

# Informe de Sustentabilidad 2025



**grido**  
disfrutemos juntos

Acerca de este reporte 3

### Capítulo 1

## Somos Grido

### Nuestra esencia: "Nuestro negocio para hacer del mundo un lugar mejor"

Carta del Directorio	6
Somos Grido - El valor de la felicidad compartida	7
Nuestra forma de ser y hacer	11
Gobierno Corporativo	23

### Capítulo 2

## El Orgullo de lo que Compartimos

### Felicidad en cada mesa

Una Propuesta para cada momento	27
La comunidad más grande de la región	31
Solidez para crecer: Desempeño económico y distribución de valor	38

### Capítulo 3

## Una Red que genera Oportunidades

### Personas que hacen posible acercar el helado a cada familia

Nuestro Equipo	42
Nuestra red de franquicias	49
Vía Bana: Innovación social para transformar comunidades	61

### Capítulo 4

## Calidad que Cuida

### Compromiso con nuestra casa común

Gestionar para transformar	69
Producción y cadena de valor responsable	70
Cuidado del ambiente: nuestra casa común	81

## Anexos

Índice de contenidos GRI	98
Análisis de materialidad	102
Agradecimientos	107





Presentamos nuestro 2º Informe de Sostenibilidad donde compartimos los avances, desafíos y resultados de nuestra gestión integral entre el 01 de enero y el 31 de diciembre de 2025.

Este documento fue elaborado siguiendo los **Estándares GRI**, asegurando que nuestra medición de impacto económico, ambiental y social cumpla con los más altos niveles de rigor internacional. Además, alineamos nuestras acciones con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** y los indicadores sectoriales de SASB, reafirmando nuestro compromiso con la eficiencia operativa y la democratización del consumo en toda Latinoamérica.

## Guía rápida para navegar este reporte

Queremos que tu experiencia de lectura sea más ágil y agradable por lo que incorporamos enlaces y marcadores en cada sección que te llevarán directamente a la información esencial.

### Claves de navegación

-  Tiempo estimado de lectura
-  Palabra clave de la sección
-  Estándares GRI asociados
-  ODS asociados

# Somos Grido



15 minutos



misión, propósito, red, ecosistema, estrategia,  
gobierno corporativo



GRI 2-1, 2-4, 2-6, 2-9, 2-10, 2-11, 2-13, 3-1, 3-2



ODS 8, 12, 17

# Nuestra esencia: "Nuestro negocio para hacer del mundo un lugar mejor"

## 1.1 Carta de Directorio

## 1.2 Somos Grido - El valor de la felicidad compartida

Una historia que se sirve en cada mesa

## 1.3 Nuestra forma de ser y hacer

El Norte de Nuestra Gestión

Los Pilares de Nuestra Cultura

Valores: Nuestro ADN en Red

## 1.4 Alianzas: Juntos llegamos más lejos

Compromiso con la sostenibilidad

En Grido, entendemos que la felicidad no es un concepto abstracto; es el motor que impulsa cada una de nuestras decisiones. Creemos que los mejores momentos suceden alrededor de una mesa: en una charla entre amigos, en un postre familiar o en el festejo de un logro.

Trabajamos con la convicción de que esa alegría, respaldada por la máxima calidad, debe ser accesible para todos.

Este capítulo recorre nuestra esencia y cómo nuestra estructura está diseñada para multiplicar esos momentos compartidos en cada rincón de la región.

## 1.1

# Carta del Directorio

## Hacemos accesible la felicidad

A nuestra gran familia:

Escribir estas líneas para nuestro segundo Reporte de Sostenibilidad es, ante todo, un ejercicio de gratitud. Al mirar el camino recorrido, reafirmamos que nuestro propósito nos trasciende: en Grido, **llevamos la felicidad a cada mesa**. Para nosotros, esto no es un concepto abstracto; es el reflejo de cada momento compartido en una mesa, de cada encuentro en comunidad y, fundamentalmente, de la oportunidad de emprender que brindamos en cada rincón de la región.

Desde nuestros inicios como empresa familiar, cada paso que dimos estuvo guiado por una convicción clara: que el helado de calidad deje de ser un privilegio para convertirse en un derecho de todas las personas. Hoy, esa visión se traduce en una red que ha logrado una producción histórica de **95 millones de kilos**, consolidándonos como la cuarta cadena de comercialización de helados a nivel mundial. Sin embargo, nuestro verdadero orgullo no reside en la escala, sino en saber que cumplimos nuestra promesa de democratizar el acceso a alimentos de calidad.

En un mundo que a veces parece ir demasiado rápido, nuestras heladerías son ese lugar donde el tiempo se detiene para disfrutar. Pero **la felicidad de sentirnos en casa** no es solo lo que experimenta un niño con nuestros helados; es el sentimiento que compartimos quienes hacemos esta red. Sentirse en casa es saber que hay un lugar para cada persona: para la familia fundadora, es mantener la honestidad de los inicios; para los colaboradores de la fábrica, es crecer en un espacio seguro; y para los franquiciados y emprendedoras Vía Bana, es la tranquilidad de liderar su propio negocio con el respaldo de una gran comunidad.

Este año, crecer significó también cuidar nuestra casa común. Nos llena de satisfacción haber escalado nuestro volumen de negocio en un **17% manteniendo plana nuestra intensidad de huella de carbono**. Este equilibrio demuestra que es posible expandirnos en armonía con el entorno, asegurando que las próximas generaciones también encuentren en Grido un lugar donde celebrar.

Nada de esto sería posible sin los más de **6 millones de clientes** que nos abren las puertas de sus hogares. Los invito a recorrer este reporte, que no es solo un informe de gestión; es la historia de cómo abrimos las puertas de nuestra casa para que cada vez más personas puedan sentarse a la mesa y compartir un momento feliz.

Sigamos creciendo,  
con la calidez de siempre  
y la mirada puesta  
en el futuro.

Con orgullo  
y compromiso

**Celeste Santiago**  
Directorio



## 1.2

# Somos Grido

## El valor de la felicidad compartida

Nacimos en el año 2000 como una empresa familiar con un sueño audaz: *democratizar el consumo de helado de primera calidad*. Hoy somos la **cuarta cadena de comercialización de helados a nivel mundial**, un logro que para nosotros se traduce en la capacidad de generar empleo genuino y oportunidades de emprendedurismo a través de una red de más de 2.000 franquicias en Argentina, Chile, Uruguay, Paraguay y Perú.

Para cumplir con nuestro propósito desarrollamos un ecosistema que integra calidad, practicidad e inclusión:



**Cada producto que llega a una mesa es el resultado de una comunidad que se esfuerza: desde el productor que cuida la materia prima hasta el franquiciado que abre sus puertas en cada barrio.**

**Nuestra escala es, simplemente, la herramienta que elegimos para estar más cerca y llevar bienestar a cada lugar donde nos dejan entrar.**

# Una historia que se sirve en cada mesa

De un sueño familiar en Córdoba a la cuarta red de heladerías del mundo

## 2000-2005

### El Sueño se hace realidad

- Nacimiento en Córdoba, Argentina, con la visión de que el helado de alta calidad dejara de ser un lujo.
- Apertura de las primeras heladerías bajo un esquema de **eficiencia operativa y precios justos**.

## 2006-2015

### La Mesa se hace más Grande

- Expansión federal e internacional, desembarcando en **Chile, Uruguay y Paraguay**.
- Inversión en una de las plantas industriales más modernas y tecnificadas de Latinoamérica.
- Lanzamiento de **Frizzio** y consolidación del modelo de franquicias a escala global.

## 2016-2020

### Nuevos Sabores, Nuevos Encuentros

- Más que helados, evolucionamos para acompañar al cliente en más momentos del día con alimentos congelados (pizzas, pastas, pechuguitas, bastoncitos de mozzarella).
- Grido se posiciona como de las productoras de helado más grande del mundo por cantidad de puntos de venta.
- Lanzamos Vía Bana, modelo de negocios inclusivos en la región.

## 2021-Presente

### Un Futuro Sostenible en cada Hogar

- Evolución hacia el Triple Impacto donde el bienestar social y el crecimiento económico conviven.
- Fortalecimiento de **Vía Bana en Argentina** para generar oportunidades en sectores vulnerables.
- Creación de **Innfinito** nuestra aceleradora de proyectos y plataforma de innovación abierta que nos permitirá incorporar innovación y nuevos negocios para seguir creciendo.
- Lanzamiento de **Poty**, distinguido con el **Sello de Buen Diseño Argentino**. Marca un hito en nuestro camino en innovación de envases, promoviendo el consumo consciente al reducir el uso de descartables.

# Mapa empresario



# En 2025 logramos

**+2.000**

**franquicias**

91,4% Argentina  
3,3% Uruguay  
1,9% Paraguay  
2,6% Chile  
0,8% Perú

**1.200**

**emprendedoras sociales  
Via Bana**

12 programas integrales  
de capacitación realizados  
600 emprendedoras potenciaron  
su perfil profesional

**114**

**nuevas  
aperturas**



**30 millones**  
**personas con las  
que compartimos  
momentos felices**

**+9.600**

**personas  
conforman la red**

7388 personas trabajan  
en las franquicias  
1069 colaboradores



**8**

**horas de  
formación  
promedio  
por persona**



**+6.500**  
**colaboradores  
capacitados**

**+1.200**  
**franquiciados  
capacitados**



Producción récord en 2025

**95 millones**  
**de kgs de helado**



**17,36%**  
**crecimiento  
en volumen sin perder  
eficiencia en nuestra  
huella de carbono**

**20%**  
**de reducción  
en el uso de agua  
por kilo de helado  
producido  
en comparación con  
el año base (2014)**



**-7,2%**  
**en la generación  
total de residuos  
respecto a 2024**

# 1.3

## Nuestra forma de ser y hacer

Para nosotros la sostenibilidad es la forma en que damos vida a nuestro propósito. Entendemos que cada producto es un vehículo de encuentro y celebración, y nuestro trabajo sólo cobra sentido cuando ese disfrute es una realidad posible para todas las personas.

Nuestra visión y misión no son declaraciones aisladas; son compromisos que solo logramos gracias a nuestro enfoque de gestión y a una cultura viva que se despliega en red.



### Nuestro Propósito

Acercar momentos felices a cada persona, transformando cada uno de nuestros productos en un vehículo de encuentro y celebración posible para todas las familias.



### Nuestra Visión

Ser la marca de helados y alimentos congelados más cercana y elegida, reconocida por el impacto positivo que dejamos en cada comunidad.



### Nuestra Misión

Hacer que la calidad sea accesible, generando empleo, impulsando a nuevos emprendedores y creando experiencias felices en cada rincón donde estamos presentes.

Para que nuestro propósito llegue a cada mesa, gestionamos el negocio sobre tres conceptos fundamentales que conectan la operación diaria con el impacto real:



### **Excelencia desde el origen**

Seleccionamos cada ingrediente con rigor técnico porque el sabor se elabora desde el campo. Trabajamos para que la experiencia sea siempre de máxima seguridad.



### **Éxito compartido**

Entendemos nuestra red como un ecosistema donde todos prosperamos. El crecimiento de Grido es el crecimiento de cada persona que integra nuestra cadena, desde el productor hasta el franquiciado en su barrio.



### **Impacto con escala**

Usamos nuestra presencia regional para potenciar las causas que nos movilizan. Estar en la mesa implica estar comprometidos con el bienestar de las familias que nos eligen.

# Valores que nos mantienen unidos

En Grido, los valores son el lenguaje común que permite a miles de personas en distintos países tomar decisiones alineadas, coordinar acciones complejas y evaluar comportamientos bajo un mismo estándar ético y operativo.

## Nuestra Esencia

Nuestra gestión diaria se sustenta en valores que trascienden las palabras. Son compromisos vivos que actúan como la base de confianza para nuestra inmensa red de franquiciados y colaboradores:

### Pensar en grande

Nos permitimos soñar con el futuro para elevar la vara de lo que podemos lograr juntos.

### Pasión por lo que hacemos

Es ese "plus" de energía para que la visita a la heladería sea el mejor momento del día de nuestros clientes.

### El gen familiar

Aunque crecimos, seguimos siendo los mismos. Cuidamos la humildad y la confianza de nuestros orígenes.

### Innovación

Buscamos constantemente mejores formas de hacer las cosas, siendo creativos y responsables con el mañana.

### Compartir información

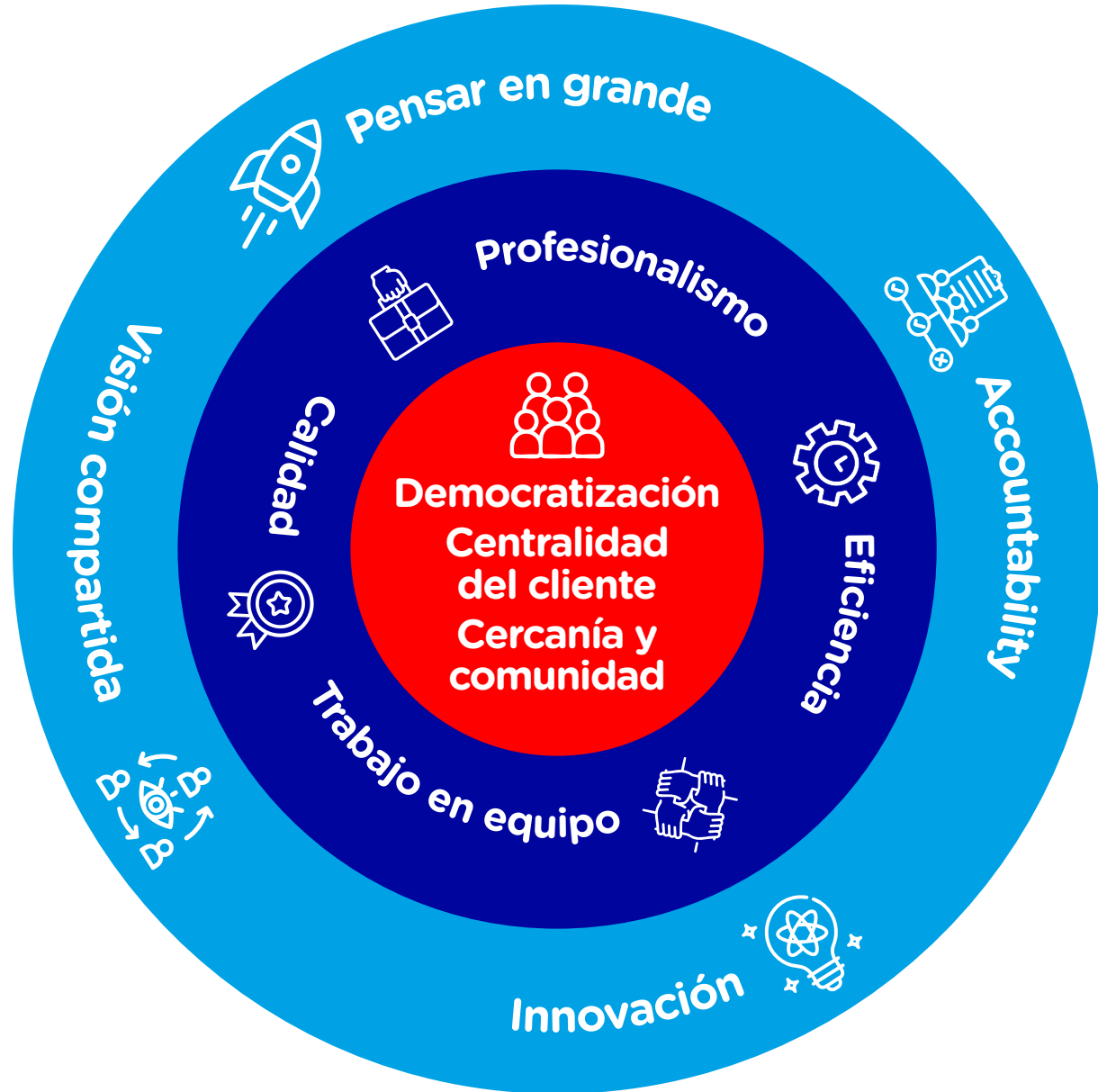
El conocimiento es la herramienta para que todos en la red crezcamos juntos.

### Cercanía con la comunidad

Somos vecinos. Escuchamos y actuamos comprometidos con el entorno que habitamos.

## Nuestro Sistema 2030

Este año actualizamos nuestro Sistema de Valores para alinearlo a nuestra **Visión 2030**, asegurando que cada franquiciado, colaborador/a, proveedor/a y emprendedor/a social hable el mismo idioma ético y operativo.



## Pilares de Nuestra Cultura

### El "Ser"



#### Centralidad del cliente

Ponemos a las personas en el centro de cada decisión y acción. Entendemos sus necesidades, diseñamos soluciones con y para cada una de ellas y medimos nuestro éxito en función de su satisfacción y fidelidad.



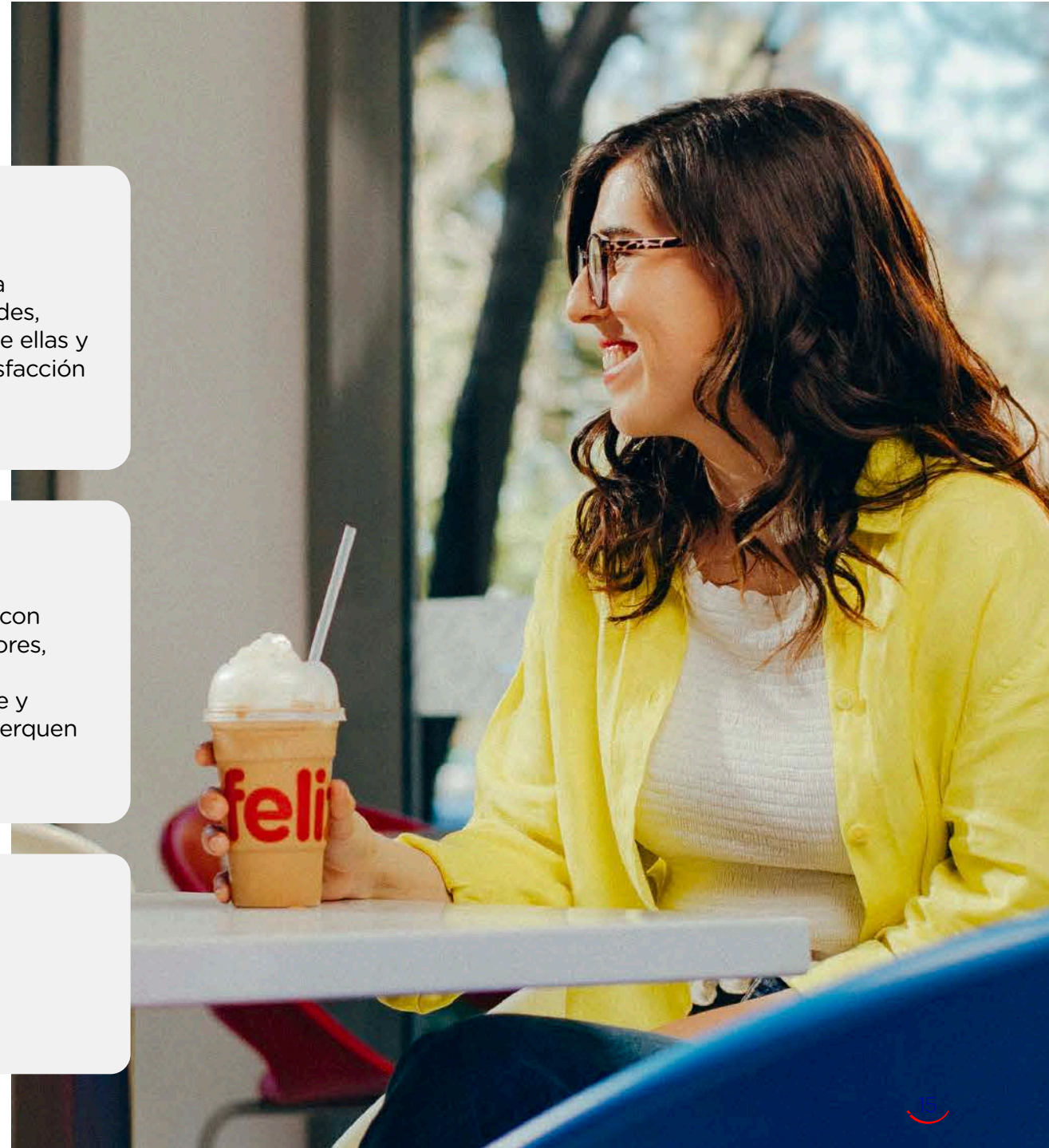
#### Cercanía y Comunidad

Construimos vínculos genuinos y empáticos con nuestros clientes, franquiciados, emprendedores, colaboradores, proveedores y comunidades. Estamos presentes, escuchamos activamente y generamos experiencias memorables que acerquen la marca a su vida cotidiana.



#### Democratización

Llevamos productos de calidad a cada lugar, para que todos lo puedan disfrutar.



## Capacidades Estratégicas El "Hacer"



### Innovación

Buscamos hacer mejor lo que ya hacemos, y nos abrimos a nuevas formas, ideas y caminos. Nos atrevemos a cambiar, con criterio, foco y responsabilidad.



### Eficiencia

Producimos más con menos, optimizando siempre el uso de los recursos.



### Accountability

Honramos nuestros compromisos, decisiones y resultados. Promovemos la apertura total al feedback y la valentía para enfrentar las consecuencias de nuestras acciones, asegurando que cada rol dentro de la organización sea determinante para alcanzar nuestro propósito común.

# Juntos Llegamos más lejos

Entendemos que nuestro propósito de democratización y sostenibilidad solo se completa a través de alianzas estratégicas que potencian nuestro alcance. Trabajamos en red con instituciones referentes para transformar los desafíos del entorno en oportunidades de desarrollo compartido:

## Compromiso Social y Solidario

Nuestra responsabilidad social se traduce en acciones concretas y sostenidas. Trabajamos codo a codo con el **Banco de Alimentos**, canalizando donaciones de nuestra línea de helados y congelados **Frizzio** para que lleguen a quienes más lo necesitan. Además, reafirmamos nuestro espíritu solidario como coorganizadores de la carrera a beneficio de la **Fundación Un Vaso de Leche**.

## Comunicación e Institucionalidad

Mantenemos un vínculo estrecho con el **Círculo de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas (CIRCUM)**, reafirmando nuestro compromiso con la transparencia, la comunicación ética y el relacionamiento responsable con todos nuestros grupos de interés.

## Apoyo al Futuro y la Innovación

Apostamos al talento y al pensamiento estratégico junto a instituciones de prestigio como la **Bolsa de Comercio de Córdoba**, **Junior Achievement**, **UVITEC** y **ENDEAVOR**. Creemos que la innovación se construye en equipo, fomentando el espíritu emprendedor y la competitividad regional para liderar los cambios de la industria.

## Fortalecimiento del Ecosistema de Franquicias

Como referentes del sector, participamos activamente en espacios que profesionalizan y dan escala a nuestro modelo. Formamos parte estratégica de la **Asociación Argentina de Marcas y Franquicias (AAMF)** y del **Clúster de Franquicias de Córdoba**, promoviendo el crecimiento de la economía formal. A este compromiso se suma nuestra participación en la **Fundación Mediterránea**, la **Unión Industrial de Córdoba** y la **Cámara de Comercio Exterior de Córdoba (CeCARC)**, fortaleciendo el entramado productivo y la proyección internacional.

## Visión y Proyección Internacional

Nuestro alcance trasciende fronteras gracias a la colaboración con organismos globales y regionales. Integramos la **Cámara de Comercio de Lima (Perú)** para consolidar nuestra expansión en la región y formamos parte del International Ice **Cream Consortium (IICC)**, el foro más importante del mundo donde compartimos tendencias y excelencia en la industria del helado.

# Compromiso con la Sostenibilidad

Para nosotros la sostenibilidad es nuestra forma de habitar el futuro, queremos liderar la industria de alimentos congelados por la capacidad de generar valor sistémico para todo nuestro ecosistema.

Nuestra estrategia se consolida en cuatro ejes de acción prioritarios que integran nuestra cultura, nuestra operación y nuestra visión 2030:

## INCLUSIÓN RADICAL Y ACCESIBILIDAD

Potenciamos nuestro modelo de impacto a través de las heladerías sociales, asegurando que la oportunidad de emprender y el acceso a productos de calidad lleguen a cada barrio, transformando realidades económicas locales. Este eje se nutre de nuestro valor de democratización, eliminando barreras para que el disfrute sea un derecho universal.

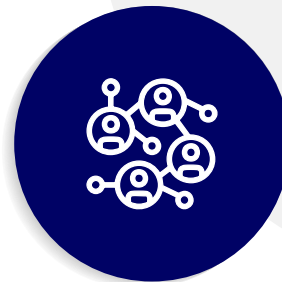


## ECODISEÑO Y CIRCULARIDAD

Transformamos nuestra cadena de valor bajo la premisa de "recibir y entregar" de forma responsable. Priorizamos la eficiencia y la innovación en materiales con alta tasa de reciclabilidad, optimizando el uso de recursos críticos como el agua y la energía. Este eje es el motor de nuestra transformación operativa hacia una economía circular que equilibre la rentabilidad con el respeto ambiental.

## CERCANÍA Y EMPODERAMIENTO DE LA RED

Fortalecemos nuestra red de franquiciados, acompañándolos para que se transformen en agentes de cambio y líderes responsables. Convertimos cada punto de venta en un espacio de contención y desarrollo local, multiplicando momentos felices y oportunidades de empleo genuino en cada región.



## CALIDAD E INOCUIDAD

La base innegociable de nuestra sostenibilidad es la confianza técnica. Nuestra gestión de calidad es exhaustiva y está avalada por certificaciones internacionales de máximo rigor:

- **FSSC 22000 (Inocuidad)**
- **ISO 9001 (Gestión de Calidad)**
- **HACCP:** Implementación de controles críticos y auditorías rigurosas en toda la cadena de suministro y logística.

## BASE (EL SOPORTE):

### EL FACTOR HUMANO: ACCOUNTABILITY EN ACCIÓN

Nuestra estrategia solo es posible gracias a las personas que integran nuestro equipo de trabajo. El compromiso con el **Capital Humano** es el eje transversal que conecta nuestros valores con los resultados.

Fomentamos un entorno de trabajo inclusivo y seguro donde la diversidad es valorada como una capacidad estratégica y apostamos siempre al crecimiento de nuestro equipo.



## Canales de Diálogo: siempre conectados

Nuestra red se fortalece cuando nos escuchamos. Mantenemos canales de diálogo siempre activos porque entender las expectativas de nuestra gente es lo que nos permite innovar con propósito. Corregimos, aprendemos y evolucionamos juntos para asegurar que la calidad y la alegría que nos definen lleguen intactas a cada mesa.

## Colaboradores y Red de Franquicias

### → GRIDONET

Es nuestra plataforma central de gestión diaria. A través de esta App, los franquiciados y sus equipos acceden a novedades operativas, normativas de funcionamiento y centros de contacto integrados. El diálogo se fomenta mediante espacios de sugerencias y comentarios en cada publicación, asegurando una retroalimentación bidireccional.

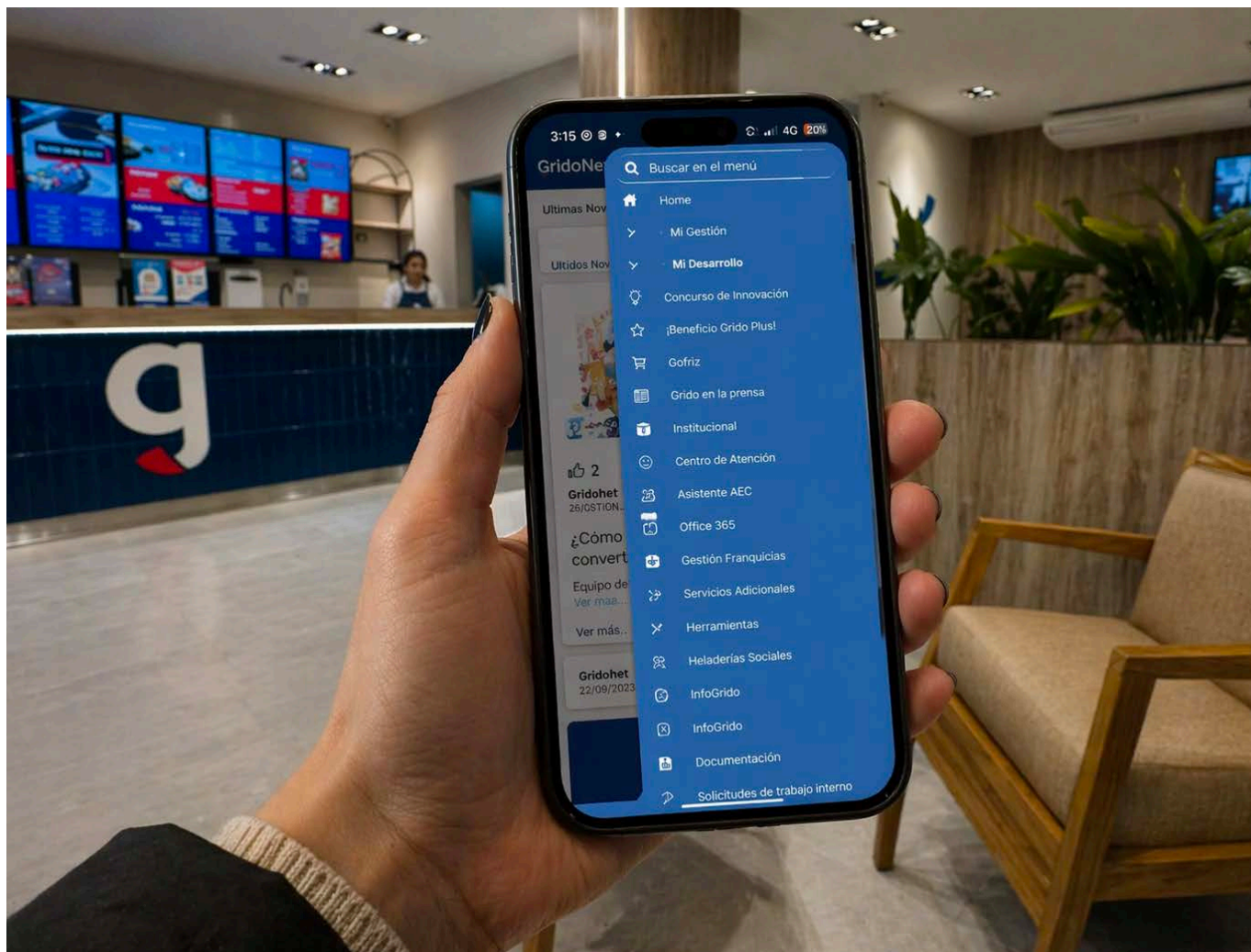
**76.800**  
consultas  
anuales

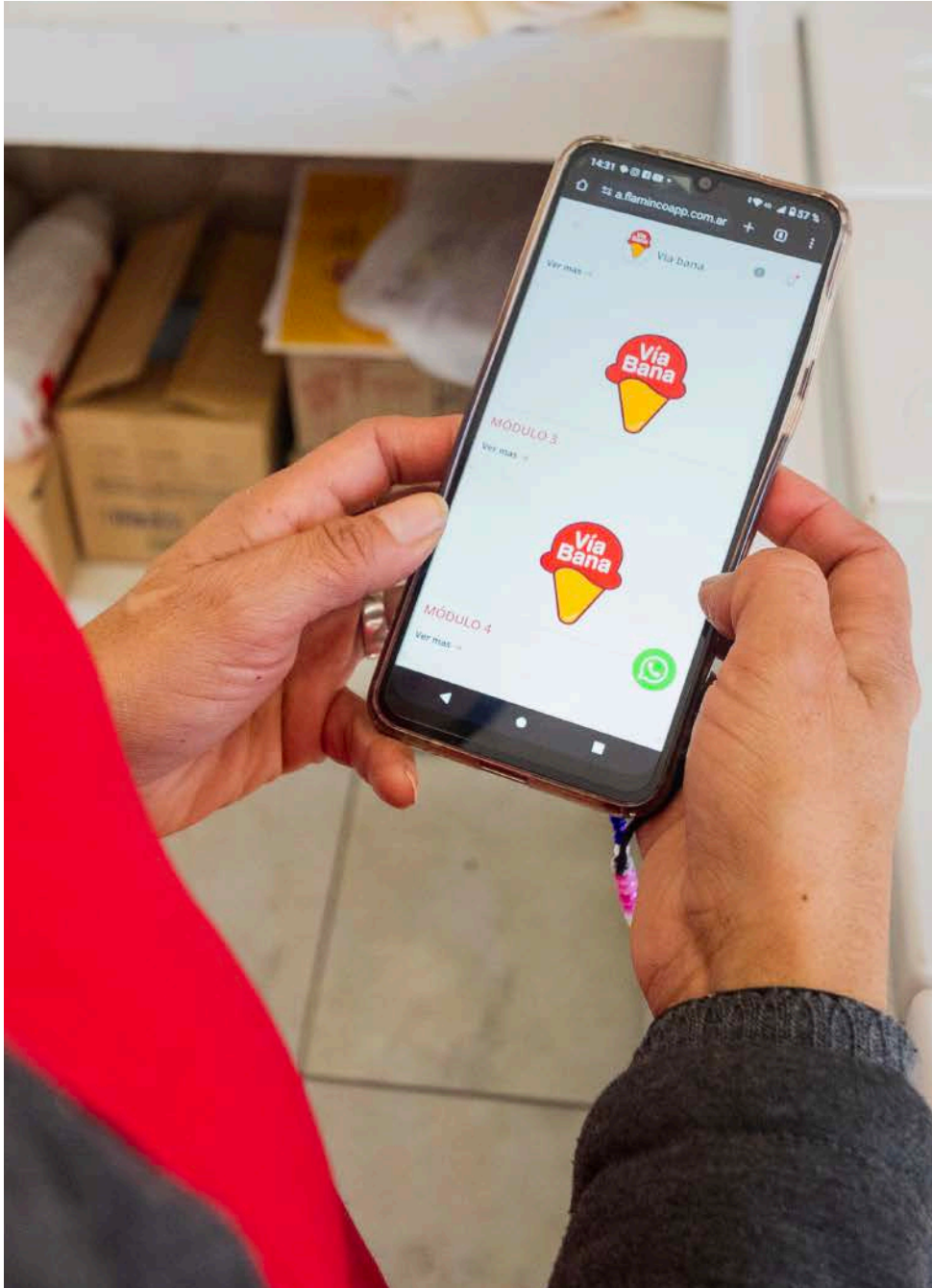
**7,79 pt**  
tasa de  
satisfacción

**53:22:00 h**  
tiempo promedio  
de gestión

### → COMUNICACIÓN DIRECTA

Implementamos grupos de difusión segmentados por zona y país vía WhatsApp, permitiendo que las novedades críticas lleguen de forma inmediata, con canales abiertos para consultas privadas y personalizadas.





## Emprendedoras Sociales (Vía Bana)

### → APP FLAMINCO

Una herramienta estratégica para la autogestión de las **heladerías sociales** que reportan ventas actualmente. En ella, las emprendedoras acceden a su *scoring*, noticias, promociones y capacitaciones clave para su crecimiento.

### → COMUNIDADES DE APRENDIZAJE

Contamos con **5 nodos regionales vía WhatsApp que agrupan a más de 1.000 emprendedoras**. En estos espacios se dinamiza el contenido comercial, se gestionan pagos y se comparten las conclusiones de las mesas de trabajo territoriales.

## Clientes

### → GRIDO CONVERSA

Nuestro canal de Gestión de Experiencia (CX) que centraliza el diálogo en redes sociales (IG, FB, X, TikTok) y WhatsApp con nuestros consumidores finales para transformar sus inquietudes en oportunidades de mejora.

**285.000**  
interacciones en 2025

**8,21 pt**  
de Satisfacción del cliente (CSAT)

## Comunidad Digital y Presencia Regional

Nuestra presencia en redes sociales en 2025 consolidó a Grido como referente de la categoría, con un **Share of Voice del 73%** (porcentaje de conversación de la marca dentro de la categoría helados) y un **sentimiento general positivo del 79%**.

País	Seguidores totales (FB/IG/TK)
Argentina	<b>3.400.000</b>
Chile	<b>228.000</b>
Paraguay	<b>259.000</b>
Uruguay	<b>316.000</b>
Perú	<b>60.000</b>

Durante 2025, las campañas globales (Día de las Infancias, Halloween y Noche Mágica) resultaron en la entrega de más de **670.000 helados y palitos de regalo** en toda la región, fortaleciendo el vínculo directo con las familias en cada punto de venta.



# Materialidad como brújula estratégica<sup>1</sup>

Para que este reporte sea un reflejo fiel de nuestra realidad y un motor de transparencia, aplicamos el enfoque de Doble Materialidad (DMA). Bajo este prisma, alineado con los estándares internacionales, entendemos que nuestra gestión no es una foto estática, sino una herramienta dinámica de innovación y escucha activa.

Este proceso nos permite integrar dos perspectivas fundamentales:

## → PERSPECTIVA DE IMPACTO


Evaluamos cómo nuestra operación afecta al planeta y a las personas.

## → PERSPECTIVA DE RIESGOS

Analizamos cómo las tendencias globales representan riesgos u oportunidades financieras para la solidez y continuidad de nuestro modelo de negocio.

Más de 300 personas respondieron nuestra encuesta de materialidad, sus respuestas no solo son datos; son el mandato que guía nuestra agenda 2025:

- La **Salud y Nutrición** y la **Seguridad Alimentaria** son las prioridades transversales en todos los grupos. *Son los pilares no negociables que sostienen el vínculo con nuestros clientes.*
- Mientras nuestros clientes exigen una transformación urgente en **potes y envoltorios**, nuestros franquiciados nos recuerdan que la sostenibilidad debe ir de la mano con la **rentabilidad**. *Nuestro compromiso es innovar en empaques que sean amigables con el ambiente y eficientes para el negocio.*
- Para nuestro público interno la sostenibilidad se traduce en acciones concretas: **oportunidades de crecimiento, bienestar e igualdad.**



Este ejercicio de escucha es lo que nos permite convertir los desafíos del entorno en compromisos reales, asegurando que cada paso que damos fortalezca la red que nos sostiene y, fundamentalmente, multiplique los momentos felices en cada mesa.

<sup>1</sup> Ver en anexo más información de nuestro proceso de materialidad.

# 1.4 Gobierno Corporativo

## Directorio y Alta Gerencia



**Lucas Santiago**

**DIRECTOR**

PRODUCCIÓN  
PLANTA DE EFLUENTES  
MANTENIMIENTO  
MANTENIMIENTO ELÉCTRICO  
SALA DE MÁQUINAS  
PROYECTOS EDILICIOS  
INFRAESTRUCTURA DE SS INDUSTRIALES  
SISTEMAS  
ADMINISTRACIÓN  
COMPRAS  
FINANZAS  
LEGALES



**Celeste Santiago**

**DIRECTORA**

ADMINISTRACIÓN DE CAPITAL HUMANO  
CULTURA Y TALENTO  
COMUNICACIÓN  
DESARROLLO DE LA RED  
CAPITAL HUMANO EN FRANQUICIAS



**Sebastián Santiago**

**DIRECTOR**

GERENCIA EN CAPITAL MARCARIO



**Gonzalo Santiago**

**DIRECTOR**

GERENCIA EXPANSIÓN Y DESARROLLO DE NEGOCIOS



**Federico Achával**

**DIRECTOR**

SERVICIOS INTEGRALES PATRIMONIALES  
SALUD Y SEGURIDAD LABORAL  
PLANIFICACIÓN Y CONTROL  
CALIDAD  
LOGÍSTICA  
ALMACENES Y DEPÓSITOS  
SGI

GERENCIA COMERCIAL



**ANTIGÜEDAD PROMEDIO**

**18 años** en Helacor

**17 años** en el puesto



**SEXO**

**80%** hombres

**20%** mujeres



**EDAD**

**40%** 30 a 50 años

**60%** + 50 años



**PROCEDENCIA**

**100%** Córdoba

# Gobernanza y gestión de riesgos

La sostenibilidad es liderada desde el más alto nivel ya que son los miembros del Directorio y la alta gerencia los responsables de supervisar la integración de los criterios ASG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza) en la estrategia financiera y operativa del negocio.

Nuestra estructura de gobernanza prioriza el profesionalismo y la resiliencia a largo plazo. Por ello, el proceso de toma de decisiones trasciende las variables coyunturales del mercado e integra una visión prospectiva de riesgos y oportunidades:

## Gestión de Riesgos Sistémicos

Contemplamos proactivamente los riesgos climáticos y sociales que podrían impactar la continuidad de la cadena de frío o la estabilidad en el abastecimiento de materias primas críticas. Esta mirada nos permite anticipar soluciones y fortalecer la resiliencia de nuestra red de valor.

## Ética y Transparencia

Estos valores constituyen pilares transversales de nuestra gestión. Se manifiestan a través de una comunicación institucional coherente con todos nuestros grupos de interés y se consolidan en nuestras herramientas de **rendición de cuentas (accountability)**, garantizando una operación íntegra y transparente en cada país donde estamos presentes.



# El Orgullo de lo que Compartimos



9 minutos



productos, consumo, innovación,  
desempeño económico



GRI 2-6, 3-3, 201-1



ODS 8, 9, 12

# Felicidad en cada mesa

## 2.1 Una Propuesta para cada momento

Innovación Participativa: "Innovate"

Sabores que conectan con cada cultura

## 2.2 La comunidad más grande de la región

Club Grido: Un vínculo que trasciende fronteras

Radiografía del Consumo: ¿Por qué nos eligen?

Cerca, siempre: innovación al servicio de las personas

Acompañamiento cercano a nuestra red de franquiciados

Cultura de Co-creación: InnovatiOn Play

Mirada al Futuro: Innovación en Acción

Nuevos Modelos de Cercanía: Grido Go y Canal Mayorista

Hoja de Ruta 2026: Una Operación Inteligente

## 2.3 Solidez para crecer: Desempeño económico y distribución de valor

Valor Económico Generado y Distribuido

Crecer es generar trabajo: Nuestra huella en la región

En Grido, la sostenibilidad no vive en los balances, sino en la mesa de cada familia. Este capítulo recorre el camino de esa felicidad: desde la innovación que nos permite crear productos inclusivos, hasta la tecnología que nos acerca a millones de socios, asegurando que nuestro éxito económico sea, ante todo, un motor de prosperidad para nuestra red.

# 2.1

## Una Propuesta para cada momento

Hacemos accesible la felicidad transformando nuestra capacidad productiva en una oferta diversa, diseñada para que nadie se quede afuera.



**TENTACIÓN**



**SIN TACC**



**FRIZZIO**



**PALITOS**



**FAMILIAR**



**LÍNEAS  
ESPECIALES**



**TORTAS**



**BOMBONES**



**POSTRES**



**CUCURUCHOS**



**GRIDO  
MARKET**



**ALFAJOR  
SECRETO**

Para que la alegría llegue a cada hogar, desarrollamos un portafolio que equilibra el placer del helado con la practicidad de los alimentos congelados:



### Cremas Heladas

Contamos con una propuesta que acompaña desde el stock familiar con los clásicos potes de 1 y 3 litros, hasta esos pequeños gustos para disfrutar en el momento, como nuestros bombones, palitos y el icónico alfajor escocés. Cada formato está pensado para que siempre haya una excusa para celebrar, ya sea en una mesa grande o en una pausa durante el día.



### Línea Frizzio Alimentos Congelados

La felicidad también es simplificar la mesa diaria. Con una variedad de **8 familias de productos**, Frizzio ofrece desde pizzas y pechuguitas de pollo hasta empanadas. Son soluciones diseñadas para que las familias resuelvan sus comidas con calidad, sabor y la practicidad de tener el plato listo en pocos minutos.



### Opciones para todas las personas

La inclusión es parte de nuestro propósito. Contamos con una línea de helados 0% azúcares añadidos y opciones Sin TACC, sin lactosa o aptos veganos asegurando que las restricciones alimentarias no sean una barrera para que todos puedan sentarse a la mesa y disfrutar por igual.



### Conocé más en nuestra web

Del freezer al horno.



## Innovación Participativa

En Grido, entendemos que la innovación no surge de un laboratorio aislado, sino de la escucha activa de quienes viven nuestra marca cada día.

El ejemplo más claro de esta filosofía es la evolución de **Frizzio**. Desde el exitoso desembarco de la pizza congelada en 2014, seguido por la incorporación de clásicos como los bastoncitos de mozzarella y las pechuguitas de pollo, consolidamos una propuesta que permite resolver la comida y el postre en una misma ocasión de compra. En el año 2019, tras un riguroso proceso de testeos en franquicias piloto de toda nuestra red, lanzamos nuevas recetas exclusivas de empanadas de carne y de jamón y queso, junto con opciones nutritivas como el Mix de Vegetales y el Mix Tricolor. Al combinar calidad, sabor y agilidad, hacemos que la felicidad sea realmente accesible, brindando a nuestros clientes soluciones simples que se transforman en más tiempo compartido en el hogar.

Con una proyección para 2025 de 150 millones de kilos de helado y más de 6 millones de kilos de alimentos Frizzio, consolidamos nuestra posición como la cuarta cadena de heladerías a nivel mundial, haciendo que la calidad premium sea para todas las personas.

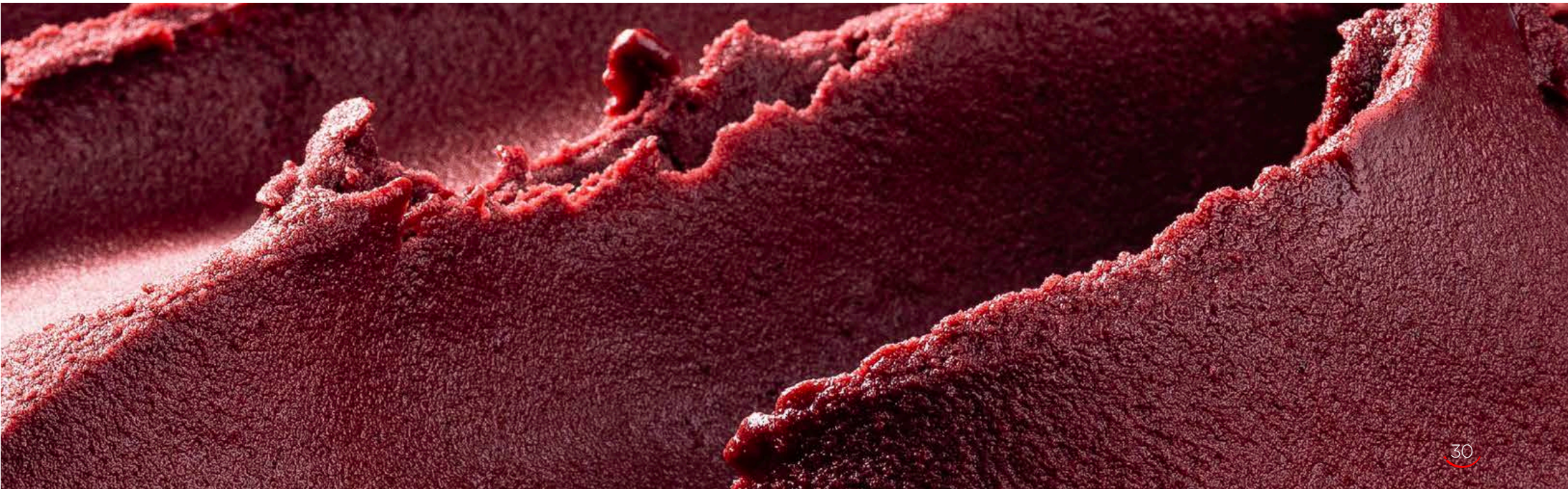


## Sabores que conectan con cada cultura

Como parte de nuestra estrategia de expansión, continuamos adaptando la propuesta a las particularidades de cada mercado, buscando acercarnos a los gustos y preferencias de las personas en cada país.

En Perú, por ejemplo, la **lúcuma** se posiciona como uno de los sabores más elegidos, logrando una fuerte aceptación y formando parte de los productos más vendidos. Este sabor, profundamente arraigado en la cultura local, nos permite conectar con las tradiciones y acompañar momentos cotidianos, llevando nuestra propuesta a la mesa de cada comunidad desde una identidad cercana y familiar. Asimismo, su consumo también presenta niveles relevantes en Chile.

En esta misma línea, incorporamos tendencias regionales como el **açaí** en Paraguay y Chile, ampliando nuestra oferta con opciones que reflejan los hábitos y preferencias de cada mercado.





## 2.2

# La comunidad más grande de la región

Hacemos posible la felicidad conociendo profundamente a quienes se sientan a la mesa. Para nosotros, los clientes no son cifras de ventas, sino familias que nos integran en su cotidianeidad. La cercanía es nuestra mayor inteligencia de mercado y el motor que nos permite estar siempre donde nos necesitan.

## Club Grido: Un vínculo que trasciende fronteras

Somos una de las comunidades de fidelidad más sólidas de Latinoamérica. A través de Club Grido, construimos una relación de valor mutuo que hoy se traduce en una red viva y en constante crecimiento:

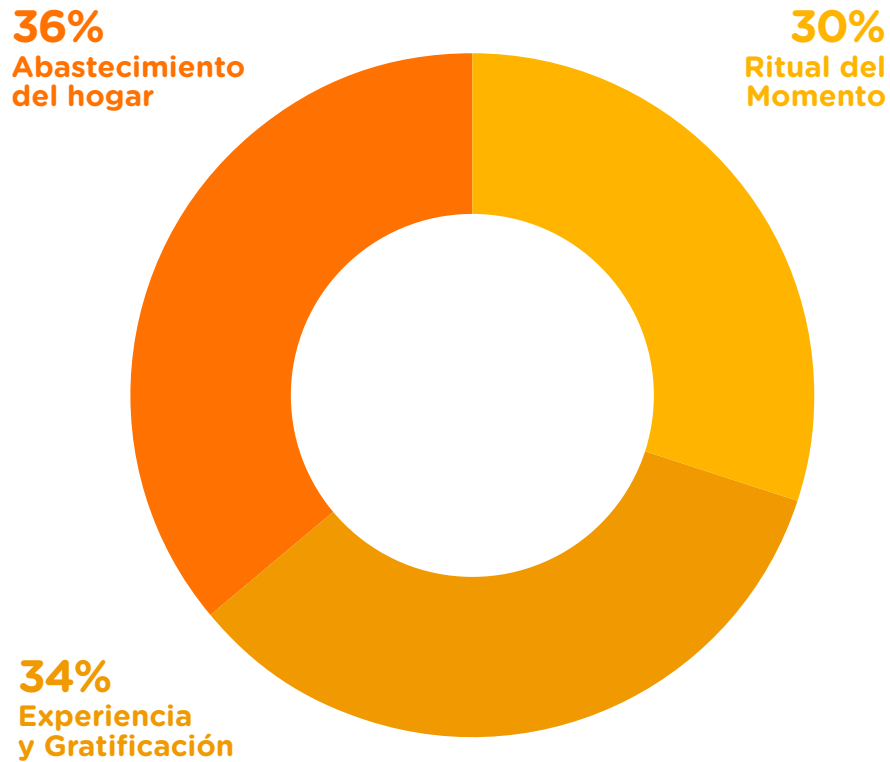
**+6 millones**  
de socios activos  
en Argentina

**20 mil**  
socios activos  
en Paraguay,  
consolidando  
nuestra expansión

**7,62 kg**  
de helado consume  
el socio promedio  
en Argentina,  
lo que confirma que Grido  
es la opción preferida  
para el hábito familiar

## Radiografía del Consumo: ¿Por qué nos eligen?

Entender las ocasiones de consumo nos permite asegurar que siempre haya una opción Grido para cada necesidad:



### Abastecimiento del Hogar

Familias que eligen "stockear" su freezer con nuestros pots de 1 y 3 litros para tener un postre disponible en cualquier momento.



### Experiencia y Gratificación

Clientes que prefieren el helado a granel, valorando la variedad y la frescura de la heladería de barrio.



### El Ritual del Momento

Aquellos que eligen el consumo inmediato (vasitos, bombones o el alfajor secreto) como una pausa feliz en su día.



## Cerca, siempre: innovación al servicio de las personas

Sentirse en casa significa ser escuchado de manera inmediata. Durante 2025, transformamos nuestra atención incorporando tecnología que pone el tiempo de las personas en el centro. Respondimos más de **85.000 consultas** a través de canales digitales (Instagram, Facebook, TikTok y WhatsApp), alcanzando un nivel de satisfacción de **8,21 puntos**.

Nuestra estrategia de **Inteligencia Artificial con Propósito** opera sobre dos ejes para humanizar la atención:

### Resolución de punta a punta

Automatizamos gestiones simples y repetitivas, como el recupero autónomo de cuentas de Socio Club. Esto permite que el **50% de los contactos** se resuelvan de forma instantánea, devolviendo al cliente su beneficio sin esperas.

### Intervención Humana de Valor

Al liberar a nuestros equipos de tareas operativas, priorizamos la intervención humana en los casos complejos donde la empatía y la escucha son fundamentales para resolver y acompañar.

## Acompañamiento cercano a nuestra red de franquiciados

Nuestra red de franquiciados es el corazón de esta comunidad. Para potenciar su autonomía y simplificar su día a día, diseñamos herramientas que actúan como un respaldo constante en la gestión de su negocio. Durante el año, gestionamos **76.800 consultas de la red vía WhatsApp**, con una **satisfacción de 7,79 puntos**.

Impulsamos soluciones innovadoras que transforman la operatoria diaria:

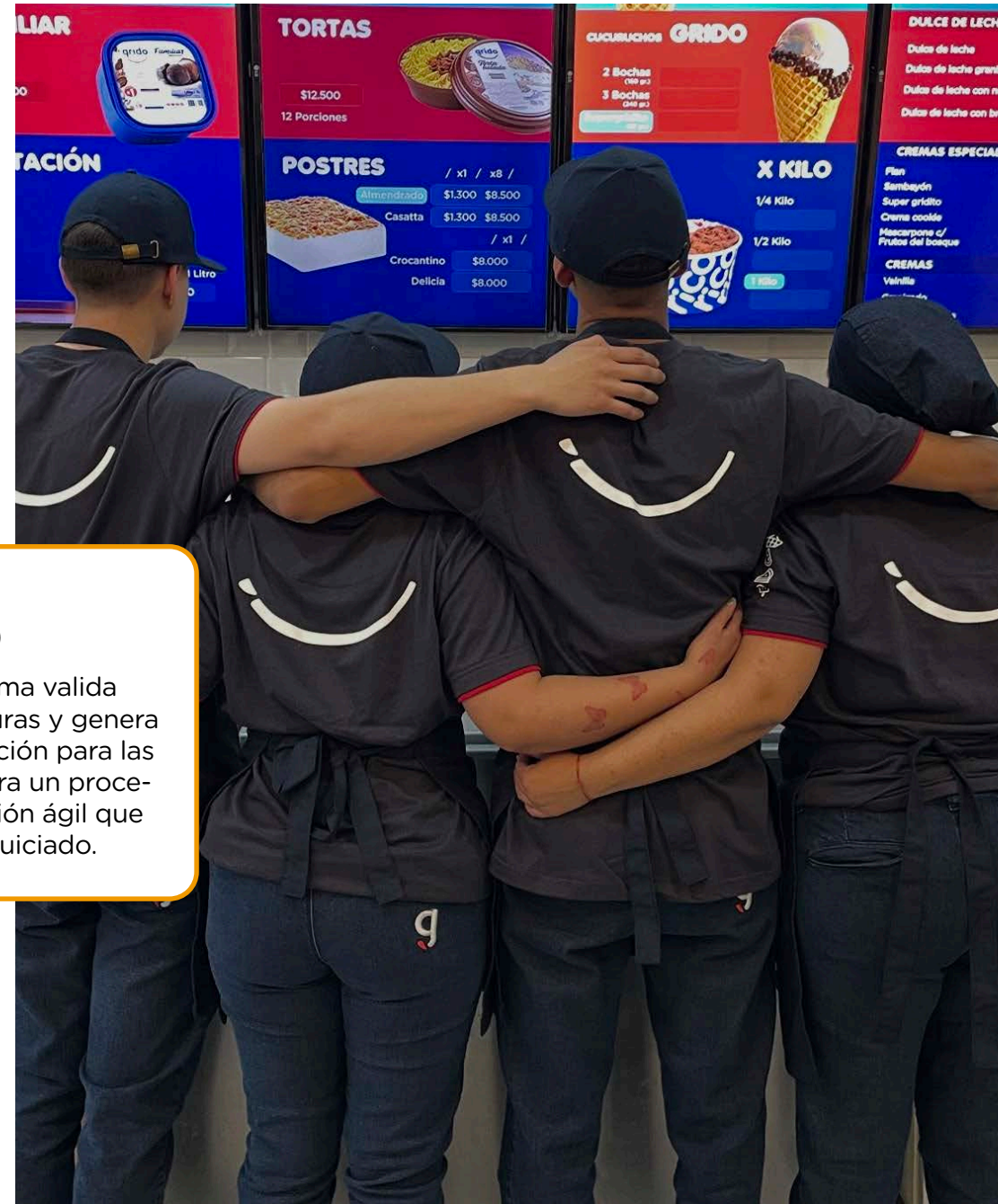
### Gestor de Cobranzas Automatizado

Permite recibir y validar comprobantes de pago de forma inmediata, optimizando los procesos financieros de cada local.

### Grido Check (Gestión de Incidencias)

Mediante visión artificial, el sistema valida imágenes de productos con roturas y genera automáticamente la documentación para las notas de crédito. Lo que antes era un proceso burocrático, hoy es una solución ágil que protege la rentabilidad del franquiciado.

En este camino, la innovación no es un fin, sino la herramienta para seguir evolucionando sin perder lo esencial: **estar cerca, entender la necesidad y asegurar que la felicidad siga llegando a cada mesa.**





## Cultura de Co-creación: InnovatiOn Play

Hacemos posible la felicidad integrando las voces de quienes mejor conocen nuestro negocio. En 2025, celebramos la segunda edición de InnovatiOn Play, un programa de innovación abierta donde equipos interdisciplinarios de Argentina, Paraguay y Chile presentaron más de 85 ideas.

- **Actualmente, 5 proyectos finalistas avanzan en etapa de prueba piloto.**
- Estas iniciativas están enfocadas en dos ejes estratégicos para la sostenibilidad del negocio: la optimización de costos operativos y el desarrollo de nuevos productos co-creados para sorprender a nuestras familias en cada mesa.

# Mirada al Futuro: Innovación en Acción

En Grido, la innovación no es un fin en sí mismo, sino la herramienta que nos permite evolucionar sin perder la esencia. A través de Innfinito, nuestra aceleradora y plataforma de innovación abierta, promovemos una cultura donde las ideas se transforman en soluciones reales para que la felicidad sea cada vez más ágil y accesible.

## Nuevos Modelos de Cercanía: Grido Go y Canal Mayorista

Estamos diseñando el futuro de la compra para adaptarnos a las nuevas dinámicas de consumo, llevando el helado a más lugares y de formas más eficientes:

### Grido Go

Tras dos años de validación, iniciamos el escalamiento de este modelo de franquicia automatizada. Mediante tecnología de punta, ofrecemos una experiencia de compra rápida y homogénea, permitiendo que el franquiciado gestione un negocio eficiente con procesos simplificados y gran autonomía.

### Crecimiento del canal mayorista

Expandimos nuestra presencia más allá de las heladerías tradicionales, llegando a escuelas, servicios de catering y nuevos espacios de consumo. Durante 2025, este canal consolidó su presencia regional en Argentina, Uruguay, Paraguay y Chile, con un crecimiento del 6% en ventas, convirtiéndose en una palanca clave para escalar nuestro volumen y alcance regional.



## Hoja de Ruta 2026: Una Operación Inteligente

Nuestro horizonte económico está marcado por la eficiencia operativa y la conquista de nuevos territorios para que la felicidad llegue a más mesas:

### → Expansión Estratégica

El camino hacia el crecimiento no se detiene. En 2026 consolidaremos nuestra presencia en el sur de Chile y, con una mirada hacia 2030, proyectamos profundizar el desarrollo en el interior de Perú, llevando nuestro modelo de impacto y accesibilidad a nuevos mercados estratégicos.

### → Tecnología con Propósito

El próximo paso en nuestra evolución es la integración de Inteligencia Artificial para construir un modelo comercial predictivo. Buscamos que la tecnología trabaje detrás de escena para anticipar las necesidades de stock y tendencias de consumo. De esta manera, permitimos que en el mostrador el franquiciado pueda enfocarse exclusivamente en lo más importante: la sonrisa de sus clientes.



## 2.3

# Solidez para crecer: Desempeño económico y distribución de valor

Hacemos posible la felicidad a través de un desempeño económico sólido que actúa como el motor de nuestra sostenibilidad.

Para nosotros, generar valor no es un fin en sí mismo, sino el medio para seguir invirtiendo en la accesibilidad del disfrute y en el fortalecimiento de toda nuestra red regional.

## Valor Económico Generado y Distribuido

El crecimiento de nuestra casa se traduce en un impacto directo en la economía de las comunidades donde operamos. La rentabilidad de la empresa se distribuye estratégicamente para nutrir tres pilares:

### ARS 291.832 millones Ingresos por ventas

Costos operativos ARS 20.129 millones

Salarios y beneficios a empleados ARS 29.475 millones

Pagos al gobierno ARS 12.997 millones



### Reinversión en la Infraestructura de la Red

Potenciamos la logística que asegura que el helado llegue perfecto a cada mesa. Esto incluye hitos como nuestra **cámara automatizada de 3.000 m<sup>2</sup>** y la nueva **Sala de Máquinas**, inversiones clave que garantizan la eficiencia operativa a largo plazo.



### Desarrollo de la Cadena de Suministro

Impulsamos el crecimiento de las pymes locales que nos proveen materias primas, integrándolas en un modelo de crecimiento mutuo basado en estándares de calidad internacional.



### Inversión Social que Multiplica

El éxito comercial permite sostener y expandir modelos de innovación social como las **Heladerías Sociales Vía Bana**, transformando nuestra rentabilidad en oportunidades concretas de autoempleo para sectores vulnerables.

# Crece es generar trabajo

Nuestro modelo de franquicias es un generador de oportunidades que trasciende fronteras. Durante 2025, el crecimiento del negocio impulsó la creación de nuevos puestos de trabajo en toda la región:

**ARGENTINA**



**300**

nuevos empleos

**CHILE**



**50**

nuevos empleos

**PERÚ**



**60**

nuevos empleos

**PARAGUAY**



**30**

nuevos empleos

**URUGUAY**



**50**

nuevos empleos



# Una red que genera oportunidades



17 minutos



colaboradores, formación, talento,  
salud y seguridad, diversidad y género



GRI 2-7; 2-8; 3-3; 401-1; 403-1; 403-2, 403-4,  
403-5, 403-6, 403-9, 404-2; 404-3; 405-1, 413-1



ODS 3, 5, 8, 17

# Personas que hacen posible acercar el helado a cada familia

## 3.1 Nuestro Equipo

- Formación de nuestros colaboradores
- Beneficios que acompañan
- Cuidamos a quienes hacen posible Grido
  - Salud Integral y Prevención Especializada
  - La seguridad en números
  - Un entorno de trabajo basado en el respeto

## 3.2 Nuestra red de franquicias

- Millones de momentos compartidos en cada país
  - Argentina
  - Chile
  - Paraguay
  - Uruguay
- Conectando con nuestra red
  - Canal e-commerce
- Oportunidades de empleo en cada franquicia
- Acompañamiento y seguimiento de la red
- Formación y desarrollo en nuestra red de franquicias
- Entornos seguros

## 3.3 Vía Bana: Innovación social para transformar comunidades

- Formación que impulsa nuevas oportunidades
  - Ejes Estratégicos
- Midiendo el bienestar de las familias

Hacer accesible la felicidad significa transformar nuestro modelo de negocio en un motor de oportunidades. Nuestro impacto se construye junto a quienes forman parte de la organización y a quienes, desde la red de franquicias, acercan la experiencia Grido a cada comunidad.

A través de este modelo, promovemos el desarrollo emprendedor y la generación de oportunidades en cada lugar donde estamos presentes.

De esta manera, seguimos expandiendo nuestra presencia en distintos territorios, acercando helado de calidad y creando oportunidades que se traducen en trabajo, desarrollo local y momentos de felicidad compartida.

# 3.1 Nuestro Equipo

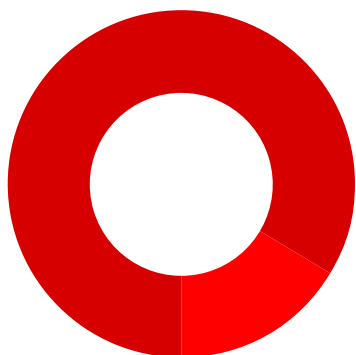
 **1.069**  
colaboradores

La esencia de nuestra red comienza en las personas. El equipo Grido es el motor que sostiene cada proceso, asegurando que nuestra calidad llegue con calidez a cada comunidad.

Promovemos un entorno que impulsa el desarrollo profesional y personal, brindando herramientas de formación y beneficios diseñados para mejorar la experiencia de quienes hacen posible nuestra misión.

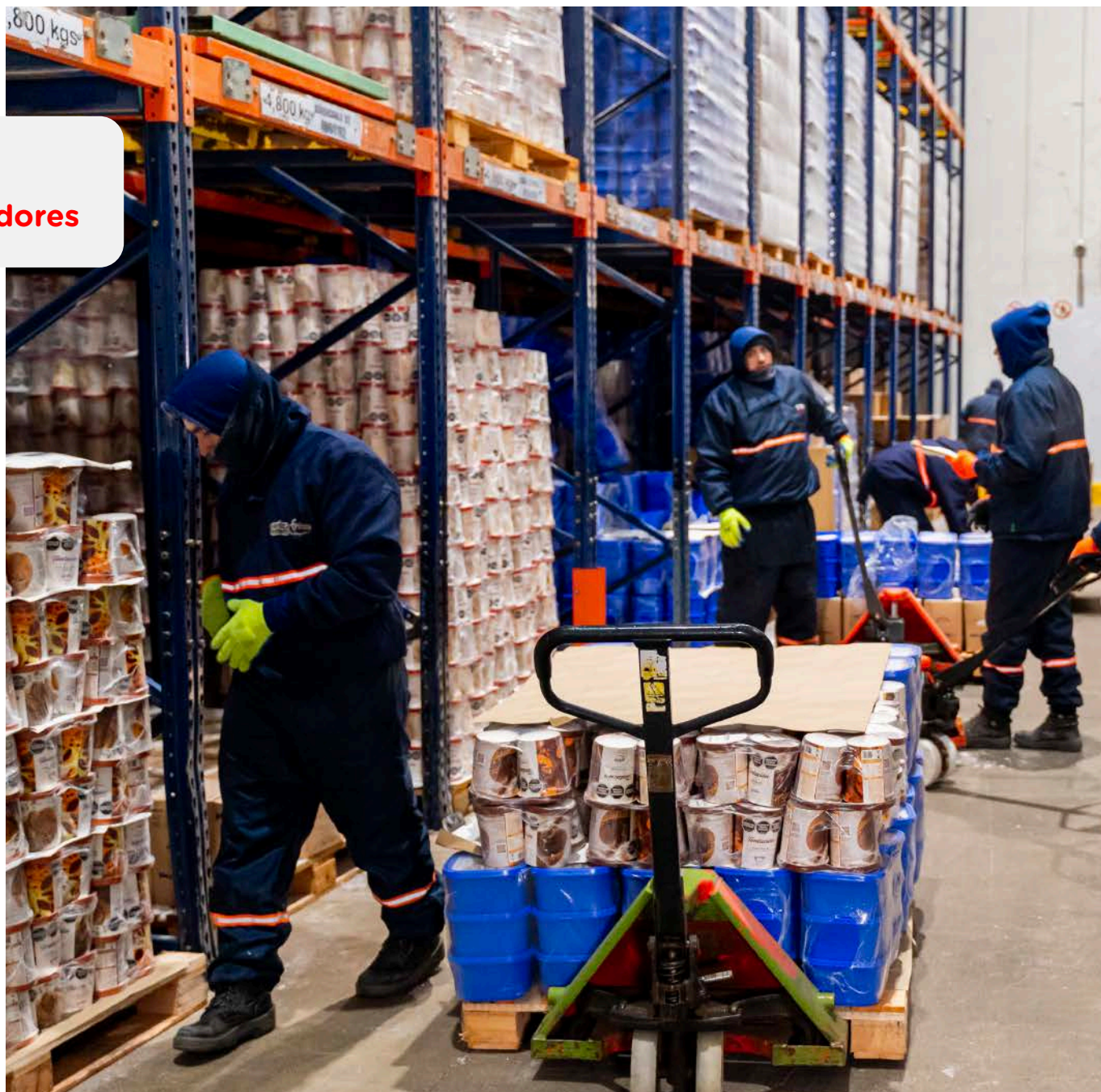
Creemos firmemente que nuestro crecimiento está unido al de nuestra gente; por ello, priorizamos la seguridad, el bienestar y la creación de oportunidades reales en cada etapa de su recorrido.

## Colaboradores por género



 **83,8%**  
Varones

 **16,3%**  
Mujeres



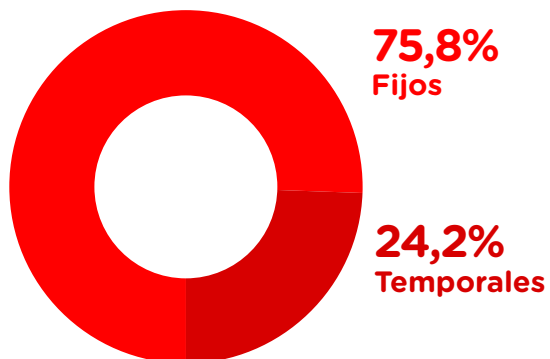
### Colaboradores por categoría profesional

Categoría profesional	Cantidad de colaboradores
Pasante	6
Operario	504
Analista Junior	175
Analista Semi Senior	188
Analista Senior	128
Analista Especializado	5
Coordinador	36
Coordinador	36
Coordinador	36
Coordinador	36
<b>Total</b>	<b>210</b>

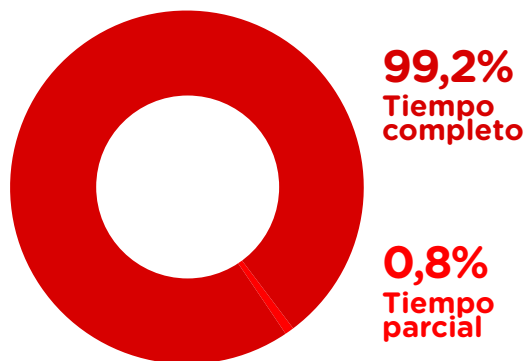
### Altas de colaboradores en 2025

Categoría profesional	Cantidad de colaboradores
Pasante	1
Operario	151
Analista Junior	29
Analista Semi Senior	15
Analista Senior	9
Analista Especializado	1
Coordinador	4
<b>Total</b>	<b>210</b>

### Colaboradores por tipo de contrato



### Colaboradores por tipo de jornada



# Formación de nuestros colaboradores

Entendemos la formación de nuestros colaboradores como una herramienta clave para su desarrollo personal y profesional. Por eso, promovemos instancias de aprendizaje continuo, cercanas y prácticas, que fortalecen sus habilidades y acompañan su crecimiento dentro de la red.



**8 horas**  
promedio de capacitación por persona,  
a través de nuestro Plan de Capacitación

Por un lado, impulsamos capacitaciones centralizadas en temáticas estratégicas como medio ambiente, calidad, higiene y seguridad. Por otro, promovemos espacios de formación descentralizados, donde cada líder solicita capacitaciones al área de Formación en función de las necesidades y requerimientos técnicos de su equipo. Este enfoque se complementa con propuestas transversales que desarrollamos desde el área de Formación, a partir de oportunidades de mejora que identificamos en la organización.

Además, acompañamos el desarrollo educativo de nuestro equipo con nuestro programa “Vamos por el diploma”: actualmente, **26 colaboradores se encuentran cursando sus estudios secundarios**, con el financiamiento total de la cuota por parte de la empresa, en programas de hasta dos años de duración.

Por último, en línea con la gestión del desempeño, el 80% de nuestros colaboradores participa de estos procesos, fortaleciendo una cultura de mejora continua y crecimiento. realmente accesible, brindando a nuestros clientes soluciones simples que se transforman en más tiempo compartido en el hogar.



# Beneficios que acompañan

Entendemos que el bienestar de nuestro equipo es multidimensional. Por ello, diseñamos un esquema de beneficios que acompaña a las personas en las distintas etapas de su vida, atendiendo a sus necesidades cambiantes y desafíos personales. Nuestro compromiso es **crear un entorno donde el desarrollo profesional conviva en armonía con la calidad de vida fuera de la organización.**

Para gestionar este compromiso de manera efectiva, articulamos nuestra propuesta de valor en cuatro ejes estratégicos que sostienen el bienestar integral de nuestra gente:

## ECONÓMICOS

- Cupones de helado gratuitos equivalentes a 4 kg
- Club Grido: 20 mil puntos por mes
- Préstamos por mes de hasta dos sueldos, sin interés
- Comedor
- Convenios de descuentos en distintas marcas

## EDUCACIÓN

- Descuentos en Universidades

## SALUD Y CALIDAD DE VIDA

- Home office
- Jornada flexible
- Silla ergonómica para modalidad home office
- Nutricionista en planta
- Descuento en gimnasios para colaboradores y su grupo familiar
- Obra social prepaga para colaboradores y su grupo familiar

## FAMILIAR

- Apoyo a la primera infancia: cobertura de hasta \$176.000 para cuidado de hijos de hasta 3 años
- Licencia por paternidad: 3 días adicionales para acompañar los primeros momentos del bebé
- Soft landing: durante los primeros meses posteriores al nacimiento, las personas que se reincorporan al trabajo lo hacen de manera progresiva. A partir del cuarto mes, comienzan con una jornada de 4 horas, incrementándose gradualmente hasta alcanzar la jornada completa, manteniendo la totalidad de su remuneración.
- Vuelta al cole: voucher librería para colaboradores con hijos en edad escolar
- Colaboradores que estudian: voucher para compra de útiles
- Canasta navideña
- Club de veraneo para colaboradores y sus familias en verano
- Regalos para ocasiones especiales: nacimiento, casamiento, día de la madre, día del padre, día del niño

Para facilitar el acceso y la información sobre los beneficios, a través de **Grido Net**, nuestra intranet, centralizamos y comunicamos los beneficios disponibles. Cada semana, mediante **“Jueves de beneficios”**, acercamos novedades y oportunidades vigentes. Además, contamos con un bot de consultas que permite acceder de forma ágil a información sobre los beneficios disponibles.

## Cuidamos a quienes hacen posible Grido

Durante 2025, dimos un paso fundamental en nuestra madurez preventiva con el desarrollo e implementación del **Proceso Sistemático de Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos (IPER)**.

Este modelo, que hoy es el eje central de nuestra gestión en Seguridad y Salud Ocupacional, nos permite reconocer, evaluar y mitigar riesgos de manera proactiva:

- Iniciamos con éxito la implementación en el área de Producción y durante 2026, su uso se irá extendiendo progresivamente al resto de las áreas: Depósitos, Cámaras de Frío, Logística Interna, Sectores Administrativos y Mantenimiento.
- Este análisis nos provee de métricas críticas, como el **porcentaje de cumplimiento general por sector y el nivel de riesgo jerarquizado**, permitiéndonos tomar decisiones basadas en datos para proteger a nuestro equipo.

Fomentamos una cultura donde cada colaborador es un protagonista de la prevención por eso complementamos este enfoque con un **Sistema de Reporte de Peligros**, que permite a los colaboradores notificar condiciones inseguras en tiempo real mediante códigos QR.

- Cada reporte se verifica en campo en menos de 24 horas y se toman medidas según la jerarquía de controles, asegurando seguimiento, trazabilidad y feedback a los colaboradores.

Nuestra solidez reside en las personas que conforman nuestro equipo de trabajo. Entendemos que su seguridad y bienestar son el cimiento de nuestra operatividad: **solo en un entorno que prioriza la integridad física y emocional es posible trabajar con confianza y alcanzar la excelencia en cada proceso.**



Además, en 2025, fortalecimos también el proceso de **Gestión de Incidentes y No Conformidades**, alineada a ISO 45001, para asegurar investigación de causas raíz y reducción del riesgo operacional.

## Salud Integral y Prevención Especializada

Nuestro compromiso con la salud va más allá de la normativa; se traduce en infraestructura y capacitación constante:



### Atención Médica In situ

Contamos con un consultorio médico interno y equipamiento de primeros auxilios estratégicamente distribuido en todos los sectores operativos de la planta.



### Formación en seguridad y salud ocupacional

La prevención nace del conocimiento. Brindamos programas de capacitación técnica que abarcan desde inducciones y simulacros hasta protocolos críticos en cámaras de frío, trabajo en altura y manejo seguro de equipos pesados.



### Gestión de Contratistas

Extendemos nuestra cultura de cuidado a toda la cadena. Mediante un sistema digital centralizado, aseguramos que cada empresa externa que ingresa a nuestra planta cumpla estrictamente con los estándares legales y de nuestro sistema de gestión.



### Protección ante Riesgos Críticos

Atendemos con especial rigor los desafíos específicos de nuestra industria, como el estrés térmico en cámaras de almacenamiento y la prevención de incendios, mediante una combinación de ingeniería avanzada, equipos de protección personal (EPP) de alta gama y vigilancia médica especializada.

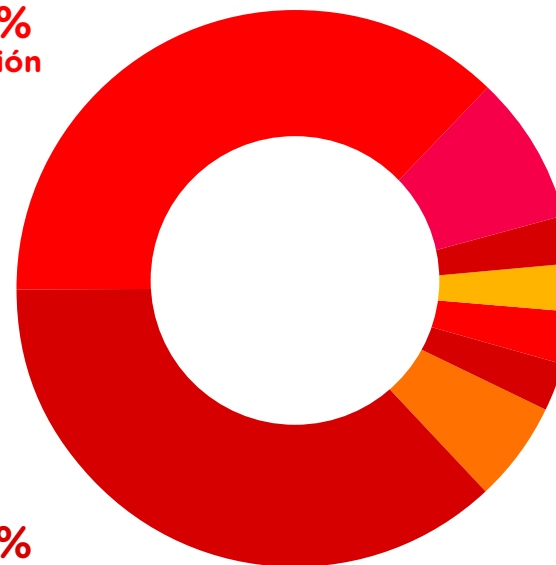
## La seguridad en números

Tipo de Accidente	2024	2025
Trabajo - denunciados a ART	38	34
Incidentes - atenciones médicas no denunciadas	6	6
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>400</b>

Categoría	2024	2025	Variación
Accidentes totales	44	40	10,0%
Accidentes con baja	38	34	11,8%
Causa: acto inseguro	15	21	-28,6%
Causa: condición insegura	12	8	50,0%

## Lesiones laborales

37,14%  
Contusión



37,14%  
Herida cortante

8,57%  
Tirón, sobre esfuerzo

2,86%  
Cuerpo extraño en el ojo

2,86%  
Esguince

2,86%  
Inflamación de tendones o músculos

2,86%  
Quemadura por temperatura extrema

5,71%  
Otros

## Un entorno de trabajo basado en el respeto

Contamos con una **Política contra el acoso y la violencia laboral** aplicable a todos nuestros colaboradores. La misma establece principios claros de convivencia, define conductas que no son toleradas y detalla los procedimientos a seguir ante situaciones que deben ser reportadas.

Para acompañar su implementación, disponemos de un canal de denuncia mediante formulario, que garantiza la confidencialidad y el resguardo de las personas involucradas, promoviendo un entorno de trabajo respetuoso y de confianza.

## 3.2

# Nuestra Red de Franquicias

Nuestra visión de cercanía trasciende fronteras para consolidarnos como una de las redes de franquicias más dinámicas de la región latinoamericana con presencia activa en Argentina, Chile, Paraguay, Perú y Uruguay.

Este despliegue territorial nos permite democratizar el acceso a productos de calidad para millones de familias, haciendo que ese momento de disfrute sea posible sin importar dónde se encuentren. Asimismo, generamos oportunidades económicas y de desarrollo para quienes forman parte de ella, fortaleciendo negocios, talento y emprendimiento en cada comunidad.



**+2.000**  
franquicias





**68 millones**  
de kilos vendidos



**114**  
nuevas  
franquicias



**+101 millones**  
de tickets emitidos  
en nuestros puntos de venta



**30 millones**  
de clientes,  
llegando a 7,5 millones  
de familias

Información estimada de acuerdo a porcentaje de ventas de Club Grido, y estimaciones de una composición familiar promedio de cuatro integrantes



**+6 millones**  
de socios activos  
de Club Grido

## Helado y oportunidades en cada país

### Perú

Presencia en Lima  
(Región Metropolitana)

### Chile

Presencia en zona Centro de Chile:  
Región Metropolitana,  
Región Metropolitana  
y Región Biobío

### Argentina

Presencia en las 23 provincias

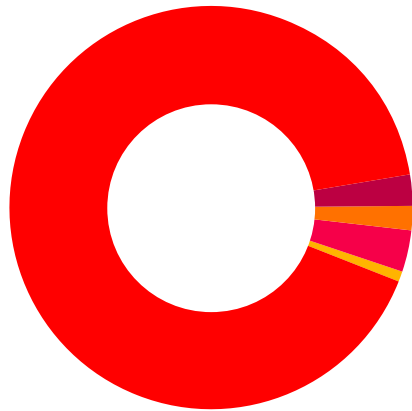
### Paraguay

Presencia en 15 departamentos

### Uruguay

Presencia en los 19 departamentos

### Nuestra presencia por país



**91,4%**  
Argentina

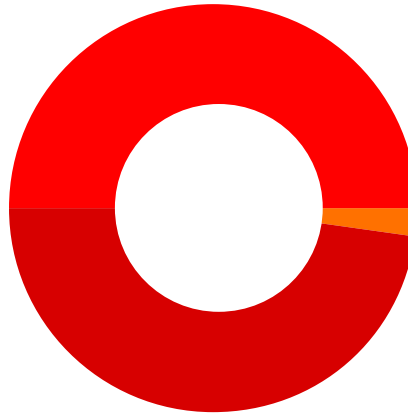
**2,6%**  
Chile

**1,9%**  
Paraguay

**3,3%**  
Uruguay

**0,8%**  
Perú

### Cómo se componen nuestras ventas

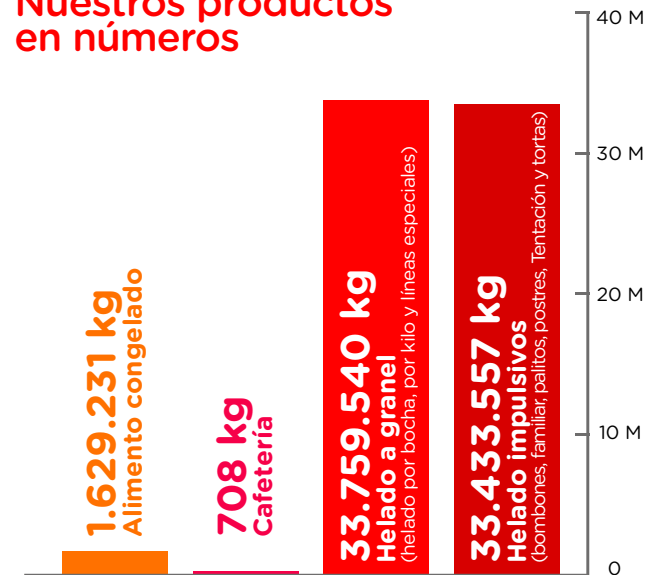


**50%**  
Helado a granel

**2%**  
Alimento congelado

**48%**  
Helado impulsivos

### Nuestros productos en números



# Millones de momentos compartidos en cada país

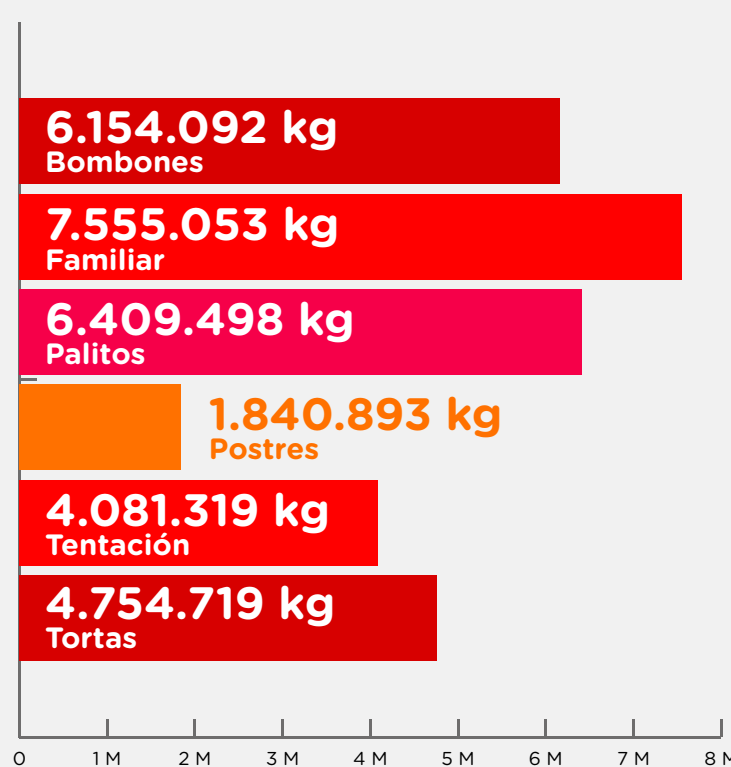


## Argentina

Detalle de ventas de Helado a granel



Detalle de ventas de Helado impulsivos



**63,3 millones** de kilos mix vendidos



**49%** de ventas de helado a granel de los cuales 37% es helado por kilo



**48%** de ventas de helado impulsivos siendo los bombones, palitos y helados familiares los más elegidos

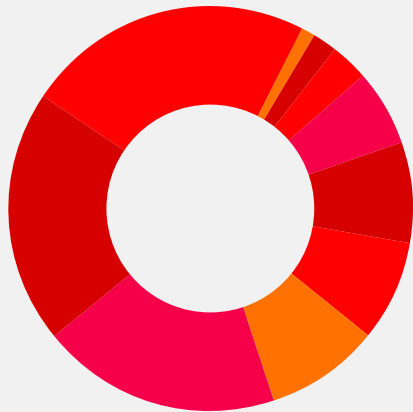


## Chile

**23%**  
Tentación

**20%**  
Helado por bocha

**19%**  
Helado por kilo



**1%**  
Alimento congelado

**2%**  
Líneas especiales

**3%**  
Postres

**6%**  
Tortas

**8%**  
Familiar

**8%**  
Bombones

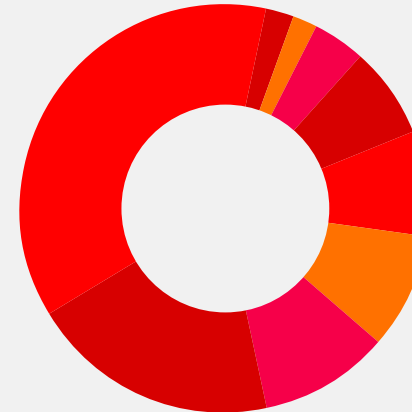
**9%**  
Palitos



## Paraguay

**36%**  
Helado por kilo

**19%**  
Helado por bocha



**2%**  
Postres

**2%**  
Líneas especiales

**4%**  
Tentación

**7%**  
Palitos

**8%**  
Tortas

**9%**  
Bombones

**10%**  
Familiar



**1,8 millones**  
de kilos mix vendidos



**49%**  
de ventas de helado a granel



**57%**  
de ventas de helado impulsivos



**1,3 millones**  
de kilos mix vendidos



**57%**  
de ventas de helado a granel



**40%**  
de ventas de helado impulsivos

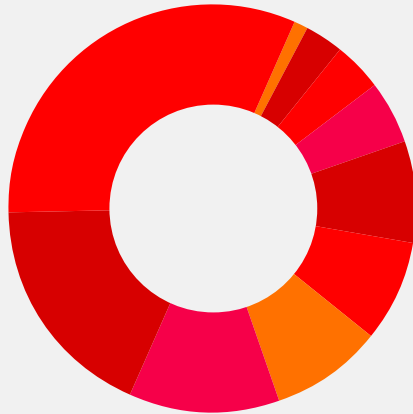


## Uruguay

**32%**  
Helado por kilo

**18%**  
Helado por bocha

**12%**  
Tentación



**1%**  
Alimento congelado

**3%**  
Líneas especiales

**4%**  
Postres

**5%**  
Tortas

**8%**  
Palitos

**8%**  
Familiar

**9%**  
Bombones

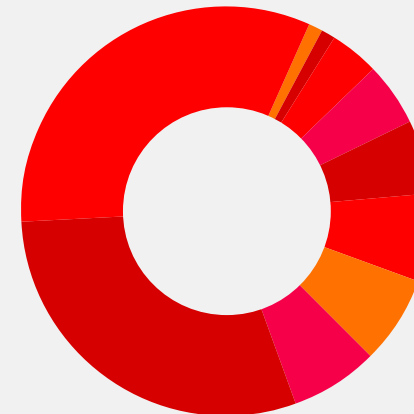


## Perú

**33%**  
Helado por kilo

**30%**  
Helado por bocha

**7%**  
Bombones



**1%**  
Alimento congelado

**1%**  
Líneas especiales

**4%**  
Postres

**5%**  
Tortas

**6%**  
Palitos

**7%**  
Tentación

**7%**  
Familiar



**2,2 millones**  
de kilos mix vendidos



**53%**  
de ventas de helado a granel



**46%**  
de ventas de helado impulsivos



**546 mil**  
kilos mix vendidos



**63%**  
de ventas de helado a granel



**36%**  
de ventas de helado impulsivos

## Conectando con nuestra red

Nuestra gestión se basa en una comunicación bidireccional y continua con cada franquiciado, asegurando un acompañamiento que trasciende lo operativo. Para garantizar un flujo de información ágil, articulamos un ecosistema de contacto que integra herramientas digitales como **GridoNet**, plataformas de mensajería y entornos de colaboración virtual, junto con instancias de encuentro presencial que refuerzan el vínculo humano.

Este esquema de cercanía se complementa con programas diseñados para la profesionalización del rol emprendedor. Brindamos herramientas estratégicas y asesoramiento especializado que permiten a los franquiciados potenciar la gestión de sus negocios, asegurando que el crecimiento de cada heladería contribuya a la solidez y competitividad de toda la organización.

## Canal e-commerce

Es un eje fundamental de nuestra estrategia de comercialización, diseñado para ofrecer una experiencia de compra ágil y práctica. A través de una arquitectura que combina plataformas propias (como la App Grido) con los principales *marketplaces* de la región (PedidosYa, Rappi, Uber y Mercado Libre), logramos expandir nuestra capilaridad y adaptarnos a los nuevos hábitos de consumo.

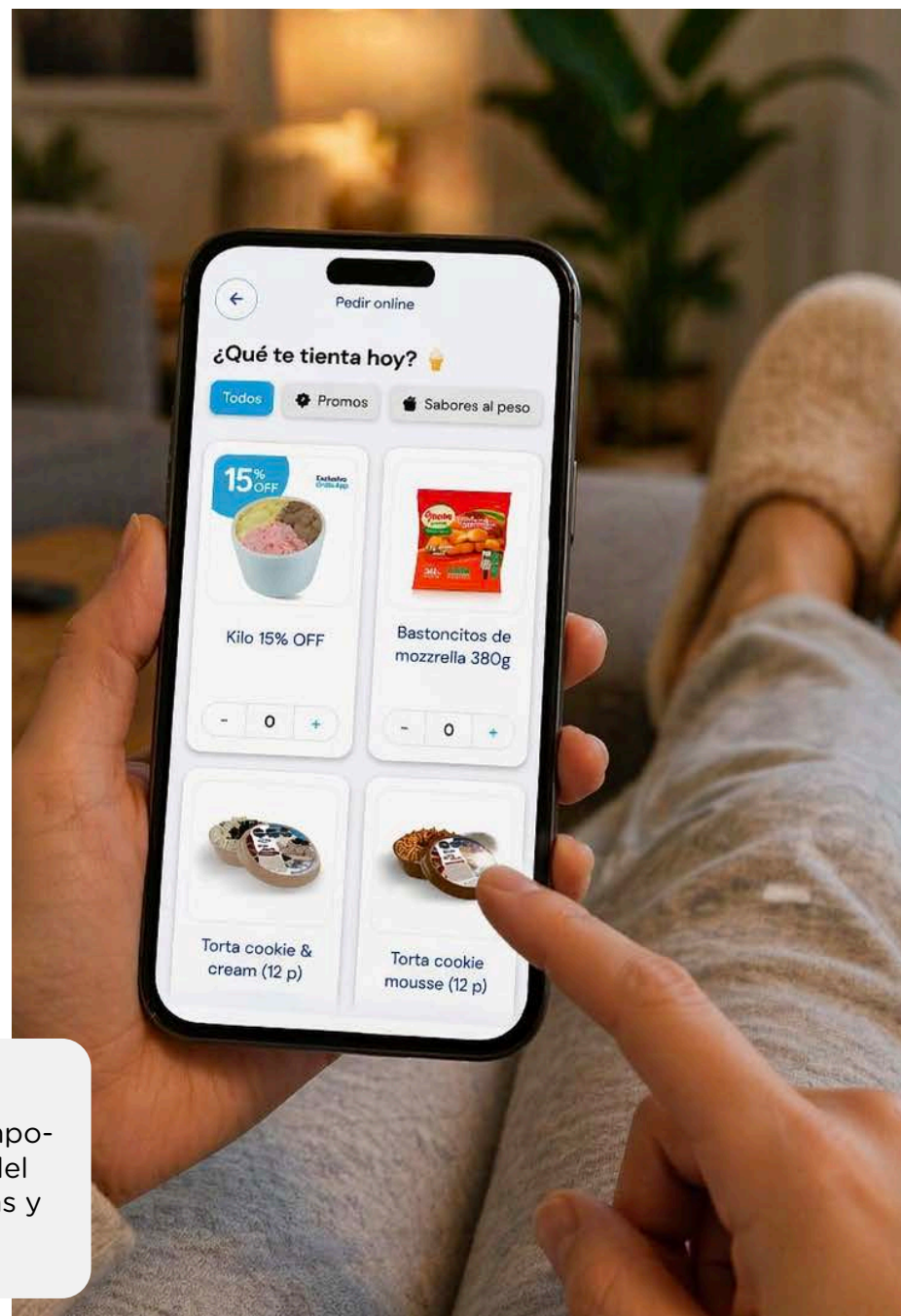
Con operaciones activas en los cinco países donde estamos presentes, este canal alcanzó hitos significativos durante el último período:

### Crecimiento del 40%

en volumen durante el último año, consolidando su desarrollo y aumentando su participación en la venta a cliente final hasta alcanzar el 10%.

### 7,4 millones de kilos

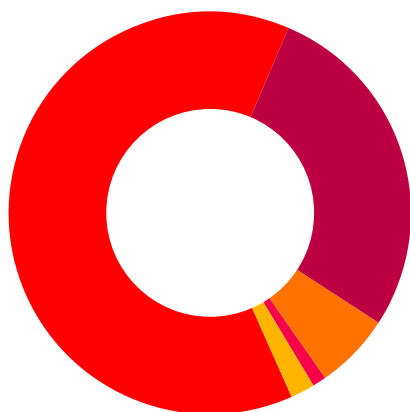
aporte estimado al cierre de la temporada, una cifra que reafirma el rol del e-commerce como motor de ventas y pilar de nuestra expansión futura.



# Oportunidades de empleo en cada franquicia

Cada franquicia es mucho más que un punto de venta: es un espacio de trabajo que abre oportunidades en su comunidad. Detrás de cada heladería hay personas que crecen, aprenden y encuentran una fuente de ingreso, contribuyendo al desarrollo local y al día a día de muchas familias.

## Colaboradores de franquicias por rango etario



**63%**  
entre 20 y 25 años

**28%**  
entre 26 y 30 años

**6%**  
entre 30 y 40 años

**1%**  
entre 40 y 50 años

**2%**  
menos de 20 años



**7.388**  
empleos generados  
por la red de franquicias

## Colaboradores por franquicias por región

Región	Cantidad
Buenos Aires y CABA	2183
Centro	978
Chile	269
Cuyo	593
Litoral	813
Norte	1309
Paraguay	193
Patagonia	587
Perú	130
Uruguay	333
<b>Total general</b>	<b>7388</b>



# Acompañamiento y seguimiento de la red

Para asegurar que la experiencia sea consistente en cada comunidad, implementamos un modelo de **Scoring de Desempeño** que evalúa a nuestras franquicias bajo objetivos estratégicos predefinidos. Esta herramienta permite estandarizar criterios y prácticas, evitando la discrecionalidad y promoviendo una gestión más transparente y consistente.

Más que un sistema de control, el *scoring* es un diagnóstico que nos permite identificar necesidades específicas y diseñar planes de mejora personalizados en cinco dimensiones clave:



## Satisfacción del Cliente

Calidad de la experiencia y atención.



## Red de calidad

Cumplimiento de procesos de marca.



## Bienestar de las Personas

Calidad del entorno laboral.



## Crecimiento comercial

Evolución y solidez del negocio.



## Políticas Comerciales

Alineación con la estrategia de la organización.



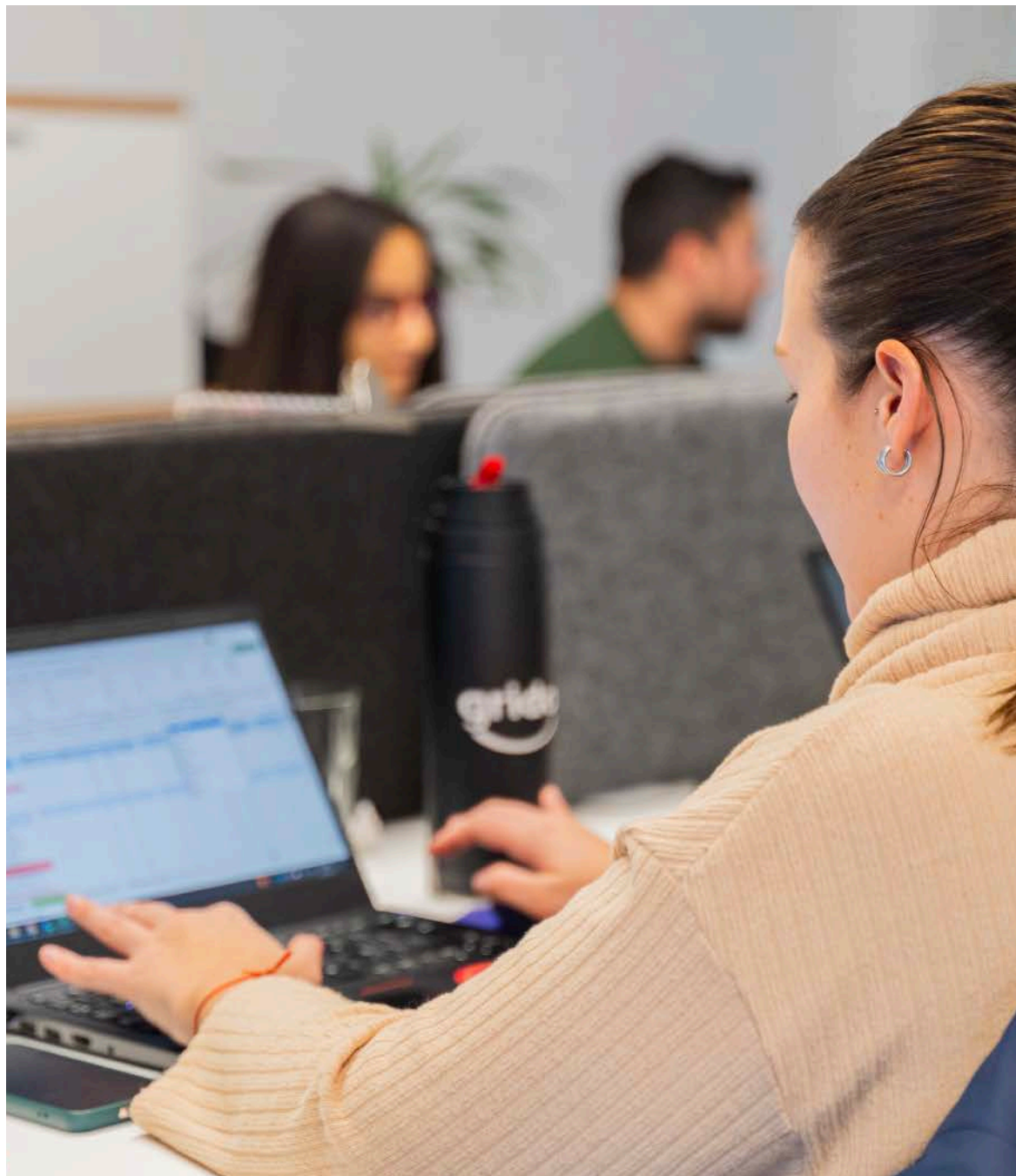
**Conocé más en Calidad en el Punto de Venta: Excelencia en cada Barrio**

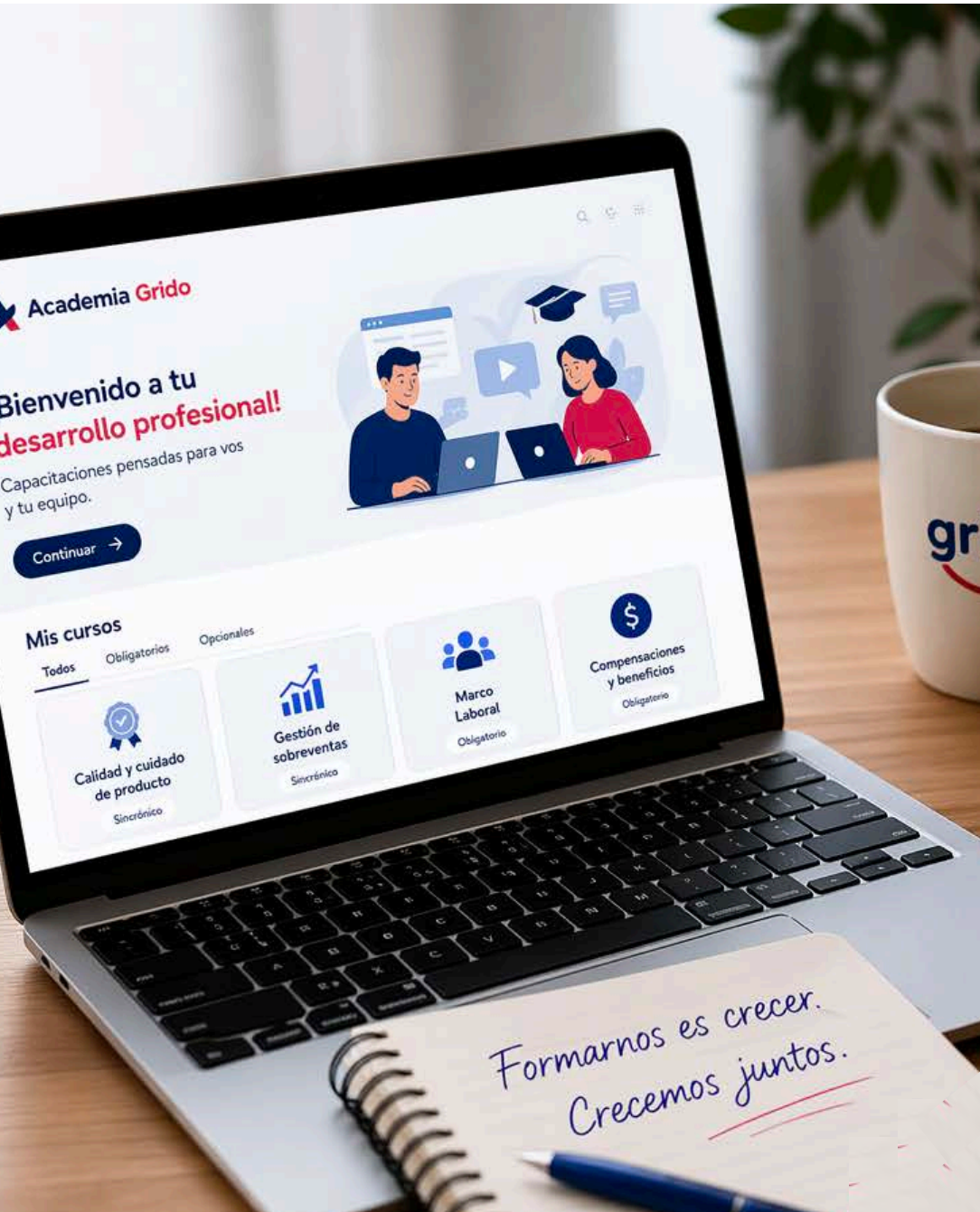
## Formación y desarrollo en nuestra red de franquicias

Creemos en el aprendizaje como motor de crecimiento. Por eso, acompañamos a nuestra red con herramientas, espacios de formación y canales de intercambio que fortalecen la gestión y el desarrollo de cada franquicia.

En los últimos dos años, conformamos un equipo específico orientado a fortalecer el acompañamiento a la red de franquicias, con una mirada integral que abarca tanto la formación de los colaboradores como las condiciones laborales. En este marco, se impulsan iniciativas de capacitación y desarrollo, junto con el seguimiento de aspectos clave de gestión.

- Entre ellos, se revisan las escalas salariales y, en aquellos casos donde se identifican situaciones por debajo del salario mínimo vital y móvil, se generan instancias de diálogo con los franquiciados para definir posibles acciones.
- Se promueve la optimización de recursos a través de desafíos operativos, como la estandarización del tamaño de la bocha de helado.
- Este trabajo se complementa con la revisión progresiva de otros aspectos, como uniformes y condiciones de higiene y seguridad, promoviendo la mejora continua en toda la red.





## → ACADEMIA GRIDO

Es nuestra plataforma de e-learning que de manera sincrónica y asincrónica ofrece distintas formaciones para franquiciados y sus equipos, que combinan contenidos obligatorios y opcionales. En 2025 realizamos formaciones sincrónicas de Calidad y cuidado de producto, y de Gestión de sobreventas, además de la currícula obligatoria para todos los franquiciados: Marco Laboral, Compensaciones y beneficios, Negociación, y Satisfacción y bienestar, entre otros.

En 2026 trabajaremos con un plan completo y abarcativo para el desarrollo de los colaboradores.

**+6.500**  
colaboradores  
capacitados

**+1.200**  
franquiciados  
capacitados

**188 h**  
de formación  
promedio  
colaboradores

**28 h**  
de formación  
promedio  
franquiciados

## → ESPACIOS DE INTERCAMBIO

Para fortalecer cada instancia de aprendizaje, contamos con distintos espacios de escucha y seguimiento. Implementamos encuestas de salida en todas las propuestas de formación —cursos, Conversatorios y reuniones de equipo (REG)—, canales de contacto como el WhatsApp de Academia Grido, y tutorías personalizadas, donde cada participante es acompañado de manera cercana para favorecer el éxito de su proceso formativo.

### Herramientas de gestión

Manual operativo digital con contenidos audiovisuales, procedimientos y lineamientos que acompañan la operación diaria.

### Comunicación permanente

Campañas mensuales y canales directos que facilitan el acceso a información clave.

## Entornos seguros

En Grido promovemos prácticas de seguridad ocupacional en nuestra red de franquicias, acompañando a los franquiciados en la generación de entornos de trabajo seguros. En este marco, se realizan auditorías periódicas orientadas a relevar condiciones y fomentar el cumplimiento de estándares definidos.

A partir de estas instancias, se identificaron oportunidades de mejora principalmente vinculadas al uso adecuado de uniformes y vestimenta, y en segundo lugar, al uso de elementos de protección personal (EPP). Asimismo, hace un año estamos trabajando en planes de mejora enfocados especialmente en los aspectos de espacios físicos y de descanso, y de seguridad e higiene.

Región/Eje	Uniformes y Vestimenta	Espacios físicos y Descanso	Seguridad e Higiene	Elementos de Protección Personal (EPP)
Buenos Aires y CABA	98,6%	73,6%	82,2%	83,8%
Centro	88,1%	65,4%	73,3%	81,0%
Chile	90,2%	89,1%	55,1%	72,1%
Cuyo	89,1%	62,1%	61,6%	80,7%
Litoral	92,1%	73,9%	80,5%	84,2%
NEA	94,4%	56,5%	61,3%	75,8%
NOA	98,6%	59,4%	95,4%	88,8%
Paraguay	93,1%	55,8%	77,5%	79,5%
Patagonia	100%	63,8%	73,5%	83,4%
Perú	83,3%	74,8%	66,7%	100%
Uruguay	88,8%	77,0%	56,2%	80,4%

## 3.3

## Vía Bana: Innovación social para transformar comunidades

Esta plataforma está diseñada para democratizar el espíritu emprendedor. A través de un modelo de negocio inclusivo, transformamos la comercialización de helado de alta calidad en un vehículo de movilidad social, permitiendo que miles de familias generen ingresos dignos y mejoren su calidad de vida desde sus propios hogares.

Entendemos que emprender es un camino de desafíos variables; por ello, nuestra gestión trasciende la venta de producto y se enfoca en la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

- Durante 2025, implementamos la iniciativa **“Llenado de Cámaras”**, un programa de financiamiento adaptado que permitió a las emprendedoras stockearse en temporada baja con condiciones de pago diferido. Esta herramienta de alivio financiero asegura la continuidad operativa y protege la economía familiar en los períodos de menor demanda.



**+1.200**  
heladerías sociales  
90% lideradas por mujeres  
jefas de hogar



Conocé más acerca de este programa en nuestra web

## Formación que impulsa nuevas oportunidades

La profesionalización es el motor que convierte un puesto de venta en una unidad de negocio exitosa. Desde nuestro equipo de Heladerías Sociales brindamos capacitaciones y acompañamiento continuo que dota a las emprendedoras de las competencias necesarias para liderar sus proyectos con visión empresarial.

Durante el 2025, consolidamos este compromiso con hitos de formación de alto impacto:



# 12

**programas integrales de capacitación realizados**

**600 emprendedoras** potenciaron su perfil profesional



## Ejes Estratégicos

### Programa de Fortalecimiento Digital

En alianza estratégica con **MET (Mujeres en Tecnología)**, desarrollamos un ciclo de formación de 12 módulos técnicos. Este espacio permitió a las participantes incorporar herramientas críticas en gestión de rentabilidad, estrategias comerciales y el uso avanzado de aplicaciones digitales. Un diferencial de este programa es su integración con el sistema de **Scoring de Grido**, donde el compromiso con el aprendizaje se traduce directamente en una mejor calificación y solidez para su negocio.

### Comunidad de Aprendizaje Semanal

Consolidamos un ecosistema de intercambio técnico con sesiones semanales enfocadas en la excelencia operativa. Con una participación sostenida de más de **300 emprendedoras por encuentro**, este espacio no solo resuelve consultas operativas, sino que fomenta el apoyo entre pares y el intercambio de experiencias exitosas entre las emprendedoras y los colaboradores de la organización.

### Ecosistema Virtual Flaminco

La tecnología es nuestro aliado para eliminar fronteras geográficas. Nuestra plataforma **Flaminco** funciona como el núcleo digital que centraliza todos los contenidos y capacitaciones, permitiendo a las emprendedoras acceder de forma ágil a las herramientas de formación desde cualquier ubicación y en el momento que su negocio lo requiera.

## Midiendo el bienestar de las familias

Para que nuestro impacto sea real, debe ser medible. A través de la implementación del **Semáforo de Eliminación de la Pobreza**, hemos consolidado un diagnóstico multidimensional sobre la realidad de las familias que integran el programa. Esta herramienta estratégica, basada en una encuesta de auto-percepción donde las personas se identifican con distintas realidades, nos permite identificar fortalezas y desafíos en el hogar de cada emprendedor, generando la inteligencia necesaria para diseñar intervenciones más cercanas y efectivas.

Este primer relevamiento sienta las bases para escalar el impacto de la iniciativa, situando a la familia y sus oportunidades de desarrollo en el centro de nuestra gestión:

**1.083**  
personas  
encuestadas  
de nuestra red y  
de otras empresas

**289**  
familias

**45**  
indicadores  
de bienestar



Los primeros indicadores permiten visibilizar tendencias relevantes sobre la situación socioeconómica de nuestra red de emprendedoras sociales: **el 73,8% se encuentra fuera de situación de pobreza**, mientras que un 19,2% presenta aspectos a fortalecer para mejorar su calidad de vida y un 6,9% enfrenta condiciones de pobreza extrema, con privaciones que impactan en su bienestar cotidiano.

Identificamos desafíos prioritarios en dimensiones vinculadas a la estabilidad de ingresos, la capacidad de ahorro y condiciones de infraestructura en la vivienda. Al mismo tiempo, el diagnóstico revela fortalezas en las redes de apoyo ya construidas, lo que nos permite orientar esfuerzos hacia las áreas que resultan determinantes para el desarrollo de cada hogar.

### Resultado Global - Distribución del Semáforo

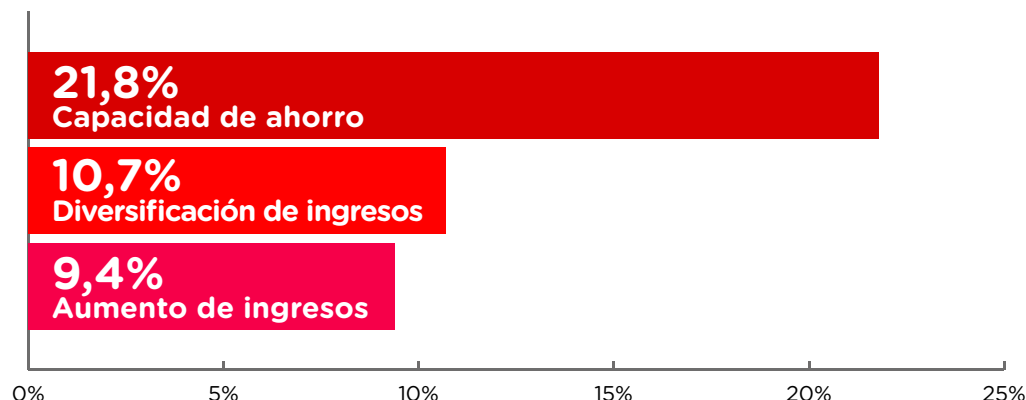


### Diagnóstico por dimensión

Dimensión	Verde	Amarillo	Rojo	Estado
Ingresos y Empleo	51%	29%	20%	Crítica
Organización y Participación	53%	22%	24%	Crítica
Salud y Medioambiente	76%	20%	4%	Atención
Educación y Cultura	76%	17%	6%	Atención
Interioridad y Motivación	78%	20%	2%	Sólida
Vivienda e Infraestructura	88%	11%	1%	Sólida

Estado CRÍTICA: requiere intervención inmediata. Estado SÓLIDA: base establecida sobre la cual construir.

### Lo que las familias quieren resolver



De cara a 2026–2027, definimos una hoja de ruta con acciones escalonadas para fortalecer el programa.

En el **corto plazo**, priorizamos la movilización interna a través de instancias de educación financiera desde el onboarding, el mapeo de habilidades para generar ingresos complementarios y la activación de redes entre familias, junto con la revisión de documentación clave.

En el **mediano plazo**, buscamos potenciar alianzas estratégicas con actores como microfinancieras y centros de salud, e incorporar herramientas para la planificación estacional y la diversificación de ingresos.

Finalmente, en el **largo plazo**, nos enfocamos en consolidar el modelo mediante la medición de resultados, la sistematización del impacto y la escalabilidad de las iniciativas, priorizando los territorios con mayores niveles de vulnerabilidad.

## Proyectos a futuro

En abril de 2026, realizaremos un encuentro presencial que reunirá a nuestro Directorio, colaboradores, franquiciados, proveedores y emprendedoras sociales de diversas localidades. Este evento marcará el cierre de dos temporadas en las que celebramos nuestros 25 años, se consolidará como un espacio de networking y aprendizaje, donde los testimonios de superación y las charlas inspiradoras visibilizarán el poder transformador de nuestra red ante toda la comunidad Grido.



# Calidad que cuida



18 minutos



calidad, huella de carbono, ambiente,  
cadena de frío, proveedores



GRI 3-3, 302; 305; 306; 303; 2-27, 204-1



ODS 13

# Compromiso con nuestra casa común

## 4 Gestionar para transformar

### 4.1. Producción y cadena de valor responsable

Excelencia operativa: calidad e inocuidad alimentaria

Sistema de Gestión Integrado (SGI):

Un Compromiso Dinámico

Excelencia en la gestión de materias primas

Control de Procesos y Trazabilidad

Mejora Continua e Inversión Técnica

Impacto sistémico en Red

Compromiso desde el origen:

gestión y desarrollo de proveedores

Integridad de la cadena de frío:

Garantía de calidad en cada kilómetro

Calidad en el Punto de Venta:

Excelencia en cada Barrio

### 4.2 Cuidado del ambiente: nuestra casa común

Nuestra Huella de carbono

Gestión de la Energía y Acción por el Clima

Gestión del Agua

Gestión de residuos: Innovación y desarrollo de soluciones circulares

Gestión y valorización de residuos

La Estrategia de I+D como Motor de Circularidad

Celebrar con propósito: Nuestra Guía de Encuentros Sustentables

En Grido, entendemos que nuestra escala va de la mano de una gran responsabilidad. No concebimos el crecimiento sin una gestión rigurosa de los efectos que nuestra operación genera en el entorno.

Este capítulo detalla cómo transformamos nuestro propósito en procesos medibles, garantizando que cada producto que llega a las familias sea el resultado de una cadena de valor segura, eficiente y consciente.

## 4

# Gestionar para transformar

Para que nuestra promesa de hacer accesible la felicidad sea sostenible en el tiempo, no basta con buenas intenciones. Por eso, transformamos este compromiso en realidad a través de dos grandes motores que atraviesan cada fibra de la compañía.



## PRODUCCIÓN Y CADENA DE VALOR RESPONSABLE

Entendemos que nuestro impacto trasciende la fábrica por ello, consolidamos una red integral —del campo a la heladería— como una plataforma de impacto que integra desde el origen de la materia prima hasta la logística que alcanza a cada comunidad en la región.

## CUIDADO DEL AMBIENTE

Habitamos un hogar común con recursos finitos. Por ello, nuestra gestión se enfoca en la eficiencia hídrica y energética de la cadena de frío, la reducción de la huella de carbono y la evolución de nuestros envases hacia la economía circular.

Esta gestión integral es la que transforma nuestra escala en un impacto positivo, asegurando que el crecimiento de nuestra red sea siempre un sinónimo de bienestar e integridad.

4.1

# Producción y cadena de valor responsable

## Excelencia operativa: calidad e inocuidad alimentaria

La confianza de nuestros clientes se cultiva en cada etapa de la cadena de valor. Operar bajo los más altos estándares internacionales es la forma de asegurar que la inocuidad y la calidad sean pilares innegociables. Esta excelencia comienza en la planta industrial, donde un sistema de gestión robusto garantiza que cada proceso cumpla con las regulaciones globales más exigentes.



**PRODUCCIÓN RÉCORD**  
**95.497.053**  
**kilos de helado**

Cumplimos el **98%** del plan de producción anual



## Sistema de Gestión Integrado (SGI): Un Compromiso Dinámico

La planta industrial cuenta con políticas y procedimientos documentados que orientan a toda la organización hacia la mejora continua. Este sistema se valida a través de certificaciones de prestigio mundial que dan respaldo técnico al compromiso con la calidad:

### FSSC 22000

(Sistema de Certificación de Seguridad Alimentaria)<sup>1</sup>

Cubre integralmente la elaboración y despacho de los alimentos. Nos permite gestionar riesgos de inocuidad en toda la cadena de suministro, cumpliendo con las regulaciones internacionales más exigentes y garantizando procesos de despacho de excelencia.

### HACCP

(Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control)<sup>3</sup>

Constituye la base científica en materia de prevención. A través de este marco, identificamos, evaluamos y controlamos proactivamente peligros biológicos, químicos o físicos, eliminando riesgos antes de que el producto salga al mercado.

### ISO 9001:2015 (Gestión de Calidad)<sup>2</sup>

Asegura la estandarización y eficiencia de los procesos internos, manteniendo un enfoque inquebrantable en la satisfacción del cliente y la optimización constante de los servicios.



<sup>1</sup> Vigente hasta octubre de 2026. <sup>2</sup> Vigente hasta septiembre de 2026. <sup>3</sup> Vigente hasta mayo de 2026.

## Excelencia en la gestión de materias primas

Aplicamos controles de precisión para asegurar que cada material que ingresa a los procesos sea óptimo:



### Normas IRAM 15

Implementamos planes de muestreo estadístico con rigor científico para validar que materias primas y envases cumplan con especificaciones técnicas rigurosas antes de su liberación.



### Cuestionario de Requisitos de Calidad

Todo proveedor debe documentar sus estándares antes de integrarse a nuestra cadena, asegurando un alineamiento técnico desde el origen.

## Control de Procesos y Trazabilidad

La seguridad alimentaria se garantiza mediante auditorías de procesos semanales que monitorean variables como temperatura de almacenamiento, pH, y atributos sensoriales.



### Gestión de Desvíos

Bajo una política rigurosa, la producción se detiene ante cualquier anomalía. El producto o lotes que no alcanzan las especificaciones técnicas rigurosas de la compañía son apartados del circuito bajo estrictos protocolos de decomiso y disposición final.



### Trazabilidad Digital

Implementamos la digitalización de procesos para la carga de datos en tiempo real, vinculando materias primas con el producto final en pallets para actuar rápidamente ante cualquier no conformidad.

**Alcanzamos un 96,74% de cumplimiento de los objetivos de calidad y eficiencia en 2025**

## Mejora Continua e Inversión Técnica

La excelencia operativa es un objetivo móvil que requiere actualización constante. Por eso invertimos en capacitación técnica específica para el personal de inspección y en la actualización de infraestructura tecnológica para mantenernos a la vanguardia de la industria de alimentos congelados.

## Impacto sistémico en red

Nuestra visión nos impulsa a gestionar el negocio como una plataforma de impacto que trasciende las propias fronteras industriales. En Grido integramos procesos inteligentes, logística eficiente y aliados estratégicos bajo una premisa de valor compartido.

## Compromiso desde el origen: gestión y desarrollo de proveedores

Entendemos a nuestros proveedores como socios estratégicos de largo plazo. La red de abastecimiento es amplia y regional: contamos con **27 empresas de transporte** y **18 centros de almacenamiento** estratégicamente distribuidos en Argentina, Uruguay, Paraguay, Chile y Perú.

Esta infraestructura nos permite asegurar la disponibilidad de los productos en toda la región, garantizando que conserven sus propiedades y calidad técnica hasta llegar al consumidor.

Para asegurar una cadena de valor íntegra aplicamos un modelo de gestión basado en:



## EVALUACIÓN Y ESTÁNDARES DE CALIDAD

- Antes de iniciar el vínculo comercial, el **100% de los proveedores** de materias primas debe completar un cuestionario obligatorio donde certifican el cumplimiento de estrictas normas de higiene, seguridad alimentaria y respeto al medio ambiente.
- **Sistema de Evaluación (Scoring)**  
Monitoreamos el desempeño de nuestra red en tiempo real.
  - **Cumplimiento en la entrega**  
Aseguramos que los insumos ingresen a planta en los tiempos exactos para garantizar la continuidad del ciclo productivo. Logramos un **87% de eficacia en las entregas** en 2025.
  - **Prestación de Servicio**  
Evaluamos la capacidad de respuesta, la gestión de incidencias y la satisfacción general de las áreas operativas. Alcanzamos un **92% de desempeño favorable** en la prestación de servicios en 2025.
  - **Adopción de herramientas**  
Como parte de la estrategia de modernización, incentivamos a los socios a utilizar herramientas digitales de gestión. En 2025, el **72% de los proveedores** ya utiliza activamente las plataformas de trazabilidad y comunicación, lo que reduce errores manuales y agiliza el intercambio de información entre la fábrica y la red logística.





## COMPROMISO CON EL TRABAJO DECENTE Y LA SEGURIDAD

La responsabilidad se extiende a cada persona que forma parte de la cadena de valor. A través de la plataforma digital de gestión (GCG), supervisamos que todas las empresas contratistas cumplan con los marcos legales vigentes:

- Verificamos que el personal cuente con sus seguros actualizados, respete los descansos obligatorios y trabaje en entornos seguros.
- En el sector logístico, monitoreamos horarios y rutas para promover la **seguridad vial**, protegiendo tanto a los transportistas como a la comunidad.

## SOSTENIBILIDAD Y CUIDADO DEL ENTORNO

La escala de nuestra red nos permite liderar proyectos de impacto ambiental que transforman la industria:

### → Gestión Climática

Colaboramos activamente con los productores lácteos en la identificación de prácticas que permitan reducir las emisiones en el origen de la principal materia prima.

### → Innovación en Empaques

Trabajamos con los proveedores de envases para reducir el uso de plásticos vírgenes. Actualmente, los filmes protectores ya incorporan un 10% de material reciclado.

### → Logística Inteligente

Utilizamos tecnología satelital (GPS) para optimizar recorridos, lo que se traduce en un menor consumo de combustible y una reducción directa de la huella de carbono.

Más allá de los controles, **realizamos visitas anuales** para verificar procesos en sitio. Si detectamos oportunidades de mejora, brindamos apoyo técnico para que nuestros proveedores alcancen estándares de excelencia junto con nosotros.

Finalmente, para fortalecer la solidez de este ecosistema, mantenemos un compromiso firme de **previsibilidad financiera**. Realizamos los pagos en plazos no mayores a 30 días, asegurando que los negocios de los proveedores sean sostenibles y saludables en el tiempo.

## Bienestar Animal y Producción Inteligente en tambos

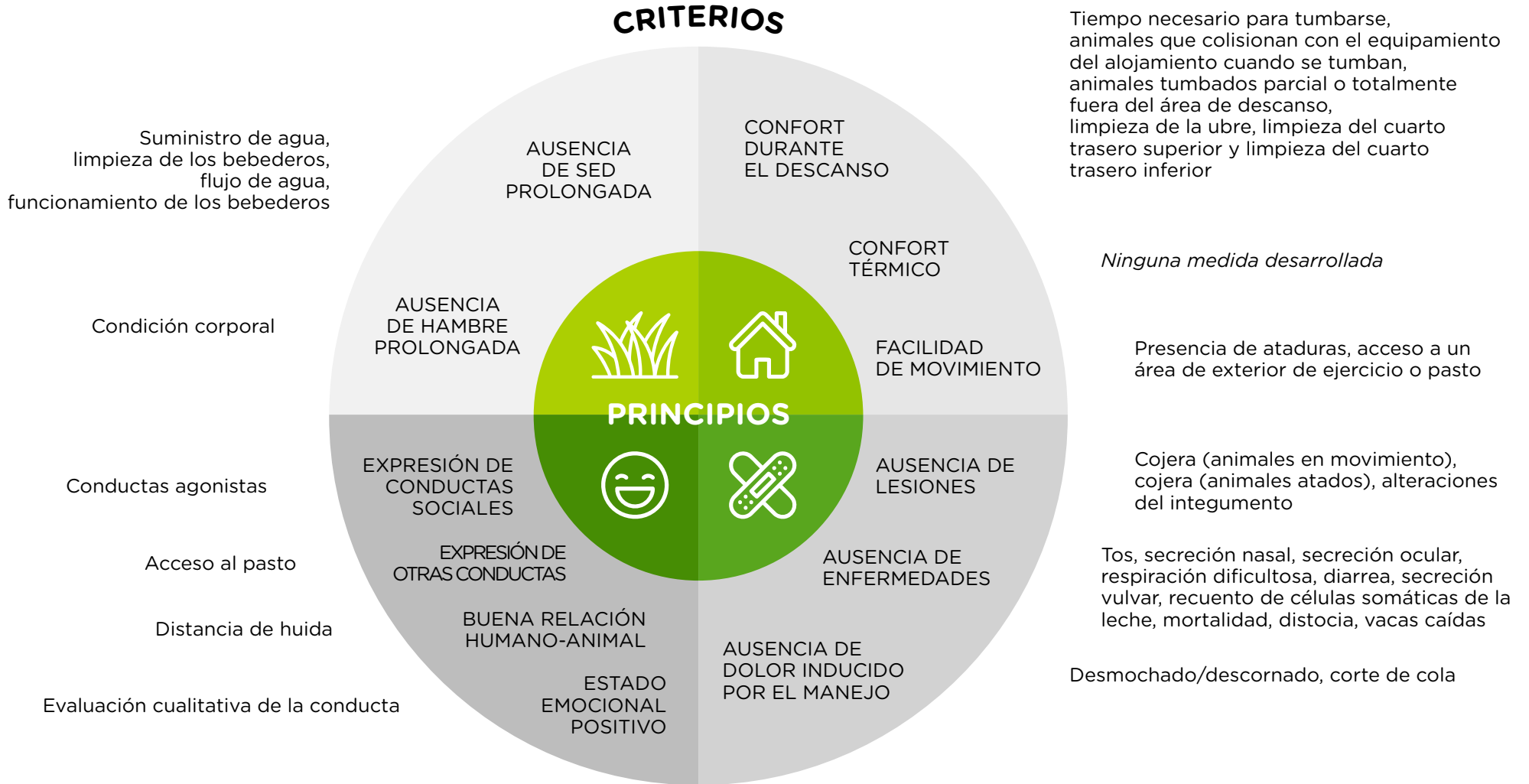
Nuestra responsabilidad comienza en el campo. Bajo el enfoque de **"One Welfare" (Un solo Bienestar)**, reconocemos que el bienestar animal, el de las personas y el del medio ambiente son dimensiones interconectadas e inseparables.



Desde 2015, iniciamos una transformación estratégica al integrar directamente a **10 tambos proveedores** (9 en Córdoba y 1 en Santa Fe) en nuestra cadena de valor, asegurando cercanía, trazabilidad y una relación de largo plazo basada en la excelencia.



# Indicadores a evaluar con el protocolo Welfare



Durante el periodo 2024-2025, esta alianza se fortaleció mediante dos hitos clave:



### Auditorías Piloto Welfare Quality®

Consolidamos un programa en **8 tambos estratégicos** para evaluar el cumplimiento de estándares internacionales de bienestar animal. Esta labor técnica realizada en 2025 permitió que el **GrupoChiavassa** se posicionara para obtener en 2026 la primera certificación *Welfare Quality®* de Argentina, marcando el estándar de confort y salud animal que buscamos extender a toda nuestra red.

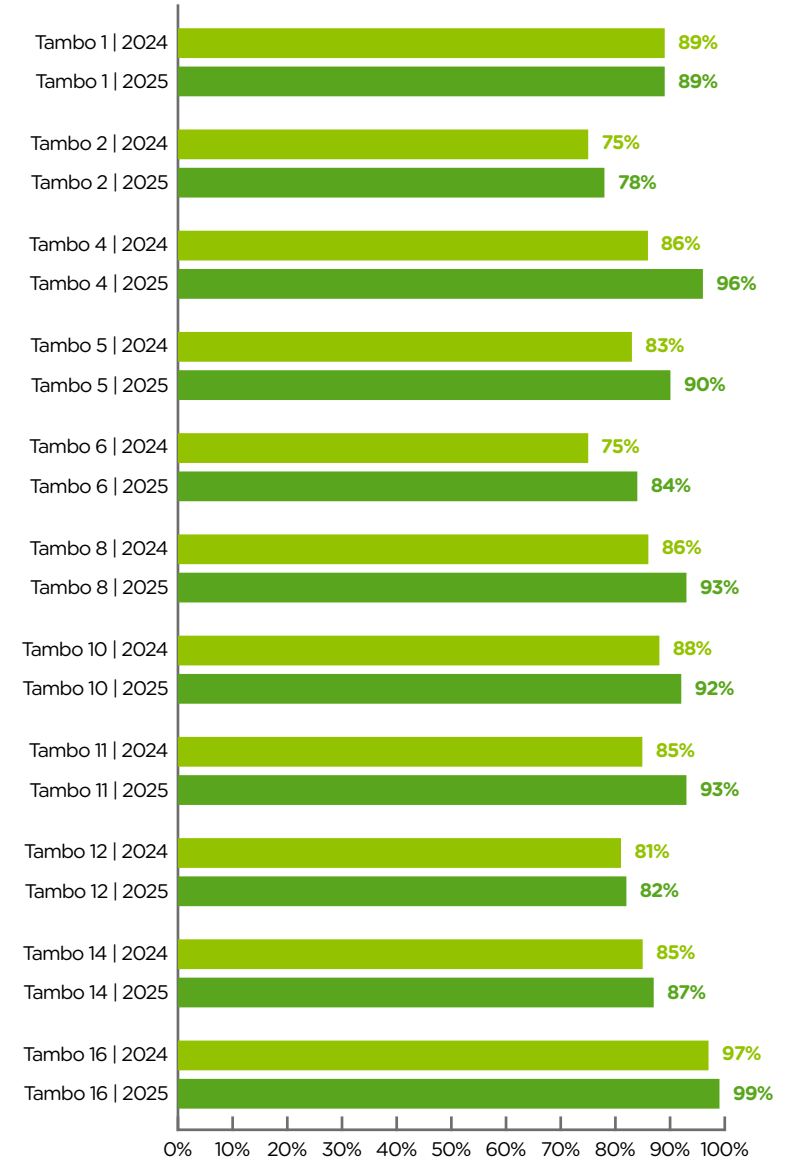


### Transición hacia Tambos Climáticamente Inteligentes

En colaboración con **INTA, universidades y el financiamiento de FONTAGRO**, implementamos una plataforma digital para auditar 148 prácticas productivas. Este sistema no sólo mide el bienestar animal y la productividad, sino que evalúa la capacidad de adaptación al cambio climático y la salud del ecosistema rural.

Para incentivar esta transformación, mantenemos una política de **pago por calidad superior al promedio del mercado**, asegurando que la inversión en bienestar y tecnología se traduzca en rentabilidad y permanencia para las familias productoras.

## Indicadores a evaluar con el protocolo Welfare



## Integridad de la cadena de frío: Garantía de calidad en cada kilómetro

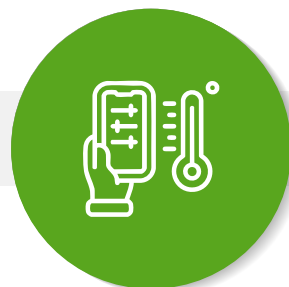
Preservar la estructura, el sabor y la inocuidad depende de una logística de precisión. La **cadena de frío** es el compromiso técnico que asegura que el producto mantenga su integridad total desde el centro de distribución hasta el hogar del cliente.



### VIGILANCIA TECNOLÓGICA: TRAZABILIDAD Y VISIBILIDAD EN TIEMPO REAL

Gestionamos una red logística inteligente que conecta nuestra planta con cada rincón de la región mediante la integración de sistemas **GPS** y **TMS**, brindando visibilidad total del viaje. Esta tecnología nos permite:

- **Evidencia de recorrido**  
Documentar con precisión cada kilómetro avanzado, optimizando las rutas para reducir tiempos y consumo de combustible.
- **Gestión de tiempos**  
Monitorear en tiempo real los horarios de salida y arribo, permitiendo a la red de franquiciados anticipar la recepción de mercadería y organizar sus recursos de manera eficiente.
- **Transparencia operativa**  
Contar con datos históricos y en vivo para tomar decisiones ágiles ante cualquier imprevisto en el camino, asegurando que el flujo de productos nunca se detenga.



### CONTROL TÉRMICO ESTRICTO

Supervisamos la temperatura de manera estricta y permanente durante todo el tránsito.

- **Integridad microbiológica**  
El monitoreo constante asegura que el producto se mantenga por debajo de los límites críticos, eliminando cualquier riesgo de proliferación bacteriana.
- **Promesa de experiencia**  
Un helado Grido es un producto que **nunca rompió su ciclo de frío**. Esto garantiza que la cremosidad y estructura diseñadas en nuestra fábrica lleguen intactas a la mesa del cliente, sin cristales de hielo ni alteraciones físicas.
- **Sensores activos**  
Utilizamos tecnología de medición que nos alerta de forma inmediata ante cualquier oscilación térmica, permitiendo acciones correctivas antes de que la calidad se vea comprometida.



### INDICADORES DE EXCELENCIA: PRECISIÓN Y CUMPLIMIENTO EN CADA ENTREGA

Consolidamos nuestra precisión operativa mediante el indicador **OTIF** (On Time In Full):

- **On Time (puntualidad)**  
Analizamos cada desviación en los tiempos de entrega para identificar cuellos de botella y mejorar la puntualidad, un factor crítico para la planificación comercial del franquiciado.
- **In Full (pedido completo)**  
Medimos que el 100% de las unidades solicitadas lleguen a destino, minimizando faltantes y asegurando que el consumidor siempre encuentre su producto favorito disponible.
- **Gestión de incidencias**  
Evaluamos activamente reclamos y devoluciones para optimizar nuestro nivel de servicio. Para nosotros, cada incidencia es un activo de aprendizaje: nos impulsa a perfeccionar nuestros procesos cada día, asegurando que el respaldo de la red se traduzca en una ejecución impecable y en la tranquilidad que cada familia merece al elegirnos.

## Calidad en el Punto de Venta: Excelencia en cada Barrio

Nuestra responsabilidad trasciende la fábrica y se extiende hasta el momento en que el producto es servido. Para que cada una de nuestras heladerías opere con la misma rigurosidad, implementamos un ecosistema de control único:



### Estandarización normativa

Contamos con un **Manual de Calidad para Heladerías** que dicta protocolos estrictos de higiene, manipulación y mantenimiento. Este manual es la hoja de ruta que permite a cada franquiciado gestionar su negocio bajo los mismos estándares de excelencia que aplicamos en nuestra planta industrial.



### Auditorías de experiencia y seguridad

Realizamos verificaciones periódicas en los puntos de venta de toda la región. Estas auditorías no solo validan el cumplimiento de los estándares de marca, sino que aseguran con exactitud los requisitos bromatológicos, garantizando que la experiencia sea idéntica, segura y superadora en cualquier rincón donde estemos presentes.



### Escucha activa y mejora continua

Gestionamos las consultas y reclamos como un activo estratégico. A través del **monitoreo de calidad percibida**, transformamos cada comentario o sugerencia en información técnica valiosa. Lo que nuestros clientes experimentan y nos cuentan vuelve directamente a los equipos de calidad y elaboración; así, cerramos el círculo de retroalimentación, convirtiendo una percepción en el punto de venta en una innovación o un ajuste inmediato en los procesos industriales.

grido

## 4.2

# Cuidado del ambiente: nuestra casa común

El respeto por el capital natural es clave para la resiliencia. Entendemos que la escala de producción debe estar acompañada de una gestión responsable de los recursos naturales.

Nuestro compromiso con la gestión de impactos no es estático; es un motor de innovación que impulsa la transformación de todo el modelo de negocio. Actualmente, centramos los esfuerzos en tres ejes estratégicos que definen la hoja de ruta hacia la sostenibilidad:

### Transformación Digital

Estamos migrando hacia una operación plenamente digitalizada. El objetivo es lograr una trazabilidad total de los procesos eliminando el uso de papel, lo que no solo mejora la eficiencia, sino que reduce la huella administrativa y operativa.

### Evolución del Portfolio

Innovamos constantemente en el desarrollo de nuevos productos. Buscamos crear líneas que no solo ofrezcan perfiles nutricionales superadores, sino que también minimicen su impacto ambiental a través de ingredientes de origen responsable y procesos de fabricación más eficientes.

### Expansión Responsable

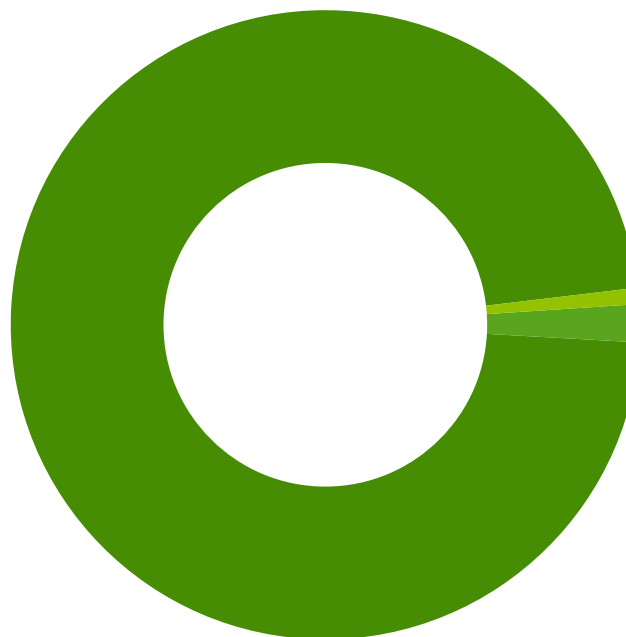
Cada vez que llegamos a un nuevo mercado, no solo llevamos los productos, sino también nuestro modelo de gestión. La expansión regional es la oportunidad de replicar y escalar estas prácticas de respeto al entorno en cada comunidad donde nos integramos.



## Acción por el Clima: Trazabilidad y Transparencia en la Huella de carbono

En Grido, entendemos que cuidar el mañana es el desafío más urgente de nuestra generación. Por eso, nuestra estrategia ambiental no se detiene en los muros de la fábrica; abraza la complejidad de toda la red. En 2025, consolidamos un **Monitoreo Multidimensional** que nos permite no solo conocer la huella, sino gestionarla con la precisión que el planeta exige.

Medir nuestro impacto es la hoja de ruta para la acción. Tras la primera medición realizada en 2022, presentamos hoy la actualización del inventario de Gases de Efecto Invernadero (GEI), bajo la metodología del **GHG Protocol**. Este nivel de apertura nos permite clasificar la huella en tres dimensiones críticas para entender dónde podemos hacer la mayor diferencia.



0,9%  
3.482,08 tCO<sub>2</sub>e  
Alcance 1

1,9%  
6.751,04 tCO<sub>2</sub>e  
Alcance 2

97,2%  
353.900,04 tCO<sub>2</sub>e  
Alcance 3

# Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI)



**364.133,16 tn CO<sub>2</sub>**  
Huella de Carbono 2025

## 3.482,08 tCO<sub>2</sub>e Alcance 1

*Incluye las emisiones generadas por nuestra propia operación, como el combustible utilizado en la logística propia y equipos, además de las emisiones asociadas a los procesos internos.*

En 2025 incrementamos un 31,3% respecto a 2024 en Alcance 1 debido a:

- El uso de gas natural para procesos térmicos y de limpieza (CIP) es fundamental para garantizar la inocuidad alimentaria. El aumento en la producción de 95,4 millones de kilos traccionó directamente este consumo.
- Por primera vez, hemos incluido en el inventario las emisiones por recarga de matafuegos (CO<sub>2</sub> y agentes limpios tipo Haloclean) y gases refrigerantes de mantenimiento. Este nivel de detalle técnico asegura que ninguna molécula de gas de efecto invernadero pase desapercibida en la gestión de mantenimiento liderada por el equipo de infraestructura.

## 6.751,04 tCO<sub>2</sub>e Alcance 2

*Abarca las emisiones derivadas de la electricidad que adquirimos para el funcionamiento de nuestras dos naves productivas y el mantenimiento del frío.*

Este alcance sufrió un incremento del 18,1% estrictamente alineado con la expansión de la capacidad logística dado que la electricidad es el insumo vital que sostiene el corazón del negocio.

Durante el 2025, la plena operatividad de los nuevos centros de almacenamiento (Depósito 4 y 5) permitió mejorar la disponibilidad de producto en toda la región, a costa de un mayor consumo eléctrico nominal, pero con una logística mucho más centralizada y eficiente.

## 353.900,04 tCO<sub>2</sub>e Alcance 3

*Es la dimensión más amplia y comprende el impacto generado a lo largo de toda nuestra cadena, desde la producción de materias primas en el campo (upstream) hasta la distribución final y venta (downstream).*

Representa el 97,2% de nuestra huella total.

Este dato no nos intimida; nos moviliza.

Somos una de las pocas empresas del sector alimentario en el Cono Sur que asume el reto de reportar y gestionar sus impactos indirectos con este nivel de apertura.

Este alcance incluye:

- **Materia Prima (Leche)**  
El mayor contribuyente, donde enfocamos los programas de bienestar animal y acción climática.
- **Logística de Distribución**  
El transporte de helados a nuestras más de 2000 franquicias.
- **Viajes Corporativos**  
Este año incluimos la trazabilidad de viajes aéreos y terrestres, sumando un total de 38,56 toneladas de CO<sub>2</sub>, lo que nos permite identificar oportunidades de optimización en nuestra movilidad institucional.



## Intensidad de la Huella

La métrica más fiel de nuestro desempeño es la Intensidad de Huella. Al cruzar nuestras emisiones totales con los kilogramos de helado producidos, descubrimos una estabilidad operativa notable:



**3,81 kg CO<sub>2</sub>e**  
emitidos por cada  
kg de helado

A pesar de haber fabricado 14 millones de kg más que el año anterior, el ratio de intensidad se mantuvo plano (pasando de 3,81 en 2024 a 3,81 en 2025)

**Crecimos un 17,36% en volumen sin perder eficiencia en nuestra huella de carbono.** Logramos escalar el negocio sin penalizar el medio ambiente, manteniendo una relación armónica entre el volumen producido y el carbono emitido.

## La descarbonización de la cadena láctea

Dado que la producción de leche representa una parte significativa del Alcance 3, trabajamos en la descarbonización de la cadena promoviendo la eficiencia productiva como principal herramienta de mitigación. Bajo esta visión, un tambo más eficiente genera una menor huella de carbono por cada litro de leche obtenido.

Nuestra estrategia para reducir el impacto ambiental en el origen se consolida sobre cuatro pilares que integran la mitigación y el secuestro de carbono:

### → Eficiencia Logística y Sólidos Útiles

Incentivamos la producción de leche con altos niveles de grasa y proteína. Esto optimiza el rendimiento industrial y reduce la necesidad de transporte de agua, disminuyendo las emisiones asociadas a la logística.

### → Gestión Climática y Mitigación

A través del protocolo desarrollado con Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y APROCAL, evaluamos métricas específicas de emisiones de gases de efecto invernadero y potencial de secuestro de carbono en los suelos de los tambos, permitiéndonos construir una base de datos científica sobre la sostenibilidad del sector.

### → Circularidad y Nutrientes del Suelo

Promovemos la gestión de residuos pecuarios. El tratamiento adecuado de efluentes transforma un pasivo ambiental en un activo biológico (biofertilizantes), cerrando el círculo de nutrientes y mejorando la capacidad de los suelos para retener carbono.

### → Transparencia y Sanidad

El pago basado en parámetros técnicos - como el recuento de células somáticas - premia la sanidad del rodeo. Un animal sano es un animal más eficiente que requiere menos recursos, impactando directamente en la reducción de la huella ambiental por unidad de producto.

Esta visión integral nos permite dar respuesta a desafíos globales como la variabilidad meteorológica extrema, garantizando la resiliencia de la cadena de suministro mientras protegemos la casa común.



Nuestra relación con los **tambos proveedores** es el eje de a estrategia de biodiversidad. Bajo el marco del estándar sectorial **GRI 13 (Agricultura)** y el nuevo **GRI 101 (Biodiversidad)**, trabajamos en tres frentes:



### Protocolo 148 de Buenas Prácticas

No nos conformamos con comprar leche; co-creamos valor con el productor. Nuestro protocolo de 148 prácticas —gestionado a través de nuestra App de Auditoría— evalúa indicadores de:

#### → Salud del Suelo

Promovemos la rotación de cultivos para forraje, evitando la erosión y mejorando la capacidad de retención de agua.

#### → Uso del Suelo y Deforestación

Verificamos que nuestros proveedores no realicen cambios en el uso del suelo que impliquen pérdida de monte nativo o degradación de ecosistemas frágiles.



### Bienestar Animal como Valor de Marca

Para Grido, el bienestar animal es indisoluble de la calidad del helado. Nuestras auditorías aseguran que los rodeos lecheros vivan en condiciones de confort, con nutrición adecuada y sanidad controlada. Esto no solo es ético, sino que reduce el estrés del ganado, lo que indirectamente **mejora la eficiencia metabólica y reduce las emisiones de metano por litro de leche.**



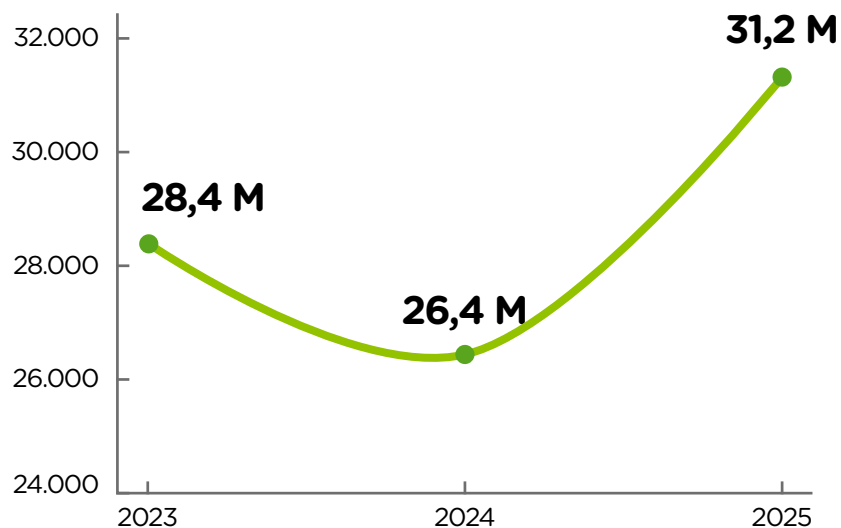
### Secuestro de Carbono: El Futuro de la Cadena

Estamos iniciando proyectos piloto para medir el **secuestro de carbono en los suelos** de las pasturas de nuestros tambos proveedores. El objetivo es ambicioso: convertir a nuestra cadena de suministro en un sumidero de carbono que ayude a compensar las emisiones de la planta industrial.

# Gestión de la Energía y Acción por el Clima

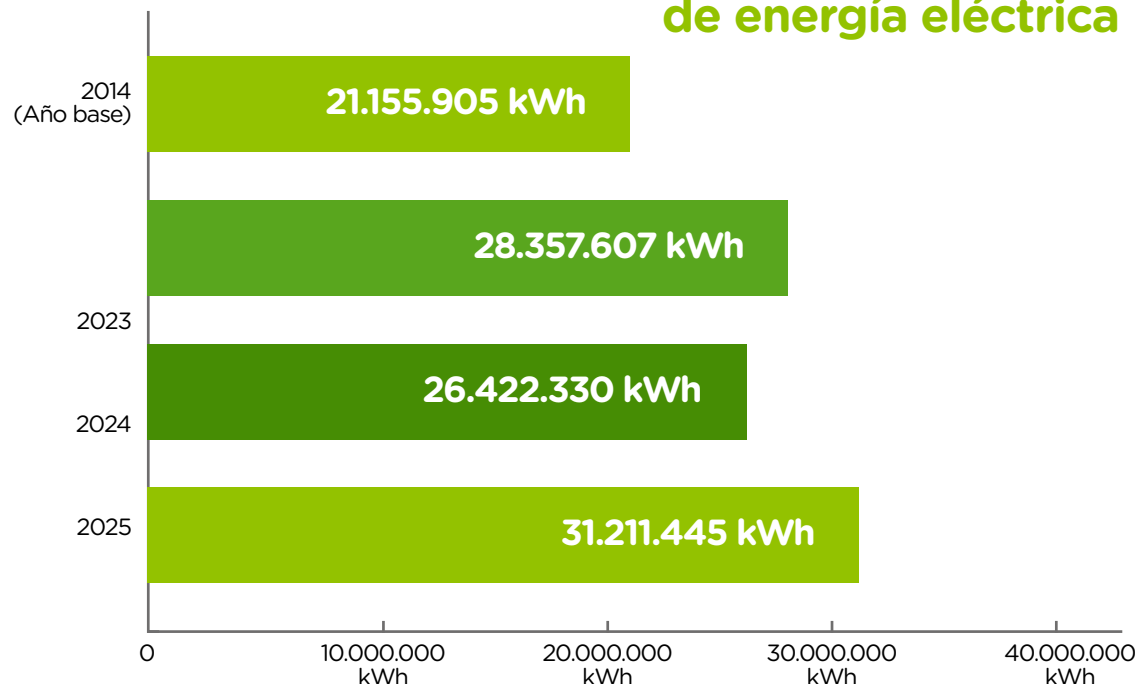


**31.211.445 kWh**  
consumo de electricidad  
+18,1% respecto a 2024



La energía es un recurso crítico en la industria, esencial no sólo para sostener la capacidad productiva, sino para garantizar la integridad de la cadena de frío en cada rincón de la región. En Grido, monitoreamos de forma sistemática y rigurosa el consumo energético de todas nuestras operaciones para detectar oportunidades de mejora continua y aplicar soluciones tecnológicas que optimicen la eficiencia.

## Consumo total de energía eléctrica



La evolución de nuestro consumo acompaña la dinámica de crecimiento de la compañía. Desde el año base 2014, cuando producíamos 53,8 millones de kilos de helado con un consumo de 21,1 millones de kWh, experimentamos un salto de escala significativo.

En 2025, alcanzamos una producción récord de **95.497.053 kg**, lo que naturalmente elevó el consumo eléctrico total a **31.211.445 kWh**.

Para gestionar este crecimiento de forma responsable, nos centramos en indicadores clave de desempeño:

### Intensidad energética

En 2025, nuestra eficiencia se situó un **0,58 kWh por cada kilo de helado** fabricado. Este indicador nos permite verificar que el uso de la energía se mantiene en niveles óptimos respecto al volumen de elaboración. Si bien observamos un incremento respecto al periodo anterior (**0,49 kWh/kg**), este comportamiento responde al estrés operativo de la infraestructura logística.

### Mirada a Largo Plazo

A pesar de este aumento nominal en la intensidad, hemos logrado producir un **17,36% más que en 2024**, garantizando que la expansión del negocio cuente con el soporte energético necesario para sostener nuestra presencia regional.

### Contexto operativo

Durante este ciclo, la puesta en marcha al 100% de los nuevos **Depósitos 4 y 5** incrementó la demanda eléctrica total. Es fundamental destacar que estos centros logísticos consumen energía para el mantenimiento de frío de stock pero no "generan" kilogramos adicionales en la fórmula de intensidad, lo que penaliza temporalmente el ratio.

### Demanda térmica (Gas natural)

El consumo alcanzó los **63.662,90 GJ**, un valor vinculado directamente a los procesos de pasteurización y limpieza de dos naves productivas, donde el calor es fundamental para garantizar la inocuidad alimentaria.





Dado que el frío es el corazón de nuestra actividad, la gestión energética es una prioridad absoluta para la resiliencia operativa. Actualmente, centramos los esfuerzos en dos pilares:



### Monitoreo en Planta

Analizamos constantemente las fluctuaciones para asegurar que cualquier incremento energético responda estrictamente a niveles de producción, eliminando desperdicios operativos.



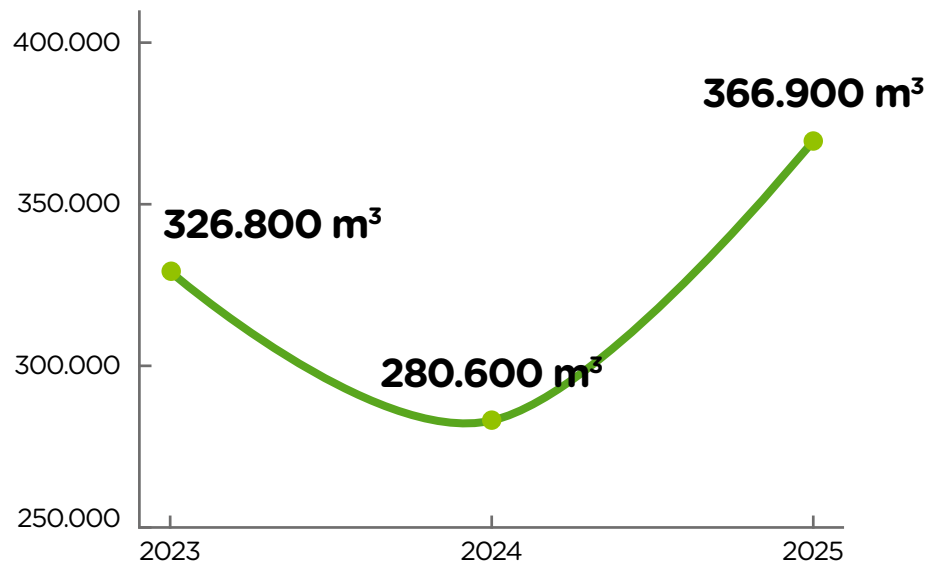
### Innovación tecnológica

Exploramos activamente soluciones para optimizar la generación de las frigorías necesarias para la conservación. El objetivo es incorporar tecnologías de refrigeración más eficientes que nos permitan reducir nuestra huella de carbono operativa a medida que nos expandimos a nuevos mercados.

# Gestión del Agua



**366.939 m<sup>3</sup>**  
 consumo de agua  
 +30,8% respecto a 2024



Reconocemos al agua como un recurso vital y escaso, fundamental tanto para la elaboración de los productos como para garantizar los máximos estándares de inocuidad en la limpieza de las plantas industriales.

Nuestra estrategia hídrica se basa en dos pilares: la eficiencia en el consumo y la responsabilidad en la devolución del recurso al entorno.



Durante 2025, utilizamos un total de **370.000 m<sup>3</sup> de agua en nuestras operaciones de fabricación**. Si bien este volumen total representa un incremento respecto a años anteriores, este dato debe leerse bajo la lente del crecimiento productivo: mientras la producción de helado aumentó un **77%** desde nuestro año base (2014) y un **17,7%** respecto al año anterior, logramos que el uso del agua fuera mucho más inteligente.

Esta gestión nos permitió alcanzar hitos de eficiencia significativos:

- **Mejora en la intensidad hídrica:** Logramos producir **295 kg de helado por cada m<sup>3</sup> de agua** utilizado, superando los 238 kg logrados en el periodo anterior.
- Alcanzamos una **reducción del 20% en el uso de agua por kilo de helado** producido en comparación con el año base (2014).
- Tan solo en el último año, optimizamos el uso del recurso en un **10% por kilo producido**, demostrando que nuestra tecnología y procesos de limpieza son cada vez más precisos.
- Nuestra **Intensidad Hídrica** se ha mantenido notablemente estable, alcanzando en 2025 un valor de **4,21 litros de agua por cada kg de helado** fabricado.

- **Eficiencia Sostenida:** Haber mantenido el mismo ratio de intensidad que en 2024 (**4,21 L/kg**), a pesar de haber incrementado la producción en más de **14 millones de kilogramos**, es una prueba de la madurez de nuestros procesos internos y del control estricto sobre las mermas.
- **Hito 2025:** Este año marca un punto de inflexión con la entrada en fase de pruebas de nuestra **nueva Planta de Tratamiento de Efluentes Industriales**. Esta inversión estratégica no solo nos permite devolver el agua al medio ambiente en condiciones óptimas, sino que sienta las bases para futuros proyectos de **reuso de agua** en servicios secundarios, lo que nos permitirá reducir drásticamente nuestra intensidad hídrica en los próximos ciclos reportables.

- **Compromiso con el Acuífero:** Esta estabilidad en el indicador de intensidad refleja que el crecimiento de Grido no significa un aumento desproporcionado en la presión sobre el recurso hídrico local, sino un uso cada vez más responsable y trazado

Nuestra responsabilidad no termina cuando el agua sale del proceso productivo. Contamos con una **Planta de Tratamiento de Efluentes** propia que asegura que el agua sea tratada bajo estrictos estándares de calidad antes de su devolución al entorno. Cumplimos rigurosamente con los parámetros de vertido responsable, garantizando el respeto por los ecosistemas locales y la normativa vigente.

# Gestión de residuos: Innovación y desarrollo de soluciones circulares

En Grido, la gestión de residuos no se limita a la disposición final, sino que se aborda bajo un enfoque integral de economía circular. Nuestra meta es que los materiales se mantengan dentro del ciclo productivo el mayor tiempo posible, transformando lo que tradicionalmente se considera un desecho en un recurso valioso. Este compromiso abarca desde el diseño inicial de nuestros productos y embalajes en la planta industrial hasta la gestión estratégica de los descartes.

## Gestión y valorización de residuos

Para minimizar los impactos asociados a nuestras operaciones, implementamos procedimientos específicos de manipulación, almacenamiento y tratamiento, respaldados por un monitoreo permanente.



**79%**  
de los residuos reciclados  
se reincorporan a  
circuitos de circularidad  
a través de su valorización,  
venta o donación



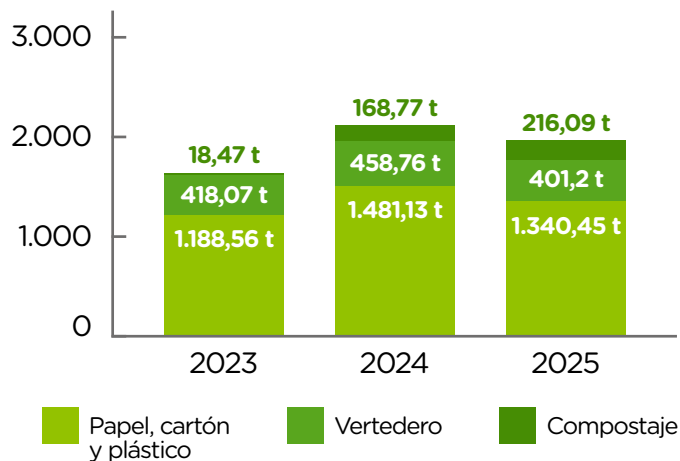


**1.957,74 t**  
de residuos generados  
-7,2% respecto a 2024

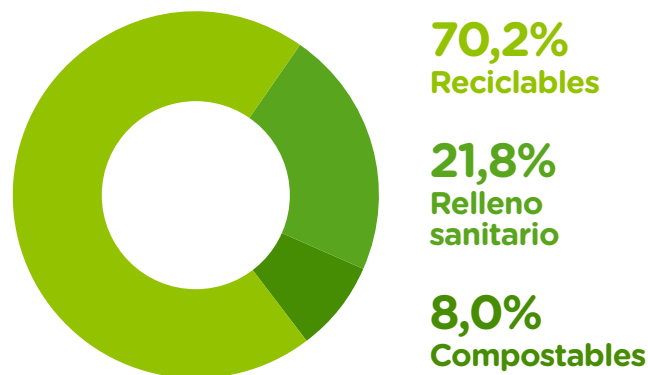


**77,54%**  
Tasa de Desvío

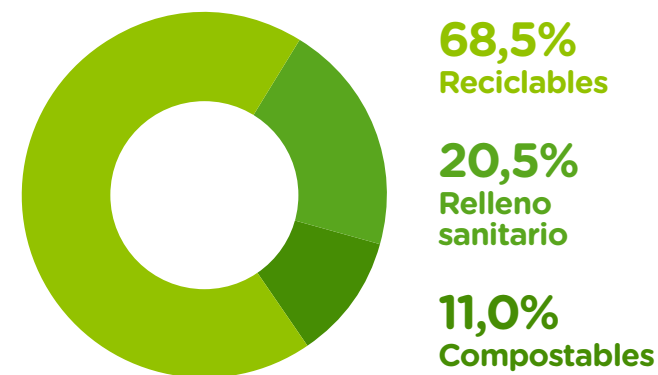
## Evolución de residuos generados



## Residuos generados en 2024



## Residuos generados en 2025



Los indicadores del período reflejan una mejora sustancial en nuestra eficiencia ambiental:

→ **Reducción en la generación**

La generación total de residuos disminuyó un 7,2%, pasando de 2.108,66 t en 2024 a 1.957,74 t en 2025.

→ **Eficiencia en disposición final**

Los residuos enviados a relleno sanitario se redujeron un 12,5%, bajando de 458,76 t a 401,2 t.

Nuestras prácticas de valorización incluyen la **gestión diferenciada** y **separación en origen**, la **recolección en puntos estratégicos** y el **compostaje** de residuos orgánicos. Para garantizar la trazabilidad total, solicitamos certificados de retiro y valorización a todos los terceros responsables de la gestión de materiales reciclables, como cartón, plástico y madera.

Finalmente, extendemos este impacto positivo hacia la comunidad mediante la reutilización con impacto social. Articulamos con cooperativas de trabajo, instituciones educativas y organizaciones sociales para dar un nuevo uso a materiales con limitaciones para el reciclaje tradicional, extendiendo su vida útil y apoyando proyectos comunitarios locales.

## La Estrategia de I+D como Motor de Circularidad

Nuestra área de Investigación y Desarrollo (I+D) actúa como un motor estratégico cuyo propósito es consolidar el liderazgo de Grido en calidad y experiencias de producto. A través de la Mesa de Percepción de Calidad, validamos cada innovación mediante testeos directos con clientes, asegurando que las mejoras en sostenibilidad se traduzcan también en una superación de las expectativas del consumidor y en una mayor competitividad en el mercado regional.

Durante 2025, consolidamos tres hitos que demuestran cómo la innovación tecnológica puede generar beneficios tanto ecológicos como económicos:

### Circulación de Materiales con el Proyecto PCR



Implementamos una solución de vanguardia en nuestro **film termocontraíble** (el plástico que asegura nuestros productos para su transporte) al incorporar un **10% de contenido reciclado posconsumo (PCR)** proveniente de film stretch recuperado. Esta iniciativa es un ejemplo claro de economía circular en acción: disminuimos la dependencia del plástico virgen y fomentamos la reutilización de materiales. Además, este enfoque sustentable demostró su viabilidad financiera al generar un **ahorro económico del 9,4%** en el costo del insumo.

### Evolución de la Experiencia del Usuario



Diseñamos un nuevo **folex para el pote de 1 kg**. Esta lámina protectora interna fue desarrollada bajo criterios estrictos de sustentabilidad, seleccionando materiales que no solo son más respetuosos con el entorno, sino que mejoran la experiencia del cliente al momento de abrir y consumir el producto. Con esta innovación, aseguramos que la calidad de Grido sea percibida desde el primer contacto, cuidando la inocuidad y la practicidad con una mirada consciente.

### Rediseño del Pote Familiar de 3 Lts.



Realizamos una modificación técnica en la estructura de nuestro envase más icónico, logrando **optimizar el uso de materiales en un 18%**. Este rediseño representa un hito de eficiencia industrial, ya que permite reducir significativamente el volumen de residuos generados por el packaging, logrando al mismo tiempo un ahorro anual aproximado de **USD 1.000.000**. Es la prueba de que el diseño inteligente puede reducir el impacto ambiental y, simultáneamente, fortalecer la sostenibilidad del negocio.



## Evolución del Pote Térmico

Como parte de nuestra búsqueda por mejorar la conservación del producto en el hogar, avanzamos en el desarrollo del **pote térmico de 1/2 kg**. Esta innovación busca equilibrar la practicidad y el rendimiento térmico con el uso responsable de materiales, alineándose con el éxito obtenido previamente en la versión de 1 kg.

## Optimización de Logística y Equipamiento

Durante el periodo 2025, extendimos nuestra mirada de eficiencia a elementos críticos de la cadena de frío y distribución. Implementamos mejoras en el **embalaje de equipos de frío** y desarrollamos la **tarima de pallet liviano**, soluciones diseñadas para reducir el peso y el volumen de materiales en el transporte, optimizando la carga y disminuyendo el impacto ambiental asociado a la logística.

Estos avances son la consolidación de un camino iniciado con proyectos pioneros, como el lanzamiento de nuestro **pote reutilizable de 1 kg "Poty"**, una propuesta innovadora que invita a repensar la forma en que consumimos y nos acerca a hábitos más responsables. Hoy, presente en todo el país, se consolida como un hito en nuestro camino: un envase 100% reciclable, de diseño práctico -con formato rectangular que optimiza su guardado en el freezer del hogar- y que mantiene el mismo nivel de conservación que las alternativas tradicionales. A esto se suma la adopción de estuches con barniz acuoso en 2024.

Estas experiencias nos permitieron establecer los estándares de sustentabilidad que hoy aplicamos de manera sistemática en cada nuevo desarrollo de packaging.



## Celebrar con propósito: Nuestra Guía de Encuentros Sustentables

La sostenibilidad es un modo de hacer que se manifiesta en cada espacio de encuentro de la red. Los eventos corporativos - desde pequeñas reuniones hasta grandes convenciones regionales - funcionan como una extensión del propósito organizacional. Por ello, la planificación y ejecución de estos encuentros se rigen por la **Guía de Buenas Prácticas para Eventos Sustentables**, una herramienta estratégica que orienta cada acción bajo tres pilares fundamentales:



### SELECCIÓN RESPONSABLE DE PROVEEDORES

Priorizamos la contratación de aliados locales y prestadores de servicios que demuestren prácticas alineadas con el cuidado del entorno, fortaleciendo así las economías regionales.



### OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS Y CONSUMO CONSCIENTE

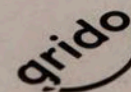
Fomentamos la eliminación de materiales descartables y plásticos de un solo uso, reemplazándolos por alternativas reutilizables que minimizan la generación de residuos desde el origen.



### GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS

Aplicamos protocolos de separación diferenciada durante el evento, asegurando que cada material sea recuperado y enviado a una disposición final adecuada.

Más allá de la logística, nuestra mirada es sistémica: evaluamos la **huella ambiental** de cada celebración, considerando variables como el transporte de los asistentes, el consumo energético de los predios y el ciclo de vida de los materiales utilizados. Con esta herramienta, garantizamos que cada encuentro de la red Grido sea un ejemplo vivo de nuestro compromiso con la "casa común", transformando la celebración en un acto de coherencia y respeto por el futuro.



CS

Anexos



# Índice de Contenidos GRI

Se publica el Índice de contenidos GRI, elaborado en función a los temas materiales de Grido y a los contenidos relacionados con nuestro Plan Estratégico relacionado con los ODS y en función al impacto que generamos en las personas y el planeta.

Grido ha elaborado el informe conforme a los Estándares GRI para el periodo comprendido entre el 01 de enero al 31 de diciembre de 2025.

## GRI 1: FUNDAMENTOS 2021

GRI Standard	Contenidos	Página	ODS	
<b>Contenidos Generales</b>				
<b>GRI 2: Contenidos Generales 2021</b>	<b>La organización y sus prácticas de presentación de informes</b>			
	2-1	Detalles organizacionales	4	
	2-2	Entidades incluidas en la presentación de informes de Sostenibilidad	4	
	2-3	Período objeto de informe, frecuencia y punto de contacto	3	
	2-4	Actualización de la información	3	
	<b>Actividades y trabajadores</b>			
	2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	4; 25	8; 10
	2-7	Empleados	40	8; 10
	2-8	Trabajadores que no son empleados	40	8; 10
	<b>Gobernanza</b>			
	2-9	Estructura de gobernanza y composición	4	16
2-10	Designación y selección del máximo órgano de Gobierno	4	16	
2-11	Presidente del máximo órgano de Gobierno	4	16	

GRI Standard	Contenidos	Página	ODS
<b>Contenidos Generales</b>			
<b>GRI 2: Contenidos Generales 2021</b>	<b>Estrategia, Políticas y Prácticas</b>		
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	4	
	2-23 Compromisos y políticas	4	
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	4	
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	4	
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	67	
	<b>Participación de los grupos de interés</b>		
	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	4	
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	<b>Contenidos sobre los temas materiales</b>		
	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	4; 102	
	3-2 Lista de temas materiales	4; 106	
	3-3 Gestión de los temas materiales	4; 40; 102	

GRI Standard	Contenidos	Página	ODS
<b>Temas Materiales</b>			
<b>Desempeño económico</b>			
<b>GRI 201: Desempeño económico 2016</b>	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	25	8
<b>Prácticas de Adquisición</b>			
<b>GRI 204: Prácticas de Adquisición 2016</b>	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	67	11
<b>Materiales</b>			
<b>GRI 301: Materiales 2016</b>	301-2 Insumos reciclados	67	11; 12
<b>Energía</b>			
<b>GRI 302: Energía 2016</b>	302-1 Consumo energético dentro de la organización	67	8; 11
<b>Agua y Efluentes</b>			
<b>GRI 303: Agua y efluentes 2018</b>	303-5 Consumo de agua	67	12
<b>Emisiones</b>			
<b>GRI 305: Emisiones 2016</b>	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	67	7; 11
	305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	67	7; 11
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	67	7; 11
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	67	7; 11
<b>Empleo</b>			
<b>GRI 401: Empleo 2016</b>	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	40	8

GRI Standard	Contenidos	Página	ODS
<b>Temas Materiales</b>			
<b>Salud y Seguridad en el Trabajo</b>			
<b>GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo 2018</b>	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	40	8
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	40	8
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	40	8
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	40	8
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	40	3
	403- 9 Lesiones por accidente laboral	40	3; 8
<b>Formación y Enseñanza</b>			
<b>GRI 404: Formación y Enseñanza 2016</b>	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	40	8
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	40	8; 10
<b>Diversidad e Igualdad de Oportunidades</b>			
<b>GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016</b>	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	4; 40	5; 8
<b>Comunidades Locales</b>			
<b>GRI 413: Comunidades Locales 2016</b>	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	40	1

# Análisis de Materialidad 2025

En este ejercicio 2025 avanzamos en la consolidación de nuestro enfoque de sostenibilidad, fortaleciendo la identificación y priorización de los temas más relevantes para nuestra gestión y nuestro ecosistema. Entendemos que la sustentabilidad es gestión, por lo que este análisis constituye la hoja de ruta para transformar nuestras intenciones en resultados medibles.

## Nuestro Enfoque: Doble Materialidad

Si bien este proceso se construyó a partir de un análisis integral de experiencia acumulada y conocimiento del negocio, adoptamos una perspectiva de Doble Materialidad para asegurar una visión 360°:

### → Materialidad de impacto

Evaluamos cómo nuestras actividades —desde la producción industrial hasta la capilaridad de la operación en los puntos de venta— generan impactos significativos en el ambiente, la comunidad y la economía local.

### → Materialidad de negocio

Analizamos cómo los desafíos externos, tales como la eficiencia en el uso de recursos, la evolución de las expectativas de consumidores y los cambios regulatorios, influyen en nuestra resiliencia operativa y desarrollo futuro.

## Proceso de identificación

La definición de temas materiales se blindó mediante un análisis técnico interno basado en:

### → Visión 2030

Alineación con nuestra estrategia de sostenibilidad a largo plazo.

### → Inteligencia Interna

Experiencia de trabajo con áreas clave de la organización.

### → Benchmarking Sectorial

Revisión de tendencias globales en el sector de alimentos, consumo masivo y modelos de franquicias.

### → Estándares Internacionales

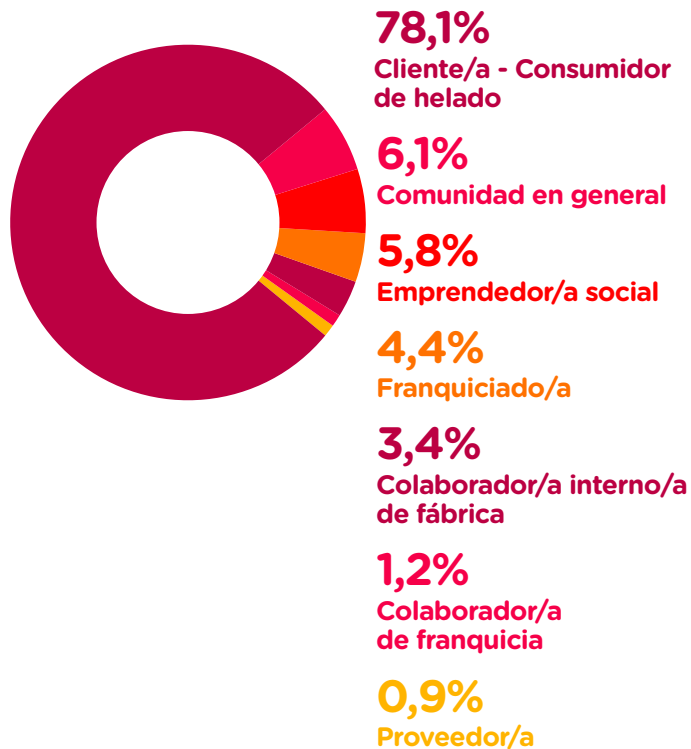
Alineación con los requisitos del Global Reporting Initiative (GRI) para asegurar la transparencia y comparabilidad.

# Proceso de consulta y priorización

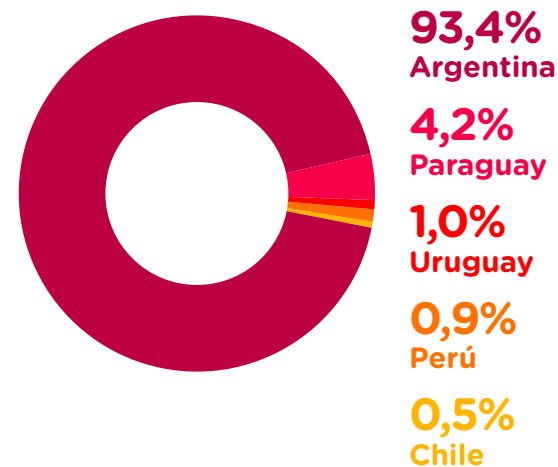
La determinación de la importancia de cada tema material fue el resultado de una consulta estructurada que nos permitió cuantificar las expectativas y preocupaciones de quienes interactúan con nosotros.

Participaron 1.371 personas provenientes de los diferentes países donde tenemos operaciones:

## Grupo de interés

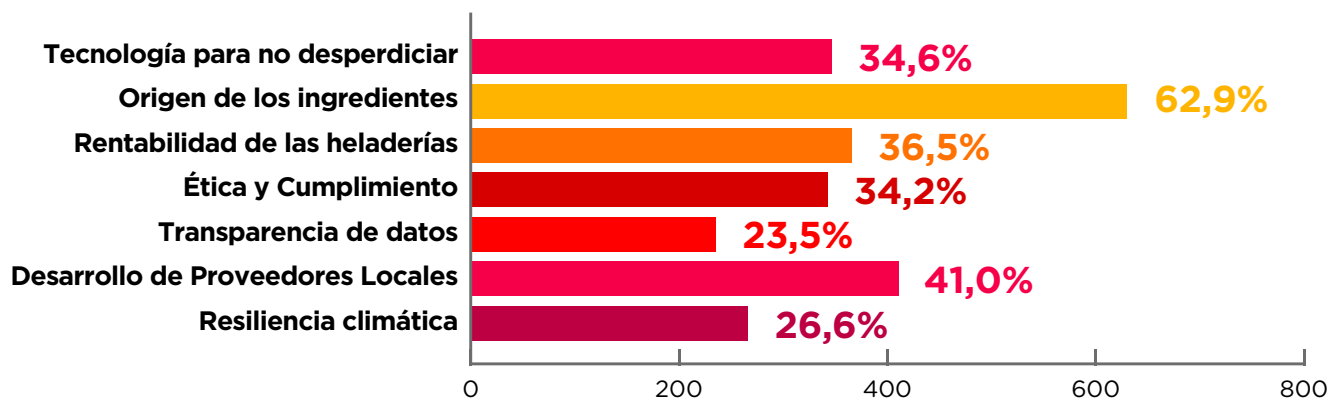


## País de residencia

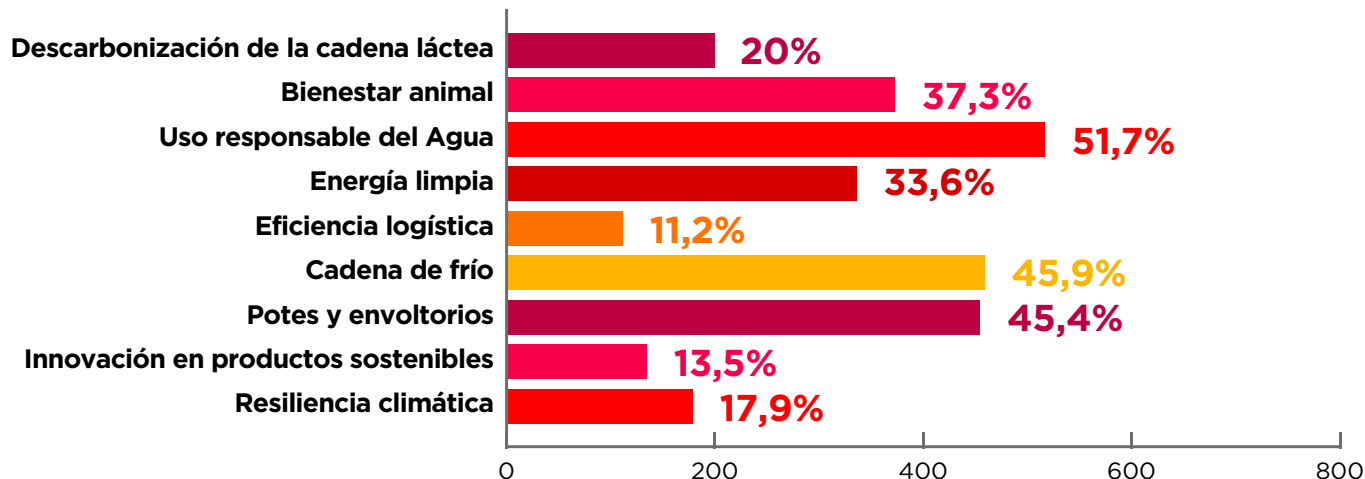


Cada participante seleccionó y ponderó los temas que considera críticos para el futuro sostenible de Grido. Estos resultados fueron cruzados con la relevancia estratégica definida por la dirección, dando lugar a nuestra Matriz de Materialidad 2025.

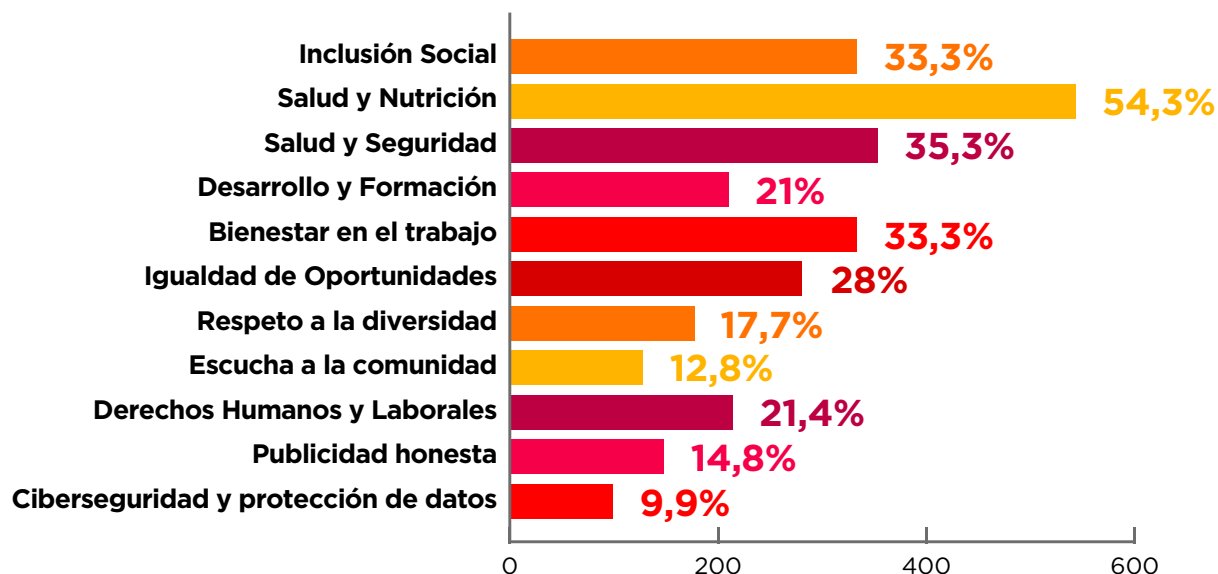
### Temas que para la persona, debieran ser prioridad para Grido - Eje Negocio



### Temas que para la persona, debieran ser prioridad para Grido - Eje Ambiente



## Temas que para la persona, debieran ser prioridad para Grido - Eje Personas



## Proceso de identificación

Como resultado de la integración entre la visión del negocio y la consulta a stakeholders, hemos consolidado cuatro ejes materiales. Cabe destacar que temas como "Potes y Envoltorios" y "Salud y Nutrición" emergieron con los puntajes de relevancia más altos en la consulta externa, traccionando directamente los ejes de Ecodiseño y Calidad:

- **Ecodiseño y Circularidad** (*Prioridad máxima en la consulta*)  
Foco en la gestión de residuos, optimización de envases y la creación de envoltorios de menor impacto ambiental.
- **Calidad e Inocuidad: El pilar de confianza absoluta**  
Incluye la seguridad alimentaria y la evolución hacia productos con perfiles nutricionales más claros y diversos.
- **Inclusión y Accesibilidad**  
Garantizar que el impacto positivo llegue a todos, democratizando el acceso a productos de calidad y fomentando oportunidades equitativas.
- **Fortalecimiento de la Red y Desarrollo Local**  
Potenciar el rol de los franquiciados y el desarrollo de proveedores regionales para dinamizar las economías locales.

## Temas Prioritarios y Ejes de Gestión

Ante la pregunta *¿Existe algún otro tema que no hayamos mencionado y que consideres fundamental para el futuro sostenible de Grido?* Si bien los comentarios se alinean a los temas priorizados, destacamos algunas opiniones literales:

### EJE ECODISEÑO Y CIRCULARIDAD

- *"Poder reciclar los envases de helados, entregarlos nuevamente en la sucursal para que tengan un destino final sustentable."*
- *"Reducción de plásticos de un solo uso, principalmente las cucharitas. Buscar alternativas compostables o de materiales biodegradables para el packaging de entrega."*

### EJE CALIDAD E INOCUIDAD (SALUD Y NUTRICIÓN)

- *"Contar con más opciones saludables, la sostenibilidad también es cuidar la salud del consumidor."*
- *"Seguir apostando a la calidad de la materia prima, que es lo que nos hace elegirlos siempre."*

### EJE INCLUSIÓN Y ACCESIBILIDAD

- *"Me parece fundamental que Grido siga siendo el helado de la gente, manteniendo precios que permitan que cualquier familia pueda compartir un momento lindo sin que sea un lujo impagable."*
- *"Profundizar programas como Via Bana, que le dan una oportunidad real de generar ingresos a personas que de otra forma no tendrían acceso al mercado laboral."*

### EJE FORTALECIMIENTO DE LA RED Y DESARROLLO LOCAL

- *"Capacitar mejor a los chicos que trabajan en las heladerías; para muchos es su primer empleo y Grido tiene una responsabilidad educativa muy grande en ese primer paso laboral."*
- *"Trabajar más con proveedores locales y ayudar a que las economías de las provincias también crezcan con la empresa."*

## Evolución del Enfoque

Para Grido, la materialidad es un proceso dinámico. De cara a los próximos ejercicios, prevemos continuar fortaleciendo este proceso mediante la incorporación de instancias estructuradas de participación de nuestros grupos de interés. Este compromiso nos permitirá profundizar la integración de la sostenibilidad en el ADN de nuestra estrategia de negocio, asegurando que cada decisión potencie nuestra licencia social para operar.

# Agradecimientos

Hacer posible este Reporte de Sustentabilidad, alineado a estándares internacionales, es el resultado de un esfuerzo colectivo que hoy celebramos con orgullo. Por segunda vez, rendimos cuentas de nuestro desempeño ASG (Ambiental, Social y de Gobernanza), reafirmando el compromiso con nuestra gente, la comunidad y el desarrollo económico.

Este reporte es mucho más que un documento; es el reflejo de un trabajo compartido por quienes creemos en una forma distinta de hacer las cosas. Al consolidar este camino de transparencia y triple impacto, renovamos nuestra promesa con el entorno natural y el crecimiento social de nuestra región.

Agradecemos profundamente su confianza y apoyo en la construcción de este futuro más consciente.

**¡Gracias por ser el motor de Grido y acompañarnos en este hito fundamental!**

**PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS,  
DIRECCIÓN CREATIVA Y DISEÑO**

**veintidos**  
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN

**grido**  
disfrutemos juntos

