



REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2024

makro

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2024

makro



Mensaje del CEO de Makro Argentina

Me enorgullece presentar el octavo Informe de Sostenibilidad del Grupo Makro Argentina, una herramienta fundamental para compartir las experiencias y avances que transitamos durante 2024 en materia ambiental, social y de gobernanza.

El año 2024 estuvo impactado por un contexto nacional de gran complejidad, marcado principalmente por el inicio de un nuevo gobierno, cambios en las normativas y una elevada tasa de inflación durante los primeros meses, mostrando cierta desaceleración en el segundo semestre. Este escenario, sumado a una creciente incertidumbre económica, exigió de nuestra compañía una alta capacidad de adaptación, análisis ágil de la información y una toma de decisiones firme y comprometida con la sostenibilidad del negocio y con las comunidades a las que servimos. Frente a un consumo que comenzó a desacelerarse hacia fines de 2023 y mostró comportamientos erráticos en los primeros meses de 2024, nos enfocamos en acompañar a nuestros clientes con propuestas accesibles y ajustadas a sus necesidades.

Paralelamente, el sector industrial, en un intento de reorganización ante nuevos controles y condiciones de mercado, reconfiguró parte de su portafolio, lo que nos impulsó a reestructurar nuestro portafolio de productos. A pesar de este escenario desafiante, reafirmamos nuestro compromiso con el propósito de "tener coraje para cuidar de las generaciones futuras".

Continuamos fortaleciendo iniciativas sociales de impacto, a través de nuestros Centros de Formación para el Empleo, que en 2024 se beneficiaron a 111 jóvenes. Del mismo modo, implementamos nuevas acciones en materia de Diversidad e Inclusión. Entre las iniciativas más destacadas del año, lanzamos en nuestras tiendas Makro Activa la Hora Silenciosa, una iniciativa que busca generar un entorno más accesible y tranquilo para personas con condición del espectro autista, reafirmando nuestro compromiso con una experiencia de compra inclusiva y respetuosa. En el plano ambiental, mantuvimos firme nuestro compromiso de reducción del desperdicio y reforzamos el programa de Rescate de Alimentos, consolidando una red de colaboración entre proveedores y organizaciones sociales que permitió seguir generando valor donde antes había descarte.

Quiero agradecer profundamente a todos los colaboradores, aliados estratégicos, proveedores y clientes que forman parte de esta comunidad. Es su confianza, compromiso y esfuerzo diario lo que hace posible que sigamos construyendo, incluso en contextos complejos, un camino sostenible, resiliente y de largo plazo

Pedro Balestrini
CEO Makro Argentina



COMPROMISO CON EL
PROPÓSITO DE "TENER
CORAJE PARA CUIDAR DE LAS
GENERACIONES FUTURAS".



01 NUESTRA ORGANIZACIÓN

GRI 2: Contenidos Generales: Organización; Actividades; Gobernanza
GRI 205: Anticorrupción

1.1. ¿Quiénes somos?

Makro Argentina es una empresa especializada en la venta mayorista de productos de alta calidad, con presencia en todo el país. A través de su amplia oferta, abastece a sectores como HoReCa (Hoteles, Restaurantes y Catering), comercios de alimentos y consumidores finales.

La principal entidad operativa de **Makro Argentina es Supermercados Mayoristas Makro S.A.**, fundada en 1988 con la apertura de su primera sucursal en Munro, Provincia de Buenos Aires. Desde sus inicios y hasta Diciembre 2024, formó parte de **SHV Holdings**, un grupo empresarial holandés de capitales privados, lo que permitió a la compañía expandirse y consolidarse en el mercado mayorista argentino. Desde esa fecha, nuestra compañía se ha posicionado como socio estratégico para el comercio mayorista en el país, ofreciendo productos alimenticios a precios altamente competitivos

A partir de Enero 2025, es **Cencosud** quien maneja los destinos de Makro Argentina, consolidándose como uno de los grupos de retail más grandes de América Latina. Esta integración abre nuevas oportunidades para impulsar nuestro crecimiento, fortalecer la innovación y continuar con nuestro firme compromiso con la sostenibilidad y el servicio al cliente.

Este reporte presenta las actividades del **Grupo Makro Argentina** durante el año 2024, englobando tanto las operaciones de **Supermercados Mayoristas Makro S.A.** y **Roberto Basualdo S.A.**, que en conjunto son referidas como "Makro".



24 Tiendas Supermercados Mayoristas Makro

4 Tiendas Roberto Basualdo

Régimen de propiedad y su forma jurídica

Supermercados Mayoristas Makro S.A. es una sociedad anónima constituida en la Ciudad de Buenos Aires, registrada en 1979 e iniciando sus operaciones en 1988. Para el período de análisis de este informe, la composición accionaria es la siguiente¹:

- SHV Interholding AG, titular de 14.055.015.407 acciones.
- Orkam Mar BV, titular de 4.827.808.648 acciones. Roberto Basualdo S.A. es una sociedad anónima constituida en la provincia de San Juan, registrada en 1981 e iniciando sus operaciones en 1986. Para el período de análisis de este informe, la composición accionaria es la siguiente¹:
- SHV Interholding AG titular de 44.000 acciones.
- Supermercados Mayoristas Makro S.A. titular de 356.000 acciones.

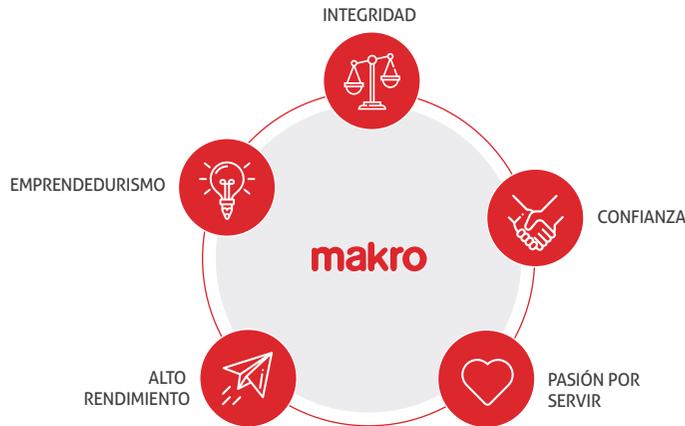
NUEVAS OPORTUNIDADES PARA IMPULSAR NUESTRO CRECIMIENTO, FORTALECER LA INNOVACIÓN Y CONTINUAR CON NUESTRO FIRME COMPROMISO CON LA **SOSTENIBILIDAD** Y EL **SERVICIO AL CLIENTE.**

¹ Los valores de la composición accionaria corresponden al 31 de diciembre de 2024. A principios de 2025, Supermercados Mayoristas Makro S.A. y Roberto Basualdo S.A. pasan a formar parte de Cencosud S.A.

Valores de Makro Argentina

Los valores corporativos de Makro establecen las actitudes y comportamientos esenciales para actuar con valentía y generar un impacto positivo en las generaciones futuras. A través de ellos, promovemos el bienestar de nuestra gente, el cuidado

del planeta y el crecimiento sostenible de nuestro negocio. Nuestra cultura se rige por cinco valores fundamentales que nos inspiran cada día: integridad, confianza, pasión por el servicio, alto rendimiento y espíritu emprendedor.



Nuestra Misión y Visión

Makro - Nuestra Misión

Ser líder en abastecimiento mayorista en la Argentina, orientado a clientes profesionales, y ofreciéndoles un amplio surtido de alimentos secos y perecederos, complementados por una oferta de productos no alimenticios.

Makro - Nuestra Visión

Ser reconocido como el socio más relevante para nuestros clientes, ya sean clientes profesionales o consumidor final. Esto lo logramos a través de una fuerte posición en el mercado y ofreciendo soluciones diseñadas desde el punto de vista del cliente con una alta productividad basada en la excelencia operacional.

Basualdo – Nuestra Misión

Proporcionar a nuestros clientes minoristas y a los del sector profesional, productos para la limpieza general, el cuidado personal y la higiene, ofreciendo un servicio de calidad y brindándoles siempre las mejores oportunidades para el desarrollo y el crecimiento de su negocio.

Satisfacer sus necesidades, proporcionándoles el mejor y más completo surtido, maximizando la calidad de servicio en el punto de venta, basado en la atención especializada, el respeto, la calidez y la amabilidad que ellos merecen.

Basualdo – Nuestra Visión

Ser el líder de la categoría dentro del segmento mayorista especializado, generando valor de marca basado en la calidad de servicio al cliente: más rápido, mejor y con más eficiencia.

Ser el mega especialista: sabiendo cómo hacer las cosas dentro del mercado, asesorando a nuestros clientes profesionales y brindándoles el mix de surtido más completo.

Nuestros Números

A continuación, presentamos las cifras clave de Makro Argentina en 2024:

2345
colaboradores

3.196.440
clientes registrados

24 tiendas Makro
4 tiendas Basualdo

13.702
referencias de productos

Ventas por
AR\$ 521.233
millones

772
proveedores

Nuestro Modelo de Negocio



HoReCa

CONSUMIDOR FINAL

COMERCIO DE ALIMENTOS

COMERCIOS DE NO ALIMENTOS
Y PRESTADORES DE SERVICIOS

Nuestros productos

En Makro buscamos ser un aliado con gran variedad de surtido en el mismo lugar, para satisfacer a los clientes

con productos de calidad y precios competitivos. En 2024 ofrecimos más de **13.702 referencias de productos.**

ALIMENTOS PERECEDEROS:
frutas, verduras, panes, carnes, lácteos, entre otros.



LOS PRODUCTOS QUE DISTRIBUIMOS SE CLASIFICAN EN TRES CATEGORÍAS



NO ALIMENTOS:
vajilla, línea blanca, electrodomésticos, útiles, entre otros. Con esta variedad de surtido, reafirmamos nuestro compromiso de brindar soluciones eficientes y convenientes para nuestros clientes.

ALIMENTOS NO PERECEDEROS:
bebidas, productos de almacén, cuidado personal, limpieza, entre otros.



Nuestras marcas

aro



Un amplio surtido de productos presentados en embalajes institucionales y gastronómicos de excelente calidad, a un precio diferencial.

m&k



Una completa línea de productos de alta rotación y gran rentabilidad para el almacén autoservicio y kiosco.

Clean LINE



Productos de limpieza y perfumería con altísima rotación y amplio surtido.

Ternez



Cortes de carne vacuna para ofrecer a nuestros clientes un amplio surtido de carne de calidad. Contamos con una línea tradicional y otra seleccionada de categoría premium.

1.2. Programa de ética y cumplimiento en nuestras operaciones

Generales

Desde 2017, el Grupo Makro Argentina ha implementado un programa de Ética y Cumplimiento (E&C) basado en los denominados tópicos dinámicos, que abarcan temas de alta relevancia aplicables a todas nuestras operaciones. Este programa establece las conductas esperadas de nuestros colaboradores y partes relacionadas, guiando nuestras decisiones y acciones de manera ética y correcta.

El programa de E&C se sustenta en diversas herramientas, entre ellas, políticas, procedimientos, capacitaciones continuas y un canal ético para reportar inquietudes. Su objetivo es promover el conocimiento, generar conciencia y fortalecer una cultura de cumplimiento alineada con nuestro propósito y valores compartidos.

HERRAMIENTAS	Speak Up		Entrenamiento y concientización de los colaboradores				
COOPERACIÓN	Comercial, Finanzas, Legales, Recursos Humanos, Seguridad IT, Comunicación, Auditoría Interna						
TÓPICOS DINÁMICAS	Debida Diligencia de Terceros	Sanciones y Controles de Exportaciones	Anti-Soborno y Corrupción	Competencia	Protección de Datos	Derechos Humanos	Fraude
CICLO	Identificación del Riesgo de Cumplimiento	Evaluación del Riesgo de Cumplimiento	Mitigación de Riesgo de Cumplimiento	Monitoreo Riesgo de Cumplimiento	Reporte de Incidentes de Riesgo de Cumplimiento		
GOBERNANZA	Directrices de Ética y Cumplimiento en SHV			BSF Ética y Cumplimiento en SHV			
CULTURA	Filosofía Corporativa, Valores Compartidos y Estrategia						

EL PROGRAMA PERSIGUE:

- **Asegurar el cumplimiento de legislación vigente, así como regulaciones internas y externas.**
- **Actuar de forma ética y cumpliendo con nuestra filosofía corporativa y valores compartidos. Se pone énfasis en los tópicos dinámicos, como Antisoborno y Corrupción, incluyendo la subcategoría de prevención de conflictos de interés.**

Esta orientación se extiende a todos los niveles y áreas de la organización, sobre modelos de roles justos y honestos y una comunicación clara y constante.

El programa contempla la colaboración entre las diversas áreas para el éxito sostenible a largo plazo e integra los valores compartidos en la estrategia y procesos corporativos. Además, protege a Makro y a sus colaboradores de riesgos legales y reputacionales. Su correcta implementación permite reducir significativamente los riesgos asociados al incumplimiento normativo.

Para evaluación de riesgos, anualmente el área de E&C distribuye un cuestionario de evaluación de tópicos y riesgos, como acción previa a la evaluación que Grupo Makro Argentina realiza periódicamente mediante la Evaluación General de Riesgo (ERM), que abarca todas las localidades operativas y administrativas de la compañía y los diversos sectores, incluyendo los tópicos del programa de E&C. De esta forma, se identifican los principales riesgos y se desarrollan las medidas de mitigación, controles y seguimiento.

PROMOVER EL CONOCIMIENTO, GENERAR CONCIENCIA Y FORTALECER UNA CULTURA DE CUMPLIMIENTO ALINEADA CON NUESTRO PROPÓSITO Y VALORES COMPARTIDOS



Compromiso contra la corrupción

Nuestra normativa interna establece una política de **tolerancia cero** frente a conductas corruptas. Identifica los principales factores de riesgo y define reglas y requisitos alineados con nuestro modelo de negocio. Entre estos riesgos se incluyen:

APOYO POLÍTICO, CABILDEO, PATROCINIOS Y DONACIONES DE CARIDAD

CONFLICTOS DE INTERÉS

PAGOS DE FACILITACIÓN

COMISIONES

Normativa interna del programa E&C

El programa de E&C incluye las siguientes normativas internas:

Código de Conducta Ética

Código de Conducción de Negocios de Proveedores

Guía de Respeto

Política Antisoborno y Corrupción

Procedimiento de Conflicto de Interés

Procedimiento de Participación en Eventos de Terceros

Política de Protección de la Competencia Justa

Política de Sanciones y Controles de Exportación

Políticas de Privacidad (protección de datos personales)

Política y Manual de Debida Diligencia de Terceros

Además, Grupo Makro Argentina cuenta con un canal de comunicación de preocupaciones, administrado por un tercero, denominado Cultura **Speak Up**. A través de este canal, los colaboradores y terceros pueden manifestar sus preocupaciones de forma confidencial.

Speak Up

Comparta lo que le preocupa
Haga lo que es correcto

Principales actividades en 2024

En 2024, Makro Argentina logró avances significativos en el programa de E&C, entre ellos:

Capacitación continua: Se reforzaron los entrenamientos en Antisoborno y Corrupción, Competencia Justa, Protección de Datos Personales y Conflictos de Interés, logrando altos niveles de participación tanto en oficinas centrales como en tiendas.

Auditorías de Debida Diligencia de Terceros: Se continuó con la evaluación de terceros en categorías obligatorias, incluyendo agentes, consultores y gestores con impacto en la compañía. Además, todas las instituciones receptoras de donaciones fueron analizadas bajo la política de donaciones y debida diligencia de terceros.

Comunicación y sensibilización: Se emitieron más de 17 comunicaciones institucionales reforzando los tópicos dinámicos y valores compartidos. Se celebró la 8va "Semana de E&C", con actividades enfocadas en protección de datos personales, competencia justa y conflictos de interés en escenarios operativos específicos.

Gestión de denuncias: A través de Cultura Speak Up, se recibieron 95 denuncias sobre diversas áreas operativas, políticas y relaciones interpersonales. Menos del 5% correspondieron a posibles conflictos de interés, y no se registraron denuncias por corrupción con funcionarios públicos. Todos los casos fueron investigados y gestionados con acciones correctivas, preventivas o de monitoreo, brindando respuestas oportunas a los denunciantes.



1.3. Gobierno corporativo

Comité de Directores

Es el máximo órgano de gobierno de la compañía. El comité está conformado por los directores de cada área operativa y liderado por Pedro Balestrini, nuestro CEO.

ESTRUCTURA DE GOBERNANZA Y COMPOSICIÓN DURANTE 2024 :

- **Pedro Balestrini**
CEO
- **Eduardo Sanchez Negrete**
Director de Supply Chain
- **Sebastián Borzone**
CFO
- **Martín Iriarte**
Director Comercial de Alimentos Secos y No Alimentos
- **Germán Dobal**
Director de Ventas y Operaciones
- **Juan Manuel Zappacosta**
Director Comercial de Alimentos Perecederos
- **Jesús Totesantt**
Director de Recursos Humanos

Las principales **funciones del Directorio** incluyen:

_Definir los lineamientos generales de la compañía y establecer planes de acción competitivos.

_Evaluar y medir las acciones implementadas para alcanzar los objetivos financieros y de crecimiento establecidos. Revisar los resultados generales de la empresa

_Analizar nuevas oportunidades de negocio, incluyendo proyectos, mercados e inversiones.

_Tomar decisiones estratégicas en materia legal, laboral, regulatoria, de compliance y sustentabilidad.

_Evaluar el entorno y las variables macroeconómicas relevantes.

Además, disponemos de diversas estructuras de gobierno que fortalecen la toma de decisiones y garantizan el correcto funcionamiento de la organización. Estos órganos complementan la labor del Comité de Directores, asegurando una gestión eficiente, alineada con nuestros objetivos estratégicos y en cumplimiento con los estándares regulatorios y de sostenibilidad.



A continuación, se comparte una breve descripción de cada uno durante 2024:

Comité de Ética & Compliance

Objetivo: Supervisar, analizar y aprobar asuntos relacionados con el plan de Ética & Compliance (E&C). Esto incluye la revisión de casos específicos y la aprobación de políticas vinculadas.

Frecuencia: Bimestrales. Reuniones extraordinarias en función de casos específicos.

Participantes: CEO, CFO, Director de Recursos Humanos, Gerente de Legales y Representante de E&C.

Comité de Auditoría Interna

Objetivo: Fortalecer el sistema de control interno de Makro Argentina. Seguimiento del avance del plan de auditoría interna, sus resultados, riesgos identificados, y avance de los planes de acción acordados con los dueños de procesos.

Frecuencia: Trimestral

Participantes: CEO, CFO, Directores de RRHH y Operaciones, Gerentes de Auditoría y Control Interno (SHV y MAR)

Comité de Diversidad & Inclusión:

Objetivo: Diseñar y ejecutar estrategias que promuevan la equidad, la diversidad en los equipos y el liderazgo inclusivo, alineados con los valores y el propósito de Makro.

Frecuencia: Sesiones convocadas según la dinámica de los temas trabajados.

Participantes: Colaboradores de todas las áreas y niveles jerárquicos que se postulan voluntariamente al inicio de cada año y asumen el compromiso de liderar el diseño e implementación de iniciativas a lo largo del período.

Comité de Data Privacy

Objetivo: Supervisar, evaluar y tomar decisiones sobre la protección de datos personales, tanto de empleados como de terceros, garantizando el cumplimiento de normativas y mejores prácticas en materia de privacidad.

Frecuencia: Sesiones convocadas según la dinámica del tema y los casos presentados, con una reunión trimestral como mínimo.

Participantes: CEO, Directores de Operaciones, Recursos Humanos, Finanzas, Gerentes de Clientes, Legales, Seguridad IT y Ética y Cumplimiento.

Comité Regional de Salud y Seguridad en el Trabajo

Objetivo: Planificación y desarrollo de medidas preventivas, intercambio de buenas prácticas y lecciones aprendidas, seguimiento de indicadores claves y Road Map.

Frecuencia: Trimestral.

Participantes: CEO, Directores de Operaciones y RRHH, Coordinadores H&S a nivel regional.

Nuestros impactos, riesgos y oportunidades

Hasta 2024, el Grupo Makro Argentina formó parte de SHV. Dentro de este marco, SHV implementó un modelo de soporte al negocio, conocido como **Business Support Framework (BSF)**, con el objetivo evaluar de la eficacia de los controles internos en cada unidad de negocio. Este proceso conjunto no solo permite asegurar el cumplimiento de los requerimientos mínimos necesarios para un desarrollo responsable del negocio, sino que también fomenta el aprendizaje, la mejora continua y la adopción de mejores prácticas en toda la organización.

Para el Grupo Makro Argentina, es fundamental garantizar a todas nuestras partes interesadas que cada actividad

que desarrollamos cumple con la normativa vigente del país, así como con nuestras políticas y procedimientos internos.

El BSF se compone de una matriz de controles, la cual se actualiza anualmente tanto para SHV como para el Grupo Makro. Estos controles son evaluados dos veces al año con el propósito de identificar los principales riesgos que podrían afectar el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la compañía. En 2024, se testearon 37 controles durante el primer semestre y 40 controles durante el segundo semestre en Oficina Central. Mientras que en las tiendas se realizaron 5 controles en cada período.

LOS CONTROLES DISEÑADOS POR SHV SE AGRUPAN EN LAS SIGUIENTES CATEGORÍAS:

1. GUARDIÁN DE LA CULTURA DE SHV
2. ASIGNACIÓN DEL CAPITAL
3. DESARROLLO DE LIDERAZGO
4. MONITOREO Y SUPERVISIÓN

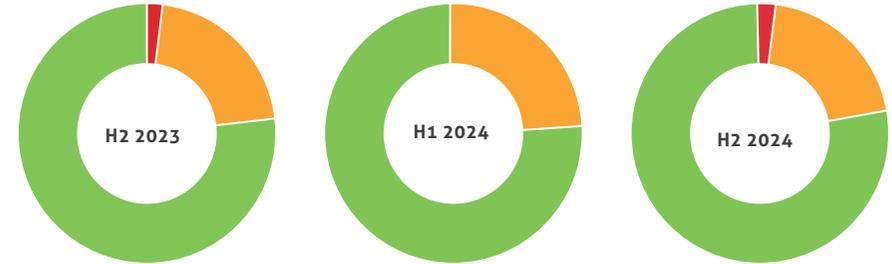
POR SU PARTE, LOS CONTROLES ESPECÍFICOS PARA EL GRUPO MAKRO SE CLASIFICAN EN:

1. CONOCIMIENTO DEL CLIENTE
2. PROCESO DE VENTAS
3. COMPRAS Y PAGOS
4. ABASTECIMIENTO & LOGÍSTICA
5. MONITOREO Y SUPERVISIÓN

Durante cada evaluación, se identifican debilidades y oportunidades de mejora que requieren atención por parte de la gerencia. Los hallazgos y conclusiones sobre la efectividad de los controles son documentados en la plataforma **TeamMate**, lo que permite informar los resultados a SHV de manera estructurada y transparente.

En las últimas evaluaciones realizadas en 2024 en Oficina Central, la efectividad de los controles testeados fue del 76% en el primer semestre (H1 2024) y del 78% en el segundo semestre (H2 2024). Mientras que los resultados Efectivos obtenidos en las Tiendas fueron de 20% en H1 y 40% en H2 2024 y el restante Parcialmente Efectivos.

Resultados de la evaluación de controles en oficina central



RESULTADO EFECTIVO: Indica que los controles fueron ejecutados de manera satisfactoria, asegurando una correcta gestión del proceso y manteniendo los riesgos dentro de los niveles aceptados por los accionistas.

RESULTADO PARCIALMENTE EFECTIVO O NO EFECTIVO: Se refiere a controles en los que se identificaron observaciones o áreas de mejora. En estos casos, los equipos responsables elaboraron planes de acción específicos, detallando actividades, responsables y plazos para su implementación.

Para **Makro Argentina**, es fundamental garantizar a todas nuestras partes interesadas que cada actividad que desarrollamos cumple con la normativa vigente del país, así como con nuestras políticas y procedimientos internos.

EL ANÁLISIS DE RIESGO REALIZADO A TRAVÉS DEL **BSF** NOS PERMITE APLICAR UN **PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN**, EVITANDO LA EJECUCIÓN DE ACCIONES QUE PUEDAN GENERAR IMPACTOS NEGATIVOS Y COMPROMETER LA SUSTENTABILIDAD DEL NEGOCIO.

1.5. Seguridad de datos

Gestión de la seguridad de la información y protección de datos personales

Makro se compromete a garantizar la seguridad de la información y la protección de los datos personales de sus clientes, proveedores y otros grupos de interés. Para ello, aplica controles estrictos con herramientas de última generación, destinados a prevenir accesos no autorizados, filtraciones de información y ciberataques, en conformidad con los marcos regulatorios aplicables.

La organización ha establecido políticas y procedimientos internos para asegurar el cumplimiento de las leyes vigentes en materia de privacidad y protección de datos, incluyendo la preparación de informes de cumplimiento normativo y la cooperación con auditorías externas e independientes.

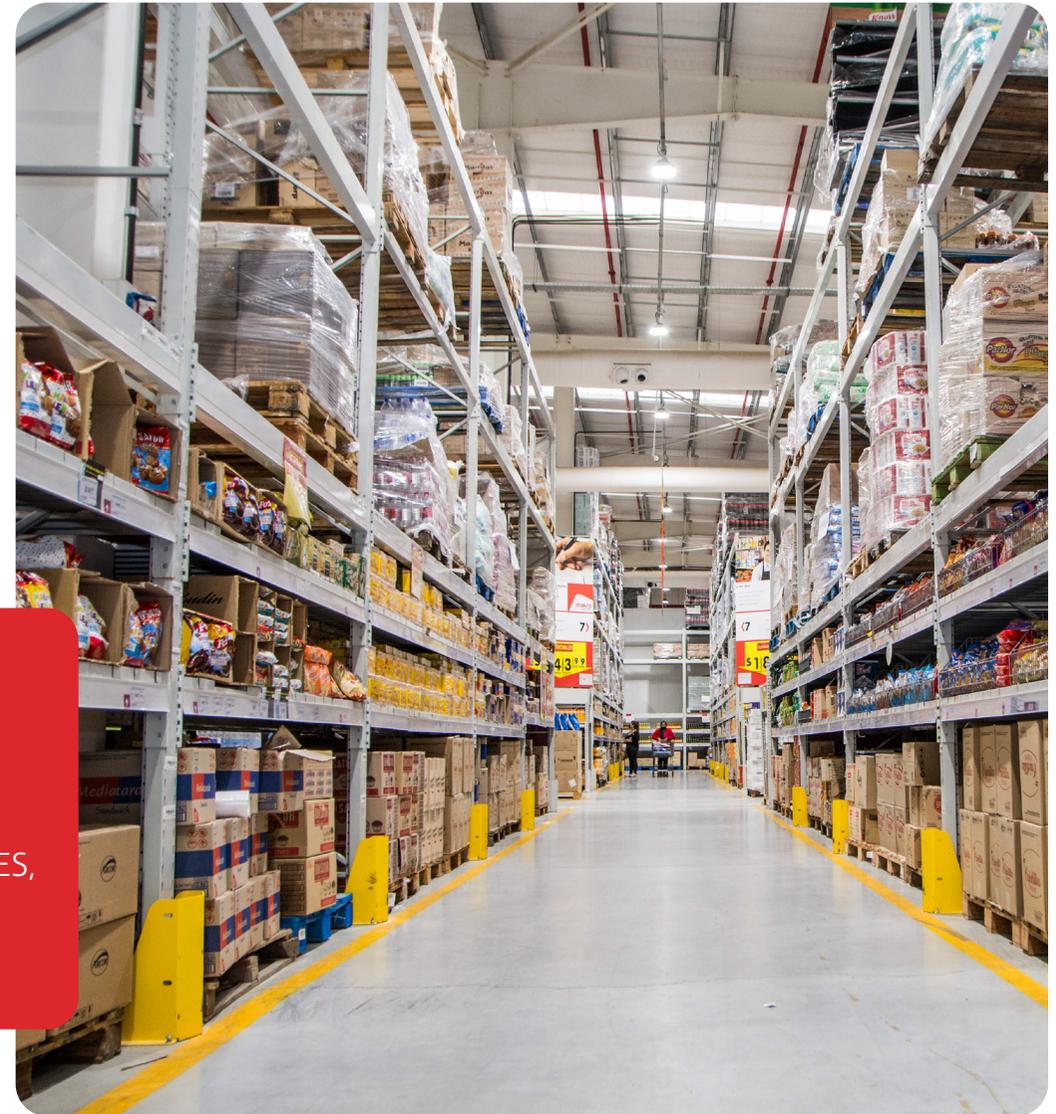
Como parte de su enfoque preventivo, Makro lleva a cabo evaluaciones periódicas de riesgos en materia de

seguridad informática, implementando controles técnicos y administrativos que garantizan la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información.

Asimismo, se desarrollan campañas de capacitación y concientización en forma continua para todos los niveles de la organización, con el objetivo de fortalecer la conciencia sobre la importancia de la seguridad de la información y promover buenas prácticas en el manejo de datos personales.

Durante el período reportado, no se registraron incidentes significativos relacionados con el acceso indebido, pérdida o divulgación de información confidencial.

**MAKRO SE COMPROMETE A
GARANTIZAR LA SEGURIDAD
DE LA INFORMACIÓN Y LA
PROTECCIÓN DE LOS DATOS
PERSONALES DE SUS CLIENTES,
PROVEEDORES Y OTROS
GRUPOS DE INTERÉS**



02

SUSTENTABILIDAD EN MAKRO

GRI 2: Prácticas de presentación del informe; Estrategia, Políticas y Prácticas; Participación de los Grupos de Interés
GRI 3: Contenido sobre los temas materiales



Acerca de este reporte

Este informe se elaboró en referencia a los Estándares de la Global Reporting Initiative - GRI - y cubre el período del 1° de enero al 31 de diciembre de 2024. El mismo se publica anualmente en el segundo trimestre de cada año, y con esta edición continuamos el trabajo iniciado en el Reporte de 2023, lanzado en junio del año anterior.

Para más información o consultas, el área de Sustentabilidad está disponible en el número 011 4721-8900 presente en la Oficina Central de Makro Argentina.

2. Estrategia de sustentabilidad

En un entorno empresarial en constante cambio, hemos desarrollado un modelo de negocio que integra de manera equilibrada los aspectos sociales, ambientales y de gobernanza, lo que nos permite gestionar riesgos de forma proactiva y aprovechar nuevas oportunidades. En este sentido, la sustentabilidad es un pilar fundamental en la estrategia corporativa de Makro Argentina. Este enfoque refuerza nuestra competitividad y nuestro compromiso con el desarrollo sostenible, alineándonos con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS- de las Naciones Unidas**.

Como parte de nuestra estrategia, realizamos un análisis de doble materialidad para identificar y priorizar riesgos para asegurar la perdurabilidad del negocio y los temas más relevantes para nuestros stakeholders. En este sentido, el Reporte Anual de Sustentabilidad se ha convertido en una herramienta esencial para comunicar de manera transparente nuestro desempeño en relación con los asuntos identificados como materiales.



Mecanismos de comunicación

En Makro Argentina, entendemos que el éxito de nuestra estrategia depende de mantener un vínculo cercano y transparente con nuestros grupos de interés. Las relaciones que establecemos son a largo plazo, basadas en el respeto mutuo y el compromiso por la creación de valor compartido.

Nuestra empresa interactúa con cada uno de estos grupos a través de las áreas correspondientes, ofreciendo canales de comunicación formales que les permiten expresar sus inquietudes, sugerencias e ideas. Nos aseguramos de atender y dar respuesta a estas contribuciones, con el fin de mantener un diálogo constructivo y fortalecer nuestros lazos.



GRUPO DE INTERÉS

CANAL DE COMUNICACIÓN O MEDIO DE CONTACTO

FRECUENCIA

Colaboradores

Correo electrónico	Permanente
Cartelera digital	Permanente
Intranet	Permanente
Yammer	Permanente
Evaluación de desempeño	Semestral
Encuesta de compromiso	Cada 2 años
Speak up (línea ética)	Permanente
Teams	Permanente
Activaciones, talleres y otros eventos internos	Permanente

Clientes

Página web	Permanente
Programa de peticiones, quejas y reclamos	Permanente
Redes sociales	Permanente
Visitas de representantes de desarrollo de clientes	Por solicitud o requerimiento
Telemakro	Permanente
Recepción de clientes	Permanente
Encuesta de satisfacción	Permanente

Proveedores

Reuniones presenciales	Mensuales
Correo electrónico	Permanente

Organizaciones sin fines de lucro - Comunidad

Correo electrónico	Eventual
Reuniones presenciales	Eventual
Eventos	Eventual

Ente Regulador

Correo electrónico	Eventual
--------------------	----------

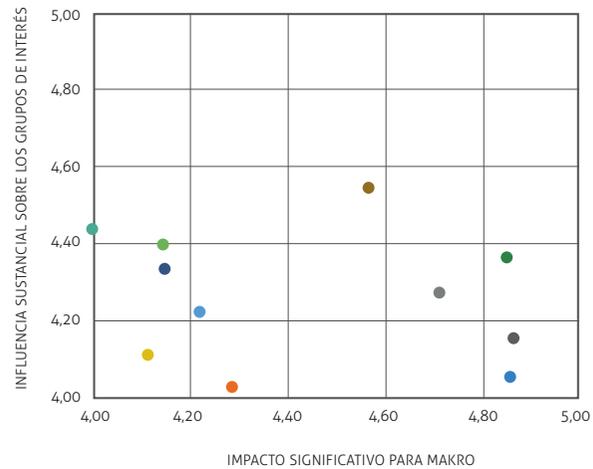
Doble materialidad

Con el fin de desarrollar un modelo de negocio sustentable es necesario identificar los impactos que este genera. Estos pueden ser reales o potenciales, positivos o negativos, a corto o largo plazo, puntuales o difusos. Una vez identificados los impactos se los evalúa y prioriza para luego ser gestionados. En esta misma línea, los temas materiales son aquellos impactos que son consideradas relevantes para la perdurabilidad del negocio en el tiempo. Esto engloba aspectos económicos, sociales, ambientales y de gobernan-

za. Por ende, la materialidad es un reflejo de la gestión sobre las externalidades, tanto positivas como negativas, que genera el negocio. Este reporte se basa en el análisis de doble materialidad realizado en 2023. El mismo fue llevado a cabo de manera in-house por el área de Sustentabilidad, donde participaron 1399 actores en las encuestas dirigidas a nuestros grupos de interés. A continuación, se comparten los resultados de Makro Argentina.

Gráfico doble materialidad

Resultados



Temas materiales

- Fortalecimiento y el desarrollo de los clientes
- Experiencia y satisfacción de los clientes
- Salud y seguridad de los clientes
- Ética en las operaciones
- Seguridad de la información
- Desperdicio de alimentos
- Prácticas de diversidad, inclusión y respeto
- Seguridad y salud de los colaboradores
- Iniciativas de atracción y retención
- Capacitación y desarrollo del talento humano
- Inversión social en pro de la nutrición y educación

METODOLOGÍA UTILIZADA

- Análisis del contexto**
Evaluación del entorno regulatorio, social y económico para identificar tendencias y riesgos relevantes.
- Identificación de temas potencialmente materiales**
Selección de aspectos clave con impacto financiero y socioambiental para la organización.
- Identificación de los Grupos de Interés**
Mapeo de actores clave afectados o influyentes en la estrategia de sostenibilidad.
- Consulta a los Grupos de Interés**
Recopilación de percepciones mediante encuestas.
- Priorización en la matriz de materialidad**
Evaluación y jerarquización de los temas según impacto y relevancia estratégica.
- Validación del Directorio**
Revisión y aprobación final por parte de la alta dirección para alineación con la estrategia corporativa.

ASUNTOS MATERIALES

A continuación, se detalla los asuntos materiales identificados y su contribución con los ODS:

TEMÁTICA	CONTRIBUCIÓN A LA ODS
FORTALECIMIENTO, DESARROLLO Y EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES	8 PARA ASUNTOS DE COMERCIO JUSTO
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES (INOCUIDAD, SEGURIDAD Y CALIDAD DE LOS PRODUCTOS)	3 PARA ASUNTOS DE SALUD BIENESTAR
ÉTICA EN LAS OPERACIONES (INCLUYE PREVENCIÓN DE LA CORRUPCIÓN)	16 PARA ASUNTOS DE TRABAJO JUSTO Y EQUIDAD
SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS DATOS DE LOS CLIENTES	9 PARA ASUNTOS DE INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA
DESPERDICIO DE ALIMENTOS	1 PARA ASUNTOS DE LA PAZ Y JUSTICIA SOCIAL, 2 PARA ASUNTOS DE COMUNITARIANISMO
INVERSIÓN SOCIAL EN PRO DE LA NUTRICIÓN Y LA EDUCACIÓN	4 PARA ASUNTOS DE CALIDAD DE EDUCACIÓN, 10 PARA ASUNTOS DE REDUCCIÓN DE LAS DESIGNAJES
PRÁCTICAS DE DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y RESPETO CON SUS GRUPOS DE INTERÉS	5 PARA ASUNTOS DE GÉNERO E IGUALDAD, 10 PARA ASUNTOS DE REDUCCIÓN DE LAS DESIGNAJES
SEGURIDAD Y SALUD DE LOS COLABORADORES	8 PARA ASUNTOS DE COMERCIO JUSTO
GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	8 PARA ASUNTOS DE COMERCIO JUSTO



03

CLIENTES Y PROVEEDORES: NUESTROS SOCIOS DE NEGOCIO

GRI 2: Actividades
GRI 201: Desempeño económico
GRI 204: Prácticas de abastecimiento
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes

3.1. Desempeño económico

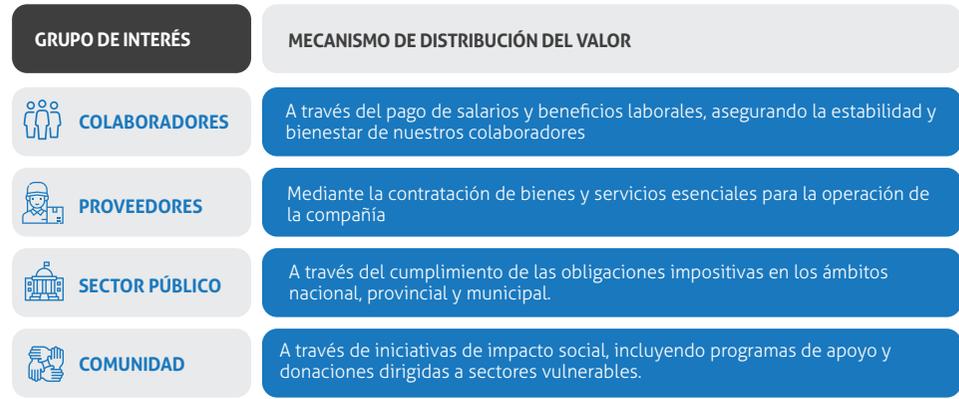
A través de la gestión estratégica de recursos y la planificación de inversiones, Makro Argentina garantiza la estabilidad del negocio y su expansión a largo plazo. De esta forma, en un entorno dinámico y desafiante logra mantener su compromiso con la solidez financiera y el crecimiento sostenible.

El año 2024 estuvo marcado por condiciones económicas adversas derivadas de la devaluación ocurrida a finales del año anterior. Durante el primer trimestre, la economía experimentó una fuerte presión inflacionaria, con un aumento anual del 117,8%, una contracción del PIB del 2,9% y una disminución del poder adquisitivo debido a la reducción de subsidios en los servicios públicos. Sin embargo, a medida que avanzó el año, ciertos indicadores macroeconómicos comenzaron a mostrar signos de recuperación. La inflación

mostró una tendencia descendente a partir del segundo trimestre, mientras que la liberación de importaciones y la reducción de las tasas de interés generaron un entorno más predecible para la actividad comercial.

En este contexto, Makro Argentina logró generar un valor económico directo de AR\$ 521.233 millones a través de sus ventas. No obstante, la cantidad de tickets emitidos experimentó una leve retracción en comparación con el máximo registrado en 2023, reflejando el impacto del contexto económico en los hábitos de consumo.

El valor económico generado se distribuyó entre diversos grupos de interés, contribuyendo al desarrollo del ecosistema empresarial y social:



Makro Argentina continúa apostando por una gestión financiera eficiente y orientada a la sostenibilidad, con el objetivo de fortalecer su posición en el mercado y generar valor a largo plazo para todos sus stakeholders.

3. 2. Nuestros clientes

Los clientes son el corazón de nuestro negocio. Nos esforzamos por ofrecerles una atención excepcional y un servicio que se adapte a sus necesidades y expectativas. Para lograrlo, los conocemos, entendemos sus preferencias y creamos una experiencia de compra a su medida. Nuestro compromiso es brindarles productos de alta calidad, con una amplia variedad y precios competitivos, asegurando siempre su satisfacción.



NUESTRO COMPROMISO ES BRINDARLES **PRODUCTOS DE ALTA CALIDAD, CON UNA AMPLIA VARIEDAD Y PRECIOS COMPETITIVOS, ASEGURANDO SIEMPRE SU SATISFACCIÓN.**

Clientes consumidores finales

En Makro, los consumidores finales son una parte esencial de nuestro negocio. Por eso, reafirmamos nuestro compromiso ofreciéndoles precios mayoristas accesibles, tanto en compras por unidad como con descuentos adicionales al llevar una cantidad mínima, siempre pensando en las necesidades promedio de cada familia.

En nuestras sucursales, los clientes encuentran una amplia variedad de productos a precios competitivos, con un surtido que abarca categorías como Perfumería, Limpieza, Alimentos, Bebidas, No Alimentos y Perecederos. Además, brindamos atención personalizada en Carnicería, Panadería y Fiambrería, para que puedan resolver todas sus compras en un solo lugar.

Hacemos que el proceso de compra sea más fácil y

conveniente, con múltiples opciones de pago, incluyendo billeteras virtuales, que agilizan la experiencia y se adaptan a las nuevas tendencias. También ofrecemos promociones bancarias que permiten ahorrar más y aprovechar al máximo cada compra.

Nos mantenemos en contacto con nuestros clientes a través de redes sociales, publicidad, sitio web y otros canales digitales, asegurando una comunicación cercana y dinámica. Cada semana, ponemos a disposición más de 500 productos en oferta, brindando siempre nuevas oportunidades de ahorro.

Comprar en Makro es simple, solo es necesario presentar el DNI en la línea de cajas. En 2024, más de un millón de clientes nos eligieron para sus compras, y seguimos trabajando para ofrecerles la mejor experiencia.



Clientes profesionales

Ofrecemos a nuestros Clientes Profesionales una atención personalizada en nuestras Oficinas de Ventas ubicadas en cada una de las 24 sucursales de Makro. Cada oficina está diseñada para ofrecer un servicio cercano y directo, donde nuestro equipo de ventas escucha activamente las necesidades de los clientes y trabaja para proporcionar soluciones a medida.

Nuestra prioridad es ofrecer un servicio de calidad, basado en la atención exclusiva y en acciones comerciales diseñadas para satisfacer las demandas particulares de los profesionales. Además, fomentamos la capacitación continua y la colaboración entre nuestros equipos para garantizar que todos estén alineados con los valores de Makro.

El área de Clientes de Oficina Central también juega un papel clave, apoyando a los equipos de ventas con herramientas e información valiosa que facilita el desarrollo de los negocios de nuestros clientes.

En 2024, más de 65.000 clientes profesionales eligieron a Makro como su proveedor de confianza. Nuestro objetivo es seguir incrementando la satisfacción y lealtad de los clientes actuales, así como invitar a nuevos negocios a formar parte de nuestra comunidad.

En Makro, ponemos al cliente en el centro de todo lo que hacemos, y seguimos trabajando día a día para ofrecer un servicio que supere sus expectativas.



EN MAKRO, PONEMOS AL **CLIENTE EN EL CENTRO** DE TODO LO QUE HACEMOS, Y SEGUIMOS TRABAJANDO DÍA A DÍA PARA **OFRECER UN SERVICIO QUE SUPERE SUS EXPECTATIVAS.**

3.2.1 Satisfacción y fortalecimiento de nuestros clientes



En Makro, la satisfacción del cliente es el eje de nuestras decisiones estratégicas. Para conocer y mejorar su experiencia de compra, utilizamos la herramienta Net Promoter Score -conocido como **NPS** por sus siglas en inglés-, que nos permite medir su percepción en aspectos clave como precios, calidad del servicio, rapidez en cajas, surtido de productos y seguridad en tienda.

Encuestas digitales para medir la satisfacción

Cada cliente que realiza una compra recibe un correo electrónico al día siguiente con una invitación para completar una breve encuesta. Esta evaluación nos proporciona información valiosa sobre su experiencia en Makro.

La pregunta principal del cuestionario es: **En una escala del 0 al 10, ¿qué probabilidad hay de que recomiendes Makro a un amigo, familiar o colega?**

Después de responder, el cliente puede calificar entre 6 y 9 atributos clave con opciones de "Me gusta" o "No me gusta".

El análisis de los datos se realiza diariamente, permitiendo que el personal de tienda intervenga rápidamente para resolver problemas y mejorar procesos. Los resultados también se comparten periódicamente con las áreas responsables, quienes implementan estrategias para optimizar la experiencia del cliente en cada punto de contacto.

Durante 2024, hemos recopilado información a través de 24.336 encuestas digitales, reforzando nuestro compromiso con la mejora continua.

RECOPILAMOS INFORMACIÓN A TRAVÉS DE 24.336 ENCUESTAS DIGITALES, REFORZANDO NUESTRO COMPROMISO CON LA MEJORA CONTINUA

Comunicación activa con nuestros clientes

Para fortalecer el vínculo con nuestros clientes, mantenemos una comunicación constante a través del correo electrónico, con el objetivo de ofrecer un servicio más eficiente y personalizado.

Contamos con un equipo especializado en la gestión de este canal, asegurando un enfoque basado en el análisis de datos y el respeto por la privacidad, cumpliendo con todas las normativas de Protección de Datos Personales. A través de nuestras campañas de Email Marketing, brindamos información actualizada sobre novedades en nuestras tiendas, lanzamientos de productos, alianzas estratégicas y

oportunidades de ahorro con descuentos y promociones exclusivas.

Nuestro compromiso se centra en construir relaciones sólidas y duraderas con nuestros clientes. Buscamos evolucionar constantemente para ser su mejor opción, promoviendo prácticas comerciales sostenibles junto a nuestros proveedores y contribuyendo al ahorro de las familias argentinas.

En 2024, **logramos llegar a más de 635.000 clientes** a través del envío de 35,3 millones de correos electrónicos, reforzando nuestra presencia y acompañamiento en cada compra.



Comunidad virtual: canales digitales y redes sociales

Para las comunicaciones digitales, en 2024, se realizó una adecuación coyuntural de los contenidos. La campaña protagonista es "Con Makro te alcanza para más" que refleja el enfoque de la compañía en proporcionar valor a sus clientes, no solo a través de productos de calidad, sino también con oportunidades de ahorro significativas.

El concepto de ahorro en esta campaña no solo abarca el ahorro económico, sino también el ahorro de tiempo y esfuerzo. Queremos que nuestros clientes no tengan que

visitar múltiples lugares para realizar sus compras ni preocuparse por cómo o con qué promoción bancaria pagar. Makro busca hacer la vida del cliente más fácil, permitiéndole disfrutar de la diferencia en el precio de la manera que más le convenga.

Por otro lado, esta campaña se sustentó en grandes pilares de comunicación como ofertas, promociones bancarias y medios de pago, y en nuestros atributos diferenciadores tales como el amplio surtido, marcas propias y la sección de perecederos.

Facebook: En 2024, fortalecimos nuestra presencia en Facebook con contenido que refleja el compromiso de Makro con sus clientes y a través de publicaciones estratégicas, logramos mantener una conexión constante con nuestra comunidad, alcanzando 831.000 seguidores al inicio de 2025.

Google Search: Optimizamos las campañas según los conceptos claves de búsqueda de nuestros grupos de clientes target. En este sentido, se agregaron campañas de máximo rendimiento, las cuáles impulsaron positivamente los resultados. Gracias a todas estas implementaciones se logró un total anual de +59 millones de impresiones.

E-mail Marketing: La herramienta de CRM nos permite realizar envíos adaptados a cada grupo de clientes teniendo en cuenta su comportamiento de compra. A su vez, se hicieron más eficientes los procesos de limpieza de base de contactos para mejorar las aperturas de los correos. Por esto, se alcanzó un total de +35 millones de envíos en todo el año y un total de +680 mil clicks que redirigieron al usuario a la sección de ofertas de la web. Esto generó un open rate promedio anual del 24%.

Sitio Web: Realizamos una actualización del sitio web, en donde se optimizaron tiempos de carga, funcionalidades, imagen renovada y una clara mejora en la experiencia de usuario. Teniendo en cuenta estos cambios, en 2024 se obtuvo un promedio de +1.07M usuarios que ingresaron al sitio web, lo que significa un aumento del 20% contra el año 2023.



Google Display: Utilizamos este canal con el objetivo de tener un impacto dinámico en la audiencia al mostrar ofertas y mensajes que permiten fortalecer la presencia de la marca en la red de sitios seguros de Google más relevantes. Siempre se diseña con estética y colores de Makro para que sea fácil de reconocer a la marca en otros sitios web. De esta forma, se logró superar los 376 millones de impresiones durante el año 2024.



Medios Digitales: En 2024 buscamos incursionar en nuevos canales online y confeccionar comunicaciones en nuevos formatos. Uno de ellos es "Programática", un tipo de anuncio similar a Google Display pero que permite ser más selectivo a la hora de elegir en que lugar aparece el anuncio. El otro formato que más utilizamos este año fue Home Events en medios de noticias. Este formato es un "Pop Up" apenas se ingresa al medio. Gracias a esto se aumento el alcance en momentos clave de promociones y se dio visibilidad de marca en otros sitios. Makro salió en los siguientes medios:

- Infobae
- Clarín
- Perfil.com
- Ámbito Financiero
- Página 12
- La 100 radio

Nuevo

Instagram: En 2024, profundizamos en la humanización de la marca comenzando a hacer contenido audiovisual en las sucursales con personas físicas. Estos videos generan una identificación con el consumidor y consiguen mejores resultados en cuanto a métricas, gracias a que las redes sociales impulsan este tipo de piezas. En estas comunicaciones, utilizamos mensajes claves sobre como comprar, el surtido, los beneficios de venir a Makro y todo lo que incluya la campaña. De esta forma se alcanzaron 377.000 seguidores en Instagram.



Salud y seguridad del consumidor

El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP, por sus siglas en inglés) es un sistema proactivo de gestión de la inocuidad alimentaria que se enfoca en controlar los puntos críticos durante la manipulación de los alimentos para minimizar riesgos que puedan comprometer su seguridad.

Makro cuenta con tiendas certificadas en HACCP, cubriendo específicamente el sector de Carnicería, desde la recepción de mercadería hasta su exhibición y venta al público. En 2024, las tiendas no certificadas recibieron una capacitación intensiva de un día para comenzar a implementar esta normativa.

Adicionalmente, 22 de las 24 tiendas fueron auditadas quincenalmente durante el año 2024. Estas auditorías fueron realizadas por el equipo de Calidad en Gran Buenos Aires y por profesionales contratados en el interior del país.

Para 2025, se incorporarán las 24 tiendas al proceso de auditoría. Durante las auditorías se verificó el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura, los Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento, el manejo integral de plagas y el control de vencimientos. Las auditorías no se limitan solo al sector de Carnicería, sino que abarcan la totalidad de la sección de Perecederos, garantizando la elaboración y manipulación de alimentos seguros y mejorando el proceso productivo de las tiendas.

Durante el periodo cubierto por este informe, se registraron solo dos casos de incumplimiento relacionados con productos vencidos, los cuales fueron retirados de la góndola, y productos fuera del rango de temperatura, los cuales también fueron corregidos. Además, se dieron dos advertencias relacionadas con nuevas normativas del Código Alimentario Argentino, cuyas correcciones fueron

implementadas de inmediato, cumpliendo con los plazos establecidos por la Autoridad Municipal correspondiente. Las auditorías periódicas y el enfoque en la mejora continua contribuyen a reducir la posibilidad de incumplimientos, asegurando la oferta de productos que garanticen la salud y seguridad del consumidor.

Los profesionales contratados se reúnen mensualmente con el equipo de Calidad para alinear criterios y evaluar el enfoque de cada auditoría, con el objetivo de lograr una estandarización en todas las tiendas, independientemente de su ubicación.

Aualmente, los colaboradores del Sector de Perecede-

ros reciben capacitación sobre manipulación de alimentos. En 2024, se realizó una capacitación de una hora en las tiendas localizadas en Gran Buenos Aires, que alcanzó al 95% del personal de las áreas de Fríos y Fiambres, Carnicería y Verdulería, lo que representa aproximadamente 370 colaboradores. Para 2025, se ha confeccionado un cronograma de capacitación la totalidad de tiendas en el país. Las capacitaciones se actualizan anualmente para ampliar el conocimiento de los colaboradores y cumplir con los requerimientos de la empresa. Durante las auditorías internas, se verifica que los colaboradores apliquen los conocimientos adquiridos durante las capacitaciones.



Controles de calidad en nuestros productos

La calidad y la inocuidad de nuestros productos son pilares fundamentales de nuestro compromiso con los clientes. Para cumplir con estos estándares, sometemos tanto a nuestros proveedores como a los productos elaborados bajo nuestras marcas a rigurosas auditorías y análisis.

Las auditorías a los proveedores se basan en los requisitos de nivel intermedio de la Global Food Safety Initiative (GFSI), cuyo cumplimiento cubre el 70% de los requisitos de una norma de certificación de inocuidad alimentaria. Con ello, exigimos a nuestros proveedores mantener altos estándares en la gestión de la inocuidad de sus procesos. Es relevante destacar que el 30% de nuestros proveedores están certificados con alguna norma de inocuidad avalada por GFSI, mientras que el resto es auditado al menos una

vez al año. De todas las normas, Food Safety Certification Scheme basada en la norma ISO 22000, es la más implementada y certificada entre nuestros proveedores.

La inocuidad de nuestros productos y el cumplimiento con la normativa vigente son aspectos que controlamos de forma constante. Realizamos análisis físico-químicos y microbiológicos a los productos de nuestras marcas propias para garantizar su calidad e inocuidad. La selección de productos y la frecuencia de los análisis dependen de factores como la sensibilidad, la rotación y la temporada. Durante el período cubierto por este informe, no se registraron incumplimientos graves de la normativa. En caso de desvíos en los análisis, notificamos al proveedor y se realizan nuevas pruebas en un plazo máximo de 60 días.



LA CALIDAD Y LA INOCUIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS SON PILARES FUNDAMENTALES DE NUESTRO COMPROMISO CON LOS CLIENTES.



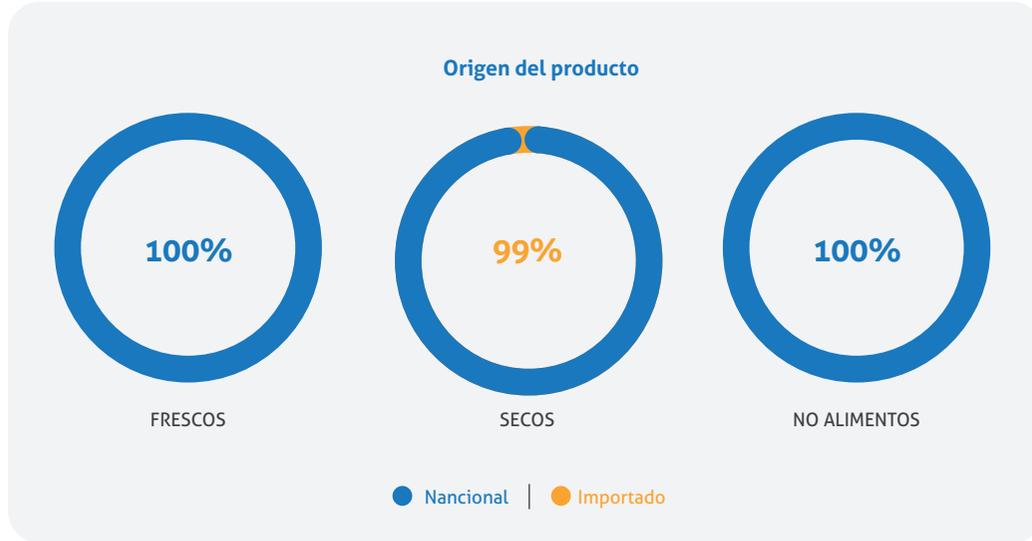
3.3. Nuestros proveedores

Makro ocupa una posición estratégica en la cadena de valor, actuando como nexo entre los productores y los clientes finales. Esta ubicación privilegiada nos permite promover la sustentabilidad entre nuestros socios comerciales, fortaleciendo relaciones basadas en el beneficio mutuo.

En 2024, nuestra cadena de suministro estuvo conformada por **772 proveedores**, encargados de abastecer las tres principales categorías de productos: alimentos secos,

alimentos frescos y no alimentos, que posteriormente son comercializados en nuestras tiendas.

El 99,4% de la mercadería provino de proveedores locales —incluyendo productores, fabricantes y distribuidores—, mientras que el 0,6% restante correspondió a importaciones. A continuación, se presenta la distribución de proveedores locales e internacionales según la categoría de producto.



Durante el año, no se registraron cambios significativos en la organización ni en la estructura de nuestra cadena de suministro.

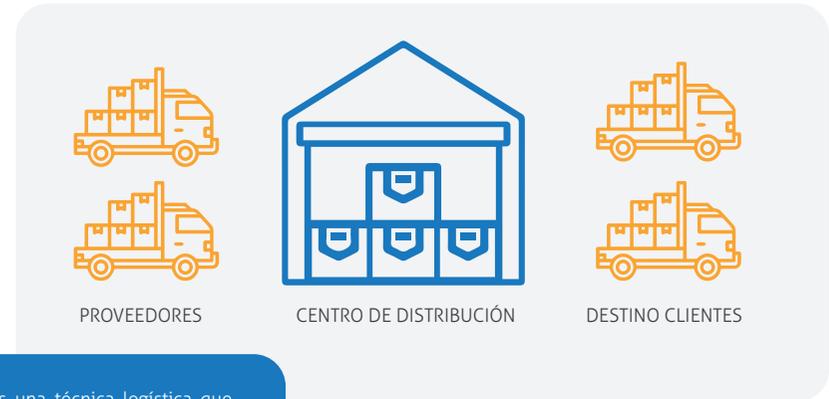
Para optimizar la eficiencia operativa, trabajamos con un operador logístico en la Provincia de Buenos Aires que

implementa la modalidad de cross-docking. A través de este sistema, centralizamos la recepción de la mayor parte de nuestra mercadería en pallets mono-producto, los cuales son clasificados y reorganizados en pallets multi-proveedores. Posteriormente, se cargan en camiones completos para su distribución a nuestras tiendas en todo el país.

Este centro de distribución gestiona alrededor de 1.400.000 bultos mensuales y cuenta con 150 empleados dedicados exclusivamente a Makro. Actualmente, el 46% de nuestras compras pasan por este establecimiento, mientras que el

resto de los productos es enviado directamente a nuestras tiendas.

En el caso de Basualdo, la mercadería se recibe directamente en los puntos de venta.



El **cross-docking** es una técnica logística que permite acelerar la distribución de productos sin necesidad de almacenarlos. Consiste en recibir y transferir productos de proveedores a clientes finales en un mismo lugar.

Cadena de valor

Desde Makro, tenemos la capacidad de impulsar la sustentabilidad en ambos extremos de nuestra cadena de valor, colaborando tanto con nuestros proveedores como con

nuestros clientes. De este modo, promovemos iniciativas de alto impacto que generan beneficios compartidos y contribuyen al bienestar común.





04

PERSONAS: AYUDAMOS A LAS PERSONAS A SER EL CAMBIO

GRI 02: Actividades y trabajadores; Gobernanza; Participación de los grupos de interés
GRI 401: Empleo
GRI 403: Seguridad y salud en el trabajo
GRI 404: Formación y educación
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades
GRI 413: Comunidades locales

4.1. Nuestros colaboradores

En Makro y Basualdo reconocemos que las personas son agentes clave de transformación y un pilar esencial de nuestra estrategia de sustentabilidad. Por ello, gestionamos todos los aspectos vinculados al bienestar, desarrollo y desempeño de nuestros colaboradores a través de una estructura robusta de Recursos Humanos. Esta incluye representación en cada tienda, así como un equipo especializado en la Oficina Central, encargado de definir e implementar políticas, programas e iniciativas alineadas con nuestros compromisos corporativos.

Al 31 de diciembre de 2024, la dotación total de la compañía ascendía a 2.345 colaboradores, incluyendo 23 pasantes. La tasa de rotación anual fue de 10,3%. Algunas funciones de apoyo a la operación —como vigilancia, limpieza, tecnología de la información y ciertos roles de reposición— se encuentran tercerizadas a través de empresas proveedoras de servicios.

Durante la temporada alta, que tiene lugar de diciembre a febrero, coincide con un mayor flujo de clientes y personal en licencia por vacaciones. Teniendo esto en cuenta, la compañía suele incorporar trabajadores temporarios bajo contratos de duración determinada, con el objetivo de asegurar la continuidad operativa y mantener los estándares de atención en tienda. No obstante, en 2024, frente a un contexto económico desafiante, se optó por no realizar contrataciones temporales adicionales. Esta decisión respondió a una estrategia de optimización de recursos sin comprometer la calidad del servicio.

DISTRIBUCIÓN TOTAL POR GÉNERO

36% MUJERES
TOTAL 844

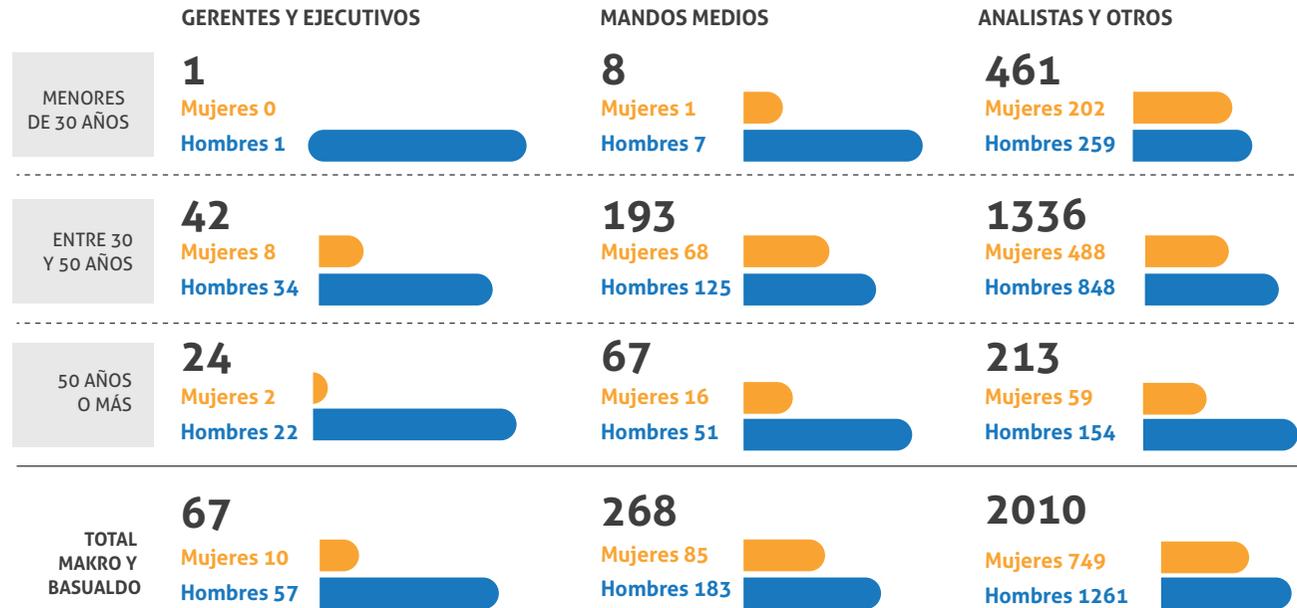
64% HOMBRES
TOTAL 1.501

Compromiso con la equidad de género

Makro trabaja de forma continua en la promoción de la equidad de género, a través de estrategias de inclusión y desarrollo profesional orientadas a aumentar la representación femenina en posiciones de liderazgo. La compañía analiza activamente las oportunidades de promoción interna, identificando posibles barreras estructurales o culturales que puedan limitar el avance de las mujeres, incluso dentro de los grupos etarios más jóvenes.

En este marco, impulsa actividades de formación, como el programa Women Take the Stage, diseñado para preparar y fortalecer las habilidades de las mujeres que aspiran a asumir roles de mayor responsabilidad.

COLABORADORES SEGÚN EDAD, GÉNERO Y CARGO



DISTRIBUCIÓN POR GENERACIÓN

1946 y 1960

1961-1980

1981-1994

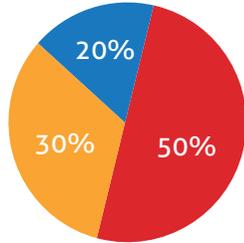
1995 - 2010

BABY BOOMERS

GEN X

MILLENNIALS

CENTENNIALS



GEN X Y BABY BOOMERS
714

LÍDERES
173 
24% DE LA GENERACIÓN

MILLENNIALS
1161

LÍDERES
153 
13% DE LA GENERACIÓN

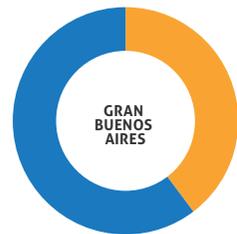
CENTENNIALS
470

LÍDERES
9 
2% DE LA GENERACIÓN

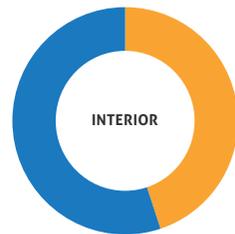


CANTIDAD DE COLABORADORES SEGÚN MODALIDAD DE CONTRATACIÓN

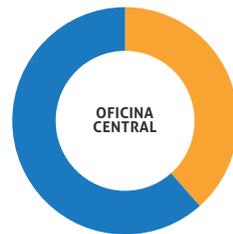
PUESTOS FIJOS



35% Mujeres 315
65% Varones 596



36% Mujeres 415
64% Varones 745

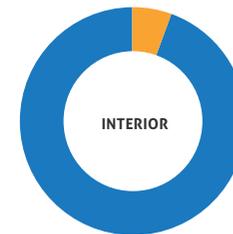


43% Mujeres 95
57% Varones 130

PUESTOS TEMPORALES



57% Mujeres 4
43% Varones 3



19% Mujeres 3
81% Varones 13

PASANTES



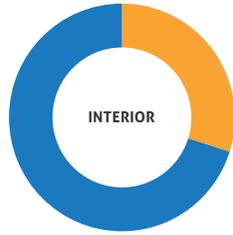
46% Mujeres 12
54% Varones 14

CANTIDAD DE COLABORADORES SEGÚN MODALIDAD DE CONTRATACIÓN

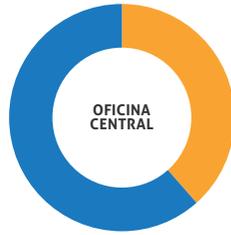
TIEMPO COMPLETO



25% Mujeres 186
75% Varones 545



30% Mujeres 287
70% Varones 660

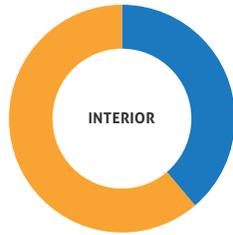


42% Mujeres 95
58% Varones 130

TIEMPO PARCIAL



71% Mujeres 133
29% Varones 54



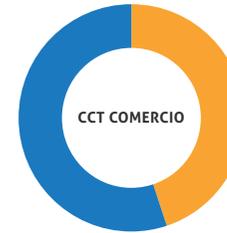
49% Mujeres 131
41% Varones 92



46% Mujeres 12
54% Varones 14

ACUERDOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA

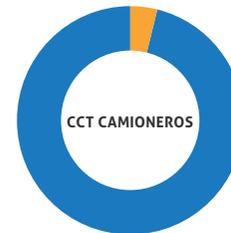
DISTRIBUCIÓN DE LOS COLABORADORES:



36% Mujeres 668
64% Varones 1166



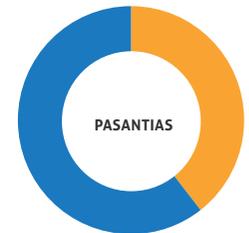
0% Mujeres 0
100% Varones 1



4% Mujeres 1
96% Varones 30



36% Mujeres 163
64% Varones 290



46% Mujeres 12
54% Varones 14



Fuente y alcance de los datos

La información presentada en este informe fue extraída del sistema de Administración de Personal *Meta4*, tomando como referencia los datos disponibles al cierre del período analizado.

El análisis se centró en los puestos ocupados - heads - de la compañía y se realizó una clasificación según la ubicación de trabajo.

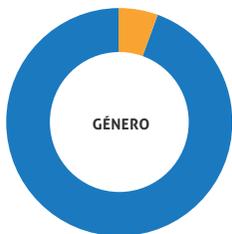
Se identificaron tres zonas principales:

- GRAN BUENOS AIRES: INCLUYE 10 TIENDAS.
- INTERIOR DEL PAÍS: COMPRENDE 14 TIENDAS UBICADAS FUERA DEL GBA.
- OFICINA CENTRAL: CONCENTRA AL PERSONAL DE ÁREAS ADMINISTRATIVAS Y CROSS DOCKING.

Nuevas contrataciones

Durante el período 2024 se realizaron 292 nuevas contrataciones en Makro y 11 en Basualdo. Abajo se detalla las tasas de contratación.

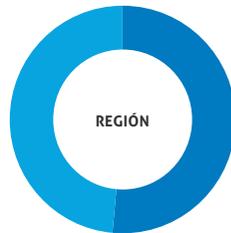
MAKRO



19% Mujeres 99
81% Varones 193

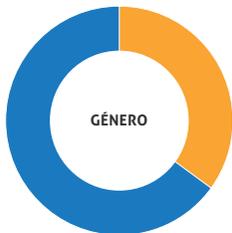


46% Full Time 135
54% Part Time 157



49% Región GBA y OC 142
51% Interior del País 150

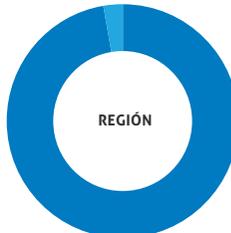
BASUALDO



36% Mujeres 4
64% Varones 7



100% Full Time 11
0% Part Time 0



9% Región GBA y OC 1
91% Interior del País 10

MAKRO
CONTRATACIONES 2024
292

BASUALDO
CONTRATACIONES 2024
11

Para el presente análisis se consideraron únicamente aquellas personas que ingresaron durante el año 2024 bajo modalidad de contratación por tiempo indeterminado, ya sea a jornada completa o parcial, y que se encontraban activas al 31 de diciembre del mismo año. Quedaron excluidas las contrataciones a plazo fijo, las contrataciones eventuales y las pasantías.

Beneficios

Todos nuestros colaboradores cuentan de los siguientes beneficios

- Descuentos del 10% en las compras de todos los productos, en todas las tiendas, todos los días del año.
- Precios especiales en seguros de vida, hogar, automotor, etc.
- Convenios con instituciones educativas que habilitan a descuentos en matrícula y cuota.
- Ajuar de nacimiento.
- Kits escolares a partir de sala de 4.
- Acceso a almuerzo en comedor o mediante viandas.
- Créditos en la compra de productos de no alimentos (a partir de los 6 meses de antigüedad).
- Días adicionales en licencias convencionales
- Posibilidad de acceder a préstamos a partir del año de antigüedad.
- 20% de reintegro en las compras realizadas los miércoles y abonando con tarjeta de débito del Banco Macro.
- Reconocimientos por antigüedad.
- Descuento en carga de combustible, en las estaciones de servicio que se encuentran en los predios de makro.
- Medicina prepaga para personal fuera de convenio.
- Presentes por fechas especiales, eventos y acciones de integración.
- Programa tu tiempo vale: Horario flexible y viernes cortos dos veces al mes en oficina central y día de cumpleaños en Tiendas.
- Descuentos en el consumo de restaurante.



Capacitación y desarrollo del talento humano

En Makro, entendemos que somos protagonistas de nuestro propio desarrollo.

Desde la Universidad Makro impulsamos la **metodología "70, 20, 10", que se basa en la experiencia de trabajo diaria (70%), el acompañamiento de líderes y mentores (20%) y la capacitación formal (10%)**. Esta metodología acompaña nuestra estrategia de negocio desde los contenidos y permite formarnos y crecer tanto en las competencias y habilidades que queremos desarrollar en lo personal como aquellas requeridas para nuestro trabajo profesional.

Diseñamos contenidos teniendo en cuenta una visión multicultural e integradora, así como también una mirada en las diversidades existentes en nuestra organización.

Para gestionar el entrenamiento y formación de nuestro talento humano, continuamos trabajando dos esquemas de formación: virtual y presencial. Para la formación virtual contamos con una plataforma digital de cursos y capacitaciones. Para los cursos presenciales contamos con aliados estratégicos: institutos y universidades que nos acompañan en nuestros programas de formación.

En 2024, los colaboradores recibieron cursos obligatorios brindados sobre salud y seguridad en el trabajo, ética y cumplimiento, calidad y seguridad de la información. Se dictaron más de 1.500 horas de formación obligatoria y se realizaron 365 cursos optativos. Adicionalmente se han llevado a cabo programas especiales para el desarrollo de carrera.



10% CAPACITACIÓN FORMAL

20% ACOMPAÑAMIENTO DE LÍDERES Y MENTORES

70% EXPERIENCIA DE TRABAJO DIARIA

Filosofía de aprendizaje



NUESTROS ESTUDIANTES

Todos los colaboradores somos parte de la Universidad Makro, tanto en calidad de estudiantes como de formadores. En ella generamos y ponemos a disposición todo el contenido necesario para implementar nuestra estrategia de negocio.



NUESTROS FORMADORES

El conocimiento cruzado es el corazón de nuestra filosofía educativa. Los colaboradores somos los principales formadores, desarrollando capacitaciones, webinars y cursos que compartimos para que todos podamos llevar adelante una excelente gestión del negocio



NUESTRAS FUENTES DE CONOCIMIENTO

La Universidad Makro está formada por distintas escuelas y para todos los colaboradores de Makro y Basualdo. Aquí compartimos todo el conocimiento necesario para desarrollar nuestros talentos y capacitarnos para poner siempre a los clientes en el centro de nuestras decisiones.

Estructura de conocimiento

La Universidad Makro está compuesta por escuelas. Allí consolidamos todo el contenido clave para el desarrollo de nuestros talentos y la adecuada gestión de nuestro negocio.



Programas para el desarrollo de competencias

PROGRAMA DE DESARROLLO DE CARRERA Y LIDERAZGO: Orientado a jóvenes profesionales con desempeño destacado y potencial de desarrollo. Apunta a robustecer competencias de liderazgo, ampliar el conocimiento del negocio, de toda la cadena de valor de Makro y de Basualdo, y promover segundas y terceras líneas de sucesión gerencial. Este programa tiene una duración aproximada de 12 meses y 150 horas de entrenamiento en promedio por participante. En 2023, se graduaron 14 jóvenes, y en la segunda edición de 2024, 9 nuevos colaboradores completaron su formación.

PROGRAMA DE ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO:

Orientado a robustecer competencias de liderazgo y competencias técnicas de las Gerencias Generales de tienda, las Gerencias Regionales de Operaciones y Recursos Humanos y líderes de las áreas centrales del Negocio (Percederos, Ventas y Salón). Engloba jornadas de capacitación, convenciones, talleres, charlas de expertos o referentes internos, visitas a proveedores, entre otros, durante todo el año. El programa comenzó en 2023, y durante 2024 se diseñó una nueva edición que será impartida en 2025 como su segunda versión garantizando su continuidad.

PROGRAMA DE CULTURA CENTRADA EN EL CLIENTE:

Con la metodología Train de Trainers, se han formado facilitadores internos (50 embajadores) para brindar talleres vivenciales al personal de tiendas. El programa constó de tres módulos de contenido y contó con la participación promedio del 80% de la población de tienda en 2024. Las temáticas abordadas apuntan a comunicar la estrategia "Makro para Todos", comprender la importancia de escuchar la voz del cliente y otorgar

herramientas de comunicación y gestión de emociones para contribuir a una mejor atención y experiencia de compra. Durante el año 2025 continuaremos con actividades de sostenimiento de los aprendizajes obtenidos.

APOYO FINANCIERO PARA EDUCACIÓN Y FORMACIÓN EXTERNA:

Makro y Basualdo acompañan en la formación en idiomas y carreras de grado o posgrado a colaboradores que se destaquen en términos de desempeño y potencial de desarrollo. Durante el 2024 se ha brindado ayuda para aprendizaje de idioma inglés a 8 colaboradores y se patrocinó una carrera universitaria. También se brindó acompañamiento a distintos colaboradores en diferentes cursos de actualización relacionados con su rol.

WEBINAR/CAPACITACIÓN INTERNA:

Makro y Basualdo promueve activamente la sociabilización del conocimiento, incentivando a que los colaboradores faciliten contenido de manera interna. En 2024 renovamos nuestro catálogo de webinars in-company y capacitaciones optativas, ofreciendo un total de 97 cursos.

CAPACITACIÓN LENGUA DE SEÑAS ARGENTINA:

Makro promueve la diversidad e inclusión en todos sus ámbitos. Es por ello que desde el año 2022 se brindaron talleres para el aprendizaje de lengua de señas a los colaboradores para que puedan brindar una mejor atención a los clientes con discapacidad auditiva. En 2023, 26 colaboradores de todo el país obtuvieron su certificación, y en 2024, 50 nuevos colaboradores de tienda se entrenaron en LSA. Hoy contamos con más de 70 colaboradores entrenados en LSA.

Gestión del desempeño

Dentro de la estrategia del área de Talento, una parte fundamental es la gestión integral del desempeño, ya que es esencial para poder evaluar la performance de los colaboradores e identificar las oportunidades de crecimiento y desarrollo que tenemos cada uno de los colaboradores dentro de la Organización. Cada año, se lleva a cabo el Ciclo Gestión de Personas, cuyas etapas comprenden los procesos de evaluación de desempeño y pago de bono, gestión de talentos y desarrollo continuo.

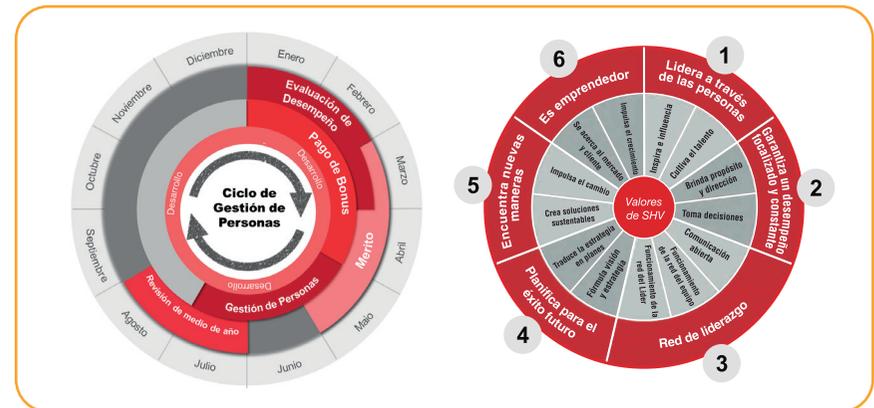
Durante el primer trimestre del año, se realiza el proceso de evaluación de desempeño con respecto al año anterior, a través del cual se identifican fortalezas y potencial de cada persona, así como también oportunidades de mejora. Estos hallazgos se acompañan con un plan de desarrollo que apalancamos mediante la Universidad Makro bajo el modelo 70%, 20%, 10%. 70% aprendiendo en la tarea, 20% aprendiendo con otros, 10% aprendizaje formal.

A mitad de año se realiza el seguimiento sobre los avances del plan y la entrega de los objetivos del área. Durante el segundo trimestre del año, se realizan las reuniones de gestión de talentos, donde se revisan las expectativas de los colaboradores sobre el futuro, sus posibilidades de carrera y los planes de inversión en su desarrollo, planificando la estrategia para materializarlos

en un horizonte de 2 a 5 años. En este proceso los líderes, junto con el área de Recursos Humanos, definen el grupo de colaboradores que formarán parte de los planes de sucesión para las posiciones ejecutivas y posiciones claves de la compañía. En Makro, somos evaluados a partir de los comportamientos que se esperan de nosotros:

1. PONER A LA GENTE EN EL CORAZÓN: LAS PERSONAS ESTÁN EN EL CENTRO DE TODO LO QUE HACEMOS.
2. FIJAR OBJETIVOS CON AMBICIÓN: INSPIRAMOS A LAS PERSONAS A TRABAJAR HACIA UNA AMBICIÓN COMPARTIDA.
3. ASEGURAR EL BIENESTAR: CULTIVAMOS UNA CULTURA LABORAL SEGURA, POSITIVA E INCLUSIVA.
4. MODELAR EL FUTURO: NOS ASEGURAMOS DE QUE NUESTRO NEGOCIO ESTÉ SIEMPRE PREPARADO PARA EL FUTURO.
5. ENTREGAR RESULTADOS: BRINDAMOS UN ÉXITO SOSTENIBLE EN LÍNEA CON NUESTROS VALORES.

En Makro y Basualdo participan del Ciclo de Gestión de Personas más de 600 colaboradores, en donde se evalúan el desempeño por competencias, objetivos y potencial. En 2024 participó el 100% del personal de oficina central, en excepción de los contratos de pasantías, y los líderes de tienda. Esto lo representó la participación del 28% de la dotación total entre ambas empresas.



Comunicación interna y marca empleadora

Durante el 2024, nos enfocamos en diseñar una estrategia de comunicación interna y marca empleadora alineada con nuestros pilares corporativos, fortaleciendo así la identidad y el éxito a largo plazo de la organización. Trabajamos intensamente en estos pilares, destacando su importancia en la generación de buenos negocios y en la consolidación de **nuestro propósito corporativo: hacer juntos la diferencia**. Para lograrlo, pusimos el foco en nuestros equipos de trabajo, en el desarrollo del talento y en el aporte valioso que cada colaborador brinda a la compañía.

Nuestros canales de comunicación interna se consolidaron sobre mensajes clave basados en nuestros pilares de Salud y Seguridad en el Trabajo, Sustentabilidad, Ética & Cumplimiento y Diversidad & Inclusión. En función de las necesidades que surgieron a lo largo del año, potenciamos estos canales para garantizar que la información llegara a todos los que formamos parte de la empresa, reafirmando nuestra convicción de que las personas son el centro de nuestra organización.

Al cierre del año, nuestros principales indicadores reflejan el impacto de estas acciones:



ALCANZAMOS UN TOTAL DE **243.389 SEGUIDORES**, SUMANDO 64.333 NUEVOS EN 2024.



CONTAMOS CON **734 MIEMBROS ACTIVOS**.

Estrategia Makro para todos

Uno de nuestros pilares estratégicos es poner al cliente en el centro de todas las decisiones. Con este objetivo, reforzamos la iniciativa "Makro para Todos", manteniendo la estrategia de Cultura Centrada en el Cliente y promoviendo la continuidad del programa en tiendas a través del formato Train the Trainers. Durante el año, generamos tres módulos de formación enfocados en emociones, escucha activa y estrategia de negocio, brindando herramientas clave para mejorar la atención al cliente.

En la Oficina Central, implementamos el programa con 105 líderes, destacando la importancia del liderazgo en la atención al cliente interno y su impacto en la satisfacción del cliente externo. Estos encuentros vivenciales facilitaron la comprensión del negocio a través de dinámicas de intercambio interáreas, fortaleciendo el enfoque integral de la cultura centrada en el cliente, tanto en tiendas como en la Oficina Central.

Diversidad e inclusión

En Makro, estamos convencidos de que los equipos diversos e inclusivos no solo comprenden mejor a nuestros clientes, sino que también impulsan la innovación, la creatividad y la resolución de problemas. La diversidad nos permite enfrentar desafíos desde múltiples perspectivas, generando valor para el negocio y fomentando una cultura de respeto e inclusión.

Durante el 2024, consolidamos nuestro Comité de Diversidad e Inclusión (D&I) y **generamos espacios de reflexión sobre temas clave que impactan directamente en el negocio**. Capacitar a nuestros equipos en estas temáticas fue una prioridad, y por eso desarrollamos instancias formativas con foco en nuestra Guía de Respeto, Diversidad Generacional, Diversidad de Género y Discapacidad.

Además, fortalecimos nuestras iniciativas de bienestar y prevención en salud con campañas como **"OCTUBRE ROSA"** y **"NOVIEMBRE AZUL"**, en conjunto con el área de Salud & Seguridad en el Trabajo.



LA DIVERSIDAD NOS PERMITE ENFRENTAR DESAFÍOS DESDE MÚLTIPLES PERSPECTIVAS, GENERANDO VALOR PARA EL NEGOCIO Y FOMENTANDO UNA CULTURA DE RESPETO E INCLUSIÓN.

Uno de los hitos más importantes del año fue la implementación de la iniciativa **"LA HORA SILENCIOSA"**, diseñada para mejorar la experiencia de compra de personas dentro del espectro autista y con hipersensibilidad sensorial. Esta acción se llevó adelante en todas nuestras tiendas, generando un impacto positivo tanto en clientes como en colaboradores.



Diversidad e inclusión

En cuanto a la **Equidad de Género**, desarrollamos el programa **"Women Take the Stage: Mujeres Protagonistas"**, en el que participaron **100 mujeres líderes y analistas destacadas**. A través de encuentros presenciales y virtuales, trabajamos en el desarrollo de habilidades de liderazgo, comunicación y visibilidad dentro del ámbito corporativo.



A DICIEMBRE DE 2024, EL PORCENTAJE DE MUJERES EN POSICIONES DE LIDERAZGO GERENCIAL ALCANZÓ EL 18%, MIENTRAS QUE EN ROLES DE JEFATURA Y COORDINACIÓN EL INDICADOR CRECIÓ A 30%, REFLEJANDO NUESTRO COMPROMISO CON LA EQUIDAD DE GÉNERO EN TIENDAS Y OFICINA CENTRAL.



Por otro lado, continuamos impulsando el **Programa de Pasantías**, orientado a brindar oportunidades de primer empleo a jóvenes talentos. A lo largo del año, logramos incorporar sesenta colaboradores dentro de este programa, generando un espacio de aprendizaje y desarrollo profesional que nos permite identificar talento potencial, principalmente para roles en nuestra Oficina Central. A través de este programa hemos logrado un 26% de Cobertura interna de Vacantes de Analistas y Asistentes, lo que representa un 20% de Tasa de efectivización para nuestros Pasantes.

El 2024 fue un año de consolidación y crecimiento en nuestra estrategia de comunicación interna y marca empleadora. Cada una de las iniciativas implementadas tuvo un impacto tangible en la construcción de una cultura organizacional más fuerte, inclusiva y centrada en las personas. Desde el fortalecimiento de nuestros pilares corporativos hasta la implementación de programas clave como **Makro para Todos** y **Women Take the Stage**, trabajamos para generar un entorno donde cada colaborador pueda desarrollarse y aportar su máximo potencial.

Mirando hacia el futuro, nuestro compromiso es seguir evolucionando en estas líneas de acción, adaptándonos a los desafíos del entorno y fortaleciendo nuestra identidad como empresa. Seguiremos apostando por una comunicación interna que inspire, una cultura organizacional que motive y un entorno de trabajo en el que cada persona se sienta valorada y parte fundamental de nuestra compañía. Porque creemos que el éxito de nuestro negocio no solo se mide en resultados, sino también en el impacto positivo que generamos en nuestra gente y en la comunidad.



EL ÉXITO DE NUESTRO NEGOCIO NO SOLO SE MIDE EN RESULTADOS, SINO TAMBIÉN EN EL IMPACTO POSITIVO QUE GENERAMOS EN NUESTRA GENTE Y EN LA COMUNIDAD.



Salud y seguridad en el trabajo

Contamos con un Sistema de Gestión de Salud y Seguridad en el Trabajo alineado con la normativa nacional vigente, tomando como referencia los lineamientos de la Ley 19.587, el Decreto 351/79, la Resolución 295/03 y la Ley 24.557. Este sistema se aplica de forma integral a todas las personas que interactúan con nuestras operaciones, incluyendo tanto a nuestro personal en tiendas y oficinas centrales como a proveedores, contratistas y prestadores de servicios.

Los contratistas deben cumplir con nuestro procedimiento de ingreso, el cual establece los requisitos mínimos necesarios para operar dentro de nuestros establecimientos. Este enfoque busca garantizar entornos laborales seguros, alineados con los estándares internos y legales.

Nuestra Política de Salud y Seguridad en el Trabajo - SST -guía un enfoque proactivo y preventivo, con el objetivo de alcanzar cero accidentes y enfermedades profesionales. Promovemos entornos saludables mediante la identificación, análisis y control de eventos que puedan causar daño, así como el desarrollo de competencias en todos nuestros colaboradores para asegurar prácticas laborales seguras y alineadas con nuestros valores.

Uno de los pilares fundamentales de nuestro Sistema de Gestión lo constituyen las "Reglas que Salvan Vidas", que definen comportamientos clave orientados a evitar riesgos y proteger el bienestar de todas las personas involucradas en nuestras actividades.

Durante 2024, continuamos fortaleciendo la implementación de nuestras cuatro Reglas que Salvan Vidas, consolidando una cultura de prevención y cuidado colectivo.

REGLAS QUE SALVAN VIDAS



MANTENÉ UN COMPORTAMIENTO SEGURO

Utilice los elementos de protección personal -EPP- adecuados para cada tarea

Mantener siempre los dispositivos de seguridad funcionado

No usar los equipamientos para los que no se está autorizado y capacitado

Asegurar que todos los proveedores de servicios cumplan con los requisitos de SST y Legales



EQUIPOS MÓVILES DE MANIPULACIÓN DE CARGA

Operar el equipo de manera segura

Operar el equipo dando siempre prioridad a las personas

Aislar y delimitar los pasillos y vías de circulación para llevar a cabo actividades de manipulación y elevación de materiales

Realizar siempre una inspección antes de usar el equipo

Garantizar la máxima seguridad en el transporte y manipulación de carga



MEDIDAS DE PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS

Almacenar los materiales combustibles de forma segura

Mantener los equipos de emergencia y las vías de escape despejadas

Realizar la inspección y prueba de los equipos contra incendio

Garantizar la seguridad de las instalaciones eléctricas

Asegurar la realización de los entrenamientos de las brigadas contra incendio y su actualización



ACTIVIDADES DE RIESGO (rutinarias y no rutinarias - externo e interno)

Garantizar que todos los participantes de la tarea de riesgo se encuentren capacitados

Realizar siempre el análisis de riesgo y el permiso de trabajo para las tareas de riesgo

Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes

Contamos con una matriz que tienen como objetivo la identificación de peligros, evaluación y análisis de riesgos, medidas preventivas y barreras tanto físicas como administrativas que disminuyen la exposición de nuestros colaboradores a los riesgos asociados a sus tareas.

Como resultado de este estudio, también contamos con una matriz de EPP, en el cual se definen los EPP a utilizar por posición y con la definición de los Elementos de Protección Colectiva, los cuales se debe garantizar su correcto estado y funcionamiento en todo momento.

Para lo que refiere a investigación de accidentes, contamos con un procedimiento interno que ante la ocurrencia de un accidente, crea y define la figura de un Comité de Investigación Interdisciplinario, el cual realiza la investigación a través de un formulario estandarizado. Dentro del Comité tienen participación las áreas de RRHH, Operaciones y SST. Tiene como objetivo recolectar la información del colaborador accidentado, si existió algún testigo, detectar la causa raíz y factores contribuyentes del accidente, definir plan de acción y oportunidades de mejora a fin de evitar que vuelva a suceder.

Servicios de salud en el trabajo y promoción de la salud

Con el objetivo de mantener un entorno de trabajo seguro y saludable, que favorezca el cuidado de la salud de nuestros colaboradores, contamos con el apoyo de nuestros servicios contratados de Medicina Laboral y Salud y Seguridad en el trabajo, dando cumplimiento con el Dec. 1338/96 que establece las horas profesionales y la Res. 905/16 que define las funciones a desarrollar en conjunto por ambos servicios.

Las campañas del cuidado de la salud se realizan a través de la concientización por medio de los canales de comunicación internas, colocando en pantallas de tiendas, como también en carteleras de comunicación para todos los colaboradores.

A su vez celebramos por 4to año consecutivo nuestra Semana de Salud y Seguridad del 9 al 13 de Septiembre, teniendo como ejes centrales la aplicación y presentación del Manual de Medidas de Prevención Contra Incendio, concientización de la fatiga física y mental, ejercicios de pausas activas y precalentamiento, como también el entrenamiento hacia nuestros líderes sobre la identificación

de peligros y relevamiento de Actos y Condiciones Inseguras en los puntos críticos de su área.

Por otro lado, nuestros colaboradores cuentan con mecanismos de participación y consulta, como comités de SST en cada una de las tiendas con una frecuencia mensual, el cual tiene como objetivo fomentar una cultura de prevención por medio del compromiso, identificar condiciones y actos inseguros en el área de trabajo, investigar todas las causas de incidentes, accidentes y/o enfermedades de trabajo que ocurran, como también promover y asegurar que los trabajadores conozcan los reglamentos, instrucciones, procedimientos de trabajo y comunicaciones internas relativos a la prevención de los riesgos en el lugar de trabajo.

Asimismo, diseñamos nuestro plan anual de capacitaciones en Salud y Seguridad en base a los riesgos monitoreados en nuestro análisis de riesgo y a través de nuestros indicadores de siniestralidad, identificando las causas raíz y oportunidades de mejora. Los cursos son dictados de forma presencial a través de higienistas en nuestras tiendas, como también de cursos virtuales en nuestra plataforma de Universidad Makro.

Lesiones por accidente laboral, dolencias y enfermedades laborales

Los principales tipos de lesiones por accidente laboral estuvieron asociados a heridas cortantes 23,36%, traumatismos superficiales 17,76%, lumbalgias 17,76% y otros 41,12%.

Las partes del cuerpo más afectadas se centran en las manos 21,5%, región lumbar y espalda 11,21%, hombros 10,28% y otros 57%

Encontramos los accidentes centralizados en las áreas de carnicería 28,97%, salón de ventas 28,97%, fríos y fiambres 10,28% y otros 31,77%.

Abajo compartimos el número de accidentes sufridos durante 2024:

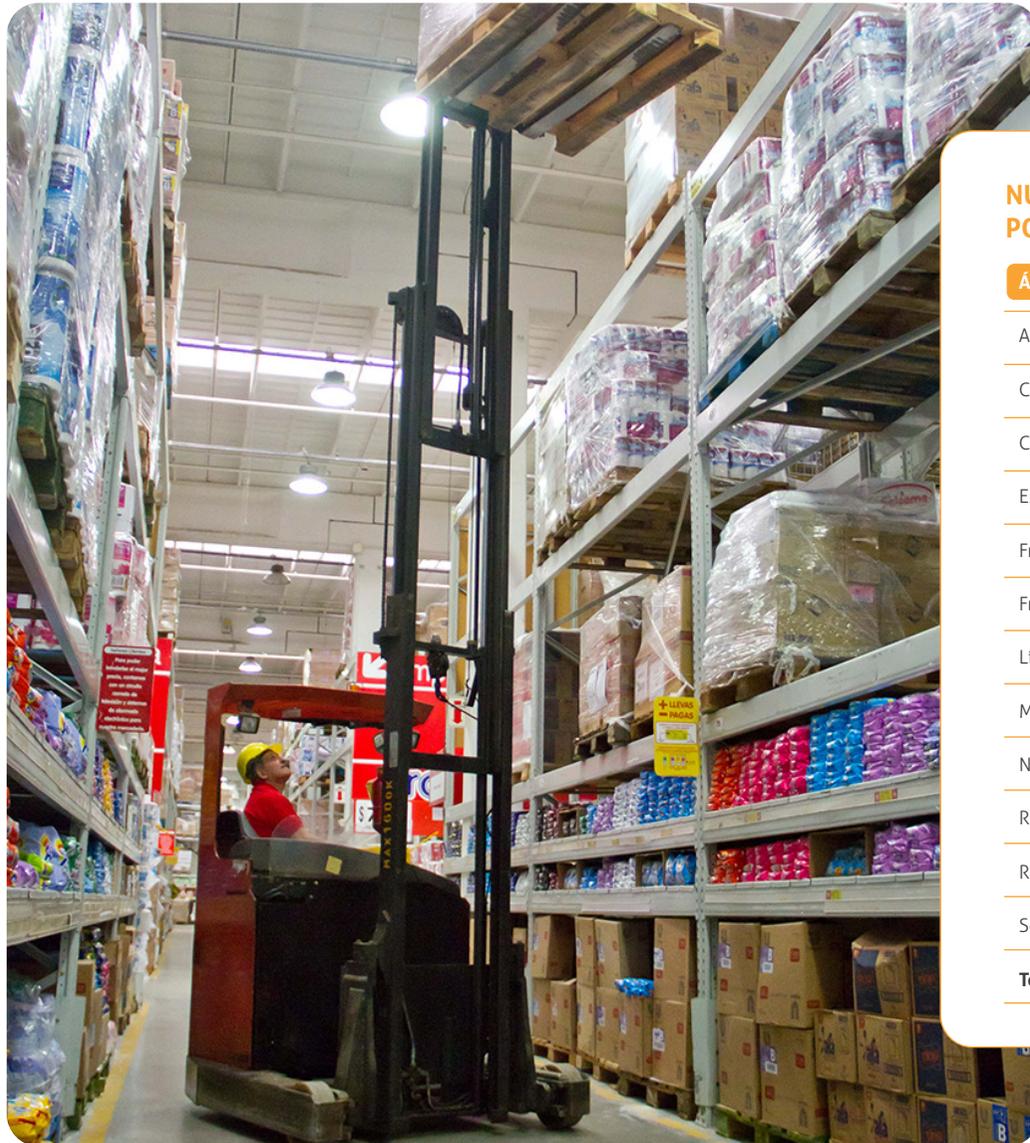
- **Registrables (lost time incident):** 49, siendo 8% menor en comparación a 2023.
- **No registrables (first aid):** 58, siendo 26% menor en comparación a 2023.
- **Horas trabajadas:** 5.216.249, siendo 0,3% mayor en comparación a 2023.
- **Cantidad de fallecimientos:** 0

Índice de accidentes

Indicador de Total Recordable Case Frequency:

$$\frac{(A + B + C) * 2000000 \text{ Horas}}{\text{Cantidad de Horas trabajadas}}$$

- A)** Cantidad de casos fatales y de accidentes graves
- B)** Cantidad de accidentes con licencia médica de más de un día (LTI)
- C)** Cantidad de accidentes sin licencia médica (o sólo pérdida de Hs el día del accidente)



NÚMERO DE ACCIDENTES DESGLOSADO POR GÉNERO EN 2024

Área	Hombre	Mujer	Total
Almacén	26%	3%	29%
Carnes	29%	0%	29%
Clientes	0%	2%	2%
Estación de servicio	0%	1%	1%
Fríos y fiambres	8%	2%	10%
Frutas & verduras	1%	1%	2%
Línea de caja	1%	7%	8%
Mantenimiento	6%	0%	6%
No alimentos	2%	0%	2%
Recepción de Clientes	5%	1%	1%
Recepción de Mercadería	4%	1%	5%
Seguridad	4%	2%	6%
Total general	80%	20%	100%

Cantidad de días caídos sufridos en 2024

De trabajo: 2614, siendo **11% menor en comparación a 2023**.

In itinere (de trayecto): 2076, siendo **18% menor en comparación a 2023**.

Días perdidos (ausentismo)

El indicador de días perdidos está calculado desde que el colaborador es desafectado de su tarea hasta la reincorporación a sus actividades, y comprende tanto los accidentes ocurridos en la tienda, como aquellos in itinere.

El análisis de los accidentes refleja que la cantidad de días caídos está distribuida prácticamente en iguales proporciones entre accidentes ocurridos en tienda y accidentes in itinere.



4.2. Nuestros programas sociales

Programa de formación

En alianza con Fundación Pescar Argentina, desarrollamos en nuestras tiendas los **Programas de Formación para el Empleo**, conocidos como **Centros Pescar**. Estos espacios están orientados a la capacitación de jóvenes en situación de vulnerabilidad socioeconómica, brindándoles herramientas para facilitar su inserción en el mundo laboral.

Creemos firmemente que la formación es una herramienta clave para promover una inclusión laboral y social real y sostenible.



FUNDACIÓN PESCAR es una organización de la sociedad civil, sin fines de lucro, que impulsa programas de formación para el empleo dirigidos a jóvenes en situación de vulnerabilidad socioeconómica. A través del desarrollo de habilidades técnicas y socioemocionales, busca fortalecer su inserción laboral y acompañarlos en la construcción de un proyecto de vida. Esta iniciativa se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en especial con el ODS 4 - Educación de calidad- y ODS 10 -Reducción de las desigualdades-.



DATOS CLAVE DE LOS CENTROS PESCAR MAKRO EN 2024

7 MESES DE DURACIÓN

20 HORAS SEMANALES DE CAPACITACIÓN

CENTRO PESCAR EN SUPERMERCADISMO

TIENDAS
San Martín, Quilmes, Córdoba, Salta
Tienda: Mar del Plata
Aliado **Glaciar Pesquera S.A.**

CENTRO PESCAR EN PROGRAMACIÓN WEB FULL STACK

TIENDAS
Olivos
Aliado **J.P.Morgan**

BENEFICIARIOS Y ORIENTACIÓN TÉCNICA

81 BENEFICIARIOS
con orientación en auxiliar en supermercadismo



30 BENEFICIARIOS
con orientación en programas web full stack

IMPACTO DEL PROGRAMA

72%
58 EGRESADOS

INSERCIÓN LABORAL

77%
23 EGRESADOS

95%
77 EGRESADOS

TERMINALIDAD EDUCATIVA

100%
30 EGRESADOS

43%
34 EGRESADOS

CONTINUIDAD EDUCATIVA

80%
24 EGRESADOS

VOLUNTARIADO CORPORATIVO CON LOS CENTROS PESCAR



Programa de rescate de alimentos

En Argentina se desperdician aproximadamente 16 millones de toneladas de alimentos al año. En **Makro Argentina**, impulsamos el Programa de Rescate de Alimentos con el objetivo de reducir el desperdicio y contribuir a la seguridad alimentaria. Donamos productos que, si bien han salido del circuito comercial, siguen siendo aptos para el consumo. Estas donaciones se canalizan a través del Banco de Alimentos y el Ejército de Salvación, quienes distribuyen la mercadería a comedores y organizaciones sociales ubicadas en las zonas de influencia de nuestras tiendas.

De esta manera, el programa no solo combate el hambre y mejora la nutrición, sino que también promueve una gestión más responsable de los recursos, en línea con los ODS 2 -Hambre cero- y ODS 12 -Producción y consumo responsables-.



EN 2024, ENTREGAMOS MÁS DE **39,1 TONELADAS DE ALIMENTOS, EQUIVALENTES A 117.393 PLATOS DE COMIDA, A TRAVÉS DEL BANCO DE ALIMENTOS.**



Voluntariado corporativo con Banco de Alimentos

Como parte del impulso al Programa de Rescate de Alimentos, durante 2024 realizamos jornadas de voluntariado en las sucursales de Neuquén, Rosario y Río Cuarto.

Durante estas actividades, colaboradores de Makro participan en la clasificación de productos y preparación de entregas destinadas a comedores sociales, en articulación con el Banco de Alimentos. Estas jornadas no solo fortalecen nuestro compromiso con la comunidad, sino que también promueven la participación activa de nuestros equipos en iniciativas de impacto social positivo.

CIFRAS CLAVES

 **29 VOLUNTARIOS**

 **79 HORAS DE VOLUNTARIADO**

05

HUELLA AMBIENTAL: HACEMOS MÁS CON MENOS

Contenido GRI:
302: Energía
303: Agua y efluentes
305: Emisiones
306: Residuos

Nuestro planeta

La sustentabilidad es un eje central en nuestra visión de negocio. Nos comprometemos a operar con responsabilidad, minimizando nuestro impacto ambiental y optimizando el uso de los recursos. Creemos que el crecimiento y la sostenibilidad deben ir de la mano, garantizando no solo el cumplimiento normativo, sino también un legado positivo para las generaciones futuras. Con una estrategia ambiental basada en datos y mejora

continua, hemos establecido objetivos concretos en nuestra operatoria. Medimos mensualmente la huella ambiental de nuestras tiendas y oficinas, lo que nos permite evaluar el desempeño, implementar soluciones innovadoras y anticiparnos a cualquier desviación. Esta gestión, liderada por el equipo de Sustentabilidad, nos permite actuar con precisión y eficiencia.

MEDIMOS MENSUALMENTE LA HUELLA AMBIENTAL DE NUESTRAS TIENDAS Y OFICINAS

LA SUSTENTABILIDAD ES UN EJE CENTRAL EN NUESTRA VISIÓN DE NEGOCIO. NOS COMPROMETEMOS A OPERAR CON RESPONSABILIDAD, MINIMIZANDO NUESTRO IMPACTO AMBIENTAL Y OPTIMIZANDO EL USO DE LOS RECURSOS.



5.1. Gestión ambiental y eficiencia Operativa

Como parte de nuestra estrategia ambiental, monitoreamos mensualmente nuestro desempeño, incluyendo las emisiones de gases de efecto invernadero, la generación de residuos y el consumo de energía y agua. Estos datos nos permiten calcular indicadores de intensidad, facilitando la toma de decisiones para mejorar la eficiencia operativa y minimizar nuestra huella ambiental.

5.1.1. Energía

En las tiendas Supermercados Mayorista Makro, la mayor parte del consumo eléctrico se concentra en el área de perecederos, que incluye el sistema de refrigeración compuesto por las cámaras de frío y congelados, heladeras y freezers. En las tiendas Roberto Basualdo, debido a la ausencia de área de perecederos, el consumo se enfoca principalmente en iluminación y equipos tecnológicos, lo que explica su menor consumo eléctrico en comparación con las tiendas Makro.

Para optimizar la eficiencia energética, hemos implementado luminarias LED en salones de venta, timers y sensores de luz en todas las sucursales Makro. En las tiendas más recientes, priorizamos la luz natural mediante lucarnas y fachadas vidriadas. Además, hemos adoptado heladeras cerradas para mejorar la conservación del frío. Cabe

destacar que la tienda de Posadas cuenta con paneles solares que generan energía para su autoconsumo, contribuyendo a la eficiencia energética y la reducción de su impacto ambiental.

Adicionalmente, dentro de las medidas implementadas, avanzamos en la transición de termotanques a gas hacia modelos eléctricos e incorporamos sistemas de pozos autocontenidos con tecnología inverter a base de propano. Asimismo, migramos la utilización de gas refrigerantes por versiones más ecológicas como el glicol y/o R404-A, eliminando progresivamente el uso de R-22. Además, en nuestra tienda más reciente ubicada en Benavidez, implementamos un sistema de frío que utiliza CO₂ transcrítico como refrigerante, que dentro de las últimas tecnologías disponibles se destaca por su eficiencia y menor impacto ambiental.

A continuación, se presenta el consumo energético comparativo de los últimos años.

Consumo Eléctrico (MWh)

Fuente/año	Base 2022	2024
No Renovable	35.119	35.260
Solar	1,5	1,0

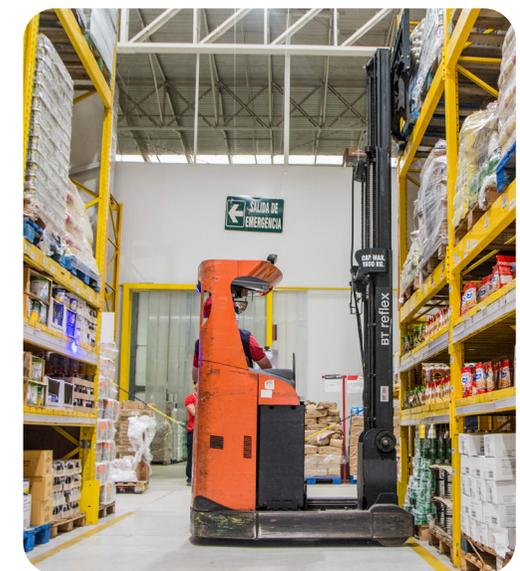
Consumo de combustibles

El consumo de combustibles proviene principalmente del uso de gas natural en las tiendas, destinado a la provisión de agua caliente y, en algunos casos, al funcionamiento de espacios gastronómicos, ya sean propios o alquilados a terceros. Por otro lado, la nafta y una parte del diésel son utilizados por nuestra flota de vehículos. Por último, los grupos electrógenos aseguran el funcionamiento de los equipos en caso de

cortes de suministro eléctrico, operando con gasoil o diésel. Como medidas implementadas, en los últimos años hemos reemplazado todos los montacargas a diésel por modelos eléctricos en la totalidad de los salones de venta. Además, como se mencionó anteriormente, avanzamos en la migración de termotanques a gas natural hacia modelos eléctricos.

A continuación, se presenta el consumo energético comparativo de los últimos años.

Fuente/año	Base 2022	2024
Gas Natural (m ³)	110.680	79.285
Nafta (litros)	97.130	93.909
Diésel (ltros)	36.708	69.435



5.1.2 Emisiones de gases de efecto invernadero

La Huella de Carbono es una herramienta clave para medir la cantidad de gases de efecto invernadero -GEI- emitidos

directa o indirectamente por una organización. Para facilitar su análisis, las emisiones se clasifican en tres alcances.

ALCANCE 1: EMISIONES DIRECTAS

Son aquellas emisiones de GEI generadas por fuentes que la organización posee o controla. Ejemplos incluyen:

- Combustión de combustibles fósiles en generadores.
- Fugas de gas refrigerantes
- Uso de flota de vehículos de la empresa.

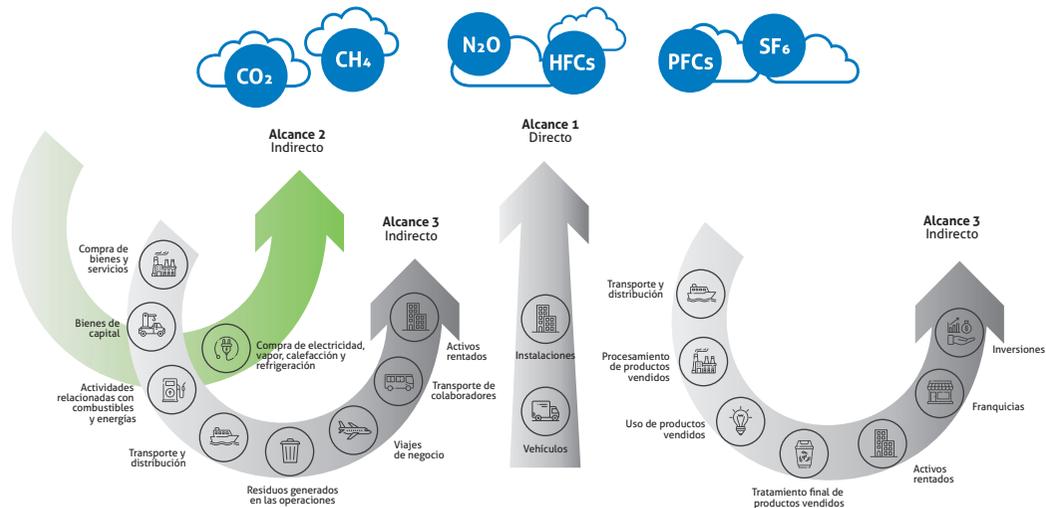
ALCANCE 3: OTRAS EMISIONES INDIRECTAS

Son aquellas emisiones derivadas de actividades relacionadas con la organización, pero que ocurren fuera de su control directo. Algunos ejemplos incluyen:

- Producción y transporte de materias primas.
- Transporte y distribución de mercadería
- Descomposición de residuos
- Viajes de negocios en medios de transporte externos.

ALCANCE 2: EMISIONES INDIRECTAS POR CONSUMO DE ELECTRICIDAD

Son las emisiones asociadas a la electricidad que la organización compra para su funcionamiento. Aunque la empresa no genera directamente estas emisiones, sí las produce la central eléctrica que suministra la energía.



Medición de la huella de carbono en makro

En Makro, medimos nuestras emisiones de Alcance 1 y 2 utilizando los factores de conversión proporcionados por la organización Global Factor. En 2024, incorporamos la medición de las emisiones generadas por los gases refrigerantes y establecimos el año 2022 como nueva

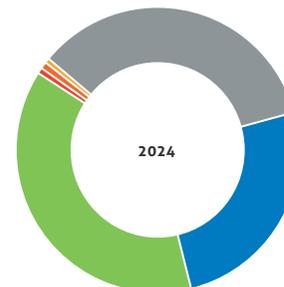
línea base.

A continuación, presentamos nuestro desempeño en términos de CO2 equivalente (CO2e), la unidad estándar para medir el impacto de los GEI en el calentamiento global.

Emisiones

Emisiones Alcance 1	Base 2022	2024
Gas Natural (kgCO2e)	222.556	159.426
Nafta (kgCO2e)	209.441	202.5022
Diesel (kgCO2e)	98.200	185.759
Gas Refrigerante R22 (kgCO2e)	11.330.956	10.647.494
Gas Refrigerante R404 (kgCO2e)	7.262.208	7.131.184
Emisiones Alcance 2	Base 2022	2024
Electricidad (kgCO2e)	10.219.522	9.689.428
Total Emisiones (kgCO2e)	29.372.282	28.015.794

Composición de las Emisiones



- Gas Natural 0.6%
- Nafta 0.7%
- Diesel 0.7%
- Electricidad 34.6%
- Gas R422 38%
- Gas R404 25.5%



5.1.3. Agua y efluentes

Actualmente, veintiséis tiendas utilizan agua potable suministrada por la red municipal, mientras que las dos restantes extraen agua de pozo. Se trabaja continuamente para promover un uso eficiente del recurso hídrico en las operaciones y oficinas, con un enfoque especial en los establecimientos ubicados en regiones con estrés hídrico.

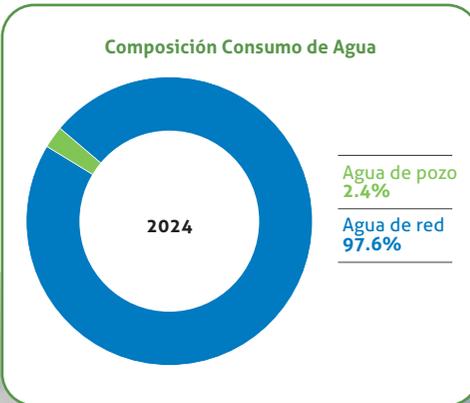
Entre las acciones implementadas para optimizar el consumo de agua se destacan la instalación de grifería con corte automático, la reutilización de agua de lluvia y,

en el caso de la tienda de Benavídez, la incorporación de un reservorio diseñado para ralentizar el vertido de agua pluvial.

Los efluentes de tipo especial o industrial, por su parte, son tratados de manera previa a su vertido, ya sea a la red municipal o a otros destinos, con el fin de cumplir con las normativas ambientales vigentes. Además, se realizan monitoreos periódicos para verificar la calidad del agua vertida, fomentando una gestión responsable del recurso hídrico.

Consumo de agua

Consumo de agua	Base 2022	2024
Agua de pozo	3.894	2.687
Agua de red	100.738	109.323
Total	104.632	112.323



5.1.4. Residuos

Buscamos soluciones que minimicen el volumen de materiales destinados a rellenos sanitarios y permitan reintegrar los recursos al ciclo productivo, promoviendo así la circularidad de los materiales. Nuestra estrategia se basa en reducir, reciclar y recuperar, además de generar conciencia en nuestros consumidores a través de iniciativas desarrolladas en conjunto con proveedores.

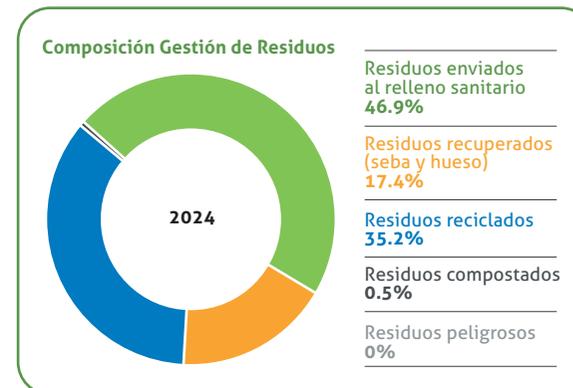
En nuestras tiendas y oficinas, llevamos a cabo la segregación y recuperación del cartón y plástico de embalaje de la mercadería recibida para su posterior reciclaje. Asimismo, el sebo y hueso proveniente de la actividad del Laboratorio de Carnes se separan y venden

como insumo para otros procesos productivos.

Uno de nuestros principales focos es la reducción del desperdicio de alimentos en las tiendas. Para ello, implementamos una estrategia escalonada de reducción de precios, incentivando la compra de productos próximos a su fecha de vencimiento. Paralelamente, desarrollamos el Programa de Rescate de Alimentos, a través del cual donamos a instituciones como el Banco de Alimentos y el Ejército de Salvación aquellos productos no aptos para la venta, pero aún seguros para el consumo. De esta manera, les otorgamos un valor social mientras reducimos la cantidad de residuos enviados a rellenos sanitarios.

A continuación, se presenta la tendencia de gestión de residuos en comparación con la nueva línea base.

Tipo de residuo (kg)/año	Base 2022	2024
Residuos peligrosos	2.750	0
Residuos reciclados	1.332.330	1.702.602
Residuos recuperados (sebo y hueso)	910.633	841.056
Residuos enviados al relleno sanitario	2.468.154	2.270.850
Residuos compostados	8.216	22.471



GESTIÓN DE LOS RESIDUOS
 PARA 2024, GRACIAS A NUESTROS ESFUERZOS EN LA RECUPERACIÓN Y CIRCULARIDAD DE MATERIALES, LA REDUCCIÓN DE MERMAS Y EL FORTALECIMIENTO DEL PROGRAMA DE RESCATE DE ALIMENTOS, LOGRAMOS DESVIAR DEL RELLENO SANITARIO EL 46,5% DE LOS RESIDUOS GENERADOS.

5.2. Edificios eficientes

Hemos definido como prioridad que nuestros nuevos establecimientos sean diseñados, construidos y operados bajo criterios de alta eficiencia y mínimo impacto ambiental. Para ello, nos alineamos con uno de los estándares más reconocidos a nivel mundial: la certificación LEED -Leadership in Energy and Environmental Design-, desarrollada en 1993 por el U.S. Green Building Council.

En 2016, asumimos el compromiso de certificar con LEED

todas las nuevas construcciones. Hoy, nos enorgullece que el 25% de nuestras tiendas Supermercados Mayorista Makro cuenten con esta certificación, incluyendo tanto nuevas construcciones como remodelaciones de establecimientos existentes:

- **LEED:** Neuquén, San Juan, Pilar y Salta.
- **LEED Plata:** Mendoza.
- **LEED Oro:** Benavidez.



EL 25% DE NUESTRAS TIENDAS SUPERMERCADOS MAYORISTA MAKRO CUENTAN CON ESTA CERTIFICACIÓN, INCLUYENDO TANTO NUEVAS CONSTRUCCIONES COMO REMODELACIONES DE ESTABLECIMIENTOS EXISTENTE

Créditos
 Coordinación General: **Área de Sustentabilidad**
 Coordinación Editorial y Diseño: **Rumbo HR**

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI



Estándares GRI

GRI 1: Fundamentos 2021

Estándar GRI	Contenido	Versión vigente	Ubicación (pág)	Respuesta directa o comentario de omisión
1	Declaración de uso	2021		Makro Argentina ha elaborado el informe utilizando como referencia a los Estándares GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre 2024.

GRI 2: Contenidos generales

Estándar GRI	Contenido	Versión vigente	Ubicación (pág)	Respuesta directa o comentario de omisión
GRI 2: Contenidos generales				
2-1-a	Nombre de la Organización	2021	5	
2-1-b	Propiedad y forma jurídica	2021	5	
2-1-c	Ubicación de la sede central	2021	5	
2-1-d	Ubicación de las operaciones	2021	5	
2-2-a-b-c	Entidades incluidas en la presentación del informe	2021	5	
2-3-a-b	Periodo objeto del informe y frecuencia de elaboración	2021	14	
2-3-c	Fecha de publicación del informe	2021	14	
2-3-d	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	2021	14	
2-4-a	Actualización de la información	2021	14	
2-5-a-b	Verificación externa	2021		El informe no ha sido verificado externamente. Para garantizar la fiabilidad de los contenidos fue revisado y validado internamente.

Actividades y trabajadores

2-6-a	Sector en los que tiene actividad	2021	5	
2-6-b-c	Cadena de Suministro y otras relaciones comerciales pertinentes	2021	24	
2-6-d	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	2021		Durante el período del informe, no hubo cambios significativos en la organización y su cadena de suministro
2-7-a-b-c-d-e	Información y contexto de empleados	2021	26	
2-8-a-b-c	Trabajadores que no son empleados	2021	26	

Estándar GRI	Contenido	Versión vigente	Ubicación (pág)	Respuesta directa o comentario de omisión
--------------	-----------	-----------------	-----------------	---

Gobernanza

2-9-a-b-c	Estructura de gobernanza y composición	2021	10	
2-10-a-b	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	2021		Para el período analizado, los Directores de Makro Argentina son seleccionados por Grupo Makro. Para su selección se consideran cuestiones de independencia, conocimientos y experiencia.
2-11-a-b	Presidente del máximo órgano de gobierno	2021	10	
2-12-a-b-c	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de sus impactos sobre la economía, el ambiente y las personas	2021		
2-13-a-b	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos de la organización sobre la economía, el ambiente y las personas	2021	10, 16	
2-14-a-b	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	2021		
2-15-a-b	Conflictos de interés	2021	9	
2-16-a-b	Comunicación de inquietudes críticas	2021	9	
2-17-a	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	2021		Los integrantes del Directorio participan de espacios como congresos, foros y eventos en los que amplían su conocimiento en temáticas ambientales, sociales y económicas.
2-18-a-b-c	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	2021	32	Desde Grupo Makro se evalúa el desempeño de las personas que integran el Directorio en base de los objetivos del negocio propuesto participan en el mismo ciclo de gestión de personas.
2-19-a-b	Políticas de remuneración	2021		
2-20-a-b	Proceso para determinar la remuneración	2021		Esta información es considerada confidencial por la organización. Por lo tanto, no se ha incluido en el informe.
2-21-a-b-c	Ratio de compensación total anual			

Estrategia, políticas y prácticas

2-22-a	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	2021	14	
2-23-a-b-c-d-e-f	Compromisos y políticas	2021		Estos aspectos actualmente se encuentran en desarrollo.
2-24-a	Incorporación de los compromisos y políticas	2021		
2-25-a-b-c-d-e	Procesos para remediar los impactos negativos	2021		
2-26-a	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	2021		
2-27-a-b-c-d	Cumplimiento de la legislación y las normativas	2021		Esta información es considerada confidencial por la organización. Por lo tanto, no se ha incluido en el informe.
2-28-a	Afiliación a asociaciones	2021		Durante el período del informe, la empresa forma parte de la Cámara de Comercio Argentina-Holandesa. El objetivo principal de la cámara es promover las relaciones comerciales entre la Argentina y Holanda.

Estándar GRI	Contenido	Versión vigente	Ubicación (pág)	Respuesta directa o comentario de omisión
--------------	-----------	-----------------	-----------------	---

Participación de los grupos de interés

2-29-a	Enfoque para la participación de los grupos de interés	2021	16	
2-30-a-b	Convenios de negociación colectiva	2021	28	

Contenido sobre los temas materiales

3-1-a-b	Proceso de determinación de los temas materiales	2021	16	
3-2-a-b	Lista de temas materiales	2021	16	
3-3-a-b-c-d-e-f	Gestión de los temas materiales	2021	16	

Contenidos temáticos

Estándar GRI	Contenido	Versión vigente	Ubicación (pág)	Respuesta directa o comentario de omisión
--------------	-----------	-----------------	-----------------	---

GRI 201: Desempeño económico

201-1	Valor económico directo generado y distribuido	2016	18	
-------	--	------	----	--

GRI 204: Prácticas de abastecimiento

204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	2016	24	
-------	--	------	----	--

GRI 205: Anticorrupción

205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con corrupción	2016	9	
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	2016	9	
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	2016		Esta información es considerada confidencial por la organización. Por lo tanto, no se ha incluido en el informe.

GRI 302: Energía

302-1	Consumo energético dentro de la organización	2016	42	
302-4	Reducción del consumo energético	2016	42	

GRI 303: Agua y efluentes

303-3	Extracción de agua		44	
-------	--------------------	--	----	--

GRI 305: Emisiones

305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	2016	43	
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	2016	43	
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	2016	43	
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	2016	43	

Estándar GRI	Contenido	Versión vigente	Ubicación (pág)	Respuesta directa o comentario de omisión
GRI 306: Residuos				
306-2	Gestión de impactos significativos relacionado de los residuos	2020	44	
306-3	Residuos generados	2020	44	
306-4	Residuos no destinados a eliminación	2020	44	
306-5	Residuos destinados a eliminación	2020	44	
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores				
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	2016		La organización no evalúa a sus proveedores desde una perspectiva ambiental.
GRI 403: Seguridad y salud en el trabajo				
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo		35,36	
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes		35,36	
403-3	Servicios de salud en el trabajo			Todas las tiendas cuentan con un servicio de medicina laboral externo. En las tiendas localizadas en Gran Buenos Aires los consultorios están en la tienda, mientras que en el resto del país los consultorios son externos.
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo			En 2022 se llevó a cabo una encuesta a los colaboradores consultando sobre las medidas de salud y seguridad implementadas en la compañía.
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	2018	35,36	
403-6	Promoción de la salud de los trabajadores		35,36	
403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante relaciones comerciales		35,36	
403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo		35,36	
403-9	Lesiones por accidente laboral		35,36	
403-10	Las dolencias y enfermedades laborales		35,36	
GRI 404: Formación y educación				
404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado		32	
404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	2016		La compañía no cuenta con un programa de ayuda a la transición.
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y desarrollo de su carrera		32	

Estándar GRI	Contenido	Versión vigente	Ubicación (pág)	Respuesta directa o comentario de omisión
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades				
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	2016	34	
GRI 413: Comunidades locales				
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	2016	38, 39	
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes				
416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos o servicios en la salud y seguridad	2016	22	
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y seguridad			
Satisfacción y fortalecimiento de nuestros clientes				
Propio	Medición NPS - CRM		20	
Calidad de los productos				
Propio	Calidad de los productos		23	
Edificios eficientes				
Propio	Certificación LEED		45	



**PEQUEÑOS CAMBIOS
HACEN UNA
MAKRO DIFERENCIA**



makro



makro