

Acercamos un futuro mejor



Reporte de Sustentabilidad **2024 / 2025**

Resumen Ejecutivo





Palabras de nuestro Presidente



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”

* 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

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 ampliando el negocio con nuevas sucursales y modernizando las existentes, al mismo tiempo nuestras operaciones frigoríficas y marcas propias mostraron avances en su desarrollo con resultados positivos en el mercado.

Este año alcanzamos un hito histórico al convertirnos en la **primera gran cadena de supermercados de América en certificar como Empresa B***, resultado de un proceso iniciado hace cuatro años para integrar el triple impacto en nuestro modelo de negocio. Esta certificación refleja nuestro compromiso de largo plazo: ser una empresa rentable y eficiente que genere

valor social y minimice su impacto ambiental, cumpliendo con altos estándares reconocidos a nivel mundial.

Obtuvimos por octavo año consecutivo el primer lugar en el ranking Advantage e ingresamos al índice de Sustentabilidad de Bolsas y Mercados Argentinos S.A. (BYMA). Estos logros ratifican nuestro camino, aunque el verdadero desafío es sostenerlo y profundizarlo con una mirada de mejora continua.

Agradezco a accionistas, clientes, colaboradores, proveedores y comunidades por su confianza y los invito a recorrer este reporte para conocer nuestros avances y desafíos, con la convicción de que juntos podemos construir un futuro más próspero, humano y sostenible.

Saludos cordiales,

Ing. Federico Braun.
Presidente



Palabras de nuestro Gerente General



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.”

Es un honor compartir nuestro **4to Reporte de Sustentabilidad**, elaborado bajo lineamientos internacionales Global Reporting Initiative (GRI) versión 2021, B Lab, ISO 26.000 y Objetivos de Desarrollo Sostenible. Este año alcanzamos un hito fundamental: la **certificación como Empresa B***, fruto de un proceso transformador que refleja nuestro compromiso con el triple impacto y con ser una mejor empresa para nuestras comunidades y el ambiente.

Durante el ejercicio avanzamos en nuestra estrategia de sustentabilidad con acciones concretas. Con los proveedores, fortalecimos el programa LA Impulsa y el Programa de Medición de Impacto. Con los clientes, consolidamos el programa Plus y modernizamos canales físicos y digitales para mejorar la experiencia y la cercanía. Con nuestros equipos, impulsamos iniciativas de formación, diversidad e inclusión, reforzando el orgullo de pertenecer y generando nuevas oportunidades de desarrollo. Con las

comunidades, ampliamos programas de alto impacto como Nutriendo Futuro, con más de 60.000 módulos entregados a familias en situación de vulnerabilidad, y Desafío Leer, que acerca libros a escuelas y bibliotecas en cada nueva localidad donde inauguramos sucursales.

Los invito a recorrer este reporte para conocer más sobre estos logros y los desafíos que tenemos por delante. Agradezco a todos los equipos y aliados por ser protagonistas de esta evolución y de un modelo de negocio orientado a la mejora continua y a la creación de valor compartido.

Sigamos construyendo juntos un futuro mejor.

Cordialmente,

Ing. Nicolás Braun
Gerente General

* 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



Nuestra esencia

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



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



Pilar social



**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

Pilar ambiental



**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**

*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



Compromiso de Triple Impacto

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.



16.6, 16.7



12.6



12.8, 12.3



3.4



8.3, 8.7, 8.8



9.3



17.17



2.1



16.5



6.3, 6.4, 6.6



11.6



12.2, 12.4, 12.5



8.1, 8.5, 8.6, 8.8



7.2



13.2



5.1, 5.2, 5.5, 5.b



8.5



10.2, 10.4



12.3



2.1, 2.2



4.1, 4.b



8.6



17.17



15.1, 15.2, 15.3, 15.4, 15.5

Accountability

Consumo Responsable

Calidad y seguridad Alimentaria

Gestión ambiental

Acción por el clima

Desperdicio de alimentos

Bienestar animal

Impacto comunitario

Ética y transparencia

Bienestar de los empleados

Diversidad e inclusión

Proveedores Locales y pymes

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



Estrategia de Comunicación de Sustentabilidad

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.



**Desarrollo de
proveedores locales**



**Consumo
responsable**



**Desperdicio de
alimentos**



**Impacto
comunitario**



Nuestro camino +B

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



- **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

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 auditoría** bajo el modelo de certificación para grandes empresas
- **Auditoría 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





Nuestros Resultados



Desempeño Económico

SAIEP

Ingreso por ventas

\$2.521.378

millones de pesos

Ganancia

\$31.535

millones de pesos

-57,5%

vs 2023-2024

TDM

Ingreso por servicios y financiación

\$24.012

millones de pesos

Ganancia

\$5.370

millones de pesos

+5,35%

vs 2023-2024

Ética y transparencia

Promovemos una cultura de ética gestionando nuestros negocios con honestidad, transparencia y con la firme convicción de que hay sólo una forma de hacer las cosas: la correcta.



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



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



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.



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 información relevante que debe incluirse en una denuncia.



Política de Conflicto de Interés: Establece la obligación de declarar situaciones que configuren o puedan aparentar un conflicto de interés.



Nuestros proveedores

SAIEP

1.455

Proveedores de Mercaderías activos

90,6%

de nuestros proveedores son Nacionales*

95,7%

de nuestros Proveedores son PyMES**

66,3%

son proveedores locales***.

Iniciativas

- **Desarrollo de Proveedores locales:** en las 89 localidades donde estamos presentes.
- **9 canales de diálogo disponibles:** Para promover la comunicación y el feedback para fortalecer nuestros vínculos de relacionamiento y confianza.
- **8vo Encuentro Anual de Proveedores**
- **La Anónima Impulsa:** +
- **Medición de Impacto:**

+2.000

empresas invitadas a participar

51,3%

de la facturación de mercadería midió su impacto.



Emprende

“Rondas de Negocio 2024”:
27 proveedores potenciales



Crece

“Evolución del Consumo”:
24 proveedores participantes



Fortalece

19 proveedores participantes.

TDM

91%

de nuestros proveedores son locales****

6,3%

de nuestro proveedores son considerados de triple impacto*****

Acciones

- Jordana de Diversidad e Inclusión: 6 aliados participaron del encuentro
- Evaluación Ambiental para proveedores: Alcance 100%

*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.



Nuestros equipos



11.635
colaboradores



39,5%
mujeres

42,6%
de los cargos
jerárquicos son
mujeres



176
posiciones
nuevas

Clima Laboral



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

79%

de promotores que recomendarían trabajar en La Anónima.

Capacitación



80.734

horas proporcionadas a las/os colaboradoras/es

6,9 promedio de horas de capacitación por persona

Escuela LA

34.784

Cursos realizados

7.533

Colaboradores activos

Gestión del desempeño

Análisis de desempeño

68,6%

Colaboradores alcanzados

99,3%

Gerentes alcanzados

734 Objetivos de desempeño de Triple Impacto

Seguridad de las personas



Índice de Incidencia*

58,3

-1,93% vs 2023 - 2024

Plan de Auditorias

84,6%

Cumplimiento

Capacitaciones

Asincrónicas

6.724

Colaboradores/as

Presenciales

2.160

Colaboradores/as



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



Nuestros equipos

Diversidad e Inclusión



Destacados

- Licencias parentales especiales
- Protocolo de asistencia de perros guías
- Hora silenciosa (TEA*)
- Contrataciones inclusivas
- Campaña de Inclusión Financiera (Prestamos y Tarjetas de Crédito)

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"





Nuestros clientes



PLUS
LA ANONIMA



2.233.000
clientes plus registrados




LA ANONIMA



2.324.000
clientes que compraron en
sucursal en el último año



1.066.000
clientes La Anónima Online



LA ANONIMA
ONLINE



290.000
clientes Tarjeta La Anónima





Programa Experiencia del Cliente



* 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.

¿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?

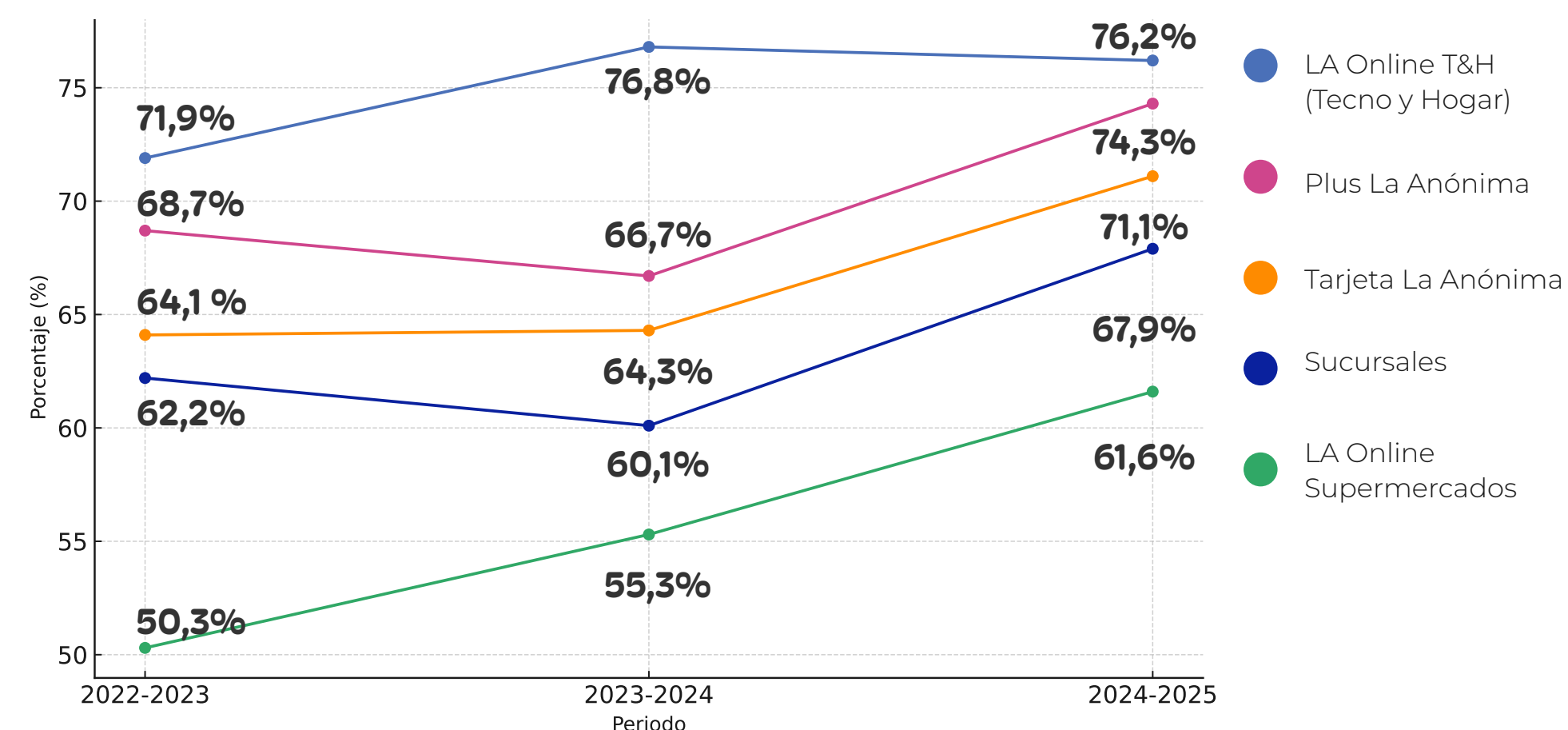
Escuchamos activamente a nuestros clientes con el objetivo de:

- 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

¿Cómo lo hacemos?

- ① **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.
- ② **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.
- ③ **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.
- ④ **Cultura cliente-céntrica:** diseñamos espacios periódicos para que nuestros equipos adquieran conocimientos profundos sobre las necesidades y comportamientos de nuestros clientes.

NPS acumulado





Nuestras comunidades

Programa de Donaciones



80,4%
Nutrición

8,3%
Educación

11,3%
Salud y bienestar



Nutriendo Futuro LA

Alianza



BANCO
PATAGÓNICO
DE ALIMENTOS

Fundación
de Estudios
Patagónicos



5.220

mujeres alcanzadas sosten de familia en situación de vulnerabilidad social

62.640

módulos alimentarios entregados con 16 productos de la canasta básica

657.720

kg de alimentos distribuidos

1.941.840

platos de comida

10 Provincias alcanzadas

89 Localidades alcanzadas

2024

342

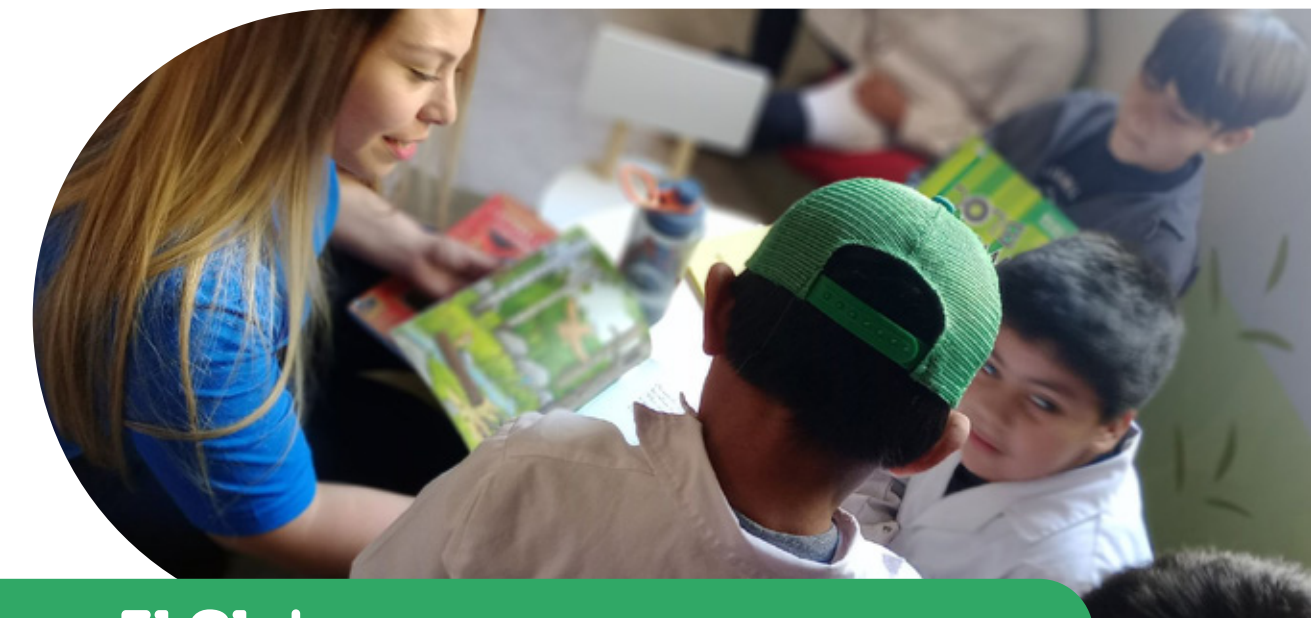
mujeres dejaron el módulo porque mejoró su situación social

Acompañamiento integral en 3 ejes de trabajo

Promoción de la salud

Formación sociolaboral

Promoción de derechos



Desafío Leer. El Club:

Alianza



Fundación Leer

Desde 2023 (Plataforma digital):

655.102

usuarios (niños, niñas y docentes)

156.214

horas dedicadas a la lectura

26.592

docentes capacitados

1.056.880

libros leídos

2025

Inauguramos **2 rincones de lectura** con 600 libros cada uno

3 bibliotecas móviles con 100 libros cada una

1 "changuito" completo con 400 libros



Nuestras comunidades



Voluntariado Corporativo



+1.100

Horas de voluntariado



+470

Voluntarios

Acciones

- Programa Nutriendo Futuro
- Charlas / Capacitaciones
- Entrega de donaciones / Sinergias



Desperdicio de alimentos

Consumo Próximo: Ofrecemos descuentos en productos con vencimiento cercano

0,73%

Unidades vendidas por sistema RAG* equivalentes a **6.187.701** unidades



Rescate de Perecederos + Prueba Piloto de No Perecederos

1.119.088

Unidades Rescatadas



Rescate de frutas y verduras en Mendoza, a través del Banco de Alimentos de Mendoza.

50.222

Kilos

*Mecanismo para identificar y clasificar los productos con vencimiento próximo, diferenciando entre productos perecederos y no perecederos



Nuestra Gestión Ambiental

SAIEP

Gestión de Residuos

Residuos reciclables

Sucursales, CDRs y Predio Ituzaingó

5.925,3

tn de residuos
reciclables

=

46%

Frigoríficos: Salto y Pampa Natural:

362,7

tn de residuos
reciclables

=

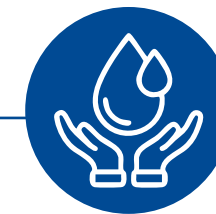
28%

2.790,9

kg de residuos orgánicos
convertidos en compost
(Comedor Dirección General)



Gestión de Agua y Efluentes



Ratio de intensidad de agua

2,83 m^3/m^2 superficie
cubierta

Agua consumida
en Frigoríficos

5,9

m^3/cabeza
de ganado

Agua reutilizada
en Frigoríficos

198.080

m^3

14,37%

Gestión de la Energía



Abastecimiento energético

Energías
Renovable*

10,86%

Ratio de intensidad
energética**

0,234 Mwh/m^2

* El consumo de energía renovable registrado este año presenta una disminución respecto al período 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.

** La intensidad energética se calculó por m^2 , a diferencia de años anteriores el resultado se obtuvo por promedio de empleados.





Emisiones de GEI (Huella de Carbono):

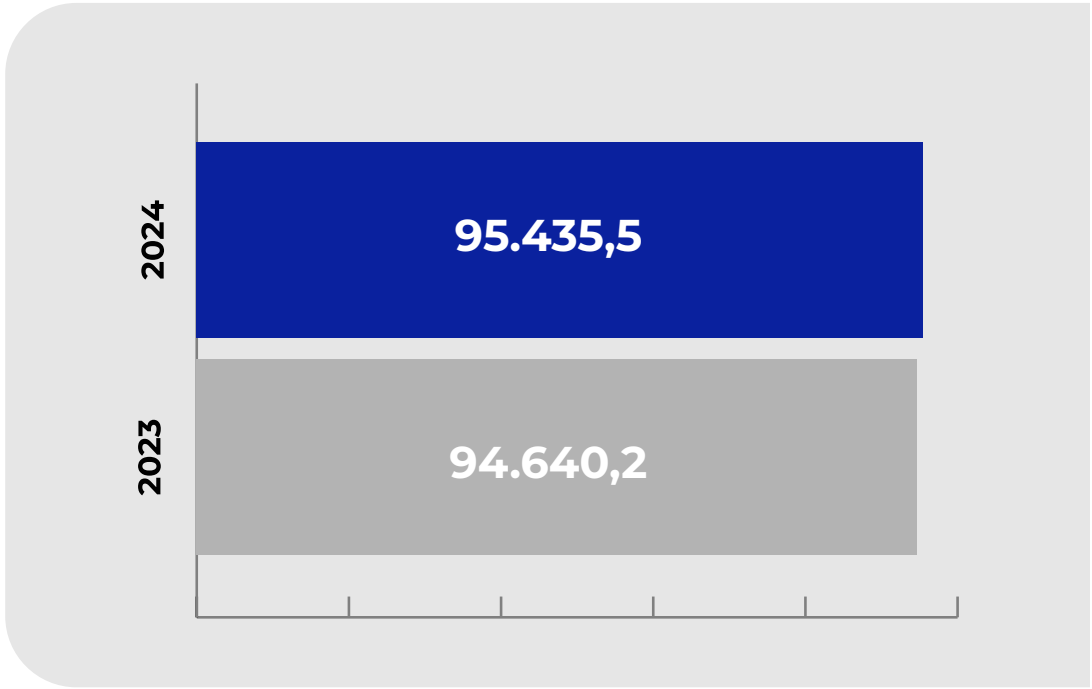


Alcance 1

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

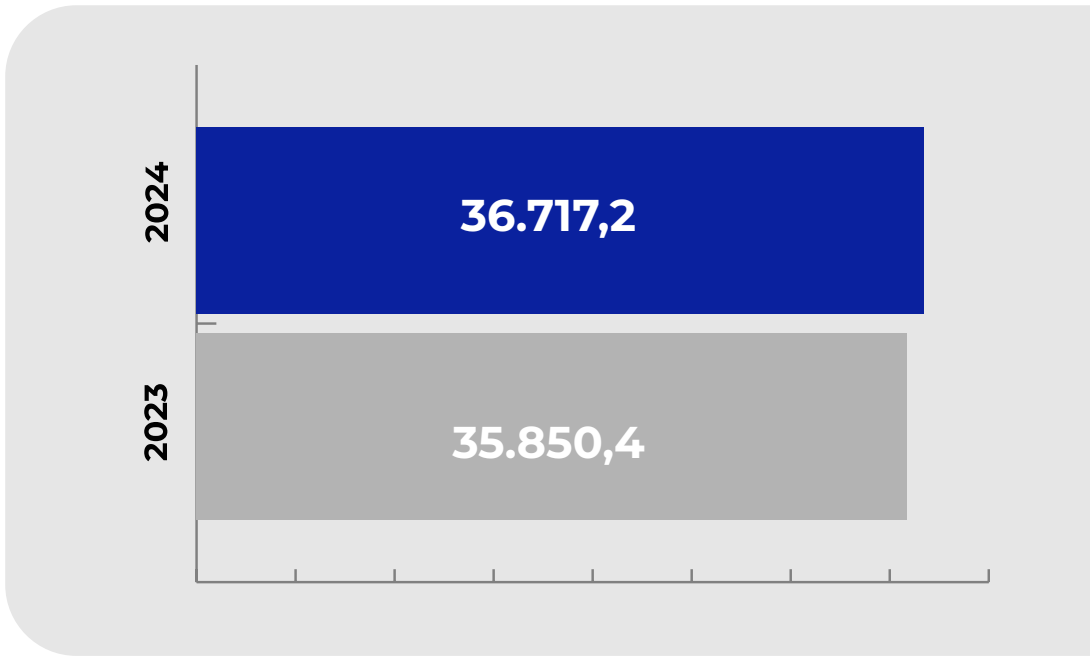


Alcance 2

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

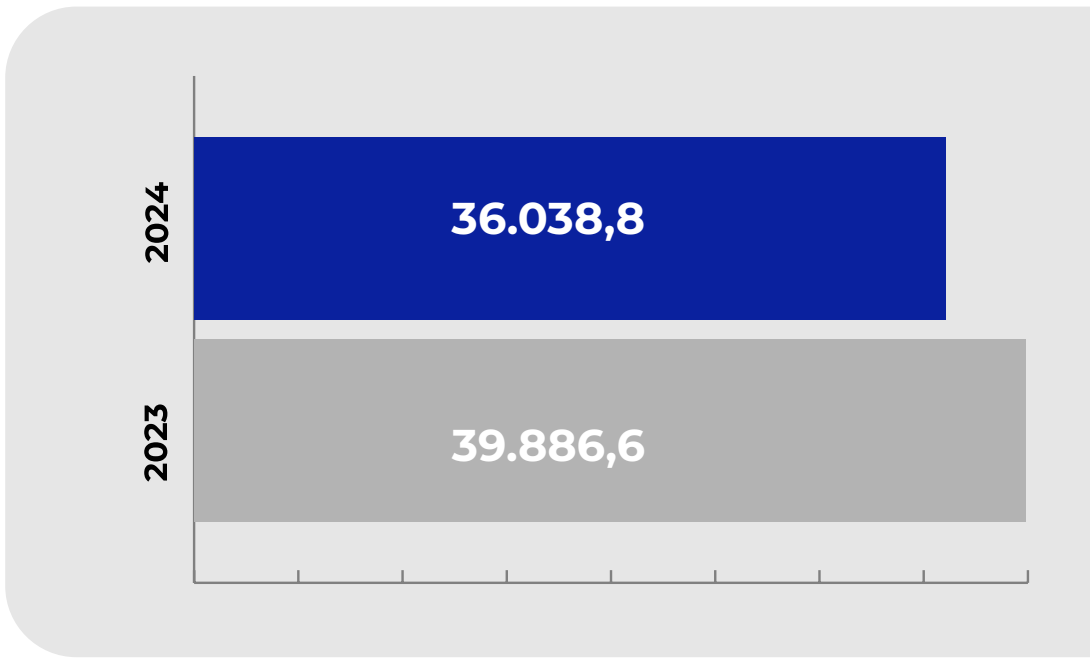


Alcance 3

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
-------------------	-----------	-----------



Nuestra Gestión Ambiental

TDM

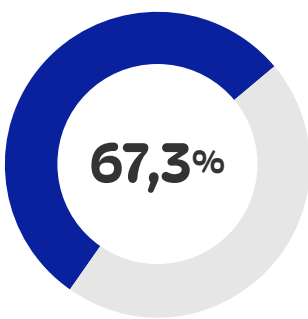


Gestión de Residuos

1.547,5

kg de residuos reciclados*

=



Tipo de residuos	2024**		2023-2024		2022-2023	
	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

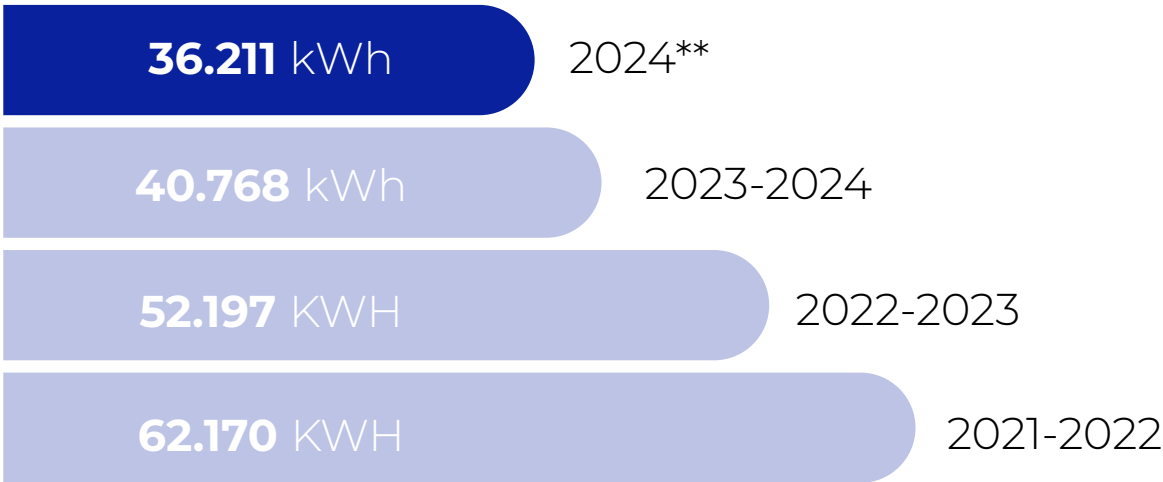
**A partir de este periodo, hemos modificado el periodo de medición para los consumos, pasando del ejercicio fiscal al año calendario 2024. Este cambio facilita la precisión y comparabilidad de nuestros informes.

***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 la Energía



Gestión de la energía



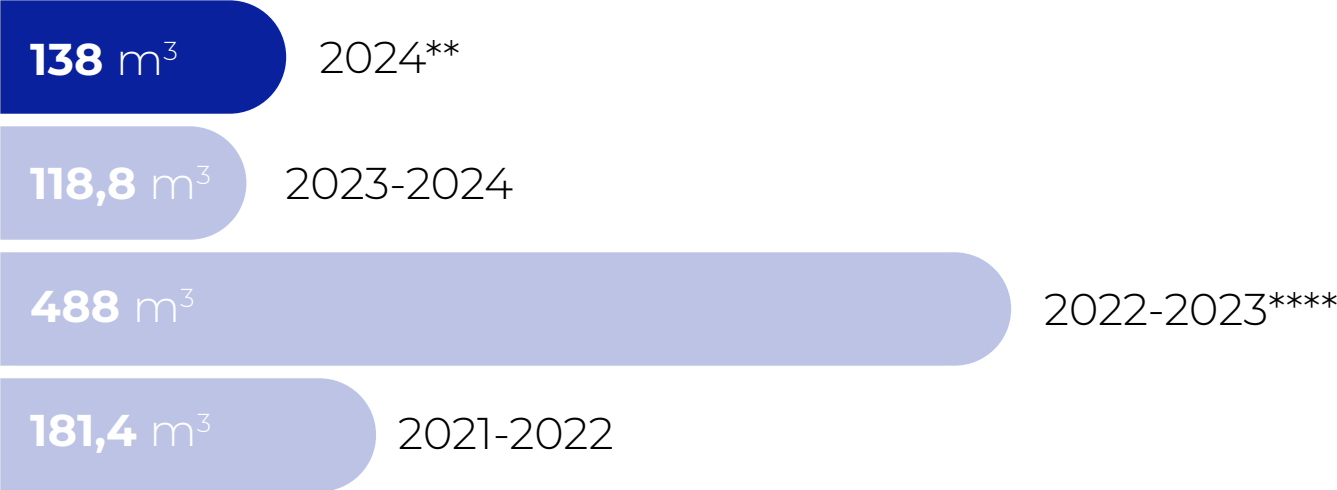
Intensidad energética



Gestión de Agua y Efluentes



Consumo



**** 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.



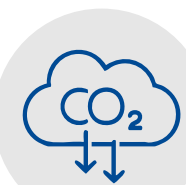


Nuestra Gestión Ambiental

TDM

2024

2023

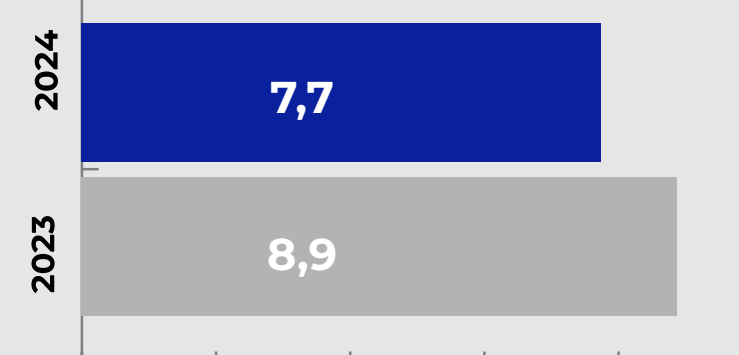


Alcance 1

Emisiones directas

7,7

8,9

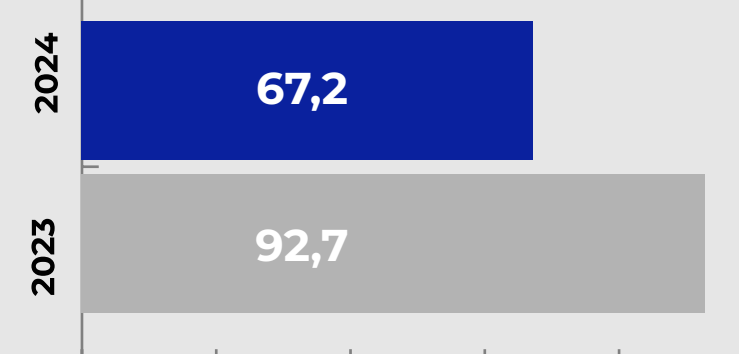


Alcance 2

Emisiones indirectas

67,2

92,7

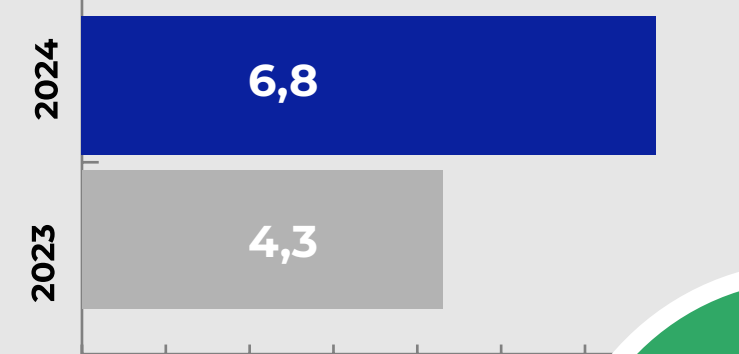


Alcance 3

Emisiones indirectas

6,8

4,3



ALCANCE 1 + 2 + 3

81,7

105,9

Variación
-22,7%
vs 2023*

* 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.



Certificaciones, normas y reconocimientos



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.



La Anónima

Como Empresa B Certificada y líder de esta economía emergente, la empresa se compromete a ser agente de cambio; a que sus acciones se lleven a cabo con las comunidades y el planeta como prioridad; y a beneficiar a todas las personas a través de sus prácticas, productos, y servicios. Para ello, practicará la interdependencia, responsabilizándose de quienes los rodean, así como de las generaciones futuras.

Fecha de certificación: 5 de abril de 2025.

La Certificación de
Empresa B es otorgada por



El Movimiento B en América Latina
y el Caribe es impulsado por





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.



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.

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



(*) 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.



Este es un Resumen Ejecutivo del Reporte de Sustentabilidad 2024-2025



[Para descargar la versión completa ingresá acá](#)



Tu opinión nos ayuda a mejorar, por tal motivo te invitamos a compartirnos tu feedback respondiendo [esta encuesta](#)



Canales de Contacto

Dirección General:

Int. Pérez Quintana 3850. Ituzaingó

Sitio Web Oficial La Anónima:

laanonima.com.ar

Sitios Web Oficial La Anónima Online:

supermercado.laanonimaonline.com
laanonimaonline.com

Mail:

sustentabilidad@laanonima.com.ar

