.



Campaña Mes de la B

En el mes de marzo de cada año, las Empresas B de todo el mundo se suman a la campaña con el fin de visibilizar e invitar a otras organizaciones y a los consumidores a ser agentes de cambio.

Objetivo

Promover el consumo responsable a través de dar a conocer a nuestros clientes de productos responsables y sostenibles.

¿Cómo lo hicimos?

En nuestras góndolas y nuestra tienda online identificamos cada producto de Empresa B certificada, para dar visibilidad y asegurar una compra con impacto positivo. Además, ofrecimos descuento en las compras de estos productos online.



SAIEP

Campaña “Proveedores Locales”

A través de esta iniciativa buscamos promover la presencia de productos elaborados en cada zona donde operamos, fortaleciendo a los proveedores locales y acercando propuestas de valor a nuestras comunidades:

Ubicación



Sucursales de Bariloche
(004 - 008 - 009 - 084 - 175) y el Bolsón (018 - 165).

Acción



Los productos regionales se destacan en góndola con un sello especial.

Beneficios



Conecta a los consumidores con productos regionales, impulsa la economía local y promueve prácticas sostenibles.

Góndola o Puntera Sin TACC

En nuestras sucursales, impulsamos una alimentación saludable mediante góndolas especialmente destinadas a productos sin TACC (trigo, avena, cebada y centeno).

Objetivos

facilitar el acceso a alimentos aptos para personas con celiacía

¿Cómo lo hacemos?

señalizamos de manera clara estas góndolas para mejorar la experiencia de compra.

A través de esta acción, promovemos una alimentación equilibrada y segura para nuestros clientes con necesidades específicas.





Campañas con Cliente

Acompañamos el desarrollo de una ciudadanía más informada, responsable y comprometida. Durante el año impulsamos distintas campañas y actividades orientadas a promover la educación financiera, la conciencia ambiental y las buenas prácticas de consumo, tanto entre nuestros clientes como dentro de la comunidad B.

**TDM**

Octubre Financiero

En el marco del Mes de la Educación Financiera y **junto a nuestros aliados Trasa, Brubank, Gire, Broker Andino y Lohas, organizamos cuatro talleres virtuales dirigidos a la comunidad B.** Las capacitaciones estuvieron enfocadas en tres áreas clave para el manejo de las finanzas personales: inversión, ciberseguridad y economía plateada. La propuesta convocó a colaboradores de empresas B de todo el país.

Links youtube encuentros:

**Encuentro Finanzas personales****Encuentro economía silver****Encuentro inversiones iniciales****Encuentro ciberseguridad****453****personas registradas****150****asistentes promedio
por encuentro****579****visualizaciones
posteriores**



Portal de Educación Financiera

Ponemos a disposición de nuestros clientes un portal con información clara y accesible para ayudarles a administrar mejor sus finanzas.

Organización Financiera:

brindamos pautas para gestionar ingresos y gastos, prevenir la morosidad y planificar las compras de manera eficiente.

Seguridad Financiera:

ofrecemos recomendaciones para proteger datos personales, prevenir fraudes (phishing, vishing, smishing) y mantener la seguridad al operar con productos financieros.

Con herramientas prácticas y contenidos útiles, buscamos acompañarlos en el cuidado y fortalecimiento de su salud financiera.



La Anónima - Educación Financiera

Iniciativas para nuestros clientes



Mailing educativo Educación financiera

Realizamos una campaña de correos dirigida a clientes con el objetivo de **fortalecer conocimientos clave sobre el uso responsable de productos financieros**. Las comunicaciones incluyeron contenidos específicos sobre ciberseguridad y protección de datos personales, dos aspectos fundamentales para operar de forma segura. Cada envío redirigía a una página exclusiva de educación financiera, con información útil, recomendaciones prácticas y recursos para una mejor toma de decisiones.



Encuesta sustentable

Realizamos una encuesta dirigida a clientes con la tarjeta al día, residentes en la localidad de Junín, **con el objetivo de conocer su interés y nivel de compromiso en temáticas vinculadas a la sostenibilidad**. La consulta incluyó preguntas sobre prácticas como el compostaje, la separación de residuos, el reciclado, el ahorro energético y otras acciones cotidianas que contribuyen al cuidado del ambiente.

Resultados

26

clientes respondieron

60%

considera que Fintech LA tiene un involucramiento medio o primordial en temáticas ambientales

10%

Continúa recibiendo su resumen en formato papel

40%

fueron clientes mayores de 55 años

35%

le interesa hacer actividades vinculadas al cuidado de los recursos naturales

30%

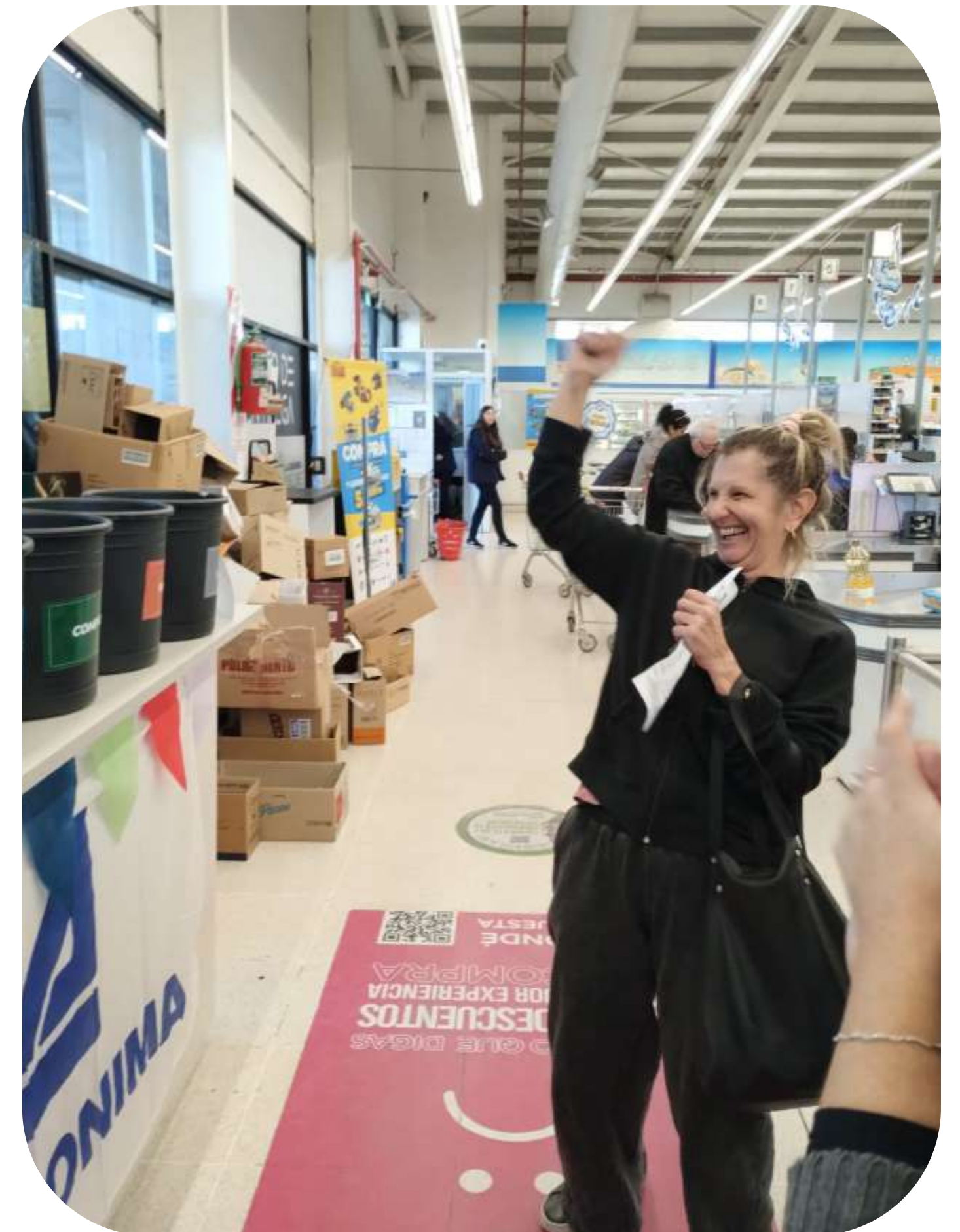
le interesa hacer actividades sobre reciclaje



Taller presencial: conciencia ambiental y finanzas responsables

Llevamos adelante una actividad presencial en la sucursal de Junín junto a nuestro equipo de SHYMA para acercar contenidos sobre conciencia ambiental a nuestros clientes. **A través de juegos y propuestas lúdicas vinculadas al reciclaje y a los productos Fintech, compartimos información útil para aplicar en el hogar y conocer mejor las oportunidades que ofrecen las soluciones de La Anónima Fintech.**

Como parte de la experiencia, los participantes se llevaron compost elaborado en nuestras oficinas, kits de semillas para huerta, bolsas reutilizables y cupones de descuento para compras en La Anónima Online.





Nuestras comunidades

- 01 | Programa de donaciones
- 02 | Impacto comunitario
- 03 | Voluntariado corporativo
- 04 | Sinergias de valor
- 05 | Compromiso y gestión: desperdicios de alimentos





Nuestras comunidades

Enfoque de gestión

En línea con nuestro propósito de **“Acercar un futuro mejor a nuestros clientes y comunidades”, impulsamos acciones y programas de impacto comunitario en cada una de las localidades donde estamos presentes.** Lo hacemos con una mirada integral, abordando ejes clave como la Nutrición, Educación y Salud y Bienestar.

A través de alianzas con organizaciones sociales, educativas y gubernamentales, canalizamos nuestros esfuerzos para que cada iniciativa responda a necesidades concretas del territorio. Promovemos la participación de nuestros equipos y apostamos al trabajo colaborativo como motor para construir un impacto positivo, duradero y genuino en el entramado social que nos rodea.





Programa de Donaciones

(GRI 413-1, GRI 413-2)

Promovemos el desarrollo y bienestar en las zonas donde operamos a través de una Política de Donaciones basada en tres dimensiones principales:



Comunidad

Acompañamos a organizaciones sociales que trabajan por el bienestar de las personas, integrándolas en nuestras acciones y contribuyendo a su desarrollo.



Medio Ambiente

Apoyamos iniciativas que impulsan prácticas responsables y sostenibles en el uso de los recursos naturales.



Educación

Colaboramos con instituciones y fundaciones educativas que fomentan la formación, la participación ciudadana y el desarrollo comunitario.



+3.195

millones de pesos donados

80,4%

Nutrición

8,3%

Educación

11,3%

Salud y bienestar

En el marco de la Política de Donaciones, todas nuestras iniciativas se alinean con el Compromiso de Triple Impacto, priorizando proyectos con impacto social, ambiental y económico positivo. Realizamos un seguimiento constante para medir el resultado de cada aporte, garantizando beneficios sostenibles y reafirmando nuestro compromiso con la transparencia y la integridad.





Impacto Comunitario

(GRI 413-1, GRI 413-2)

Los programas que llevamos adelante se enmarcan en estos 3 ejes de trabajo. A través de estos ellos buscamos generar valor compartido, fortaleciendo los vínculos con las comunidades e impulsando su desarrollo.

Nutrición

Apoyamos proyectos y actividades sociales que fortalecen a instituciones que trabajan activamente por la nutrición y la mejora de la calidad de las comunidades donde estamos presentes.





Programa “Nutriendo Futuro LA”

Alianza

En línea con nuestro propósito de “Acercar un futuro mejor a nuestros clientes y comunidades”, desde 2022 desarrollamos el programa Nutriendo Futuro, una iniciativa destinada a acompañar a mujeres desempleadas que son sostén de hogar en contextos de vulnerabilidad social, económica y alimentaria.



Entregamos **+60.000 módulos** alimentarios

Con una frecuencia mensual entregamos más de 5.000 módulos alimentarios en las 89 localidades de las 10 provincias donde operamos, el programa busca promover seguridad alimentaria, una alimentación saludable y fortalecer la autonomía y empleabilidad de sus destinatarias. Para lograrlo, trabajamos en alianza territorial con el Banco Patagónico de Alimentos (BPA) y la Fundación de Estudios Patagónicos (FEP), quienes coordinan la implementación de manera articulada con organizaciones locales y municipios.



Alimentos propicios para una **alimentación equilibrada**

Cada módulo alimentario contiene **16 productos de la canasta básica**, seleccionados por nutricionistas, con un peso aproximado de **10,5 kg y el equivalente a 31 platos de comida saludable**. Incluye, además, un recetario práctico con ideas para aprovechar los alimentos y una guía de buenas prácticas para la manipulación segura y responsable.



Armado de módulos y red de distribución

La distribución se realiza mediante nuestra red logística y el apoyo de actores comunitarios locales. Además, **el armado y la entrega de los módulos están a cargo de colaboradores que participan de manera voluntaria**, reforzando el compromiso solidario de nuestra cultura organizacional.



Programa “Nutriendo Futuro LA”

Alianza

Acompañamiento integral

En forma complementaria, las beneficiarias del programa acceden a un proceso de formación en tres ejes clave:

Promoción
de la salud

Formación
sociolaboral

Promoción
de derechos

Este abordaje integral apunta a favorecer la salida progresiva de las beneficiarias de su situación de vulnerabilidad, abriendo paso a nuevas participantes.



Edición 2024 -2025

**62.640**

módulos anuales

657.720kg de alimentos
distribuidos**1.941.840**

platos de comida

**10**Provincias
alcanzadas**89**Localidades
alcanzadas**5.220**mujeres alcanzadas
sostén de familia en
situación de vulnera-
bilidad social

Destacado 2024

342mujeres dejaron el
módulo porque mejoró
su situación social



Educación

Respaldamos a instituciones educativas y fundaciones que fomentan la educación y la participación ciudadana, contribuyendo a la formación y desarrollo de las comunidades para un futuro mejor.



Programa “Desafío leer. El club”

Alianza



Desde 1998 trabajamos junto a **Fundación Leer** en el desarrollo de programas educativos que promueven la lectura en niñas y niños de las comunidades donde estamos presentes. A lo largo de estos más de 25 años, hemos implementado diversas iniciativas en escuelas, bibliotecas y centros de salud, fomentando el vínculo entre la lectura, el aprendizaje y el desarrollo social.

En 2021, como respuesta al contexto de pandemia, lanzamos la **plataforma digital “Desafío Leer, El Club”**, una herramienta interactiva que invita a estudiantes y docentes a participar en clubes de lectura, acceder a una biblioteca virtual con literatura infantil y explorar propuestas de escritura y actividades didácticas.

Impacto acumulado (2023 - 2025)



655.102

usuarios (niños, niñas y docentes)



26.592

docentes capacitados



156.214

horas dedicadas a la lectura



1.056.880

libros leídos



Iniciativas en territorio

En 2025 y en el marco del programa implementamos las siguientes acciones:



Rincones de lectura

Rincones de Lectura en bibliotecas públicas: inaugurados en San Patricio del Chañar (Neuquén) y Fernández Oro (Río Negro), localidades donde abrimos nuevas sucursales; recibieron, cada uno, la donación de 600 libros infantiles y mobiliario.

 **2** nuevos rincones

 **600** libros infantiles

Cabe destacar que en forma complementaria, los referentes reciben capacitación virtual para potenciar sus estrategias de promoción de lectura. **Los equipos de sucursales y mantenimiento de La Anónima, en el marco del programa VoluntariadoLA, colaboran en el armado de espacios de lectura y participan de actividades junto a las infancias.**





Iniciativas en territorio



Sorteo El Club Bibliotecas Móviles

Se donaron 3 bibliotecas móviles con
300 libros cada una.

Sorteo El Club Changuito de Lectura

Se donó 1 changuito con 400 libros a
la escuela del niño más lector.

En 2024 celebramos que **Benjamín Chima**, estudiante de la Escuela N.º 3131 de Sarmiento, Chubut, quien fue reconocido como uno de los niños más lectores de la plataforma Desafío Leer, El Club. Como premio, recibió libros y su escuela un changuito con 400 títulos para ampliar su biblioteca escolar.



Patrocinamos la **Maratón Nacional de Lectura**,

Una campaña federal de Fundación Leer
que llega a más de cinco millones de
personas en todo el país, celebrando la
lectura en un mismo día.



Becas estudiantiles

Alianza**UNIVERSIDAD
TORCUATO DI TELLA****Universidad de
SanAndrés**

Desde 2018, impulsamos alianzas con universidades de reconocida trayectoria como el Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA), la Universidad Torcuato Di Tella y la Universidad de San Andrés, con el objetivo de promover el acceso a la educación superior de calidad.

A través de estas alianzas, financiamos becas universitarias para 6 estudiantes provenientes de distintas localidades donde estamos presentes: Lago Puelo y Comodoro Rivadavia (Chubut), Villa La Angostura y Ciudad de Neuquén (Neuquén), Bariloche (Río Negro) y Río Grande (Tierra del Fuego).

Las carreras elegidas abarcan disciplinas clave para el desarrollo del país, como Economía, Contador Público, Relaciones Internacionales, Estudios Internacionales, Ingeniería Electrónica, Ingeniería Industrial e Ingeniería en Inteligencia Artificial.





Pasantías Universitarias

Alianza

Para llevar adelante esta iniciativa, contamos con una red de 22 universidades aliadas, con las que firmamos convenios marco que amplían el alcance del programa:

- ITBA - Instituto Tecnológico de Buenos Aires
- Da Vinci - Escuela Superior de Arte Multimedia
- UA - Universidad Austral
- UADE - Universidad Argentina de la Empresa
- UCA - Universidad Católica - Ciencias Económicas
- UCA - Universidad Católica - Ingeniería
- UCEMA - Universidad del CEMA
- UCES - Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales
- UdeSA - Universidad de San Andrés
- UIA - Universidad Abierta Interamericana
- UM - Universidad de Morón
- UNLAM - Universidad Nacional de La Matanza La Anónima
- Universidad Nacional de Moreno
- UNLU - Universidad de Luján
- UNO - Universidad Nacional del Oeste (Moreno)
- USAL - Universidad del Salvador
- Universidad Siglo 21
- UTDT - Universidad Torcuato Di Tella
- UTN - Regional Haedo
- Universidad Nacional de La Plata*
- Universidad Católica de La Plata*
- UCA - Facultad de Derecho*

(*) Se incorporaron en 2024.

Ofrecemos pasantías universitarias como una oportunidad para que jóvenes estudiantes den sus primeros pasos en el mundo profesional, aplicando sus conocimientos en entornos reales, desarrollando competencias clave y explorando distintas posibilidades de inserción laboral.

Nuestro programa está dirigido a estudiantes mayores de 18 años, con una duración de 6 meses a un año y medio y una carga máxima de 20 horas semanales. Estas experiencias no sólo fortalecen el perfil de cada estudiante, sino que también generan un impacto positivo en la comunidad, brindando herramientas y oportunidades concretas de crecimiento.

Durante el último ejercicio:

21 pasantes participaron

10 activos

8 efectivizados

3 renunciaron



Prácticas Profesionalizantes en Dirección General

En alianza con la escuela técnica zonal de Ituzaingó, desarrollamos una nueva edición de nuestro programa de prácticas profesionalizantes, en colaboración con las áreas de Sistemas y Mantenimiento.

Esta iniciativa representa una valiosa oportunidad para que los y las estudiantes adquieran experiencia práctica, apliquen sus conocimientos técnicos y desarrollen habilidades clave para su futura empleabilidad.

En esta edición:

24

estudiantes fueron seleccionados para iniciar sus prácticas en nuestras instalaciones.*

Acompañamos a cada joven a lo largo de todo el recorrido, brindándoles una formación integral con mirada 360° sobre el mundo del trabajo. Buscamos que cuenten no solo con herramientas técnicas, sino también con competencias transversales que potencien su inserción laboral futura.

Prácticas profesionalizantes en Frigorífico de Salto

Sostenemos nuestro compromiso con la formación técnica de jóvenes de la comunidad, mediante el Programa de Prácticas Profesionalizantes en el Frigorífico Salto, en alianza con dos instituciones educativas de la región:



**Escuela Secundaria Técnica
"Dr. Antonio Montes" de Salto**

**Escuela Agraria N°1 Gahan,
también de Salto**

Durante 2024 y 2025, recibimos estudiantes en los sectores de control de calidad, laboratorio, mantenimiento y bienestar animal, brindándoles la oportunidad de aplicar sus conocimientos en un entorno real de trabajo.

Este programa representa una valiosa instancia de aprendizaje y empleabilidad para los jóvenes, a la vez que refuerza nuestro vínculo con la comunidad local.

Datos destacados del programa:

Segundo semestre 2024

8 estudiantes de la Escuela Técnica

2 estudiantes de la Escuela Agraria

1 alumno fue efectivizado

Primer semestre 2025

4 estudiantes de la Escuela Técnica

2 estudiantes de la Escuela Agraria

* 42 chicas y chicos participaron de reuniones de assement junto al equipo de Empleos como parte de su formación y empleabilidad futura.



Salud y bienestar

Priorizamos iniciativas que promuevan el cuidado de las personas, asegurando el acceso de a la salud en nuestras comunidades.



A través de esta alianza, contribuimos a garantizar una atención sanitaria oportuna, segura y de calidad para las comunidades fueguinas.

Alianza por la salud y la atención del Trauma

Alianza

En alianza con Fundación Trauma y el Gobierno de la Provincia de Tierra del Fuego, impulsamos la implementación del Programa Trauma, orientado a mejorar la calidad de atención a pacientes traumatizados y reducir la mortalidad prevenible en la provincia.

El trabajo conjunto promueve la organización de un sistema de atención eficiente, optimizando los recursos locales y fortaleciendo la respuesta del sistema de salud. Para ello, acompañamos el desarrollo de capacidades institucionales, la sistematización de información clínica y la toma de decisiones basada en evidencia.



El programa se implementa de manera escalonada en tres etapas: diagnóstico, implementación y consolidación, **con hitos como:**

- Asesoramiento técnico y acuerdos institucionales.
- Capacitación profesional con aval científico.
- Creación de Comités de Trauma y carga de datos en el Sistema de Registro.
- Monitoreo de la calidad de atención y desarrollo de reportes para la mejora continua.



Instituciones participantes:

Hospital Regional Ushuaia “Gobernador Ernesto M. Campos”

Hospital Regional Río Grande

Dirección General de Atención de la Emergencia de la Provincia

Centro Asistencial Tolhuin (incluido en el plan de becas por su ubicación estratégica)

● 71 ————— ● 77 ————— ● 48 ————— ● 20 ————— ● 3

profesionales de la salud capacitados

becas otorgadas desde el inicio del programa en la provincia:

personas becadas en RCP Plus nivel avanzado

profesionales capacitados en ATCN (Advanced Trauma Care for Nurses)

profesionales capacitados en ATLS (Advanced Trauma Life Support)



Campaña de donación de sangre

En octubre de 2024, llevamos adelante la tercera edición de nuestra Campaña de Donación de Sangre en la Dirección General (Ituzaingó, Buenos Aires), en alianza con el Hospital Nacional Posadas.

La actividad se desarrolló con total normalidad y fue ampliamente valorada por quienes participaron, reflejando un fuerte compromiso con la salud y la solidaridad. Seguimos impulsando estas acciones que fortalecen nuestros lazos con la comunidad y promueven el cuidado colectivo.

21 **colaboradores** participaron*



* 45 personas se ofrecieron como voluntarias para la donación de sangre.

Otras acciones destacadas

• Acompañamiento en Salto y Arrecifes

En mayo de 2025, la ciudad de Salto sufrió importantes inundaciones que afectaron a parte de nuestra comunidad y a varios de los colaboradores de nuestro frigorífico en esta localidad. Frente a esta situación, nos organizamos rápidamente para brindar contención y apoyo, demostrando una vez más que nuestro compromiso con las personas va más allá del ámbito laboral.

Conformamos un Comité Interno integrado por jefes y supervisores del frigorífico, que se reunió en varias oportunidades para realizar un relevamiento detallado de los sectores y de los colaboradores afectados. Gracias a este trabajo, pudimos identificar las necesidades específicas de cada persona y coordinar un acompañamiento cercano y personalizado.

Entre las principales acciones implementadas, entregamos:

- kits de limpieza, ropa y botas a los colaboradores damnificados.
- Otorgamos días libres para que pudieran atender sus urgencias.
- Donamos agua y productos de limpieza al municipio de Salto para colaborar con la comunidad en general.
- Desde el área de Recursos Humanos también se ofrecieron préstamos especiales de la compañía destinados a la recuperación de bienes perdidos, beneficio al que accedieron más de 40 colaboradores.



• Apoyo a la comunidad de El Bolsón

Durante los incendios forestales que afectaron a El Bolsón y a distintas localidades de la región, nos movilizamos para acompañar a las familias y sectores más vulnerables, reafirmando nuestro compromiso de cercanía y solidaridad.

Para dar respuesta a las necesidades más urgentes, trabajamos en alianza con proveedores y organizaciones locales, articulando esfuerzos para que la ayuda llegara de manera efectiva a quienes más lo necesitaban. Esta red de colaboración fue clave para multiplicar el impacto de las acciones y generar un alivio concreto en un contexto de emergencia.



Entre lo entregado encontramos:



Agua mineral



Fruta



Insumos para elaboración de viandas



• Donación en San Martín de los Andes

Con el fin de fortalecer la conectividad en zonas críticas y colaborar con las tareas de prevención y combate de los incendios donamos al Municipio de San Martín de los Andes un equipo de internet satelital Starlink. Estas acciones buscan no solo mitigar las consecuencias inmediatas de la emergencia, sino también aportar herramientas que fortalezcan la resiliencia de las comunidades afectadas.

El dispositivo fue entregado al Municipio y posteriormente cedido al Parque Nacional Lanín para optimizar las comunicaciones en el área donde se desarrolla el operativo de combate contra el fuego.



Link a la nota



Voluntariado Corporativo

(GRI 203-2, GRI 413-1)

Con el objetivo de hacer partícipes a nuestros colaboradores y promover nuestro propósito de **acercar un futuro mejor a nuestros clientes y comunidades**, desarrollamos nuestro **Voluntariado Corporativo**. Esta iniciativa invita a todas las personas que forman parte de La Anónima a participar activamente en causas sociales y ambientales en las localidades donde estamos presentes.



+470

Voluntarios



+1.100

Horas de voluntariado



Evolución del voluntariado



Voluntarios



Horas de Voluntariado

2024-2025

474

1.139

2023-2024

509

1.103,8

2022-2023

277

916,5

Durante el ejercicio en curso se realizaron los siguientes voluntariados:

Distribución del voluntariado en programas

Programa	Horas	% particip.
Charlas/Capacitaciones	19	1,7%
Donación de ropa	16,5	1,4%
Entrega de donaciones / sinergias	1	0,1%
Feria de Empleos / Universidades	38	3,3%
Fundación Leer	206,5	18,1%
Limpieza de playas/costas	3	0,3%
Nutriendo Futuro	843	74,0%
Plantación de arboles	8	0,7%
Visitas (Familia, Universidades, Escuelas, etc.)	4	0,4%
Total	1.139	100%

Distribución del voluntariado en unidades de negocio

Unidad de Negocio	Horas	% particip.
Base de Transferencia	10	0,9%
Sucursales	943	82,8%
Centro de Feteado	8	0,7%
Dirección General	165	14,5%
Fintech	13	1,1%
Total general	1.139	100%



1.139 horas



Campaña solidaria de donaciones

En el marco del Día de la Niñez, realizamos una campaña solidaria de donaciones destinada a diversas organizaciones comunitarias. Gracias a una convocatoria interna y voluntaria, reunimos productos nuevos aportados por la compañía y por nuestras personas colaboradoras.

Las entregas incluyeron 15 acolchados, más de 80 pares de calzado, seis cajas con ropa de abrigo y kits de higiene bucal, que fueron destinados al Merendero El Sol Sale para Todos de General Rodríguez, Cáritas – Nutriendo de Ituzaingó, y el Hogar Todo va a estar bien de La Reja, Moreno.

También acercamos donaciones a la Casa de Convivencia La Marabunta, en San Martín, un espacio que brinda alojamiento y contención a mujeres trans, lesbianas, personas no binarias y mujeres en situación de calle o en contextos de consumo problemático.





Sinergias de valor

SAIEP

(GRI 2-6, GRI 2-29, GRI 203-2)

Creemos en el poder de la colaboración para multiplicar el impacto positivo. **Promovemos alianzas con nuestros proveedores estratégicos para desarrollar iniciativas con foco comunitario que fortalezcan el entramado social en las localidades donde estamos presentes.** Estas acciones conjuntas reflejan nuestro compromiso compartido con el desarrollo sostenible, y nos permiten acercar soluciones concretas a las comunidades, integrando capacidades, recursos y saberes diversos.



Compromiso ambiental y cuidado animal junto a Molino Chacabuco

Alianza

RAZA

En el marco de nuestro **Programa de Sinergias de Triple Impacto con Proveedores**, fortalecimos una alianza con **Molino Chacabuco**, proveedor de alimentos para mascotas a través de su marca **Raza**, en colaboración con **Tetra Pak**, para promover acciones conjuntas de impacto ambiental y social.

Como parte de su programa de impacto comunitario, Molino Chacabuco desarrolla cucas para perros elaboradas a partir del reciclado de envases de cartón Tetra Recart®, utilizados en los guisados de su línea Raza. Estas cucas son donadas a refugios de animales de distintas partes del país.

Con el objetivo de ampliar el alcance de esta iniciativa a las comunidades donde estamos presentes, desde La Anónima nos sumamos a través de nuestro programa de **Voluntariado LA** y el despliegue de nuestra red logística para facilitar la llegada de estas donaciones a tres refugios seleccionados según necesidades identificadas localmente:



Segunda Oportunidad Animal

Chacabuco, Buenos Aires

@segunda.oportunidad.animal

APANI (Asociación Protectora de Animales)

Santa Rosa, La Pampa

@apanioficial

Sociedad Protectora de Animales

Laboulaye, Córdoba

@protectoralaboulaye



Proyecto Buply: por una gestión circular del plástico

Alianza

Las transformaciones sostenibles requieren del trabajo conjunto. Por eso, desde La Anónima impulsamos el **Proyecto Buply** en alianza con **Buplasa** y **Unilever Argentina**, con el objetivo de promover una gestión más consciente del plástico posconsumo y su re inserción en la economía circular.

Esta sinergia se materializa en la instalación de una **Estación de Recolección de Material Plástico** en el **Shopping Paseo de la Patagonia**, en la ciudad de Neuquén. Se trata de un espacio accesible, educativo y participativo, diseñado para que la comunidad pueda reciclar con sentido y compromiso.



Desde febrero 2025, las personas pueden:



Llevar sus envases plásticos posconsumo



Hacer un seguimiento de su contribución mediante una aplicación digital



Medir el impacto ambiental de sus acciones



Acceder a contenidos educativos y recibir beneficios como reconocimiento por sus buenos hábitos



¿Quieres conocer más?

Resultados desde que se inició hasta junio 2025:

420 Usuarios en la app Buply

18.472 Kg recibidos

15.514 Kg insertados en economías circulares





Nuevas oportunidades para mujeres emprendedoras

Alianza

En el marco de nuestro **Programa Nutriendo Futuro**, y en articulación con el **Banco Patagónico de Alimentos** y la **Fundación de Estudios Patagónicos**, acompañamos año tras año a mujeres sostén de hogar en situación de vulnerabilidad social mediante la entrega de módulos alimentarios y la generación de espacios de encuentro, formación y desarrollo personal.

Durante este ejercicio, sumamos una nueva sinergia de valor con uno de nuestros proveedores certificados como **Empresa B: Biogreen Argentina**. Junto a ellos, coordinamos una jornada de capacitación en las localidades de **Plaza Huincul** y **Cutral Co**, destinada a **110 mujeres beneficiarias** del programa, con el objetivo de promover el autoempleo y brindar una oportunidad de desarrollo laboral con enfoque sustentable.

Durante la jornada, cada participante recibió un **kit de inicio al negocio** y un **catálogo de productos**, como punto de partida para integrarse a la red de venta independiente de Biogreen. Esta propuesta fomenta la generación de ingresos genuinos, alineada con principios de consumo responsable y conciencia ambiental.

**5**

mujeres iniciaron el camino emprendedor como revendedoras por catálogo

Rincones de lectura

Alianza

En línea con nuestro **Compromiso Triple Impacto**, celebramos la participación de **Limansky**, proveedor aliado que comparte nuestra visión de sostenibilidad e inclusión, en el marco del proyecto de **Aperturas de Rincones de Lectura**.

A través de esta alianza, Limansky realiza la donación de **módulos de espuma de alta densidad**, diseñados para brindar confort y relajación a niños durante los momentos de lectura. Estos materiales enriquecen la experiencia de los espacios, promoviendo un entorno más acogedor y estimulante.

Hasta el momento, Limansky participó activamente en la apertura de **dos Rincones de Lectura**:

**San Patricio del Chañar****Fernández Oro**

Esta alianza contribuye a nuestro propósito de acercar un futuro mejor a nuestros clientes y comunidades, especialmente a través del acceso a la lectura y el desarrollo infantil.



Compromiso y gestión: Desperdicios de alimentos

SAIEP

(GRI 306-1, GRI 306-2)

Como parte de nuestro **Compromiso con el Triple Impacto**, trabajamos de manera activa y sistemática para minimizar la pérdida y el desperdicio de alimentos a lo largo de nuestra operación. Esta gestión se implementa tanto en nuestra **base de transferencia**, nuestras **sucursales** como en los **Centros de Distribución Regionales (CDR)**, mediante una combinación de herramientas comerciales, procedimientos logísticos y acciones solidarias, articuladas con aliados clave.



Adhesión a planes nacionales y alianzas estratégicas

Desde 2019 formamos parte de la **Red Nacional para la Reducción de Pérdidas y Desperdicio de Alimentos**, impulsada por la Secretaría de Bioeconomía del Ministerio de Economía. En este marco, desarrollamos acciones conjuntas con actores como **GSI, Banco de Alimentos** y organizaciones de la comunidad.

Además, participamos activamente en el programa **#ValoremosLosAlimentos**, promoviendo el consumo responsable y convirtiéndonos en agentes proactivos del cambio cultural necesario para reducir el desperdicio.

Medición Anual de Mermas: en alianza con **GSI** y la Secretaría de Bioeconomía, realizamos mediciones de mermas en retail.



Más información sobre el Plan Nacional de Reducción de Pérdidas y Desperdicio de Alimentos

Gestión en nuestras sucursales: RAG y Consumo Próximo

En nuestras sucursales implementamos el procedimiento de **Retiro Anticipado de Góndola (RAG)**, un mecanismo para identificar y clasificar los productos con vencimiento próximo, diferenciando entre productos perecederos y no perecederos. Cada producto antes de llegar a su fecha de vencimiento se le aplica una acción comercial “Consumo Próximo” con descuentos agresivos para su venta. Pasado la acción comercial y antes de su fecha de vencimiento los productos son retirados de la góndola para su posterior rescate.

La acción **Consumo Próximo** busca incentivar el consumo antes del vencimiento, reduciendo desperdicios. Los productos permanecen en su góndola de origen, conviviendo con el resto de la mercadería, para que el cliente pueda elegir libremente entre ambas opciones.



Unidades vendidas para sistema RAG

	Venta Unidades rag	Venta total Unidades	% Representa en venta
(2024-2025)	6.187.701	845.024.945	0,73%
(2023-2024)	5.337.684	868.533.166	0,61%
(2022-2023)	4.298.974	881.969.500	0,49%
(2021-2022)	4.332.036	869.749.675	0,50%

Unidades rescatadas para donación

Período	Unidades rescatadas para donación no perecedero	Venta total Unidades	%
2024-2025	1.007.287	845.024.945	0,12%



Prueba piloto de rescate de alimentos Perecederos

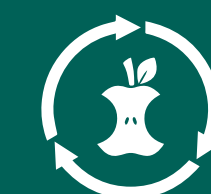
En diciembre 2024 pusimos en marcha una prueba piloto **de rescate de alimentos perecederos** en 3 sucursales de la ciudad de Cipolletti (N°238, N°051 y N°164). El objetivo fue evaluar la **factibilidad y viabilidad operativa** del rescate de este tipo de productos.

Las donaciones se realizaron en alianza con el **Banco Patagónico de Alimentos y sus aliados territoriales**, lo que garantiza la correcta **trazabilidad, seguridad alimentaria** y distribución responsable de los productos rescatados.

Resultados:

111.801

unidades de productos perecederos rescatadas desde su implementación hasta junio 2025.



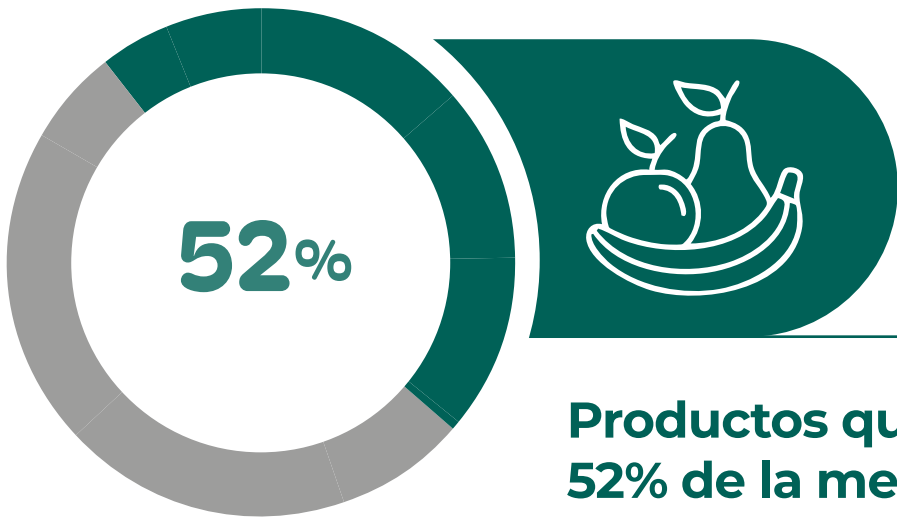
A partir de los aprendizajes obtenidos, en julio de 2025 iniciamos un **plan de ampliación en tres etapas** que nos permitirá escalar gradualmente el rescate de perecederos al resto de nuestras sucursales, reforzando nuestro compromiso con la reducción del desperdicio y la seguridad alimentaria.



Sector Frutas y Verduras

Realizamos un seguimiento exclusivo del sector de Frutas y Verduras con el objetivo de monitorear los kg totales vendidos y su perdida y desperdicio (merma)*.

	millones de kg vendidos	merma en kg
2024-2025	77	6,55%
2023-2024	75	7,45%
2022-2023	75	7,29%
2021-2022	72	7,2%



Productos que aportan el 52% de la merma total

	2024-2025	2023-2024
Producto	% Merma en kg	% Merma en kg
Cuarta gama	-14,84%	-17,80%
Lechuga	-11,13%	-11,71%
Tomate	-9,65%	-9,62%
Zanahoria	-6,46%	-5,93%
Banana	-4,50%	-6,27%
Papa	-4,09%	-4,60%
Cebolla	-3,02%	-3,18%

* La merma se mide como el % en kg calculado sobre el total de kg vendidos.





Banco de Alimentos de Mendoza

Desde abril de 2024, articulamos una gestión de rescate de alimentos en colaboración con el Banco de Alimentos de Mendoza que nos ha permitido optimizar la gestión de las muestras de mercadería que recibimos y garantizar que los productos en buen estado y aptos para su consumo lleguen a quienes más lo necesitan, evitando su desperdicio.

Resultados obtenidos:

-  Incremento donaciones, duplicándola cantidad de mercadería que donamos, evitando su desperdicio
-  Reducción de desperdicio vinculado a la cantidad de frutas y verduras que solíamos en los contenedores de residuo y que hoy rescatamos y donamos en óptimas condiciones
-  Recolección diaria del El Banco de Alimentos agilizando el proceso y garantizando a entrega de donaciones en tiempo y forma
-  Eficiencia en la clasificación garantizando su óptimo rescate y donación
-  Eficiencia en logística utilizando cajones IFCO, los cuales se devuelven en el mismo momento por el Banco de Alimentos
-  Impacto Social en comedores locales, proporcionando productos frescos, nutritivos y aptos para el consumo

Kg entregados al Banco de Alimentos de Mendoza

	Kilos entregados	Raciones equivalentes
2024-2025	50.222	87.995
2023-2024	28.760	50.391
2022-2023	10.687	18.725
2021-2022	10.304	18.054



Nuestra gestión ambiental

- 01 | Gestión de agua y efluente
- 02 | Gestión de residuos
- 03 | Gestión de la energía
- 04 | Logística sustentable
- 05 | Emisiones GEI (Huella de Carbono)
- 06 | Biodiversidad y bienestar animal



Nuestra **gestión ambiental**

Nuestro Sistema de Gestión de Seguridad y Medio Ambiente (SGSMA) constituye un pilar esencial dentro de la gestión global de la compañía. Este sistema contempla cada aspecto de la organización que pueda impactar en la protección de las personas, los bienes y el entorno. Es un compromiso activo y compartido por toda nuestra comunidad, enfocado en eliminar, reducir y gestionar de manera adecuada los riesgos, garantizando siempre el cumplimiento de la normativa vigente en materia de prevención y protección ambiental.





Gestión de Agua y efluentes

(GRI 303-1, GRI 303-2, GRI 303-3, GRI 303-4, GRI 303-5)

Enfoque de gestión



Asumimos el compromiso de **gestionar de manera responsable el uso del agua y el tratamiento de nuestros efluentes**, garantizando el cumplimiento de la normativa vigente y la aplicación de buenas prácticas en todos nuestros establecimientos.



Durante el período reportado, avanzamos con los **planes de monitoreo establecidos** para los recursos hídricos subterráneos y los efluentes líquidos en nuestras plantas frigoríficas. Al mismo tiempo, mantuvimos el **control operativo de las plantas de tratamiento** y seguimos aplicando los programas de monitoreo en el resto de nuestras sucursales.



En los casos en los que no existen regulaciones específicas para la gestión de efluentes líquidos, **adoptamos estándares y procedimientos de referencia basados en experiencias de otras regiones y en criterios normativos nacionales e internacionales.** De este modo, aseguramos que el tratamiento de nuestros efluentes se realice bajo parámetros de control reconocidos y confiables.

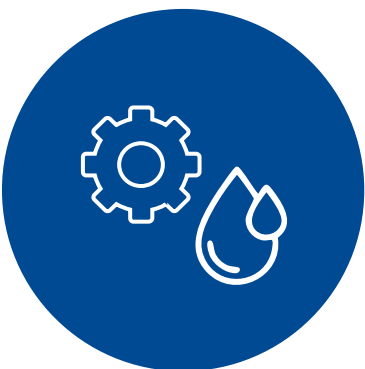


Ir al Anexo



Consumo de agua y efluentes

todos los establecimientos



1.716.735 m³

Consumo de agua total negocio

338.728 m³

de agua consumida en Sucursales,
CDRs y Predio Itzaingó

1.378.007 m³

de agua consumida en Frigoríficos

Ratio de Intensidad del Agua

2,83 m³/m²

Ratio superficie cubierta

1.716.735 m³

Consumo total

607.373,4 m²

Superficie
cubierta total



Consumo de agua por establecimiento (m³)

	2024	2023
Instalaciones: Sucursales, CDRs y Predio Itzaingó	338.728 m ³	355.618 m ³
Plantas Frigoríficas	1.378.007 m ³	1.266.746 m ³
Total Negocio	1.716.735 m ³	1.622.364 m ³

2024

1.716.735 m³

2023

1.622.364 m³



Consumo de agua y efluentes

plantas frigoríficas

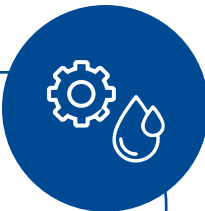
Para nuestras plantas frigoríficas el agua es un recurso esencial, es por eso que constantemente estamos implementando medidas para lograr un uso más eficiente en nuestras instalaciones.

Tanto en la planta de Salto como en la de Pampa Natural, el suministro de agua proviene de pozos subterráneos , que se utiliza principalmente en las tareas de limpieza y desinfección. El uso intensivo en frigoríficos, se vincula con la necesidad de garantizar la inocuidad del producto en todas las etapas del proceso.

Las plantas frigoríficas disponen de un tablero de control de indicadores de desempeño ambiental, diseñado para evaluar su evolución temporal y detectar oportunidades de mejora en la eficiencia operativa y el uso sostenible del recurso. Como KPI se toma la unidad de cabezas, dado la relevancia que tiene en la industria frigorífica.

5,9 m³

Consumo de agua frigorífico m³/cabeza de ganado



Total Frigoríficos
m³/cabeza de ganado*

5.9 2024
5.3 2023
5.2 2022

SAIEP

Agua utilizada m³/cabeza de ganado	2024	2023	2022
Frigorífico Salto m³	619.460	608.477	593.591
Cabezas	120.773	127.841	127.685
KPI	5,1	4,7	4,7
Frigorífico Pampa Natural m³	758.547	658.269	639.265
Cabezas	111.804	107.807	112.318
KPI	6,8	6,1	5,8
Total Frigoríficos m³	1.378.007	1.266.746	1.232.856
Cabezas	232.577	235.648	240.003
KPI	5,9	5,3	5,2

* m3/cabeza de ganado



SAIEP

Agua reutilizada en Frigoríficos

2024

198.080
m³

14,37%

2023

188.837
m³

15%

2022

141.058
m³

Frigorífico	Caudal de extracción [m³]	Caudal de reúso [m3]	Consumo total anual [m3]	% de agua de reúso [m3]
2024				
Salto	600.226	19.234	619.460	3,1%
Pampa	579.701	178.846	758.547	23,58 %
Total	1.179.927	198.080	1.378.007	14,37%
2023				
Salto	584.224	24.253	608.477	4%
Pampa	493.685	164.584	658.269	25%
Total	1.077.909	188.837	1.266.746	15%
2022				
Salto	563.536	30.055	593.591	5,06%
Pampa	528.262	111.003	639.265	17,36%
Total	1.091.798	141.058	1.232.856	11%



Consumo de agua y efluentes

Sucursales y Centros de Distribución Regionales

Nuestras operaciones habituales en las sucursales requieren el uso de agua tanto para la limpieza de áreas como para fines sanitarios (lavabos e inodoros). En lo que respecta a la gestión de efluentes líquidos, todas nuestras instalaciones están equipadas adecuadamente para su correcta gestión. Contamos con una amplia red de sucursales en todo el país, y dependiendo de las características y caudales de cada establecimiento, algunas de ellas disponen de Plantas de Tratamiento:

Método de tratamiento, destino y volumen de efluentes por establecimiento / volumen (m³)				
Unidad de negocio / planta productiva	Método de tratamiento	Destino	2024	2023
257. Lago Puelo	Tratamiento primario y secundario	Agua subterránea (Infiltración)	527	624
177. Villa La Angostura	Tratamiento primario, secundario y terciario	Agua subterránea (Infiltración)	5.418	9.033
175. km 13 Bariloche	Tratamiento primario y secundario	Agua subterránea (Infiltración)	3.165	3.572
147. Junín de los Andes	Tratamiento primario y secundario	Colectora Cloacal (Red cloacal)	2.269	2.221
222 . Centro de Panificados	Tratamiento primario y secundario (Humedal)	Agua superficial (Humedal, de éste no se consume agua, sino que se vuelca el efluente para su tratamiento biológico en el humedal)	3.650	4.594
218 . Comodoro Rivadavia	Tratamiento primario y secundario	Colectora Cloacal (Red cloacal)	1.274	1.508
38. Tierra del Fuego	Tratamiento primario y secundario	Aguamarina	2.619	3.205
Sucursales sin planta de tratamiento	Tratamiento primario (Cámara interceptora de Grasas)	Colectora Cloacal (Colectora cloacal)	273.887	282.254
CDRs – Centros de Distribución Regionales	Cámara interceptora de Hidrocarburos (081, 063, 099)	Colectora cloacal o pozo absorbente (05 - 191 - 254)	13.758	18.317
Predio de Ituzaingó	Tratamiento primario y secundario	Agua superficial (Conducto pluvial a Río Reconquista)	30.437	30.290
Mercados Concentradores	Tratamiento primario	Colectora cloacal	1.724	3.206
Planta Frigorífica Salto	Tratamiento primario, secundario y terciario	Arroyo del Burro Muerto	619.460	608.477
Planta Frigorífica Pampa Natural	Tratamiento primario y secundario	Suelo absorbente - Riego	758.547	658.269



Consumo de agua y efluentes

Predio de Ituzaingó

En el predio Ituzaingó se ubican las siguientes instalaciones:



Dirección
General



Centro
de Feteados



Base de
Transferencia



Efluentes líquidos

La generación de efluentes líquidos en el predio se corresponde con las aguas utilizadas en el área de vestuarios y servicios sanitarios del establecimiento.



Efluentes de la Operación

La generación de efluentes de la operación son el producto del lavado de pisos de las instalaciones y máquinas del Centro de Feteado. En el predio existen dos Plantas de Tratamiento de Efluentes.

SAIEP

Gestión de Derrames Significativos*:

La empresa, realiza la gestión preventiva de derrames de productos químicos y/o de combustibles. La cual se basa en:

- Prevención de derrames operativos mediante la capacitación del personal.
- Provisión de elementos estancos, bandejas de contención para aquellos materiales susceptibles de derrame.

	2024	2023
Número de derrames	0	0
Tipo de derrame	-	-

Resultados:
No se registraron derrames

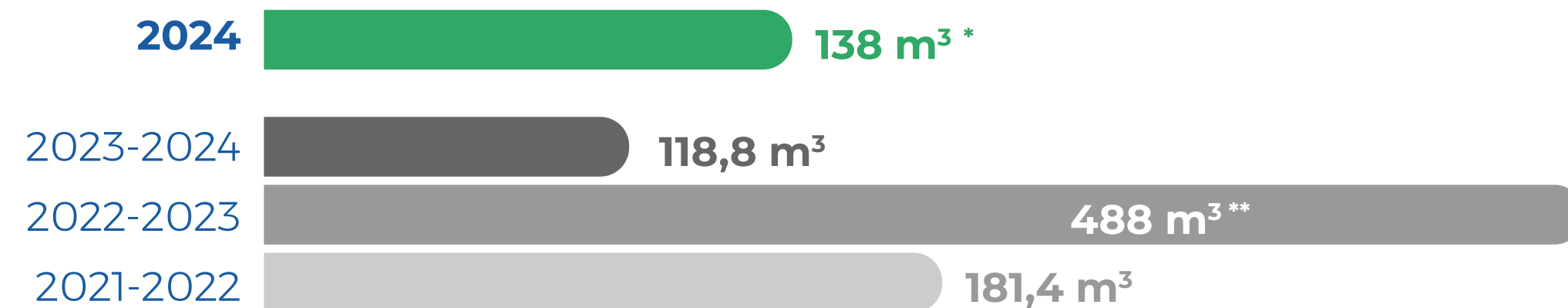
* Se establece para su registro, derrames de capacidades iguales o mayores a 1.000 litros, los cuales son considerados incidentes ambientales y deben ser registrados para evaluar sus causas y consecuencias de manera de tomar las medidas pertinentes de mitigación e implementar acciones aprendidas del incidente para evitar su recurrencia.



Consumo de agua y efluentes

Asumimos el compromiso de promover un uso responsable y eficiente del agua. Para ello desarrollamos acciones orientadas a implementar procedimientos que garanticen una gestión adecuada:

Consumo (m³)



138 litros/m³

Consumo total de las oficinas en 2024-2025.



Desarrollamos procedimientos para reducir el consumo, preservar el recurso, minimizar costos e impactos ambientales.



Fomentamos una cultura de ahorro en todos los ámbitos de la organización.



Utilizamos agua potable provista por la red municipal, destinada principalmente al consumo humano de los colaboradores y a la limpieza de los espacios de trabajo.



Contamos con monitoreo mensual mediante caudalímetros instalados en baños y cocinas.



Disponemos de tecnologías de eficiencia hídrica en nuestros sanitarios, como botones de doble descarga y canillas pressmatic, que permiten liberar un flujo controlado de agua.

* A partir de este período, las mediciones se realizarán utilizando el año calendario a diferencia de años anteriores donde se consideraba el año fiscal (julio-junio). Este cambio facilita la precisión y comparabilidad de nuestros informes.

** El aumento en el consumo de agua durante el período se debió a una pérdida identificada, la cual fue corregida, logrando estabilizar el consumo en los meses posteriores.



Gestión de Residuos

(GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5)

Enfoque de gestión

Consideramos que la correcta gestión de los residuos es un aspecto central de nuestra estrategia ambiental y un compromiso con las comunidades donde operamos. Nuestro enfoque se basa en **reducir la generación de residuos en origen, promover su valorización y asegurar su disposición final responsable, en línea con la normativa vigente y las mejores prácticas del sector.**



[Ir al Anexo](#)



Gestión de residuos

Sucursales y Centros de Distribución Regionales (CDR) y Predio de Ituzaingó



En estos establecimientos generamos residuos asimilables a los domiciliarios, los cuales se segregan en el lugar en dos corrientes: **residuos orgánicos e inorgánicos**.

La composición de los residuos determina su tipo, y en función de esto, define su disposición transitoria y destino final.

Contamos con un procedimiento interno implementado en nuestras sucursales que establece los lineamientos a seguir para la correcta gestión de los residuos generados en estos establecimientos.

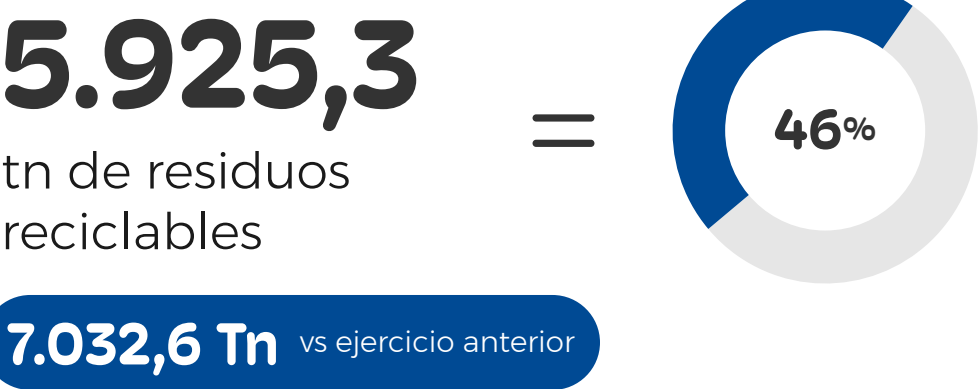
Residuos Sólidos por Tipo (Toneladas)

	2024		2023	
Operación Toneladas (Tn) y %	No peligrosos	Peligrosos	No peligrosos	Peligrosos
Sucursales + Predio Ituzaingó	12.870,04 (99,88%)	15,86 (0,12%)	14.442,1tn (99,7%)	41,0 tn (0,2%)

Residuos Sólidos por origen y destino (Toneladas)

	2024		2023	
Operación Toneladas (Tn) y %	Orgánico Enterramiento	Inorgánico Reciclado*	Orgánico Enterramiento	Inorgánico Reciclado*
Sucursales + Predio Ituzaingó	6.945,7 (53,98%)	5.921,5 (46,02%)	7.409,5 tn (51,3 %)	7.032,6 tn (48,7 %)

Sucursales, CDRs y Predio Ituzaingó



* Incluye reciclado formal + informal.

** El % de diferencia se debe a la degradación de las bacterias y producto del contenido de humedad.

Residuos Especiales o Peligrosos por destino (Toneladas)

	2024		2023	
Operación Toneladas (Tn) y %	Insumo para otro proceso (reciclado)	Incineración Controlada	Insumo para otro proceso (reciclado)	Incineración Controlada
Sucursales + Predio Ituzaingó	6,95 tn	8,91 tn	12,8 tn	40,1 tn

2.790,9**

kg de residuos orgánicos convertidos en compost (Comedor Dirección General)





Gestión de residuos

Plantas Frigoríficas

Frigoríficos:
Salto + Pampa Natural



362,7 Tn
de residuos reciclables

1.031,4 Tn
de residuos orgánicos
enviados a disposición final

17,9 Tn
de residuos especiales
y peligrosos gestionados

Frigorífico Salto

Residuos según su composición	2024		2023		Destino del residuo
	Tn	%	Tn	%	
Residuos Reciclables (papel, cartón, pallets de madera)	221,5	50,1%	270,2	56%	Reciclaje
Residuos Orgánicos	208,2	47,1%	198,2	41%	Disposición en relleno sanitario
Residuos Especiales	7,49	1,7%	7,9	2%	Tratamiento y Disposición Final con tratador habilitado.
Residuos Patogénicos	4,6	1,1%	4,4	1%	Tratamiento y Disposición Final con tratador habilitado
Residuos totales	441,77		480,8		

Frigorífico Pampa Natural

Residuos según su composición	2024		2023		Destino del residuo
	Tn	%	Tn	%	
Residuos Reciclables (papel, cartón, pallets de madera)	141,3	14,6 %	155,3	18%	Reciclaje
Residuos Orgánicos	823,2	84,8 %	698,3	81%	Disposición en relleno sanitario
Residuos Especiales	2,2	0,2 %	6,9	1%	Tratamiento y Disposición Final con tratador habilitado.
Residuos Patogénicos	3,64	0,4 %	0		Tratamiento y Disposición Final con tratador habilitado
Residuos totales	970,3		860,6		



Iniciativas y acciones de economía circular

Plantas Frigoríficas



Eliminación de bolsas de rafia en el proceso del saladero

Eliminamos el uso de bolsas de rafia (polipropileno) en el proceso del saladero destinado a clientes con certificación kosher. Esta mejora implica una reducción significativa en la generación de residuos plásticos, al tiempo que optimiza los costos operativos, reforzando nuestro compromiso con la sostenibilidad y la eficiencia.

Se utilizaban 7000 unidades/mes lo que equivale a 175 kg polipropileno.



Donación de tapitas para la Fundación Garrahan

15 kg de tapitas recolectadas, provenientes de envases de medios de cultivo y otros insumos de laboratorio de Salto, que fueron destinados a la Fundación Garrahan.



Etiquetas sustentables para el rotulado de pallets

Implementamos el uso de etiquetas de papel natural elaborado a partir de caña de azúcar para el rotulado de pallets que se trasladan desde producción hacia los depósitos, reemplazando al papel ilustración. Este material representa una alternativa más responsable que busca conectar al consumidor con lo natural y lo sostenible, reforzando nuestro compromiso ambiental.



Optimización en el uso de films para bolsas de vacío

En el Frigorífico Pampa incorporamos un nuevo film para la confección de bolsas de vacío, reduciendo su ancho de 8,50 cm a 7,50 cm. Este cambio permite evitar desperdicios de material y optimizar el uso de insumos.

Además, el nuevo film es importado desde Brasil, lo que implica una menor huella ambiental en comparación con el material utilizado anteriormente, que provenía de Europa.



Iniciativas y acciones de economía circular

Plantas Frigoríficas



Nuevos insumos de producción con aprobación SENASA

La incorporación de insumos aprobados por SENASA: garantiza el cumplimiento de la normativa vigente, asegurando la legalidad de nuestros procesos y brindando a los consumidores mayor seguridad en términos de inocuidad alimentaria y trazabilidad.

- Etiqueta de Poliamida, destinada a la identificación de medias reses, •
- Etiqueta ribbon cera-resina, utilizado para la impresión de etiquetas.



Digitalización de Registros de Calidad

Comenzamos el relevamiento y los ensayos necesarios para la confección de registros de prerequisites de calidad utilizando el software Terrand. Con esta mejora, las planillas que antes se gestionaban en papel pasaron a un formato digital, optimizando la eficiencia, la trazabilidad y la confiabilidad de la información.



Logística sustentable con materiales reciclados

Iniciamos la utilización de amortiguadores reciclados para el traslado de repuestos y bultos frágiles entre nuestras plantas. Estos se complementan con envases provistos de etiquetas fabricadas a partir de scrap — residuos del proceso productivo de V.H. ETIQUETAS—, lo que permite dar un nuevo uso a materiales que antes se descartaban.



Destacados de la gestión de residuos

Sinergia con IFCO – Economía Circular

Impulsamos una economía circular mediante la utilización de envases reutilizables de transporte (ERT) de IFCO, que contribuyen a una cadena de suministro más sostenible para los productos frescos. Estos envases son empleados por nuestros proveedores de frutas y verduras, así como para el traslado de carne interplantas de producción.

IFCO es una empresa certificada bajo el estándar Cradle to Cradle*, que gestiona sus productos y servicios de manera responsable y alineada con nuestro compromiso de Triple Impacto. Esta certificación asegura que los envases de IFCO sean seguros, circulares y fabricados de forma sostenible.

Ahorramos 2024-2025



1.653.174 Kg de CO₂



29.475 m³ de Agua



105.328 GJ de Energía





TDM

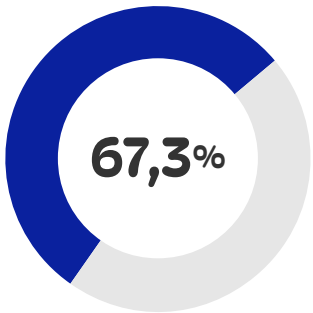


Gestión de Residuos

1.547,5

kg de residuos reciclados*

=



Estamos comprometidos con la gestión integral de los residuos que generamos, convencidos de que **una correcta disposición es clave para reducir el impacto ambiental y social, implementamos un Programa de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos (GIRSU)** que organiza los recursos humanos y técnicos necesarios para garantizar un manejo adecuado.

En nuestras oficinas contamos con un sistema de separación en origen, con cestos diferenciados por color:

- **Naranja:** residuos orgánicos no compostables (restos de comida, papeles sucios, sanitarios), destinados a relleno sanitario.
- **Celeste:** plásticos de un solo uso (botellas, bandejas, bolsas, envoltorios, vajilla descartable, telgopor).
- **Gris:** papeles y cartones (revistas, diarios, sobres, folletos, cajas).
- **Verde:** latas, vidrios, tetrabriks y metales.
- **Orgánicos compostables:** restos destinados a compostaje, identificados con cartelería provista por el proveedor externo.

De esta manera, consolidamos una gestión integral que busca reducir impactos negativos, fomentar la economía circular y generar valor ambiental y social a través de la correcta disposición de los residuos.

	2024**		2023-2024		2022-2023	
Tipo de residuos	KG	%	KG	%	KG	%
Residuos reciclables	860	37,4	1.038	51,2	1.000,8	49,7
Compost***	638,5	28	529,5	26	541	26,8
Residuos solidos urbanos (RSU)	750	32,6	405	20	387	19
RAEE (residuos electrónicos)	49	2	57,1	2,8	91,2	4,5
Residuos totales	2.297,5	100	2.029,6	100	2.027,2	100

*Estos residuos están compuestos por: Residuos reciclables + Compost + RAEE

**A partir de este periodo, hemos modificado el periodo de medición para los consumos, pasando del ejercicio fiscal al año calendario 2024. Este cambio facilita la precisión y comparabilidad de nuestros informes.

***Los residuos orgánicos se redirigen a una nueva forma utilizable para la fertilización de plantas. El compost generado queda disponible para iniciativas ambientales corporativas y también para el uso personal de los colaboradores.





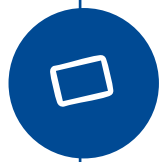
Gestión de materiales

(GRI 301-1, GRI 301-2, GRI 301-3)

Gestionamos de manera responsable los materiales empleados en la entrega de nuestros productos, con foco en reducir impactos y promover alternativas más sostenibles.

Realizamos un seguimiento detallado de los materiales utilizados en la entrega de nuestros productos. En el caso de nuestro producto físico —la tarjeta de crédito— contabilizamos como insumos los sobres de envío, el papel utilizado en el card carrier y las tarjetas en sí mismas.

Durante 2024



49.053

tarjetas de crédito emitidas — incluyendo altas, renovaciones, adicionales, reembolsos y reposiciones.



471,3 kg

de plástico. Este material cuenta con un aditivo que acelera la degradación por acción de microorganismos, lo que lo convierte en un insumo biodegradable.



49.053

sobres certificados FSC y la misma cantidad de card carriers en papel, reforzando nuestro compromiso con prácticas responsables en el uso de materiales.

TDM





Gestión de la Energía

(GRI 302-1, GRI 302-2, GRI 302-3, GRI 302-4, GRI 302-5)

Enfoque de gestión

En nuestra búsqueda continua por mejorar la eficiencia energética en nuestras instalaciones, hemos implementado una serie de buenas prácticas enfocadas en reducir nuestro impacto ambiental. **Nuestro enfoque se centra en gestionar de manera responsable el consumo de energía en toda la organización, promoviendo un uso más eficiente de los recursos y contribuyendo al cuidado del ambiente.**



[Ir al Anexo](#)



Energía eléctrica

SAIEP

Energía convencional

117.684 Mwh

119.820 Mwh vs 2023

89,14%

83,45% vs 2023

Energía renovable

16.320 Mwh

23.764 Mwh vs 2023

10,86%*

16,55% vs 2023

Consumo total de energía

134.004 Mwh

143.583 Mwh vs 2023

Consumos

	Electricidad	Gas Natural	Fuel Oil
2024	150.324 Mwh	11.795.794 m³	1,0125 GJ
2023	143.583 Mwh	11.516 Dam³	-

Ratio de intensidad energética

	2024	2023
Total consumo	134.004 Mwh	143.583 Mwh
M²	573.232	561.713
RATIO	0,234 Mwh/m2	0,255 Mwh/m2

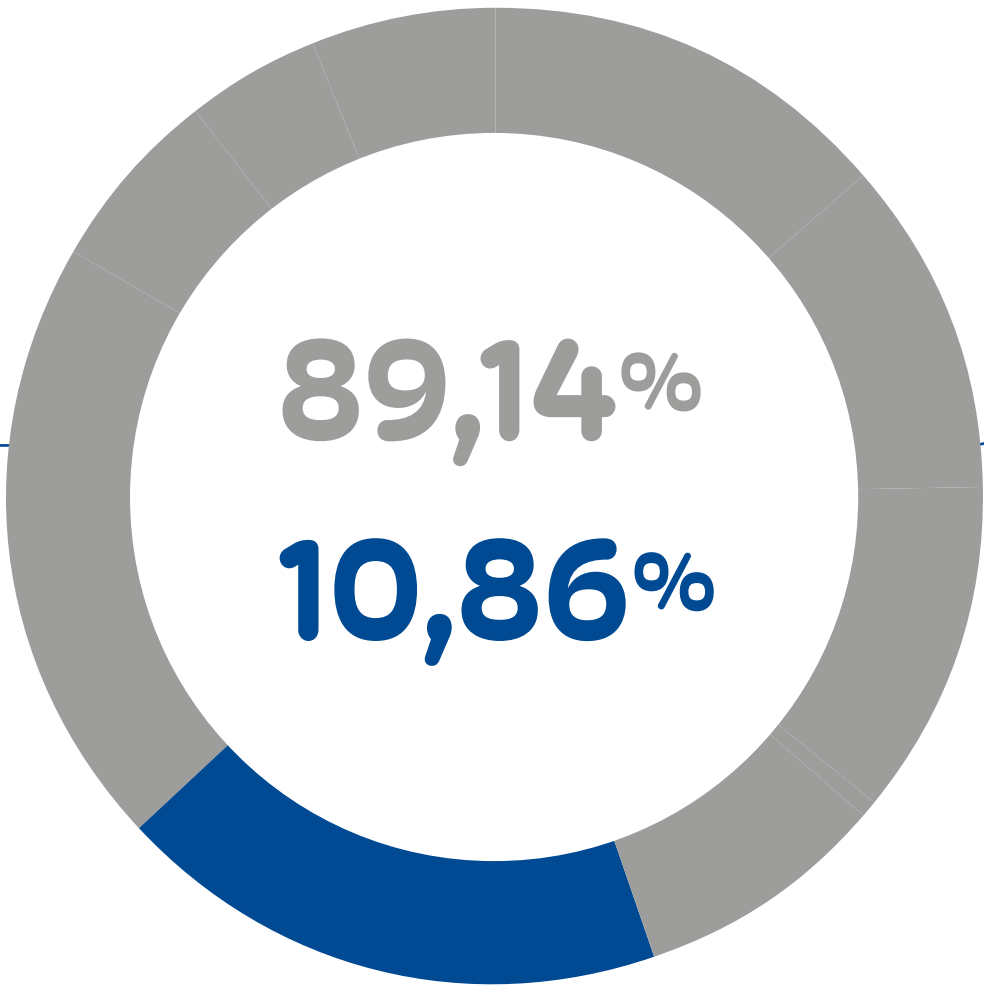
Abastecimiento Energías Renovables:

10,86% del total de la energía consumida por la compañía.

89,14% energía convencional

Este porcentaje se obtiene por consumos absolutos a través de:

- Contratos con terceros.



* El consumo de energía renovable registrado este año presenta una disminución respecto al periodo anterior, ya que no se contabiliza el porcentaje de energía renovable proveniente de la matriz energética nacional. Solo se considera la energía adquirida mediante contratos con terceros y compras específicas de fuentes renovables.



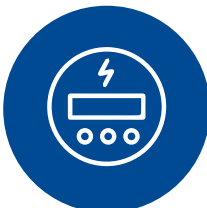
Energía eléctrica

TDM

Estamos comprometidos con una gestión eficiente y responsable de la energía en nuestras oficinas. Con este propósito, continuamos con las acciones de:



Reemplazo a tecnología **LED en el 100%** de nuestras luminarias



Monitoreo permanente de nuestros consumos eléctricos.

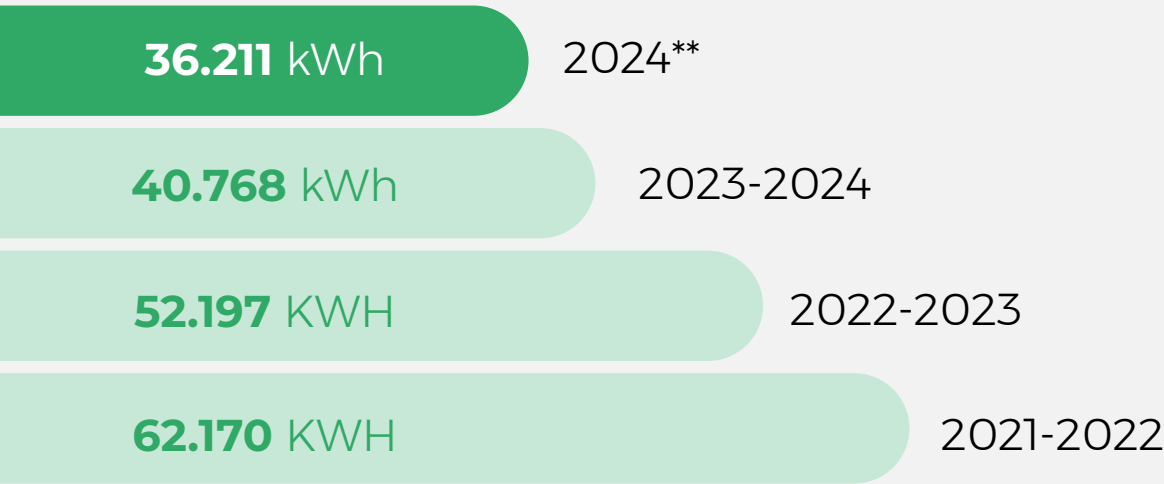


Relevamiento mensual de los datos de consumo a partir de las facturas de servicio, las cuales registramos y almacenamos para su seguimiento.

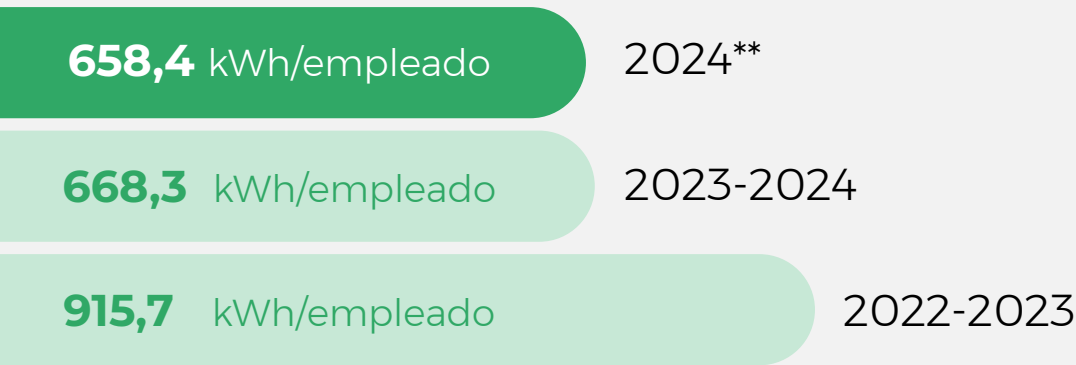
Gestión de la Energía



Consumo Energético



Intensidad energética



* Toda la energía de las oficinas de TDM proviene de la red municipal.

** A partir de este periodo, hemos modificado el periodo de medición para los consumos de energía, pasando del ejercicio fiscal al año calendario 2024. Este cambio facilita la precisión y comparabilidad de nuestros informes.

*** A partir de este periodo, hemos modificado el periodo de medición para los consumos de energía, pasando del ejercicio fiscal al año calendario 2024. Este cambio facilita la precisión y comparabilidad de nuestros informes.



Logística sustentable

Transporte

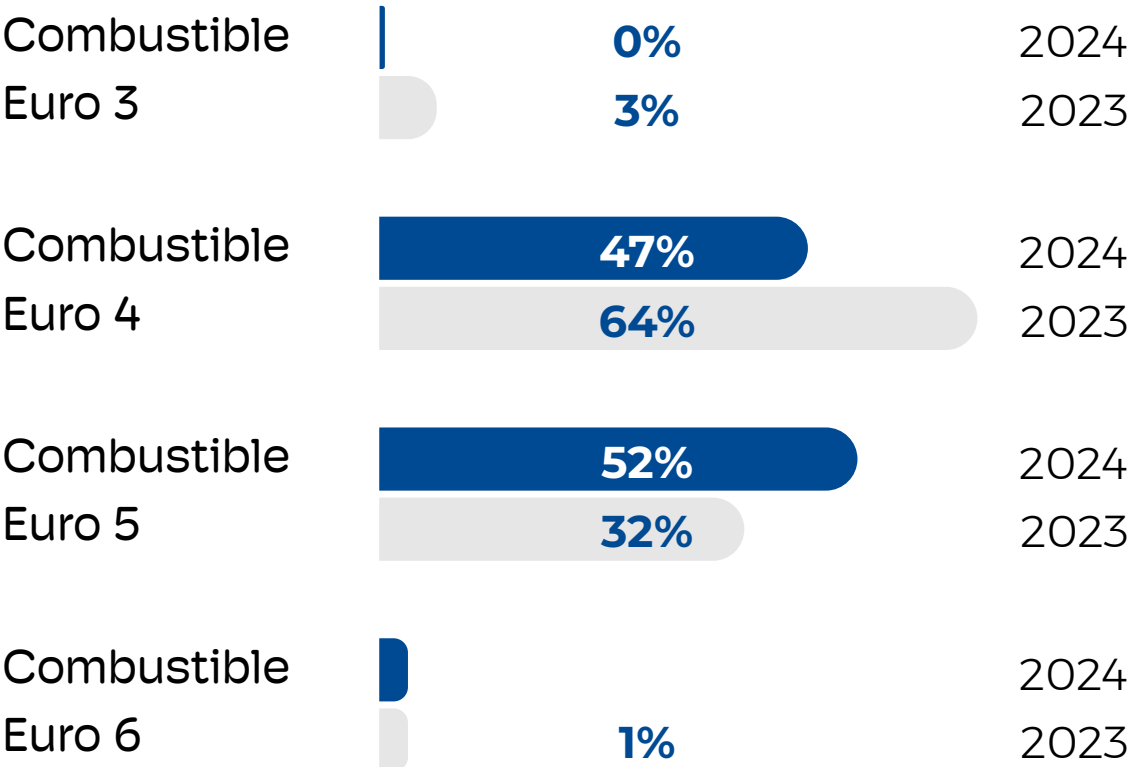
Nuestro objetivo es reducir el impacto ambiental de la movilidad de mercaderías, garantizando al mismo tiempo eficiencia y continuidad en nuestras operaciones.

En La Anónima **impulsamos una Política de Logística Sustentable orientada a medir y reducir el impacto ambiental de nuestras operaciones, gestionando aspectos como el consumo de energía, las emisiones y la generación de residuos.** La política establece criterios para el transporte y para la operación logística interna, promoviendo prácticas que combinan eficiencia y cuidado ambiental.

Ejes de Gestión



- Priorizamos el uso de camiones de gran porte y, siempre que es posible, complementamos con transporte ferroviario y marítimo, contribuyendo a la reducción de emisiones de CO₂.
- Utilizamos la red ferroviaria en los casos en que resulta viable, lo que permite disminuir significativamente las emisiones frente al transporte exclusivamente por camión.
- Renovamos de manera progresiva nuestra flota de camiones, priorizando la incorporación de unidades con menor impacto ambiental, como aquellas que cumplen con la normativa EURO 5 y 6.
- Contamos con 6 camiones a GNC como una alternativa más limpia e ir ampliando a futuro su uso en nuestras operaciones logísticas.



Tipo Combustible	Total km recorridos	% participación
EURO 3	207.380	1%
EURO 4	9.326.692	55%
EURO 5	7.283.354	43%
EURO 6	220.012	1%

10,8 años Edad promedio de la flota

* La diferencia clave entre las normas Euro 3, 4, 5 y 6 para camiones radica en la reducción progresiva de las emisiones contaminantes, especialmente de óxidos de nitrógeno (NOx) y partículas (PM).



Iniciativas destacadas

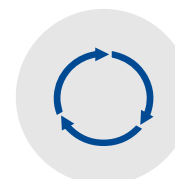
Infraestructura y Eficiencia Energética en CDRs

En nuestros Centros de Distribución realizamos inversiones en tableros eléctricos destinados al uso de equipos con baterías de litio. Esta incorporación permite mejorar la eficiencia operativa, reducir el consumo energético y avanzar en la transición hacia tecnologías más limpias dentro de nuestras operaciones logísticas.

Compensación de Huella de Carbono en viajes de trabajo

Trabajamos para reducir al mínimo nuestro impacto ambiental, incluso en los viajes corporativos. Por ello, priorizamos proveedores que ofrecen servicios con compensación de huella de carbono, como Cabify.

En 2024



49.978 km

Recorrimos.



100%

Neutralizadas nuestras emisiones asociadas a viajes de trabajo.



7.512 kg CO₂

Compensados.

cabify

Certificado de compensación de huella de carbono

Durante el 2024, **S A IMPORTADORA Y EXPORTADORA DE LA PATAGONIA** ha recorrido con Cabify **49.978 km** compensando el 100% de sus emisiones, lo que corresponde a:

7.512 kg CO₂e*

*La huella anual puede presentar diferencias respecto a la suma de certificados trimestrales por ajustes realizados en los factores de emisión a cierre de año.

PROYECTO EN ARGENTINA

Parque Eólico Genneia

Compensamos el 100% de la huella de carbono mediante proyectos en los países donde operamos.

Entre ellos, el proyecto en Argentina contribuye a aumentar la energía renovable en la red y a reducir las emisiones de GEI, generando 1.094 GWh de electricidad renovable al año con 46 turbinas de viento conectadas al Sistema de Interconexión.

Estándar de verificación VCS. [Más información](#) acerca de nuestros proyectos de compensación.



1.094 GWh de electricidad renovable generada al año

46 Turbinas de viento

Más impactos de la colaboración con Cabify:



1.187

socios y socios conductores han hecho posible cada trayecto



166

personas de tu equipo han viajado compensando sus emisiones.



96

viajes se han realizado en vehículos ECO*

*ECO: vehículos eléctricos, híbridos y gas

Somos neutros en carbono

Huella de carbono y neutralidad verificada por AENOR a cierre de año. Para revisar metodología y acceder al último informe visita [Sostenibilidad Cabify](#)
David Pérez - VP of Stakeholder Relations



Créditos y financiamiento para empresas de transporte

Impulsamos una nueva herramienta de apoyo al sector de transporte mediante aportes a la Sociedad Garantizadora de Créditos (SGR) Garantizar SGR. Este mecanismo facilita el acceso a financiamiento en condiciones competitivas, con el propósito de favorecer la renovación de flota.

Entrega directa en zona de agua mineral

Caso de Proveedor Locales

La implementación de compras locales en la zona de agua mineral permitió disminuir de manera significativa las emisiones y al mismo tiempo fortalecer el entramado de proveedores de la región.

2024

Se evitaron **181.546 km** adicionales de transporte (141 equipos).

2023

Se evitaron **204.592 km** adicionales de transporte.

Se evitó **152.701 km** de recorrido (96 equipos), lo que representó una reducción de 273 toneladas de CO₂ equivalente.

Participación de compras locales:

Año 2022: 14,85%

Año 2023: 18,17%

2022





Emisiones GEI (Huella de Carbono)

(GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-4, GRI 305-5, GRI 305-6, GRI 305-7)

Enfoque de gestión

Reforzamos nuestro compromiso con el cuidado del ambiente y la reducción de la huella de carbono a través de un conjunto de prácticas sostenibles que abarcan toda nuestra operación.

Abastecimiento energético

Hemos integrado un porcentaje de energías renovables en nuestra matriz energética y extendido el uso de iluminación LED en todas nuestras instalaciones, logrando una mayor eficiencia en el consumo de energía y una reducción de emisiones de CO².

14,8% de sucursales cuentan con recambio de equipo de refrigeración con CO₂

Evolución del Plan de reemplazo

	CO ₂	Otros gases	% de recambio
2024-2025	25	144	14,8%
2023-2024	21	145	12,6%
2022-2023	17	147	10,4%

Refrigeración

Incorporamos equipos con gases no contaminantes y de baja emisión de GEI, migrando progresivamente hacia tecnologías como CO₂, XP40 y R290 (propano). Este proceso nos permite disminuir significativamente el impacto ambiental de nuestras plantas de frío y avanzar hacia soluciones más limpias y seguras.

Acciones complementarias

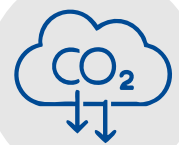
Como la política de logística sustentable, que busca optimizar el transporte y el uso de recursos; la promoción del consumo responsable junto a productores locales, que permite disminuir las distancias de traslado; la aplicación de la regla de las 3R en nuestras operaciones; y la plantación de especies autóctonas en nuestras instalaciones.





Emisiones de GEI (Huella de Carbono):

SAIEP

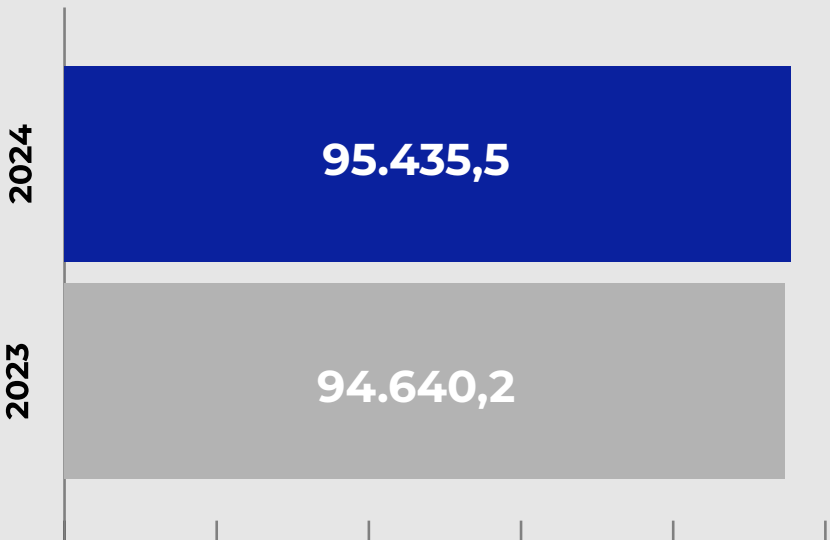


Alcance 1

Emisiones directas

- Consumo de combustibles en calderas / termotanques
- Consumo de combustibles en grupos electrógenos
- Consumo de combustibles en cocinas
- Consumo de combustibles en vehículos de mantenimiento propiedad de la empresa
- Fugas de gases refrigerantes de los circuitos de climatización/refrigeración

		2024	2023
ALCANCE 1 (t CO ₂ eq)	Instalaciones fijas	23.439,6	22.730,5
	Desplazamientos en vehículos	233,4	212,8
	Refrigeración/ climatización	71.762,4	71.696,9
TOTAL ALCANCE 1		95.435,5	94.640,2



Alcance 2

Emisiones indirectas

- Energía consumida por todos los establecimientos

		2024	2023
ALCANCE 2 (t CO ₂ eq)	Electricidad	36.717,2	35.850,4
TOTAL ALCANCE 2		36.717,2	35.850,4

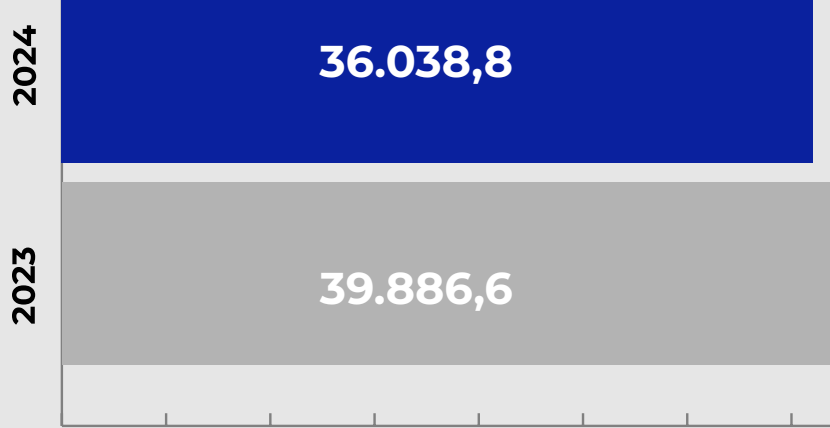


Alcance 3

Emisiones indirectas

- Transporte de mercaderías: Base de transferencia a Sucursales
- Residuos

		2024	2023
ALCANCE 3 (t CO ₂ eq)	Transporte de mercadería	30.841,5	34.562,6
	Residuos	5.197,3	5.324,0
TOTAL ALCANCE 1		36.038,8	39.886,6



ALCANCE 1 + 2 + 3		168.191,5	170.377,2
-------------------	--	-----------	-----------



Emisiones de GEI (Huella de Carbono):



* Disminuyó un 22,7%. El alcance 3 (predominado por las emisiones derivadas de los traslados al trabajo de los colaboradores), se vió aumentado por la decisión estratégica de negocio de aumentar a un día más de presencialidad en las oficinas (en total 2 días a la semana). Esto a su vez se replica en una disminución en la emisión de gases provenientes de los gastos energéticos de homeoffice.



Ratio de Intensidad de emisiones



1,48
tnCO₂eq /
empleado

-15,9%
Variación
vs 2023

La intensidad de la huella de carbono se calculó utilizando el mismo parámetro específico que en el caso del consumo energético: la cantidad promedio de colaboradores en el período.



Biodiversidad y Bienestar animal



Biodiversidad

(GRI 304-1, GRI 304-2, GRI 304-3, GRI 304-4)

Enfoque de gestión

Gestionamos de manera responsable los impactos que pueden generar nuestras operaciones sobre la biodiversidad. Para ello, aplicamos procedimientos que aseguran el cumplimiento de la normativa ambiental y de seguridad vigente en los distintos niveles de gobierno municipal, provincial y nacional.

Nuestro enfoque busca anticipar, prevenir y gestionar los posibles efectos negativos de cada proyecto a lo largo de todo su ciclo de vida. Esto nos

permite mitigar riesgos ambientales, garantizar la sostenibilidad de nuestras actividades y contribuir a la preservación de los ecosistemas y de las comunidades que forman parte de nuestro entorno.

Iniciativas destacadas

Protección de la Biodiversidad en Frigoríficos

Cumplimos con los protocolos más estrictos establecidos por McDonald's en toda la hacienda que forma parte de su cadena de abastecimiento, con un enfoque prioritario en la protección de la biodiversidad. Como parte de este compromiso, enviamos de manera bimestral un listado detallado de los productores ubicados en el Gran Chaco Americano que abastecen a McDonald's.

Este sistema de monitoreo constante nos permite identificar y gestionar posibles riesgos ambientales en este ecosistema. A través de la plataforma desarrollada por Agrottools, evaluamos a nuestra cadena de suministro bajo criterios de sostenibilidad y deforestación, y trabajamos junto a los productores en la implementación de mejoras que reduzcan su impacto ambiental.

Nuestro enfoque nos permite contribuir activamente a la protección del ambiente, integrando prácticas sostenibles en cada eslabón de nuestra cadena de valor y alineándonos con los más altos estándares internacionales.



Bienestar animal

Enfoque de gestión

Asumimos un firme compromiso con el bienestar animal, guiados por principios éticos y en concordancia con las normativas internacionales establecidas por la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE).

Creemos que promover el bienestar animal significa asegurar un trato digno y responsable hacia los animales como seres vivos y sensibles, garantizando su adecuado estado físico y mental a lo largo de todas las etapas de su vida, desde su crianza hasta el final de su ciclo.

Política de Bienestar Animal

Nuestra política se inspira en estándares internacionales y busca asegurar que todos los animales bajo nuestro cuidado reciban un trato digno y respetuoso. Para ello, adoptamos un enfoque basado en las cinco libertades mundialmente reconocidas, que garantizan condiciones adecuadas de vida, salud y manejo, minimizando cualquier forma de sufrimiento y promoviendo su comportamiento natural:

1. Libres de sed, hambre y manipulación inapropiada.
2. Libres de incomodidad, proporcionándoles un entorno adecuado.
3. Libres de dolor, lesión y enfermedad, asegurando una atención médica adecuada.
4. Libres para expresar su comportamiento natural, respetando su naturaleza.
5. Libres de miedo, angustia y sufrimiento, minimizando su estrés durante los procedimientos.





Cumplimiento Normativo y Colaboración

Cumplimos con todas las normativas nacionales e internacionales vigentes y trabajamos en estrecha colaboración con SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria), en el marco del Plan Nacional de Control de Residuos e Higiene en Alimentos (CREHA).

Este programa tiene como finalidad garantizar que los productos destinados al consumo humano cumplan con los parámetros establecidos para la presencia de residuos y contaminantes, asegurando así la inocuidad y seguridad de los alimentos que ofrecemos. De esta manera, contribuimos a minimizar riesgos para la salud de los consumidores y reafirmamos nuestro compromiso de proveer alimentos seguros y de calidad.

Nueva contribución sectorial en bienestar animal

Colaboramos en la elaboración del **Manual de Bienestar Animal para plantas de faena de bovinos**, una iniciativa del Consorcio de Exportadores de Carnes Argentinas (ABC). En este proyecto participaron activamente colaboradores de nuestras plantas frigoríficas, aportando experiencia y conocimientos técnicos.



Implementación y Controles Operacionales

Trabajamos con un enfoque integral de bienestar animal que se sostiene en la implementación de controles operativos y en la formación permanente de nuestros equipos. Este compromiso se traduce en la designación de responsables especializados, el cumplimiento estricto de las normativas vigentes y la aplicación de prácticas que garantizan condiciones adecuadas en cada etapa del proceso. Nuestro objetivo es asegurar que todas las operaciones se desarrollen bajo estándares de respeto, cuidado y calidad, reforzando así la confianza de nuestros clientes y comunidades.



Responsable del Bienestar Animal

En nuestras plantas frigoríficas contamos con un especialista dedicado exclusivamente a garantizar el bienestar animal. Este profesional realiza evaluaciones permanentes a través de controles en corrales, mangas y cajones de noqueo, supervisando tanto las condiciones estructurales e higiénicas de los espacios como la correcta aplicación de los procedimientos.

Formación continua

Capacitamos de manera constante a nuestros equipos en temáticas vinculadas al bienestar animal, fortaleciendo sus conocimientos y habilidades para garantizar buenas prácticas en cada instancia del proceso. Durante el ejercicio participaron en cursos y entrenamientos dictados por diversas instituciones, entre ellos:

- Responsable de Bienestar Animal de Frigoríficos (Ciclo 1, LATU + Quality Austria)
- Faena y producción de carne bovina (Universidad Nacional Guillermo Brown)
- Bienestar Animal para la especie bovina (SENASA)
- Bienestar Animal (Universidad Tecnológica)

Manejo en confinamiento prolongado

Cuando los animales deben permanecer confinados por más de 12 horas tras su llegada, cumplimos estrictamente con lo establecido en el Decreto 1099/2009 de la Unión Europea (Reglamentación SENASA 3908/10), asegurando condiciones de bienestar y una alimentación adecuada.

Exclusión de tratamientos farmacológicos

En nuestras plantas no se administran tratamientos anestésicos, antibióticos, antiinflamatorios ni promotores de crecimiento, garantizando procesos libres de intervenciones farmacológicas innecesarias.





Compromiso y mejora continua

Reafirmamos nuestro compromiso con el bienestar animal a través de la formación y capacitación permanente de nuestro personal. De este modo, aseguramos que todas las personas involucradas en el manejo de animales actúen con respeto, evitando prácticas de crueldad y reduciendo al mínimo cualquier situación de estrés.

Asimismo, trabajamos en conjunto con proveedores y transportistas para garantizar que este compromiso se mantenga a lo largo de toda la cadena de suministro. Como parte de esta política, el 100% de la hacienda que ingresa a nuestros establecimientos cuenta con certificación bajo la Norma NAMI de Bienestar Animal.

Norma NAMI – Bienestar Animal

Establece lineamientos para promover y asegurar el manejo humanitario de los animales en todas las etapas:

- Antes de la llegada a la planta de faena
- Durante la descarga de los animales
- Durante su permanencia en las instalaciones frigoríficas, previo al proceso de faena

Equipo de Control

Contamos con un equipo especializado en bienestar animal, integrado por: un médico veterinario, responsable del Bienestar Animal, dos técnicos veterinarios, encargados de verificar parámetros críticos.



Parámetros Controlados

- Descarga de hacienda.
- Condiciones del transporte.
- Uso de picanas.
- Resbalones y caídas.
- Vocalizaciones.
- Insensibilización adecuada del animal.

Verificación Post-Faena

Tras el cuereado, se verifican posibles signos de petequias y hematomas. En caso de detectarse anomalías, se informa inmediatamente al productor correspondiente.

Auditorías Internas

Realizamos auditorías periódicas a nuestros proveedores de hacienda. Estos son seleccionados en función de un ranking de cumplimiento en Bienestar Animal, elaborado a partir de los controles diarios. Aquellos con mayores desvíos son priorizados para auditoría.





Certificación McDonald's



La certificación de McDonald's valida que el sistema de calidad de La Anónima cumpla con los más altos estándares para ser proveedor de carne vacuna.

Este proceso contempla dos auditorías principales: una de Bienestar Animal y (Encefalopatía Espongiforme Bovina) BSE y otra de Responsabilidad Social.

Auditoría de Bienestar Animal y BSE

- Bienestar Animal: verifica el cumplimiento de políticas que garantizan un manejo humanitario, desde la recepción del ganado hasta el sacrificio.
- BSE (Encefalopatía Espongiforme Bovina): asegura el tratamiento adecuado del material de riesgo.
- Buenas Prácticas de Manufactura: evalúa el cumplimiento de normas de calidad en todo el proceso, desde el sacrificio hasta la expedición del producto final.

Auditoría de Responsabilidad Social (Supplier Workplace Accountability – SWA)

- Objetivo: garantizar que los proveedores cumplan con normas de responsabilidad social en aspectos como salud, seguridad, higiene, horas laborales, medio ambiente, empleo regular y disciplina.
- Verificación en planta: el área de RR.HH. y Seguridad e Higiene de La Anónima supervisa el cumplimiento de estas normas directamente en el lugar de trabajo.

Certificación SMETA 4 Pilares

[Conoce más](#)

La certificación SMETA 4 Pilares (versión 6.1) – Membresía SEDEX se basa en una auditoría social que abarca cuatro áreas fundamentales:

- Código de conducta del cliente
- Legislación laboral
- Legislación de salud, seguridad e higiene en el trabajo
- Legislación ambiental

Este reconocimiento tiene validez mutua con la certificación de Responsabilidad Social de McDonald's, lo que confirma que cumplimos con los más altos estándares sociales y ambientales, además de responder a las expectativas de nuestros clientes estratégicos.





Índice de contenidos GRI

Diseñado en base a los lineamientos internacionales de Global Reporting en su versión 2021 y su vinculación con: los ODS* (Objetivos de Desarrollo Sustentable) de las Naciones Unidas, la Norma ISO 26.000 de Responsabilidad Social** y la Evaluación de Impacto B (BIA)**.

* ODS: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

** ISO 26000: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>

*** Evaluación de Impacto B: <https://www.sistemab.org/evaluacion-de-impacto-b/>





Declaración de uso: La Anónima ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el período comprendido entre julio del 2024 a junio del 2025 utilizando como referencia los Estándares GRI 2021.

Estándares sectoriales GRI aplicables: GRI 13: Agricultura, acuicultura y pesca 2022

Estándar GRI		Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
GRI 2: CONTENIDOS GENERALES 2021	La organización y sus prácticas de presentación de informes						
	2-1. Detalles organizacionales.	La Anónima opera en Argentina y su sede principal está ubicada en Ituzaingó, Buenos Aires. Cuenta con 169 sucursales en 10 provincias y un equipo de 11.635 colaboradores.	Una celda gris indica que los motivos de omisión no están permitidos para la divulgación o que no se dispone de un número de referencia del estándar sectorial GRI.			6.3.10; 6.4.1; 6.4.2; 6.4.3; 6.4.4; 6.4.5; 6.8.5; 7.8	
	2-2. Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad.	Sociedad Anónima Importadora y Exportadora De La Patagonia SA (SAIEP) y Tarjetas Del Mar S.A. (TDM).					
	2-3. Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto.	Julio 2024 a Junio 2025 (EE117) / Frecuencia: Anual / Punto de Contacto: Sr. Nicolás Braun (Gerente General) sustentabilidad@laanononima.com.ar					
	2-4. Actualización de la información.	Las actualizaciones se aclaran e informan a lo largo del reporte.					
	2-5. Verificación externa.	No posee.					



GRI 2:
CONTENIDOS
GENERALES 2021

Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
Actividades y trabajadores						
2-6. Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales.	Las actualizaciones se aclaran e informan a lo largo del reporte.				6.3.10; 6.4.1; 6.4.2; 6.4.3; 6.4.4; 6.4.5; 6.8.5; 7.8	Alcance y estructura geográfica.
2-7. Empleados.	Las actualizaciones se aclaran e informan a lo largo del reporte.			8, 10		Métricas de trabajadores.
2-8. Trabajadores que no son empleados.	Se contratan servicios de agencia de personal eventual, para SAIEP y Patagonia Logística. Los contratos se pueden extender hasta 6 meses máximo, y son por eventualidades que surgen en la operatoria de la compañía. Los trabajos son los mismos que realizan las personas de nuestra empresa. Para SAIEP Agencia eventual RANDSTAD: 239 personas al período 06/2025. Para PAT. LOG. Agencia eventual GESTION LABORAL: 164 personas al periodo 06/2025.					Uso de servicios contratados.
Gobernanza						
2-9. Estructura de gobernanza y composición.	46, 48, 61 y 62				6.2; 7.4.3; 7.7.5	Estructuras de gobernanza. Representación de partes interesadas en el órgano de gobierno. Directoras mujeres. Miembros de la junta directiva de grupos subrepresentados. Gerentes nacionales. Transparencia del órgano de gobierno. Características del Comité de Auditoría.
2-10. Designación y selección del máximo órgano de gobierno.	64					Características del órgano de gobierno. Composición del órgano de gobierno. Representación de partes interesadas en el órgano de gobierno.



Estándar GRI		Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
GRI 2: CONTENIDOS GENERALES 2021	2-11. Presidente del máximo órgano de gobierno.	El Ing. Federico Braun es el Presidente de La Anónima y no desempeña funciones ejecutivas en la organización.				6.2; 7.4.3; 7.7.5	Composición del órgano de gobierno.
	2-12. Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos.	Memoria Financiera 2024-2025 (Reporte del Código de Gobierno Societario).					Características del órgano de gobierno.
	2-13. Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos.	41, 42, 43, 47, 48, 49 y 65			16		Integración de desempeño social y ambiental en la toma de decisiones. Evaluaciones de desempeño de gerentes que incluyan metas sociales/ambientales. Gestión de problemas sociales y ambientales significativos.
	2-14. Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad.	El Directorio y el Comité de Sustentabilidad liderado por el Presidente e integrado por las máximas autoridades de La Anónima aprueban los contenidos del Reporte de Sustentabilidad.			16		Integración de desempeño social y ambiental en la toma de decisiones. Transparencia de la empresa. Divulgación del impacto de la empresa.
	2-15. Conflictos de interés.	Los miembros del Directorio y los síndicos completan anualmente su declaración de conflicto de interés a partir del ejercicio económico N°116.					Código de Ética.
	2-16. Comunicación de inquietudes críticas.	69 y 70					Código de Ética. Política sobre infracciones al Código de Ética. Supervisión del programa de ética y anticorrupción. Resolución de reclamos de partes interesadas/ derechos humanos.



Estándar GRI							
Página / respuesta		Omisiones		Estándar sectorial GRI		ODS asociado	
ISO 26.000		Evaluación B					
GRI 2: CONTENIDOS GENERALES 2021	2-17. Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno.	64					Capacitación sobre el Código de Ética. Capacitación sobre desempeño social y ambiental. Integración de desempeño social y ambiental en la toma de decisiones.
	2-18. Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno.	Anualmente los integrantes del Directorio realizan una autoevaluación que considera temas de triple impacto. La Política Anticorrupción se aprobó en el seno del Directorio en 2019 y fue difundida a todo el personal jerárquico a partir de su aprobación. Como parte del proceso de Onboarding, también se comparte al personal jerárquico ingresante. Asimismo, se prevén anualmente difusiones y capacitaciones vinculadas al Programa de Ética y Cumplimiento.					Integración de desempeño social y ambiental en la toma de decisiones. Evaluaciones de desempeño de gerentes que incluyan metas sociales/ambientales. Características del órgano de gobierno.



Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
GRI 2: CONTENIDOS GENERALES 2021	2-19. Políticas de remuneración	SAIEP: Las remuneraciones a los miembros del Directorio propuestas son, en opinión del Directorio de la Sociedad, razonables y adecuadas teniendo en cuenta las responsabilidades de los directores, el tiempo dedicado a sus funciones, su competencia y reputación profesional, el valor de sus servicios en el mercado, las particulares circunstancias de la Sociedad y las funciones específicas efectivamente realizadas por cada uno de sus miembros. TDM: Si bien no existe una Política de Remuneraciones formalizada para la Gerencia General y el Directorio, para su determinación la Sociedad se basa en las funciones y responsabilidades asignadas, en el tiempo dedicado a las mismas, en su competencia y reputación profesional, en el valor de sus servicios en el mercado y en las funciones específicas efectivamente desempeñadas por cada uno de sus miembros.				Características del órgano de gobierno. Composición del órgano de gobierno. Transparencia del órgano de gobierno.



Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
GRI 2: CONTENIDOS GENERALES 2021	2-20. Proceso para determinar la remuneración					Características del órgano de gobierno. Composición del órgano de gobierno. Transparencia del órgano de gobierno.
	2-21 Ratio de compensación total anual					



Estándar GRI							Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
GRI 2: CONTENIDOS GENERALES 2021	Estrategia, políticas y prácticas											
	2-22. Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible.	3, 4, 5, 6, 35 y 36										Características de la declaración de la misión. Protección de la misión.
	2-23. Compromisos y políticas.	54, 68, 69, 71, 79 y 95										Gestión de problemas sociales y ambientales significativos. Frecuencia de las actualizaciones en la evaluación de materialidad. Transparencia de la empresa.
	2-24. Incorporación de los compromisos y políticas.	68, 69, 70, 71, 94 y 95										Integración de desempeño social y ambiental en la toma de decisiones. Capacitación sobre desempeño social y ambiental. Evaluaciones de desempeño de gerentes que incluyan metas sociales/ambientales. Divulgación del impacto de la empresa.
	2-25. Procesos para remediar los impactos negativos.	75										Resolución de reclamos de partes interesadas/ derechos humanos.
	2-26. Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes.	50, 51, 52 y 82										Prácticas anticorrupción. Empoderamiento de los trabajadores.
	2-27. Cumplimiento de la legislación y las normativas.	No ha habido casos significativos de incumplimiento de la legislación y las normativas, ni se han pagado multas durante el período objeto del informe.										Auditoría de estados financieros. Controles financieros.
	2-28. Afiliación a asociaciones.	53 y 54										Programa de ciudadanía corporativa. Promoción de políticas para el establecimiento de estándares sociales y ambientales. Fomentar un mejor desempeño social y ambiental.



Estándar GRI		Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
GRI 2: CONTENIDOS GENERALES 2021	Participación de los grupos de interés						
	2-29. Enfoque para la participación de los grupos de interés.	44, 45, 46, 50, 51, 52, 79 y 212				5.3	Métodos de participación. Gestión de problemas sociales y ambientales significativos. Frecuencia de las actualizaciones en la evaluación de materialidad. Resolución de reclamos de partes interesadas/derechos humanos. Representación de partes interesadas en el órgano de gobierno.
	2-30. Convenios de negociación colectiva.	SAIEP: - Sindicato de Empleados de Comercio 130/75 – 7.754 personas. - Sindicato de personal de supervisión de la industria de la Carne 747/17 – 67 personas. - Sindicato de la Carne 56/75 – 1.103 personas. TDM: Sindicato de Empleados de Comercio 130/75 – 0 personas. 0%			8		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	Contenidos sobre los temas materiales						
	3- 1 Proceso de determinación de los temas materiales.	38 y 40					Gestión de problemas sociales y ambientales significativos. Frecuencia de las actualizaciones en la evaluación de materialidad.
	3- 2 Lista de temas materiales..	39					Identificación de problemáticas significativas.
DESEMPEÑO ECONÓMICO							
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42		13.22.1		6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	



Estándar GRI								Página / respuesta		Omisiones		Estándar sectorial GRI		ODS asociado		ISO 26.000		Evaluación B	
GRI 201: DESEMPEÑO ECONÓMICO – 2016	201- 1 Valor económico directo generado y distribuido.	Memorias Financieras. SAIEP: acceso a Memoria online. TDM: acceso a Memoria online			13.22.2	9	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	Métricas de gobernanza.											
	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático.	40			13.22.2	12		Métricas de gobernanza.											
	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación.	Todo el personal recibe aportes y contribución de acuerdo a la normativa legal. (Ley de Contrato de Trabajo 20744 y Convenios colectivos de trabajo).						Programas de jubilación.											
	201- 4 Asistencia financiera recibida del gobierno.	La compañía no recibe asistencia por parte del gobierno para desarrollar sus operaciones.																	
PRESENCIA EN EL MERCADO																			
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42					6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5												
GRI 202: PRESENCIA EN EL MERCADO – 2016	202-1 Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local.	En SAIEP y en TDM no existen diferencias salariales basadas en el género. Todos los salarios, incluidos los de las categorías iniciales, se rigen por convenios colectivos y escalas salariales definidas en función de la posición y las responsabilidades, de manera independiente del género. Asimismo, estos salarios cumplen con los requisitos del salario mínimo local y, en muchos casos, los superan. Garantizamos la igualdad de condiciones para todos los empleados, asegurando que el género no influya en la remuneración de ninguna categoría laboral.			13.21	1.2,5,8	6.3.7; 6.3.10; 6.4.3; 6.4.4; 6.8.1; 6.8.2	Políticas de contratación local y de compras locales. Relación entre la remuneración más alta y la más baja. Remuneración más baja. Porcentaje de empleados con un salario mínimo vital. Porcentaje de empleados con un salario mínimo vital para una familia. Porcentaje por encima del salario mínimo. Empleo formal. Nuevos puestos de trabajo incorporados el año pasado. Tasa de crecimiento del empleo.											



Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
GRI 202: PRESENCIA EN EL MERCADO – 2016	202– 2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local.	SAIEP: El porcentaje de Altos Ejecutivos contratados de la comunidad local es del 100%. Se consideran “Altos Ejecutivos” aquellos miembros del Directorio (Presidente y CEO) y las distintas Direcciones Ejecutivas (Mercaderías; E.Commerce y MKTG; Operaciones; Recursos Humanos; Finanzas, Administración y Logística; Tecnología de la Información). Se considera “local” a aquellas personas que residen en el territorio argentino, ubicación donde se desarrollan las principales operaciones industriales y administrativas de la compañía. TDM: El 100% de los altos ejecutivos de Tarjetas del Mar S.A. proviene de la comunidad local, definida como quienes residen a menos de 80 km del centro de operaciones. Este grupo, integrado por siete gerentes, representa el 11,47% de la dotación total y corresponde a la totalidad de las ubicaciones de operación significativa de la compañía.		8	6.4.3; 6.8.1; 6.8.2; 6.8.5; 6.8.7	Gerentes nacionales.
IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS						
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3– 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42		13.21	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	



Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
GRI 203: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS – 2016	203– 1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados.	Memorias Financieras. SAIEP: acceso a Memoria online. TDM: acceso a Memoria online.	13.22.3	5; 9; 11	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	Alcance y estructura geográfica. Nuevos puestos de trabajo incorporados el año pasado. Tasa de crecimiento del empleo. Medición del impacto de las inversiones comunitarias. Mejora del rendimiento de las inversiones comunitarias. Toma de decisiones estratégicas para las inversiones comunitarias. Aportes (en relación con ingresos) para inversiones comunitarias.
	203– 2 Impactos económicos indirectos significativos.	209, 210, 211, 212, 213, 214 y 215	13.22.4	1.2; 1.4; 8	6.3.9; 6.6.6; 6.6.7; 6.7.8; 6.8.1; 6.8.2; 6.8.5; 6.8.7; 6.8.9	
PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN						
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3– 3 Gestión de los temas materiales	38, 40, 41 y 42			6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	
GRI 204: PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN – 2016	204– 1 Proporción de gasto en proveedores locales.	79, 80 y 81		8		Compras a proveedores registrados en el país donde opera la empresa. Gastos en proveedores locales.



Estándar GRI		Página / respuesta		Omisiones		Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
ANTICORRUPCIÓN									
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3– 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42		13.26.1		6.6.1; 6.6.2; 6.6.3;			
GRI 205: ANTICORRUPCIÓN – 2016	205–1 Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción.	Alcance: 100% de las unidades de negocio y áreas de la compañía Se identificaron 20 escenarios de riesgos de corrupción con organismos públicos // Riesgos significativos relacionados con la corrupción a través de la evaluación de riesgos. Riesgo Residual Alto: ningún escenario. Riesgo Residual Moderado: sólo 4 escenarios.		13.26.2	16	6.6.1; 6.6.2; 6.6.3		Código de Ética. Política sobre infracciones al Código de Ética. Prácticas anticorrupción.	
	205– 2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.	La jefatura de Cumplimiento diseña anualmente el Plan de Difusión y Capacitación en temáticas vinculadas al Programa de Ética y Cumplimiento.		13.26.3	16	6.6.1; 6.6.2; 6.6.3; 6.6.6		Capacitación sobre el Código de Ética. Prácticas anticorrupción. Supervisión del programa de ética y anticorrupción.	
	205– 3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas.	Hasta la fecha de este reporte no se registraron casos de corrupción.		13.26.4	16	6.6.1; 6.6.2; 6.6.3		Prácticas anticorrupción. Supervisión del programa de ética y anticorrupción.	
COMPETENCIA DESLEAL									
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3– 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42		13.25.1					
GRI 206: COMPETENCIA DESLEAL – 2016	206– 1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.	No se registraron acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia durante el período de reporte.		13.25.2				Cuestionario de Divulgación.	



Estándar GRI		Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
FISCALIDAD							
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	La compañía tiene como estrategia fiscal cumplir con todas las leyes impositivas entre las cuales están:			1.1; 1.3		
	207-1 Enfoque fiscal.	- Planificación y compliance fiscal. - Administración de saldos a favor impositivos. - Seguimiento de alícuota efectiva de los distintos impuestos que la compañía paga y en caso de incremento se analizan gestiones a realizar. - Presupuestos anuales impositivos. - El órgano de gobierno que aprueba y revisa la estrategia fiscal es el directorio. - La frecuencia de las revisiones es trimestral.					Auditoría de estados financieros. Controles financieros
GRI 207: FISCALIDAD – 2019					1.1; 1.3		
	207-2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos.	Los responsables del cumplimiento de la estrategia fiscal es el Director Ejecutivo de Finanzas, Administración y Logística y las distintas gerencias a su cargo. El enfoque fiscal se integra mediante una política de cumplimiento, seguimiento y análisis de los riesgos, los cuales fueron presupuestados en el plan anual impositivo. Trimestralmente se realiza un informe de los riesgos fiscales al comité de auditoría. Los riesgos son identificados por la gerencia de impuestos mediante el análisis de las normas fiscales. La gobernanza fiscal es auditada trimestralmente por nuestros auditores externos. La compañía tiene un código de ética con su canal de denuncias y los estados financieros de la empresa son públicos. https://www.laanonima.com.ar/institucional/finanzas					Controles financieros.



Estándar GRI		Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
GRI 207: FISCALIDAD – 2019	207–3 Participación de los grupos de interés y gestión de sus inquietudes en materia fiscal.	La compañía tiene un gran compromiso con todas las obligaciones impositivas y todos los grupos de intereses actúan en consecuencia. Somos proactivos en responder a las solicitudes de los distintos órganos fiscales. La compañía realiza todos los pagos impositivos y/o fiscales en tiempo y forma. Además, se realizan todas las retenciones y percepciones a proveedores y clientes en caso de corresponder. La gerencia impositiva escucha y recopila las opiniones de otras áreas a fin de facilitar el cumplimiento de las distintas obligaciones fiscales. También la gerencia de impuesto integra grupos de intereses externos y cuenta con asesores impositivos de primer nivel.			1.1; 1.3		Transparencia de la empresa. Transparencia financiera con los empleados.
	207–4 Presentación de informes país por país.	La compañía controla una empresa de comercio exterior radicada en Uruguay, esto fue declarado en el balance consolidado al 30/6/2022. En el presente año hemos presentado en informe país por país exigido por la AFIP. https://www.laanonima.com.ar/institucional/finanzas			1.1; 1.3		Métricas de gobernanza.



Estándar GRI		Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
MATERIALES							
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42				6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	Tierra y Vida
GRI 301: MATERIALES – 2016	301- 1 Materiales utilizados por peso o volumen.	237					Productos con certificación ambiental. Diseño de productos para favorecer el medioambiente. Porcentaje de productos diseñados para favorecer el medioambiente. Tipo de evaluaciones de la huella de la empresa. Porcentaje de los productos sometidos a una evaluación de huella ambiental. Evaluación de la huella ambiental de toda la cadena de valor.
	301- 2 Insumos reciclados utilizados.	237					Impacto ambiental de los envases.
	301- 3 Productos reutilizados y materiales de envasado.	237					Impacto ambiental de los envases. Porcentaje de materiales reciclables/ biodegradables. Porcentaje de materiales e insumos ambientalmente preferibles. Porcentaje de productos reutilizados/ reciclados. Programas para reducir los desechos al final de la vida útil del producto. Porcentaje de productos con programas de reducción de desechos al final de su vida útil.



Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
ENERGÍA						
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42				Aire y clima.
GRI 302: ENERGÍA – 2016	302- 1 Consumo energético dentro de la organización.	238, 239 y 240			7; 8; 12; 13 6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	Monitoreo y generación de informes sobre el consumo energético. Consumo total de energía. Consumo total de energía renovable. Uso de energía renovable. Consumo de energía renovable de bajo impacto.
	302-2 Consumo de energía fuera de la organización.	No medimos ni generamos controles sobre el consumo energético fuera de los límites de nuestra organización. Esto incluye el consumo de energía vinculado a actividades de nuestra cadena de valor que ocurren aguas arriba (por ejemplo, producción de insumos y transporte de proveedores) y aguas abajo (por ejemplo, uso de los productos por parte de clientes o disposición final). En esta etapa, nuestro sistema de gestión se enfoca únicamente en los consumos directos bajo nuestro control operativo y administrativo.				
	302-3 Intensidad energética.	239 y 240				Consumo total de energía. Consumo total de energía renovable. Uso de energía renovable. Consumo de energía renovable de bajo impacto.
	302- 4 Reducción del consumo energético.	239 y 240				Reducción del consumo de energía.
	302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios.	239 y 240				Equipos ecológicos



Estándar GRI		Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
AGUA Y EFLUENTES							
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42		13.7.1		6.5.4	Agua.
GRI 303: AGUA Y EFLUENTES – 2016	303-1 Interacción como el agua como recurso compartido.	Nota sobre zona estrés hídrico: Según la Resolución ADA (Autoridad del Agua Pcia Bs As) 796/17 el Partido de Salto, en donde se encuentra ubicado una de las plantas frigoríficas no se encuentra en zona de disponibilidad condicionada o restringida para el uso de agua subterránea. En relación a la planta de La Pampa, si bien Spelluzzi se encuentra en una zona árida, el frigorífico cumplimenta lo determinado por la Secretaría de Recursos Hídricos Provincial la cual establece las condiciones de extracción de agua subterránea (caudales y tiempo de reposo).		13.7.2			Monitoreo y generación de informes sobre el consumo de agua. Prácticas de conservación del agua. Agua recolectada en el lugar o proveniente de fuentes recicladas. Gestión del agua en la cadena de suministro. Mejora del consumo de agua en la cadena de suministro.
	303-2 Gestión de los impactos relacionados con el vertidos de agua.	Frigorífico Salto: Límite descarga cuerpo de agua superficial (Res. N°336/03). Frigorífico Pampa Natural: Límite descarga establecido en el permiso de vuelco de efluentes. Ley N°2581, Art.309. Dec. 2468/11.		13.7.3	6		Control de aguas residuales tóxicas.
	303-3 Extracción de agua.	223, 224, 225, 226, 227, 228 y 229		13.7.4	6; 12		Consumo total de agua.
	303-4 Vertido de agua.	223, 224, 225, 227, 228 y 229		13.7.5	3; 6; 12; 14		Control de aguas residuales tóxicas.
	303-5 Consumo de agua.	223, 224, 225, 227, 228 y 229		13.7.6	6; 12		Consumo total de agua.



Estándar GRI		Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
BIODIVERSIDAD							
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42		13.3.1			
GRI 304: BIODIVERSIDAD – 2016	304-1 Sitios operacionales ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas.	Los establecimientos de la empresa se construyen en zonas que ya están urbanizadas, con lo cual el impacto directo sobre la biodiversidad, entendiéndola como impactos sobre la flora y fauna autóctonas son prácticamente nulos y el impacto sobre el suelo, agua y aire, al tratarse de zonas urbanizadas y de una actividad de servicio, los impactos se evalúan y se establecen las medidas de gestión necesarias para realizar la actividad. No poseemos sitios ubicados en zonas de gran valor para la biodiversidad, ni áreas protegidas.		13.3.2			Procedimientos de conservación de los hábitats naturales. Gestión de la biodiversidad en la cadena de suministro. Mejora del impacto de la cadena de suministro en la biodiversidad.
	304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad.	En La Anónima analizamos los impactos directos producidos por la actividad de la empresa. Contamos con procedimientos que nos permiten analizar e identificar la legislación de seguridad y medio ambiente municipal y provincial aplicables sobre el terreno y su futuro proyecto a desarrollar. Estas acciones nos permiten definir las medidas necesarias para en primer lugar evitar, y cuando no fuera posible, disminuir, remediar y/o mitigar los posibles efectos negativos de nuestros proyectos a lo largo de todo su ciclo de vida en el ambiente y la población.		13.3.3			Procedimientos de conservación de los hábitats naturales. Gestión de la biodiversidad en la cadena de suministro. Mejora del impacto de la cadena de suministro en la biodiversidad.



Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
GRI 304: BIODIVERSIDAD – 2016	304–3 Hábitats protegidos o restaurados.	Durante el ejercicio no se han realizado actividades de prevención y remediación con respecto a los impactos en la biodiversidad.	13.3.4			Procedimientos de conservación de los hábitats naturales. Gestión de la biodiversidad en la cadena de suministro. Mejora del impacto de la cadena de suministro en la biodiversidad.
	304–4 Especies que aparecen en la Lista Roja de la UINC y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	Los establecimientos se emplazan en zonas urbanizadas con lo cual no afectan a las especies que aparecen en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales de conservación.	13.3.5			Procedimientos de conservación de los hábitats naturales. Gestión de la biodiversidad en la cadena de suministro. Mejora del impacto de la cadena de suministro en la biodiversidad.
			13.4 Conversión de ecosistemas naturales.			Ver especialmente para frigoríficos.
			13.5 Salud del suelo.			



Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
	Las Plantas Frigoríficas Speluzzi del Frigorífico La Anónima Pampa Natural y Salto, pertenecientes a SAIEP operan con políticas que aseguran el buen trato y el cumplimiento en todas las etapas de las 5 libertades que determinan el Bienestar de los animales, desde el momento del arribo de los mismos, durante su descarga, estadía en los corrales de descanso, durante su manejo activo y traslado hasta el cajón de noqueo, donde son insensibilizados por personal idóneo y correctamente capacitado para dicha tarea, asegurando en todo momento el buen trato y una muerte digna para todos los animales. Las prácticas relativas al aseguramiento del bienestar animal en ambos frigoríficos son compatibles y están alineadas con los requerimientos de las Recommended Animal Handling Guidelines and Audit Guide de la North American Meat Institute Foundation. Ambas plantas tienen certificación NAMI y son auditadas anualmente.		13.11 Salud y bienestar animal.			



Estándar GRI		Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
EMISIONES							
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42		13.1.1			Aire y clima.
GRI 305: EMISIONES – 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1).	244. 245 y 246		13.1.2	3; 12; 13; 14; 15	6.5.3; 6.5.4; 6.5.5; 6.5.6	Total de emisiones de GEI de alcance 1.
	305-2 Emisiones indirectas de GEI (alcance 2).	244, 245 y 246		13.1.3			Total de emisiones de GEI de alcance 2.
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).	244, 245 y 246		13.1.4			Total de emisiones de GEI de alcance 3.
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI.	246		13.1.5			Intensidad de las emisiones de carbono.



Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
GRI 305: EMISIONES – 2016	305–5 Reducción de las emisiones de GEI.	244		13.1.6	3; 12; 13; 14; 15	6.5.3; 6.5.4; 6.5.5; 6.5.6 Reducción en las emisiones de gases de efecto invernadero. Reducción de las emisiones de carbono del transporte. Gestión de gases de efecto invernadero de la cadena de suministro. Compensación de las emisiones de GEI de los proveedores. Mejora de las emisiones de GEI de la cadena de suministro. Compras a proveedores locales expresadas como porcentaje del costo de bienes vendidos. Porcentaje de materias primas compradas a proveedores locales. Tipos de bonos de carbono comprados.
	305–6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono.	244		13.1.7		
	305–7 Óxidos de nitrógenos (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas al aire.	Las emisiones atmosféricas de NOx y SOx (material particulado) que se generan en La Anónima como consecuencia de su actividad productiva se monitorean bajo requerimientos legales y no son significativas.		13.1.8	3; 12; 14; 15	
RESIDUOS						
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3– 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42		13.8.1		6.5.3; 6.5.4



Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
GRI 306: RESIDUOS – 2020	306–1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados.	216 y 230	13.8.2			Monitoreo y generación de informes de los desechos no peligrosos. Producción de desechos no peligrosos. Programas de reciclaje. Programas para la reducción de residuos. Gestión de desechos en la cadena de suministro. Mejora de la generación de desechos en la cadena de suministro. Impacto ambiental de los envases.
	306–2 Residuos por tipo y método de eliminación.	216, 217, 218, 230, 231 y 232	13.8.3		6.5.3; 6.5.4; 6.5.6	Impacto del uso del producto. Porcentaje de productos en los que se utilizan prácticas para minimizar el impacto del uso. Gestión de la vida útil del producto. Cambio de comportamientos como resultado de los programas. Monitoreo y generación de informes de los desechos no peligrosos. Gestión de desechos en la cadena de suministro. Mejora de la generación de desechos en la cadena de suministro. Impacto ambiental de los envases. Programas para reducir los desechos al final de la vida útil del producto. Porcentaje de productos con programas de reducción de desechos al final de su vida útil.
	306–3 Residuos generados.	216, 217, 218, 230, 231 y 232	13.8.4			Total de desechos eliminados.
	306–4 Residuos no destinados a eliminación.	216, 217, 218, 230, 231 y 232	13.8.5			Total de desechos reciclados.
	306–5 Residuos destinados a eliminación.	216, 217, 218, 230, 231 y 232	13.8.6			Total de desechos eliminados.



Estándar GRI		Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES							
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42					Descripciones de los proveedores significativos.
GRI 308: EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales.	88 y 93					Evaluación e identificación de riesgos en la cadena de suministro. Seguimiento y trazabilidad de la cadena de suministro.
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	79					
EMPLEO							
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42		13.20.1		6.4.3; 6.4.4; 6.8.7	Iniciativas para aumentar salarios y beneficios. Prácticas y políticas de remuneración. Programas de jubilación. Servicios financieros para empleados. Prestación de servicios gubernamentales de atención médica. Cobertura de salud. Beneficios de salud adicionales. Beneficios adicionales. Información sobre el manual del empleado. Empoderamiento de los trabajadores. Mediación de conflictos entre los trabajadores y la gerencia. Revisión de prácticas laborales.



Estándar GRI								Página / respuesta		Omisiones		Estándar sectorial GRI		ODS asociado		ISO 26.000		Evaluación B	
GRI 401: EMPLEO – 2016		401- 1 Contrataciones de empleados nuevos y rotación de personal.		109 y 110						5,8,10		6.4.3; 6.4.4; 6.8.7		Relevamiento y evaluación comparativa de las tasas de satisfacción y rotación de personal. Empleados que dejaron de trabajar en la empresa. Satisfacción de los empleados. Tasa de rotación de trabajadores asalariados. Nuevos puestos de trabajo incorporados el añopasado. Tasa de crecimiento del empleo.					
		401- 2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales.		117 y 118						3; 5; 8						Beneficios adicionales.			
		401-3 Permiso parental.		Las licencias otorgadas son las estipuladas en la Ley de Contrato de Trabajo 20744 y Convenios Colectivos de Trabajo 130/75, 56/75 y 40/89 según corresponda.												Licencia parental remunerada para el cuidador secundario. Número de días libres pagos. Licencia parental (cuidadores primarios) remunerada para empleados asalariados.			
RELACIONES TRABAJADOR EMPRESA																			
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021		3- 3 Gestión de los temas materiales.		38, 40, 41 y 42															
		402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales.		Dialogamos y consultamos a los representantes gremiales sobre la toma de decisiones que conllevan a cambios operacionales significativos. No hay determinados plazos de aviso mínimos establecidos para las notificaciones o negociaciones. Indistintamente, se llevan adelante las gestiones como para mantener la satisfacción y motivación de los colaboradores ante cambios importantes.						8		6.4.3		Empoderamiento de los trabajadores. Mediación de conflictos entre los trabajadores y la gerencia.					
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO																			
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021		3- 3 Gestión de los temas materiales.		38, 40, 41 y 42				13.19.1				6.4.6; 6.8.8							



Estándar GRI							
Página / respuesta		Omisiones		Estándar sectorial GRI		ODS asociado	
ISO 26.000		Evaluación B					
GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO – 2018	403– 1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.	120, 121, 122, 123 y 124		13.19.2	3; 8; 16	6.4.6; 6.8.8	Prestación de servicios gubernamentales de atención médica. Cobertura de salud. Beneficios de salud adicionales. Acceso a beneficios de salud adicionales para trabajadores de tiempo parcial. Manejo de materiales peligrosos. Prácticas empresariales relacionadas con la maquinaria. Auditorías de la calidad del aire interior.
	403– 2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes.	124		13.19.3			Prácticas de seguridad laboral. Programa de salud y seguridad.
	403– 3 Servicios de salud en el trabajo.	121, 122 y 123		13.19.4			Programa de salud y seguridad.
	403–4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo.	120, 121, 122, 123 y 124		13.19.5			Empoderamiento de los trabajadores.
	403– 5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo.	122, 123, 125 y 128		13.19.6			Manejo de materiales peligrosos. Prácticas empresariales relacionadas con la maquinaria.
	403– 6 Fomento de la salud de los trabajadores.	121, 122 y 123		13.19.7			Beneficios de salud adicionales. Acceso a beneficios de salud adicionales para trabajadores de tiempo parcial.
	403–7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales.	124		13.19.8			Prácticas de seguridad laboral. Programa de salud y seguridad.



	Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO – 2018	403– 8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.	124		13.19.9		6.4.6; 6.8.8	Prácticas de seguridad laboral. Programa de salud y seguridad.
	403– 9 Lesiones por accidente laboral.	127		13.19.10			Prácticas de seguridad laboral. Programa de salud y seguridad.
	403–10 Dolencias y enfermedades laborales.	127		13.19.11			Prácticas de seguridad laboral. Programa de salud y seguridad.
FORMACIÓN Y ENSEÑANZA							
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3– 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42				6.4.7; 6.8.5	
GRI 404: FORMACIÓN Y ENSEÑANZA – 2016	404– 1 Promedio de horas de formación al año por empleado.	129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137 y 138			4; 5; 8; 10	6.4.7	Políticas y prácticas de desarrollo profesional. Tiempo de capacitación de nuevos empleados. Prácticas de contratación de pasantes. Participación en capacitaciones basadas en competencias. Participación en capacitaciones de habilidades para desenvolverse en la vida. Participación en programas de desarrollo profesional externos.
	404– 2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	139, 140, 141 y 142					Participación en capacitaciones de funciones cruzadas.
	404–3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera.	143, 144, 145 y 146			5; 8; 10		Proceso de evaluación de empleados. Promoción interna de empleados.



Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES						
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42		13.15.1		6.2.3; 6.3.7; 6.3.10; 6.4.3; 6.4.4 Diversidad, Equidad e Inclusión.
GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES – 2016	405-1 Diversidad en órgano de gobierno y empleados.	62 y 67		13.5.2	5; 8	6.2.3; 6.3.7; 6.3.10; 6.4.3 Diversidad, Equidad e Inclusión.
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres.	No existe diferencial salarial por género ya que con el personal dentro de convenio los sueldos lo determinan el Convenio Colectivo de Trabajo y en el personal jerárquico la estructura salarial definida por la compañía.		13.5.3	5; 8; 10	Gestión de la Diversidad, Equidad e Inclusión. Relación entre la remuneración más alta y la más baja. Remuneración más baja.
NO DISCRIMINACIÓN						
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42		13.15.1		6.3.6; 6.3.7; 6.3.10; 6.4.3 Diversidad, Equidad e Inclusión.
GRI 406: NO DISCRIMINACIÓN – 2016	406- 1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas.	No se registraron casos de discriminación durante el período reporte.		13.15.4	5,8	6.3.6; 6.3.7; 6.3.10; 6.4.3 Política de no discriminación.



Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA						
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42	13.18.1			
GRI 407: LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA - 2016	407- 1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo.	No se han identificado operaciones ni proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo durante el período del reporte. El criterio utilizado para determinar la existencia de casos de riesgo en el goce del derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva en las operaciones y proveedores es a través del análisis de los reclamos judiciales a La Anónima.	13.18.2			Evaluación e identificación de riesgos en la cadena de suministro. Seguimiento y trazabilidad de la cadena de suministro.
TRABAJO INFANTIL						
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42	13.17.1			
GRI 408: TRABAJO INFANTIL - 2016	408- 1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.	No se han identificado operaciones ni proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil durante el período del reporte. El criterio utilizado para determinar la existencia de casos de riesgo de trabajo infantil en las operaciones y proveedores es a través del análisis de los reclamos judiciales a Grupo La Anónima.	13.17.2			Evaluación e identificación de riesgos en la cadena de suministro. Seguimiento y trazabilidad de la cadena de suministro.



Estándar GRI		Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO							
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42		13.16.1			
GRI 409: TRABAJO FORZOZO U OBLIGATORIO – 2016	409- 1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.	No se han identificado operaciones ni proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio durante el período del reporte. El criterio utilizado para definir la existencia de riesgos de trabajo forzoso u obligatorio en las operaciones del Grupo es a través del análisis de los juicios a La Anónima.		13.16.2	8		Evaluación e identificación de riesgos en la cadena de suministro. Seguimiento y trazabilidad de la cadena de suministro.
PRÁCTICAS EN MATERIA DE SEGURIDAD							
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42					
GRI 410: PRÁCTICAS EN MATERIA DE SEGURIDAD – 2016	410-1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos.	41, 75 y 189			16		Capacitación en derechos laborales.
DERECHOS DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS							
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42		13.14.1			
GRI 411: DERECHOS DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS – 2016	411-1 Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas.	No se registraron reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones a los derechos de los pueblos indígenas.		13.14.2			Cuestionario de divulgación.



Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
COMUNIDADES LOCALES						
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42		13.12.1 13.13.1		
GRI 413: COMUNIDADES LOCALES – 2016	413- 1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo.	196 a 216		13.12.2 13.13.2		Programa de ciudadanía corporativa. Prácticas y políticas de servicio comunitario. Porcentaje de empleados que realizaron trabajo voluntario. Cantidad total de horas de servicio voluntario. Tiempo de voluntariado per cápita. Medición del impacto de las inversiones comunitarias. Mejora del rendimiento de las inversiones comunitarias. Toma de decisiones estratégicas para las inversiones comunitarias. Aportes (en relación con ingresos) para inversiones comunitarias. Prácticas y políticas sobre donaciones benéficas e inversiones en la comunidad. Porcentaje de ingresos donado. Monto total de donaciones caritativas. Promoción de políticas para el establecimiento de estándares sociales y ambientales. Fomentar un mejor desempeño social y ambiental.
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales.	No se identificaron operaciones con impacto de este tipo.		13.12.3 13.13.3	1.4; 2.3	



Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES						
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales.	38, 40, 41 y 42				Descripciones de los proveedores significativos.
GRI 414: EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES - 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales.	TDM: En el presente ejercicio la empresa se ha dado a la búsqueda de proveedores de la economía social ya sea a través del alta de los mismos o con compras eventuales, los cuales presten servicios que tengan impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.		5; 8; 15		Evaluación e identificación de riesgos en la cadena de suministro. Seguimiento y trazabilidad de la cadena de suministro. Servicios tercerizados. Temas de evaluación respecto de los servicios tercerizados. Porcentaje de servicios tercerizados sujetos al código de conducta. Evaluación/monitoreo de prestadores de servicio. Porcentaje del personal tercerizado que es evaluado/monitoreado. Cumplimiento normativo en la cadena de suministro. Porcentaje de proveedores sujetos al código de conducta. Métodos de selección y gestión de los proveedores de nivel 1. Porcentaje de los proveedores de nivel 1 que son evaluados/monitoreados. Métodos de selección y gestión de los proveedores de nivel 2. Porcentaje de los proveedores de nivel 2 que son evaluados/monitoreados. Métodos de selección de los productores originales de las materias primas. Porcentaje de los productores originales que son evaluados/monitoreados. Elaboración de informes sobre el impacto de la cadena de suministro.
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	79				



Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
POLÍTICA PÚBLICA						
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales	38, 40, 41 y 42		13.24.1		
GRI 415: POLÍTICA PÚBLICA - 2016	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos.	La organización no realiza contribuciones a partidos y/o representantes políticos.		13.24.2		
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES						
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales	38, 40, 41 y 42				6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5
GRI 416: SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES 2016	416-1 Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad.	Los productos son debidamente registrados frente a las autoridades sanitarias de competencia y la información que se coloca en el rótulo de nuestros productos MP respondiendo a las exigencias del CAA (Código Alimentario Argentino). Los logos y certificaciones se observan en cada producto de acuerdo a la situación particular de cada proveedor/ producto.		13.10.1		Aseguramiento de calidad.
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad.	Cantidad de recalls entre julio 2024 y junio 2025: 27, de los cuales 14 fueron clase 2 y 13 fueron clase 3.		13.10.2	16	4.6; 6.7.1; 6.7.2; 6.7.4; 6.7.5; 6.8.8
				13.9 Seguridad alimentaria		
				13.23 Trazabilidad de la cadena de suministro		



Estándar GRI	Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
MARKETING Y ETIQUETADO						
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3- 3 Gestión de los temas materiales	38, 40, 41 y 42	13.10.4		6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	
GRI 417: MARKETING Y ETIQUETADO – 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios.	SAIEP: Etiquetado responsable: detalle de la información que se incorpora en el envase de los productos de marca propia. Alcance productos de marca propia: – Funcionalidad del producto. Se incluye lo requerido por el Código Alimentario Argentino. – Declaración de alérgenos. Diseños aprobados por gestor y autoridad sanitaria. – Información nutricional obligatoria. Diseños aprobados por gestor y autoridad sanitaria. – Indicadores de calidad: certificaciones. No se incluyen certificaciones en los envases. – Buenas prácticas: para su manipulación y consumo. Según normativa: Código Alimentario Argentino. Diseños aprobados por gestor y autoridad sanitaria. – Certificación material reciclable, isologo. Esto facilita la tarea de separación de residuos por parte de los recolectores urbanos. – Logo SIN T.A.C.C. 100 % Diseños aprobados por gestor y autoridad sanitaria. Todos los productos libre de gluten llevan el sello por obligatoriedad del CAA. TDM: Cumplimos con los estándares de transparencia, accesibilidad y sustentabilidad en nuestros productos y servicios. Brindamos información clara sobre condiciones, costos y beneficios y promovemos prácticas responsables en el uso de materiales y en la gestión documental. Los términos, condiciones y tasas vigentes están disponibles en los canales de Tarjeta La Anónima y del Banco Central. Elaboramos un documento con tasas, cargos y comisiones de productos financieros. Todas las piezas de marketing cumplen con los requisitos normativos de los entes reguladores.		12	6.7.1; 6.7.2; 6.7.3; 6.7.4; 6.7.5; 6.7.9	Gestión de publicidad y marketing.



Estándar GRI		Página / respuesta	Omisiones	Estándar sectorial GRI	ODS asociado	ISO 26.000	Evaluación B
GRI 417: MARKETING Y ETIQUETADO – 2016	417–2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios.	No se registraron casos de incumplimiento relacionados con la información durante el período del reporte.			16	4.6; 6.7.1; 6.7.2; 6.7.6	Cuestionario de divulgación.
	417–3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing.	No se registraron casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing durante el período del reporte.			16	4.6; 6.7.1; 6.7.2; 6.7.3; 6.7.4; 6.7.5; 6.7.9	Cuestionario de divulgación.
PRIVACIDAD DEL CLIENTE							
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3– 3 Gestión de los temas materiales	38, 40, 41 y 42		13.10.4	16	6.7.1; 6.7.2; 6.7.7	
GRI 418: PRIVACIDAD DEL CLIENTE – 2016	418–1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	No se registraron reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente durante el período del reporte.					Privacidad y uso de datos. Gestión de la seguridad de los datos.



Anexos





Nuestro equipo en números

Por género
y categoría

Capítulo 4: Nuestros Equipos

Provincias / género	Convenio	Jerárquica	Total general
Buenos Aires	1.661	612	2.273
Femenino	481	276	757
Masculino	1.180	336	1.516
Chubut	1.328	218	1.546
Femenino	609	93	702
Masculino	719	125	844
Córdoba	163	15	178
Femenino	107	8	115
Masculino	56	7	63
Corrientes	82	8	90
Femenino	47	3	50
Masculino	35	5	40
La Pampa	963	84	1.047
Femenino	197	24	221
Masculino	766	60	826
Mendoza	6	5	11
Masculino	6	5	11
Neuquén	1.494	200	1.694
Femenino	608	69	677
Masculino	886	131	1.017

PROVINCIAS / GÉNERO	CONVENIO	JERÁRQUICA	TOTAL GENERAL
Río Negro	1.590	225	1.815
Femenino	585	84	669
Masculino	1.005	141	1.146
Santa Cruz	1.329	186	1.515
Femenino	626	88	714
Masculino	703	98	801
Santa Fe	498	66	564
Femenino	249	27	276
Masculino	249	39	288
Tierra del Fuego	627	110	737
Femenino	255	49	304
Masculino	372	61	433
CABA	69	96	165
Femenino	52	57	109
Masculino	17	39	56
Total general	9.810	1.825	11.635



Ir al capítulo



Evaluación de **desempeño**



[Ir al capítulo](#)

Capítulo 4: Nuestros Equipos

El proceso contempla distintas etapas:



Autoevaluación: la persona reflexiona sobre sus logros, aprendizajes y oportunidades de mejora.



Evaluación del líder: se analiza el desempeño considerando la evolución de las competencias y el cumplimiento de objetivos, sobre la base de hechos y observaciones concretas. En esta instancia también se definen los objetivos para el nuevo período.



Entrevista de desempeño: encuentro entre la persona evaluada, su líder y el líder del líder (N+1), donde se ofrece feedback estructurado, se revisan oportunidades de desarrollo, se acuerdan acciones futuras y se establecen los objetivos para el siguiente ciclo.



Seguimiento continuo: el módulo de objetivos permanece activo todo el año en el sistema, lo que permite una gestión dinámica y adaptable del desempeño.

Cantidad de colaboradores evaluados en cada categoría

Dirección General

Analistas	208
Líderes	170

TOTAL 378

Contact Center

Analistas	25
Líderes	14

TOTAL 39

Frigoríficos

Analistas	4
Líderes	34

TOTAL 38

Operaciones

Analistas	18
Líderes	722

TOTAL 740

TDM

Analistas	34
Líderes	20

TOTAL 54



Gestión de Agua y efluentes

[Ir al capítulo](#)

Capítulo 7: Nuestra Gestión Ambiental

Sucursales y Centros de Distribución Regionales



Los efluentes líquidos generados en nuestras sucursales provienen principalmente de las tareas de limpieza, arrastrando materia orgánica. En línea con nuestra política de cuidado ambiental, implementamos las siguientes medidas:

Rejillas de Tramo Fino

Colocamos rejillas con malla fina que retienen sólidos y evitan que ingresen al sistema de desagües.

Relevamientos Periódicos

Realizamos controles regulares para asegurar el correcto funcionamiento de las rejillas. Los sólidos recolectados se disponen luego como residuos orgánicos.

Productos Aprobados por SENASA

Utilizamos únicamente productos de limpieza habilitados por SENASA.

Sistemas de Dosificación

Incorporamos equipos de dosificación fijos que garantizan el uso correcto de los productos de limpieza, cumpliendo con normas de inocuidad alimentaria y evitando diluciones o derrames accidentales fuera de norma.

Carnicería

En este sector, la mayoría de los cortes se comercializan envasados, lo que reduce al mínimo la generación de residuos cárnicos y derivados.

Centros de Distribución

Nuestros Centros de Distribución Regional cuentan, en su mayoría, con talleres de mantenimiento de equipos y maquinarias, donde se generan efluentes líquidos con presencia de hidrocarburos. Para su gestión adoptamos las siguientes acciones:

Cámaras Interceptoras

Cada centro dispone de cámaras que separan los líquidos con hidrocarburos del resto de los efluentes.

Retiro y Disposición Adecuada

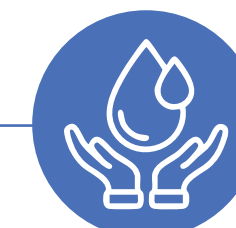
El líquido separado se extrae mediante camiones atmosféricos y se dispone según las normativas ambientales vigentes.



Gestión de aguas y efluentes

[Ir al capítulo](#)

Sucursales y Centros de Distribución Regionales



Gestión de efluentes líquidos

Esquemas de funcionamiento

Diagrama de Sucursales con Planta de Tratamiento

Efluente industrial
(Sectores productivos + limpieza)

Desagüe industrial



Cámara desgrasadora



Cámara de toma y muestra de aforo



Efluente cloacal
(Baños + vestuarios)

Desagüe cloacal



Cámara de inspección

Efluente tratado



Vuelco según corresponda

Diagrama de Sucursales sin Planta de Tratamiento

Efluente industrial
(Sectores productivos + limpieza)

Desagüe industrial



Cámara desgrasadora



Efluente tratado



Efluente cloacal
(Baños + vestuarios)

Desagüe cloacal



Cámara de inspección

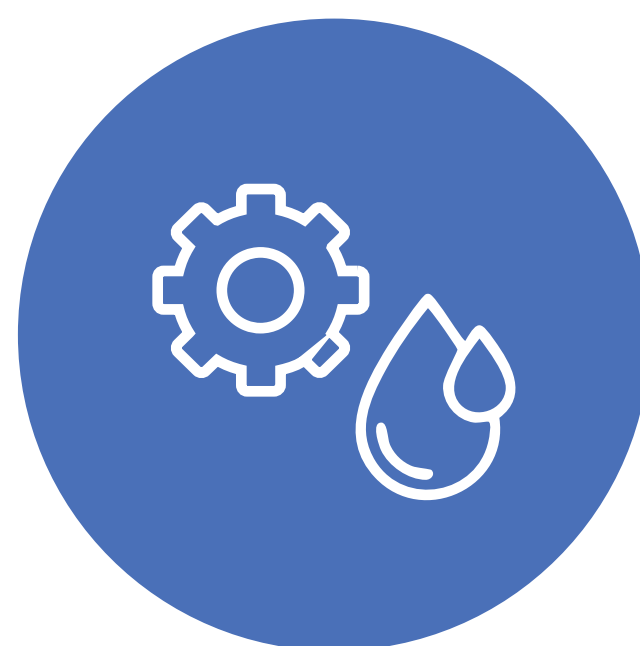
Planta de Tratamiento

Cámara de toma y muestra de aforo

Desagüe combinado

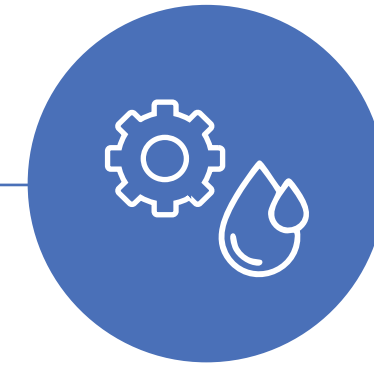


Vuelco según corresponda





Gestión de aguas y efluentes

[Ir al capítulo](#)

Predio Ituzaingó

En el predio de Ituzaingó operan dos Plantas de Tratamiento de Efluentes:

Planta de Tratamiento Dirección General

Esta planta compacta dispone de dos cámaras de aireación de 38 m^3 cada una, equipadas con difusores de membrana. Cuenta además con dos sedimentadores secundarios de 14 m^3 , un digestor de barros de 7 m^3 y una cámara de cloración final. El efluente tratado se descarga en el conducto pluvial, con destino al río Reconquista.

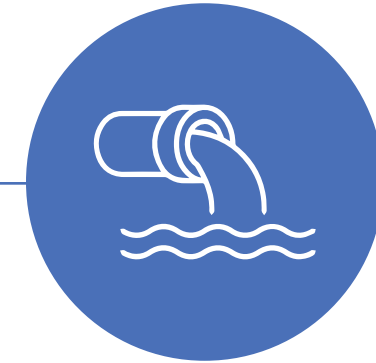
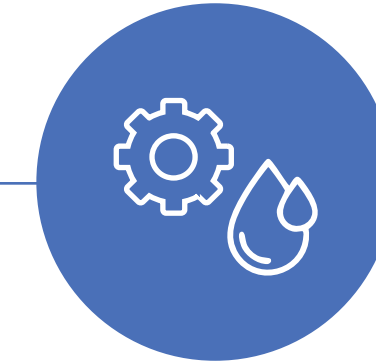
Planta de Tratamiento Camioneros

Está conformada por un módulo compacto que integra una cámara de aireación de $10,5 \text{ m}^3$, un volumen para digestión aeróbica de $3,2 \text{ m}^3$, un sistema de aireación con turbina y difusores de membrana, y un sedimentador secundario de $3,8 \text{ m}^3$.

Además, posee una cámara de cloración final para la descarga al conducto pluvial sobre Av. Intendente Quintana, también con destino al río Reconquista. La instalación recibe líquidos cloacales de áreas de mantenimiento, vigilancia y transportistas, así como una fracción del agua residual de limpieza en la Base de Transferencia.

Antes de su ingreso a la planta, los efluentes del sector Transportistas atraviesan una cámara séptica y una estación elevadora.

Los Frigoríficos



Agua de reúso

En nuestros frigoríficos, tras el tratamiento de los efluentes, se obtiene agua reutilizable que reduce la carga contaminante y disminuye la extracción de agua subterránea. Esta agua de reúso se destina al lavado de camiones, corrales y a la remoción de sólidos en los efluentes.

Gestión de efluentes líquidos

Nuestro compromiso no solo es usar el agua de manera eficiente, sino también devolverla a los cuerpos receptores cumpliendo con la normativa vigente, minimizando así los impactos ambientales. Ambas plantas frigoríficas están equipadas con sistemas de tratamiento de efluentes líquidos diseñados para asegurar el cumplimiento de los límites de vuelco establecidos.

Planta Frigorífica Salto

Su sistema de tratamiento incluye etapas de pretratamiento, tratamiento primario, secundario y terciario. Esto permite reducir la carga contaminante de un caudal de $3.000 \text{ m}^3/\text{día}$ y verter el efluente tratado al Arroyo del Burro Muerto en cumplimiento con los parámetros legales.

Planta Frigorífica Pampa Natural

Esta planta cuenta con procesos de pretratamiento, tratamiento primario y secundario, diseñados para tratar un caudal de $2.600 \text{ m}^3/\text{día}$. Parte del agua tratada se reutiliza en el riego de un área forestada de 8 hectáreas con eucaliptos y pinos, mientras que el excedente se descarga al Arroyo del Burro Muerto, cumpliendo con los parámetros de vuelco.



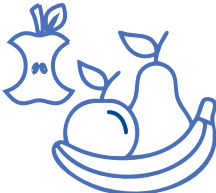
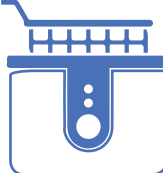
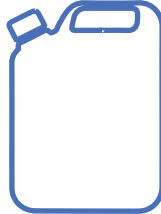
Gestión de Residuos



Ir al capítulo

Capítulo 7: Nuestra Gestión Ambiental

Gestión de residuos: Residuos generados en sucursales

Tipos de residuos		Lugar de almacenamiento	Destino
	Inorgánicos Reciclables Papel y cartón, plásticos y nylon.	 Se desarman y almacenan en el sector destinado en la sucursal.	 Envío a reciclaje.
	Orgánicos Sólidos Restos de comida, carnes, frutas, verduras, harinas, masas, pastas, huesos.	 Se acumulan en contenedores verdes identificados con capacidad de 3000 L.	 Se retiran para su disposición final.
	Orgánicos Líquidos Aceite de freidoras y grasa de hornos de asado.	 Se acumulan en los contenedores verdes de 120 L de capacidad.	 Envío a reciclaje.
	Residuos especiales/ peligrosos Mantenimiento de equipos electrónicos, aceites y lubricantes de mantenimiento edilicio.	 Se almacenan en el sector de acopio de cada CDR.	 Tratamiento y disposición final.



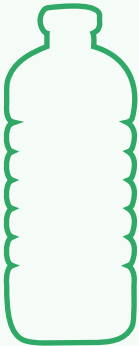
Gestión de residuos



Ir al capítulo

Procedimientos de Gestión de residuos generados en el Predio Ituzaingó

Residuos Sólidos Urbanos Asimilables a domiciliarios

Manejo y gestión de residuos sólidos urbanos	Residuo	Tipo de residuo	Tipo de tratamiento	Lugar de derivación	Prestatarias del servicio
Residuos orgánicos 	Residuo de comedor	Húmedo	Derivación a compostaje	Dentro del predio	Greenheads
	Aceite vegetal usado	Líquido	Derivación a reciclador	Reciclador	RBA Ambiental
	Residuos de oficinas, baños y sectores de refrigerio	Húmedo	Recolección y Disposición Final	Operador de Residuos Industriales No Especiales	Chamical Compostación
Residuos inorgánicos 	Film	Seco	Reciclaje/valorización	Destino Sustentable	Servicios Ecológicos S.A. (Servieco) Asociación Civil Reskt
	Papel y cartón del sector de oficinas	Seco	Donación	Fundación sin fines de lucro	Fundación Garrahan
	Restos de cajas y envoltorios de papel de embalajes de la Base de Transferencia	Seco	Reciclaje/valorización	Destino Sustentable	Servicios Ecológicos S.A. (Servieco), traslado a predio de Asociación Civil Reskt

Residuos de Aparatos Electrónicos y Eléctricos (RAEEs)

La Anónima gestiona los residuos con la Fundación Equidad quienes realiza los procesos de reciclado y reutilización de equipos informáticos.

Complementariamente se implementan las siguientes buenas prácticas:

- Extensión de vida útil**
Se donan equipos informáticos en funcionamiento a instituciones educativas, fundaciones y/o asociaciones civiles.
- Reúso de terminales**
- Programa de renovación de tecnología ecoeficiente**
Que permite realizar un recambio de terminales en etapa final de su vida útil, asegurando la continuidad operativa y el planeamiento estratégico del negocio.



Gestión de residuos



Ir al capítulo

Procedimiento de Gestión de Residuos generados en Frigoríficos

Clasificación

Residuos patogénicos	Residuos de enfermería y laboratorio	Se almacenan en bolsas rojas y recipientes rígidos, en lugares específicos dentro de Enfermería. Hasta su esterilización en autoclave.	Residuos infecciosos y patológicos	Interno	Manifiesto interno	Controlar la calidad de la esterilización para coexistir con residuo común.	Relleno Sanitario
	Líquidos	Se almacenan en bidones homologados de 20 L, en el Depósito de Residuos Peligrosos hasta ser retirados por el proveedor habilitado.	Residuos líquidos peligrosos	Servicios Ambientales S.A.	Entrega de Manifiesto de Retiro firmados por las partes.	Controlar la generación de Manifiestos de Retiro y las cantidades efectivamente retiradas.	Quimiguay: Recolección de aceites minerales usados. Fundación Colden S.A.
	Sólidos	Se depositan en bolsas naranjas de 200 L, en el Depósito de Residuos Peligrosos hasta ser retirados por el proveedor.	Residuos sólidos peligrosos	Fundación Colden S.A.	Entrega de Tratamiento Disposición Final + certificado de acondicionamiento.	Verificar el envío de documentación respaldatoria correspondiente, conjuntamente con la constancia de retiro y la utilización de medios de transporte.	TAYM S.A.: Proceso de estabilización química para disposición en Relleno de Seguridad. Fundación Colden S.A.



Gestión de la energía

[Ir al capítulo](#)

Matriz energética

La matriz energética de la empresa está compuesta por dos fuentes principales de suministro eléctrico:

Capítulo 7: Nuestra Gestión Ambiental

Planta de Tratamiento Dirección General

Energía de red: electricidad adquirida a través de la distribuidora, que incorpora el mix de generación de la matriz energética argentina. Este mix incluye participación de energías renovables (hidráulica, eólica, solar y biomasa) conforme a la composición informada por CAMMESA para el período de análisis, así como generación térmica a partir de combustibles fósiles y energía nuclear. Ren/Dem MEM = 16,3% [Porcentaje de participación de las energías renovables en la demanda: indica el porcentaje de cobertura renovable alcanzado en un período]

Planta de Tratamiento Dirección General

Energía renovable contratada mediante PPA: electricidad proveniente de un contrato de compraventa de energía renovable (Power Purchase Agreement) celebrado en el marco del Mercado a Término de Energías Renovables (MATER). Esta fuente garantiza un porcentaje adicional de abastecimiento con generación renovable (por ejemplo, eólica o solar) certificada.

Sobre el reporte

Nombre de la Publicación / Frecuencia

Reporte de Sustentabilidad / Anual acorde al ejercicio financiero, período julio 2024 - junio 2025

Contenidos

Desempeño económico, social y ambiental de la Sociedad Anónima Exportadora e Importadora de la Patagonia (SAIEP) y Tarjetas del Mar SA (TDM) (*).

Período de reporte

1 de julio de 2024 al 30 de junio de 2025 (Ejercicio N°117).

Este informe ha sido elaborado de conformidad:

Estándar Global Reporting Initiative (GRI) en su versión 2021

Norma ISO 26.000

Estándar Sectorial GRI 13: Agricultura, Acuicultura y Pesca 2022

Evaluación de Impacto B (www.sistemab.org)

7 materias fundamentales de la Norma ISO 26.000

O.D.S.: Objetivos de Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas)

Verificación externa:

no posee

Coordinación General:

Gerencia de Sustentabilidad de La Anónima

Facilitador Externo:

Consultora Mirada SostenibleDiseño

Diseño Gota

Punto de contacto ante comentarios o sugerencias:

Nicolás Braun

Gerente General

sustentabilidad@laanonima.com.ar



Tu opinión nos ayuda a mejorar, por tal motivo te invitamos a compartirnos tu feedback respondiendo [esta encuesta](#)

() Las Sociedades Controladas por Sociedad Anónima Importadora y Exportadora de la Patagonia (SAIEP) que conforman el Grupo La Anónima son: Tarjetas del Mar S.A. (TDM), Patagonia Logística S.A., La Anónima Online S.A.U. y Patagonia Comex S.A.*



Canales de Contacto

Dirección General:

Int. Pérez Quintana 3850. Ituzaingó

Sitio Web Oficial La Anónima:

laanonima.com.ar

Mail:

sustentabilidad@laanonima.com.ar

