

Reporte de *Sustentabilidad*

● 2020
Versión **extendida**



MENSAJE DEL COMITÉ EJECUTIVO

Desde 1902 trabajamos en **alimentar el bienestar de las familias con alimentos ricos, saludables, prácticos y accesibles**. Hoy queremos presentarles nuestro **10mo Reporte de Sustentabilidad**, que refleja el desempeño y progreso en 2020 en los **cuatro pilares** de nuestra Estrategia: **Salud y Bienestar, Desarrollo de Personas y Comunidad, Cuidado Ambiental y Bases del Negocio**.

Iniciamos 2020 enfrentando un escenario inédito y desafiante a partir de la **crisis sanitaria por el COVID-19. Como empresa considerada de actividad esencial y crítica**, tuvimos que **aprender y adaptarnos rápidamente** para cumplir con dos objetivos primordiales: **garantizar el abastecimiento y proteger la salud y seguridad de nuestros colaboradores** para que continúen llegando nuestros alimentos y bebidas a la mesa de miles de familias, con la calidad de siempre.

Celebramos un hito en la historia de la compañía: la presentación del **propósito y nueva identidad**, junto a la evolución del logo corporativo y el **nuevo mensaje “Nos une comer mejor”**, construidos por todos los que forman parte de la Compañía, sumando sus miradas y poniendo el foco en los consumidores.

Queremos **alentar a los argentinos a comer mejor**. Continuamos **innovando y renovando los productos**, atentos a la **mejora del perfil nutricional y de la demanda de los consumidores, incorporando**

nutrientes esenciales que aportan proteínas, vitaminas, minerales, fibras, **ampliando el portfolio de alimentos libres de gluten, y reduciendo nutrientes críticos**.

Con este Reporte, **reafirmamos el compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda Global 2030** para el desarrollo de Naciones Unidas, un camino que iniciamos en 2017 para **alinear nuestra Estrategia de Sustentabilidad con los 17 ODS** y dar cuenta de las acciones con las que podemos contribuir a los desafíos mundiales.

Este documento fue elaborado de acuerdo con la Guía de Estándares de Global Reporting Initiative (GRI), contando con la inestimable **colaboración y el consenso de todas las áreas**, quienes relevaron y sistematizaron los resultados de la gestión.

El principal desafío continúa siendo producir alimentos y bebidas y asegurar su disponibilidad a lo largo del país, para seguir acompañando a los argentinos, como hace más de 118 años, con productos que los Alienten a Comer Mejor.

Orgullosos de los desafíos alcanzados en nuestro camino de crecimiento sustentable, **los invitamos a conocer los resultados, compromisos y metas para impulsar un futuro mejor y más sostenible**.

Índice

¿Cómo navegar este Reporte?

A lo largo del Reporte, vas a encontrar la **botonera superior fija en cada página**. Podés acceder a cada capítulo, **haciendo click en el botón correspondiente a modo de índice**.



1

Acerca de Molinos

- ✓ Somos Molinos Río de la Plata S.A.
- ✓ Compromiso con la Sustentabilidad
- ✓ Actuación responsable en Pandemia

2

Bases del Negocio

- ✓ Ética y Transparencia en la Gestión del Negocio
- ✓ Desempeño Económico Sostenible
- ✓ Diálogo con los Grupos de Interés
- ✓ Promoción y Respeto de los Derechos Humanos
- ✓ Promoción de Hábitos de Vida Saludable

3

Salud y Bienestar

- ✓ Innovación y Renovación de los productos
- ✓ Mejora Continua del Perfil Nutricional
- ✓ Marketing y Etiquetado Responsable
- ✓ Seguridad Alimentaria
- ✓ Atención al Consumidor

4

Desarrollo de Personas y Comunidad

- ✓ Compromiso Humano
- ✓ Potenciar Talentos
- ✓ Diversidad y Género
- ✓ Prácticas responsables en la Cadena de Valor
- ✓ Desarrollo de las Comunidades

5

Cuidado Ambiental

- ✓ Economía Circular y Mejora Continua
- ✓ Optimización ambiental del Transporte
- ✓ Impactos ambientales del Empaque a lo largo del ciclo de vida de los productos
- ✓ Huella ambiental

6

Logros y desafíos a futuro

7

Información técnica del reporte

- ✓ Proceso de RSE
- ✓ Indicadores de Gestión
- ✓ Alcance y Lineamientos del Reporte

Acerca de *Molinos*

SOMOS MOLINOS RÍO DE LA PLATA S.A.

Una compañía argentina líder en la producción de alimentos y bebidas

En Molinos tenemos un propósito que nos guía día a día: **alentar a los argentinos a comer mejor, en todo momento y lugar, con productos ricos, prácticos, saludables y accesibles.**

Es por eso que, desde hace más de 118 años, acompañamos la alimentación de los argentinos con marcas queridas y productos de calidad.

De argentinos, para los argentinos, por los argentinos. Hoy, **estamos presentes en el 98% de los hogares del país**, formando parte de las historias de nuestros consumidores, a través de productos que invitan al compartir, a la unión y a la buena alimentación.



CONOCÉ + DE NOSOTROS



MOLINOS
Nos une comer mejor

Más información ingresando a nuestro sitio web 

En 2020 celebramos un **hito en la historia de nuestra compañía**: la presentación de **nuestro propósito de “Alentar a los argentinos a comer mejor con productos ricos, prácticos saludables y accesibles”** y la **nueva identidad y claim corporativo**.

“**Nos une comer mejor**”, es la síntesis de nuestro propósito, construido por todos los que formamos parte de la Compañía, sumando las miradas para definir la razón de ser de Molinos, poniendo el foco en los consumidores. A su vez, acompaña la **nueva identidad que evoluciona confiando en el futuro, pero también conservando los valores de nuestra historia**.

 [Mirá el video de nuestro propósito](#)



GRUPO PEREZ COMPANC
EL VALOR DE HACERLO BIEN

Más información ingresando a nuestro sitio web 

Comprometido con el desarrollo y crecimiento de la Argentina y el propósito de construir un futuro mejor con negocios que impacten positivamente en las personas y en el país, el Grupo Perez Companc, del que formamos parte, **promueve el crecimiento sustentable de todas sus compañías desde 1946**, asumiendo un rol protagónico en cada uno de los sectores en los que participa: **alimentos y bebidas, agro y energía**.



USD 3.300 millones de ingresos anuales



10.000 colaboradores



+ de USD 300 millones en inversiones en los últimos 3 años



2020 en números



+ de 2.700
colaboradores



+ de 20 países cuentan con
nuestros productos



21 tn de proteínas
aportadas al mercado



+ de 2.700 tn de fibra
aportada al mercado



100% de productos con
etiquetado nutricional



100% de cumplimiento
en auditorías de
autorregulación publicitaria



9,65 de 10 puntos
en Estudio de Satisfacción
al Consumidor



+46 mil millones
de pesos en ventas



820 tn de donaciones
al Banco de Alimentos



1.698 alumnos participaron
de Comer Rico Comer Sano



588 tn de
packaging reducidas



78% de las materias primas de
los empaques son renovables



+95% de compras a
proveedores locales



47% de presencia de mujeres
en posiciones de liderazgo



2020 en números

- ↓ **944.664** m³ menos de agua consumida
- ↓ **592.107** m³ menos de efluentes volcados
- ↓ **98.342** mWh menos de electricidad de red consumida
- ↑ **9.861** ton más de cáscara utilizada como combustible alternativo
- ↓ **594** ton menos de residuos enviados a relleno sanitario
- ↓ **317** toneladas menos de residuos generados



+ de 3.800 proveedores



+ de 10 años de programas de reducción de sodio y azúcares



100% de cumplimiento en auditorías internas de calidad e inocuidad planificadas



+ 520.800 tn de compras a productores del campo argentino



+ de 1.000 becas otorgadas por la Fundación Perez Companc



16,5% tn de reducción de CO₂ emitidos por logística

NUESTRAS MARCAS

| | | | | | |
|---|--|--|--|---|--|
|  | Café |  | Pastas secas |  | Pastas secas y rellenas, pan rallado, rebozador, premezclas, sémola y milanesas de soja, arroz y vegetales |
|  | Vinos y espumantes |  | Horneables/gelificables |  | Pastas secas |
|  | Harinas: común, leudante y para pizza |  | Pastas secas, harinas, pan rallado y rebozador |  | Jugo de limón |
|  | Pastas secas |  | Arroz |  | Yerba mate |
|  | Yerba mate |  | Alfajor de arroz, bizcochos, obleas |  | Aceites |
|  | Aceites, salsa de soja, aceto y jugo de lima |  | Alimentos congelados |  | Vinos y espumantes |
|  | Yerba mate |  | Aceites |  | Yerba mate |
|  | Oblea de arroz |  | Pastas frescas, tapas de empanadas y tartas |  | Pastas secas *Marca licenciada para el negocio de fideos |
|  | Pastas secas |  | Aceites y aceto |  | Sémola de trigo |
| | |  | Pan rallado y rebozador | | |



NUESTRAS LOCACIONES



10 PLANTAS INDUSTRIALES



7 OFICINAS COMERCIALES



4 ACOPIOS



7 CENTROS DE ALMACENAMIENTO



3 BODEGAS



DE ARGENTINA PARA EL MUNDO



NUESTROS CLIENTES SON EMPRESAS GRANDES Y PYMES PERTENECIENTES AL SECTOR PRIVADO DE LA INDUSTRIA ALIMENTICIA.

PREMIOS *y reconocimientos*



Aimé

Fue reconocida con el premio **Effie Latam Plata** por la campaña “**Aimé Cuarenté**”.

[→ Mirá el video](#)



Lucchetti

Recibió el premio **Effie Argentina** en la categoría **Éxito Sostenido**.

[→ Mirá el video](#)



Santiago Mayorga

El enólogo de **NIETO SENETINER** y **CADUS WINES**, fue el único argentino reconocido entre las **personas más influyentes del mundo del vino** por **IWSC**.



Nieto Senetiner Believe in Rosé 2019

Fue reconocida con el **premio Value Rosé of the year** por **Tim Atkin** en su Reporte 2020.



Cadus Single Vineyard Finca Las Torcasas Malbec 2017,

Recibió 96 puntos entre los **mejores Malbec** del Reporte 2020 de **Tim Atkin**.





Veggies Granja del Sol y Exquisita

Recibieron el **Gran Premio Mercurio de Oro** Grandes Empresas y **Gran Premio Mercurio de Plata** Grandes Empresas respectivamente.



Lucchetti

Recibió el premio **Lápiz de Plata TV** y el premio **Buenos Anuncios Digital Platino** por la campaña Minimomentos

[→ Mirá el video](#)



Don Nicanor Single Vineyard Finca Villa Blanca Malbec 2016 y Don Nicanor Barrel Select Malbec 2018

Fueron rankeados dentro de los **Top 100 vinos argentinos** del Reporte 2020 de **James Suckling**.



Matarazzo

Recibió el premio **Lápiz de Oro TV 2020** por la campaña Paredes

[→ Mirá el video](#)



Ruca Malen

Recibió el premio **Travellers' Choice 2020** de Trip Advisor



Molinos, Arlistán y Gallo Snacks

Resultaron ganadores del **Ranking mensual de YouTube**.



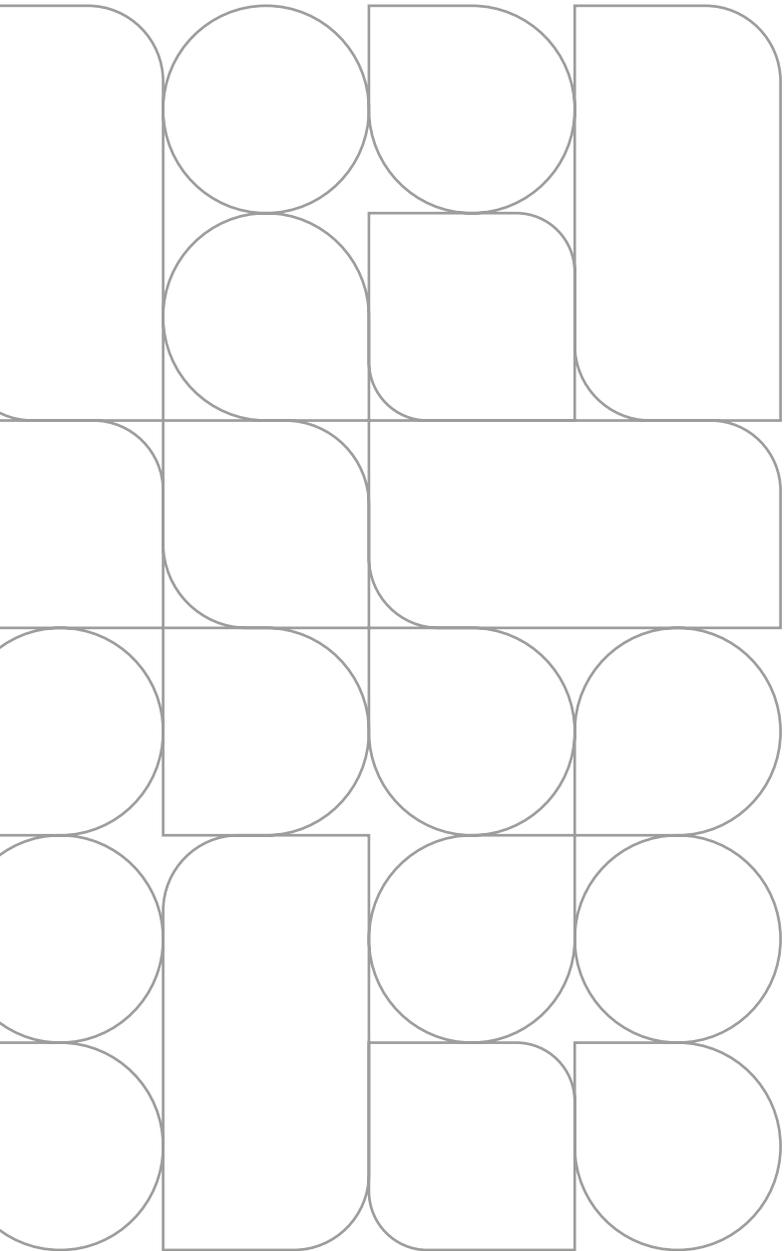


COMPROMISO CON LA SUSTENTABILIDAD

Como protagonistas en la producción de alimentos y bebidas y con el propósito de Alentar a los argentinos a Comer Mejor con productos ricos, prácticos, saludables y accesibles, tenemos un rol muy importante y una gran responsabilidad: **alimentar el bienestar de las familias argentinas con una estrategia de negocio alineada al desarrollo sostenible.**

Nuestro **compromiso con la sustentabilidad** se enmarca en la visión del Grupo: ser protagonista en la **construcción de un futuro mejor** desarrollando un **modelo de negocio sustentable**, capaz de conjugar **rentabilidad y eficiencia con responsabilidad social**, para **asegurar el largo plazo** y satisfacer necesidades e intereses de las personas.

En Molinos queremos hacer las cosas bien y cada vez mejor. Nuestro compromiso es mirar al futuro **analizando los impactos económicos, sociales y ambientales** de nuestras actividades así como los **riesgos y oportunidades** de nuestro negocio, los **cambios en la industria**, y trabajar siempre con la **participación de nuestros grupos de interés, internos y externos**, buscando **crear valor** con ellos.



ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD

La Sustentabilidad es una **estrategia de negocio que opera como una gestión de riesgos de triple impacto**: incluye aspectos económicos, de gobierno de la empresa, sociales y ambientales, que **genera beneficios en el negocio y en la sociedad**.

En Molinos Río de la Plata, basamos esta estrategia en pilares que recorren los temas principales de nuestro compromiso y muestran el eje de nuestras preocupaciones y objetivos en Sustentabilidad:



SALUD Y BIENESTAR



DESARROLLO DE PERSONAS Y COMUNIDAD



CUIDADO AMBIENTAL



BASES DEL NEGOCIO

En 2020 incluimos **el eje “Bases del Negocio”**, que si bien estaba considerado en la estrategia anterior y los temas materiales, no se incluía como Pilar. En este, incluimos aquellos temas relevantes que **atravesan de manera transversal a toda la Compañía y sientan las bases para asegurar el éxito sostenible**, garantizando la ética y la transparencia, la fortaleza financiera, la integración al negocio de los grupos de interés y la promoción del respeto por los Derechos Humanos y los hábitos de vida saludable.

NUESTRA GESTIÓN DE SUSTENTABILIDAD CONTRIBUYE A:

- ✓ La **promoción de hábitos de vida saludable** mediante la elaboración de productos que promueven una alimentación sana
- ✓ El **estímulo y desarrollo de nuestro capital humano, proveedores y comunidad**
- ✓ La responsabilidad y el **cuidado del medioambiente** mitigando el impacto ambiental de nuestra producción

A TRAVÉS DE UN BUEN GOBIERNO CORPORATIVO QUE ESTABLECE LAS BASES PARA ASEGURAR LA SOSTENIBILIDAD DE LA COMPAÑÍA

TEMAS MATERIALES DE SUSTENTABILIDAD

En el desafiante contexto del año 2020, decidimos realizar una **revisión de los temas materiales**, para comprender cuáles deberían ser los asuntos clave relacionados con el compromiso con el desarrollo sostenible de la Compañía, identificados específicamente para la industria alimenticia y particularmente para Molinos Río de la Plata, que **guíen nuestra gestión de sustentabilidad**.

En esta revisión consideramos plantear un **esquema de temas clave de sustentabilidad alineados a nuestros 4 pilares** y, dentro de cada uno, identificar aquellas **cuestiones que consideramos debemos tener como Norte**, si bien lo estemos trabajando hoy o sea un tema aspiracional para nosotros.

Presentamos aquí, sin orden de priorización aún, nuestros **temas críticos de sustentabilidad para el negocio**, cuya Matriz presentaremos en nuestro próximo Reporte de Sustentabilidad.





BASES DEL NEGOCIO

- ✓ Ética y Transparencia en la Gestión del Negocio
- ✓ Desempeño Económico Sostenible
- ✓ Diálogo con los Grupos de Interés
- ✓ Promoción y Respeto de los Derechos Humanos
- ✓ Promoción de Hábitos de Vida Saludable



SALUD Y BIENESTAR

- ✓ Innovación y Renovación de los productos
- ✓ Mejora Continua del Perfil Nutricional
- ✓ Marketing y Etiquetado Responsable
- ✓ Seguridad Alimentaria
- ✓ Atención al Consumidor



DESARROLLO DE PERSONAS Y COMUNIDAD

- ✓ Compromiso Humano
- ✓ Potenciar Talentos
- ✓ Diversidad y Género
- ✓ Prácticas responsables en la Cadena de Valor
- ✓ Desarrollo de las Comunidades

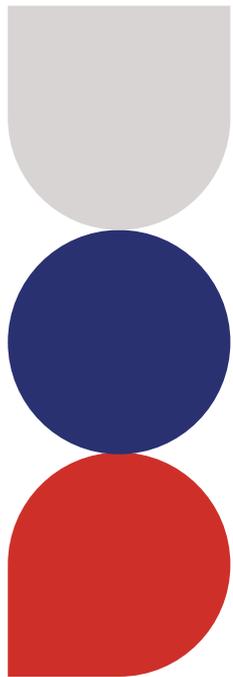


CUIDADO AMBIENTAL

- ✓ Economía Circular y Mejora Continua
- ✓ Optimización ambiental del Transporte
- ✓ Impactos ambientales del Empaque a lo largo del ciclo de vida de los productos
- ✓ Huella ambiental

GESTIÓN DE LA SUSTENTABILIDAD

Desde el área de Asuntos Institucionales coordinamos la **gestión de sustentabilidad y trabajamos para impulsar y validar las acciones** que surjan como resultado de la definición final de los temas materiales y su relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y de la gestión interna de indicadores. También, desde allí se **revisa y aprueba el Reporte de Sustentabilidad** asegurando que todos los aspectos materiales hayan quedado reflejados.



El equipo de **Embajadores de Sustentabilidad**, conformado por representantes de las áreas de Industriales, SHyMA, Compras, Investigación, Desarrollo y Calidad, Sistemas, Recursos Humanos, Packaging, Legales, Logística, Auditoría Interna, Marketing, Mejora Continua, Administración y Finanzas, **colabora en el proceso de Reporte, lidera iniciativas que promueven mejoras en la gestión de sustentabilidad y participa de talleres sobre tendencias** en la temática.

2020 fue un año relevante ya que sumamos hitos que consolidan el camino que venimos recorrien-

do. Se consolidó el Comité interdisciplinario y definimos un Plan de Acción de Sustentabilidad: Primera Etapa “Programa Residuo Cero”

Para llevar adelante esta tarea **recolectamos datos internos, generamos indicadores y realizamos benchmarks** que nos permitieron evaluar el status de Molinos, monitorear avances y definir acciones de largo plazo conjuntamente con el Comité Ejecutivo y los Directores. También, se llevaron a cabo 3 reuniones de seguimiento con la Alta Dirección para monitorear avances y definir el plan de acción.



CONTRIBUCIÓN A LA AGENDA 2030

Los Objetivos Mundiales son nuestra mayor esperanza: para las personas, la prosperidad, la paz y las alianzas. Y este año, ante la crisis que provocó la pandemia afectando tanto la salud como al sistema económico mundial, sin duda cobran mayor relevancia, porque ratifican que los temas más desafiantes para el planeta en los que debemos enfocarnos siguen siendo los 17 temas planteados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, un llamado a la acción mancomunada de todos los países y sus organizaciones para el 2030.

Desde su lanzamiento, en Molinos nos comprometimos con esta Agenda, partiendo de la identificación de aquellos Objetivos a los que podemos contribuir desde nuestro negocio. En 2020 la Organización de las Naciones Unidas dio inicio a la Década de Acción, momento en el que deberemos acelerar las iniciativas que nos permitan concretar los objetivos propuestos y en Molinos reafirmamos nuestro compromiso y esfuerzo y presentamos aquí nuestra contribución a los ODS y sus metas, en base a los cuatro ejes de nuestra estrategia de sustentabilidad y sus temas clave.



Hacé click en los ODS para ver los ejes de nuestra Estrategia de Sustentabilidad, temas materiales y metas de los ODS a las que aportamos.





ACTUACIÓN RESPONSABLE EN PANDEMIA

2020 fue un año de mucha incertidumbre, en el que tuvimos que poner todos nuestros esfuerzos en **un trabajo mancomunado** para **cumplir con el compromiso de continuar llevando alimentos y bebidas a los hogares de todo el país.**

El 11 de marzo de 2020, la **Organización Mundial de la Salud declaró al Coronavirus COVID-19 como una pandemia.** A raíz de ello, el **Gobierno Nacional dispuso la emergencia pública en materia sanitaria** y el aislamiento y posteriormente distanciamiento social preventivo y obligatorio, para todas las personas que habitan en el país, inicialmente hasta el 31 de marzo de 2020, prorrogándose dicha fecha en forma sucesiva.

 [Hacé click para mirar el video](#)





En atención a que **nuestra industria fue declarada actividad esencial y crítica para la población**, desde el inicio de la crisis sanitaria pusimos en funcionamiento una serie de medidas en materia de seguridad, higiene y protección, destinadas al cuidado de los trabajadores y contratistas y los lugares donde desempeñan sus actividades cada día. La velocidad de acción nos permitió **diseñar estrictos protocolos de seguridad que ayudaron a garantizar el normal desarrollo de nuestras operaciones**.

Las principales medidas se implementaron en línea con las recomendaciones difundidas por la Organización Mundial de la Salud y por el Ministerio de Salud de Argentina, y **abarcaron desde comportamientos hasta adaptación de infraestructura** para prevenir los contagios y operar con los máximos recaudos.

El trabajo conjunto de todos los que formamos parte de Molinos estuvo coordinado en todo momento por el **Comité de Crisis** integrado por el Comité Ejecutivo, coordinado por el Director de Capital Humano.

Tras la conformación de un Comité interdisciplinario a nivel compañía, el **Comité de emergencia sanitaria COVID 19**, y en cada una de las Plantas, el **Comité de Operaciones Coronavirus**, integrados por los máximos responsables de las áreas de producción, logística, abastecimiento, comercialización y auditoría, implementamos un Protocolo de Actuación que contempló medidas de prevención y acciones a ejecutar ante la detección de casos sospechosos o positivos, junto a la distribución de los materiales de seguridad e higiene necesarios para el cuidado de los colaboradores.

Para llevarlo a cabo, capacitamos a todo el personal y realizamos **simulacros de casos sospechosos de COVID, 110** en todas las locaciones, que implicaban la activación del programa de limpieza de líneas y sectores afectados y el sistema de comunicación del caso a las distintas áreas. Cada Planta confeccionó además un protocolo de limpieza y desinfección.

Por otro lado, proporcionamos el **Programa de Asistencia al Empleado (PAE)** consistente en liderarlos emocional y psicológicamente, para pasar por esta experiencia de pandemia con el menor daño posible, generando resiliencia a nivel personal, familiar y social.



[Para conocer el detalle de las medidas de prevención y protocolos de actuación ver Desarrollo de personas y comunidad](#)

#SOMOSUNSOLOEQUIPO

Como parte de las iniciativas para **cuidar a los colaboradores y garantizar la continuidad del proceso de producción**, lanzamos este programa que invitó a las **distintas áreas de la Compañía a sumarse a los equipos de Planta, para cubrir las tareas de aquellos colaboradores población de riesgo** que debieron quedarse en sus casas.

Diseñamos y lanzamos el programa en 10 días, desafiando barreras como la del miedo al contagio, cuestiones legales y administrativas, disponibilidad de agendas, entre otras, y dejamos **instalada una capacidad organizacional para la continuidad de esta práctica**.

Más allá de los roles cubiertos, el gran logro del programa fue cultural: **aprendizaje y enriquecimiento mutuo a través de esta experiencia que unió teletrabajadores y trabajadores presenciales, acercando el mundo corporativo y el mundo industrial**.

Cabe destacar que tuvimos muchas postulaciones espontáneas y varios colaboradores repitieron la experiencia.



89
voluntarios



5.653 horas
entregadas



9 Plantas
de alimentos
y vinos



REFORZAMOS NUESTRO VÍNCULO Y ALIANZA CON EL BANCO DE ALIMENTOS

A partir de este difícil contexto, desde Molinos decidimos fortalecer nuestra ayuda al Banco de Alimentos institución que nuclea a más de 1.200 organizaciones con dificultades de acceso a la comida, con la que colaboramos desde el año 2002.

Fuimos el principal donante en volumen de alimento manufacturado en 2020.

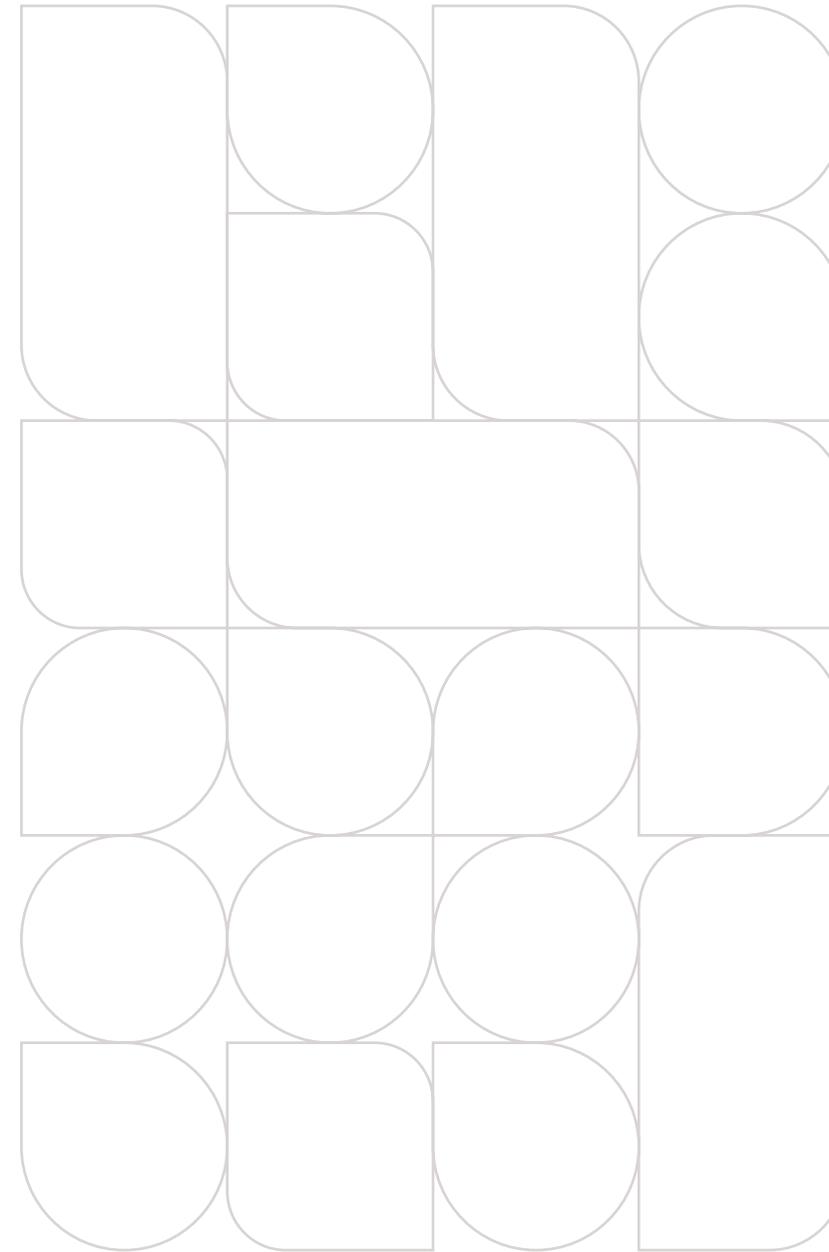


820 toneladas de alimentos
equivalente a **2.460.000 platos de comida**
y a + de **30 millones de pesos,**

A su vez, a través del Banco, colaboramos con los distintos municipios para poder acompañar a las comunidades de las localidades en donde tenemos alguna actividad.

CAMPAÑA SOLIDARIA DE DONACIÓN #SEAMOSUNO

Estuvimos cerca de quienes más lo necesitaron, colaborando en esta iniciativa multisectorial que llevó alimentos a un millón de familias argentinas en situación de vulnerabilidad, sumando a la campaña a cientos de colaboradores del Grupo Perez Companc.





Bases del *Negocio*

Creemos que un **buen gobierno corporativo** es aquel que **sienta las bases** para asegurar el desarrollo sostenible de la compañía: **garantiza la ética y la transparencia, la mejora continua del desempeño económico y el mantenimiento de la fortaleza financiera; promueve el respeto por los Derechos Humanos y los Hábitos de Vida Saludable y escucha e integra a los grupos de interés.** Estos son los **temas relevantes que representan las Bases de nuestro Negocio** y recorren de manera transversal a toda la Compañía.





ÉTICA Y TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN DEL NEGOCIO

Las **buenas prácticas de gobierno** facilitan la creación de un ambiente de **confianza y transparencia** que favorecen las inversiones a largo plazo, la estabilidad financiera y la integridad en los negocios. El **cumplimiento de las normas y estándares éticos** compromete a toda la Compañía y constituye un **objetivo estratégico**.

Nuestra ética empresarial está basada en no sacrificar la misión a largo plazo en pos de oportunismos, procurando **establecer relaciones justas y transparentes** con nuestro entorno de negocios, que no difieran con las normas de orden público y privado. Creemos que en nuestras relaciones tanto internas como externas, **debemos actuar con la verdad, asegurando al máximo la coherencia entre lo que pensamos, decimos y hacemos**.

Una fuerte cultura de ética e integridad empresarial es un facilitador para nuestro negocio y operaciones, mejorando y fortaleciendo una **mentalidad de “hacer lo correcto por la razón correcta”**. De esta manera, fomentamos continuamente la creación de **valor compartido** para nuestros negocios y actividades, así como para nuestros consumidores, accionistas y comunidades.

 [Más información haciendo click acá.](#)



GOBIERNO CORPORATIVO

El Directorio de Molinos **sienta las bases** para asegurar el éxito sostenible de la Compañía. **Promueve una cultura ética de trabajo, establece la visión, misión y valores** y asegura una estrategia inspiradas en ellas y basadas en la Filosofía Corporativa del Grupo Perez Companc.

Aprueba el plan anual de negocios que considera factores ambientales, sociales y de gobierno, y que es elaborado con la participación colaborativa de todas las áreas. Ese primer documento es presentado al Comité Ejecutivo, quien luego de diversas reuniones de trabajo y análisis, somete la versión final a aprobación del Directorio. Periódicamente los miembros del Directorio y el Comité Ejecutivo **monitorean y evalúan el cumplimiento** de dicho plan, supervisando su implementación mediante la utilización de indicadores clave de desempeño y teniendo en consideración el mejor interés de la Compañía.

DIRECTORIO

| | |
|---------------------------------|-------------------|
| Luis Perez Companc* | Presidente |
| Amancio Hipólito Oneto* | Vicepresidente |
| Pablo Luis Antunez* | Director Titular |
| Guillermo Nelson García Abal ** | Director Titular |
| Gustavo Héctor Abelenda ** | Director Titular |
| Susana Mabel Malcorra ** | Directora Titular |
| Mariano Mazur (*) | Director Suplente |
| Sebastián Gallo (**) | Director Suplente |

El Presidente del Directorio y demás miembros son de nacionalidad argentina y no ocupan cargos ejecutivos dentro de la compañía. * No independiente | ** Independiente

COMITÉ EJECUTIVO

CEO: **Agustín Llanos**

Dirección Ejecutiva Comercial: **Cristian Sandgarten**

Dirección Ejecutiva de Negocio Alimentos: **Diego Pistone***

Dirección Ejecutiva de Negocio Vinos: **Ariel Nuñez Porolli**

Dirección Ejecutiva de Operaciones Industriales: **Sergio Szterensus**

Dirección Ejecutiva de Administración & Finanzas: **Matías Avico**

Dirección Ejecutiva de RRHH: **Matías Tailhade**

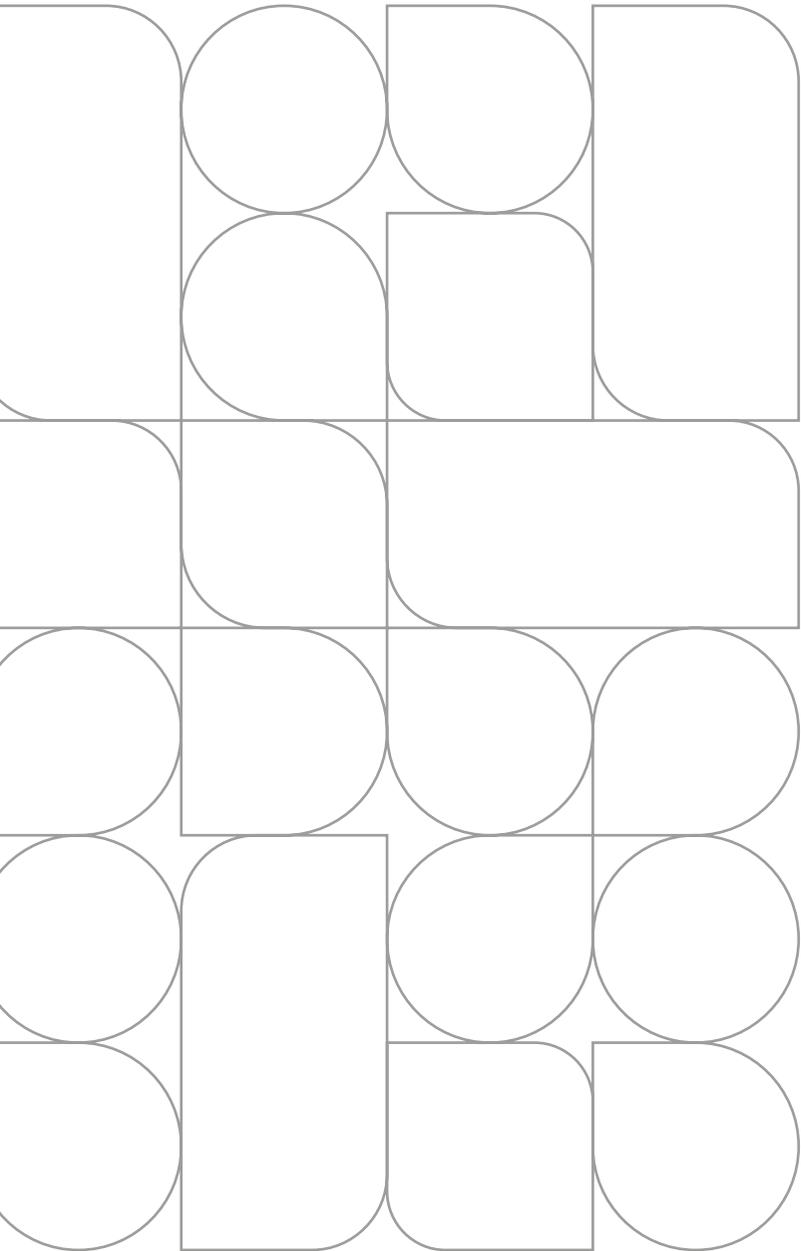
Dirección Ejecutiva de Legales: **Carina Turco Grecco***

Dirección de Investigación, Desarrollo & Calidad Corporativa:

Luciano López Jauregui

Dirección de Auditoría Interna: **Andrea Riquelme**

*A la fecha de publicación de este Reporte (2021), estos miembros no forman parte del Comité Ejecutivo



PARTICIPAMOS EN LAS SIGUIENTES ASOCIACIONES, CÁMARAS Y AGRUPACIONES DEL SECTOR





CÓDIGO DE CONDUCTA

Guía nuestro accionar y de él derivan las políticas, normas y procedimientos que establecen los lineamientos para llevar adelante las tareas diarias en un marco ético.

Sustentado en la Filosofía corporativa, visión, misión y principios, internaliza valores como **confiabilidad, excelencia, ética, credibilidad y transparencia** y contempla definiciones respecto a conflictos de intereses, relación con funcionarios públicos de distinta índole, relación con accionistas, clientes, consumidores, proveedores, competidores, la comunidad y el medio ambiente.

La aplicación del Código es responsabilidad personal e indelegable de todos los colaboradores. Por ello, al ingresar a la Compañía adhieren a él y anualmente suscriben una **Declaración de Cumplimiento**, renovando el compromiso asumido principalmente gerentes de primera línea y áreas que por sus funciones podrían estar más expuestas a situaciones de conflicto. El Código de Conducta también es formalmente vinculante para Directores y síndicos.

Durante 2020, continuamos trabajando en el **Programa de Integridad de la Compañía** reforzando conceptos como **Tolerancia 0 al Soborno y a la Corrupción pública y privada**.



PROGRAMA DE INTEGRIDAD

Apoya y fomenta la cultura ética de la Compañía y la integridad de quienes se relacionan con ella. Se sustenta sobre la base del Código de Conducta y de Políticas específicas para prevenir ilícitos entre las que se destacan la Política Anticorrupción, la Política de Regalos y/o Atenciones, el Marco de Compras y el Código de Conducta de Proveedores.

El Directorio deposita en el cuerpo gerencial la confianza y responsabilidad de velar por la vigencia del Programa de Integridad. Para facilitar su cumplimiento **se capacita a Directores y Gerentes en todos los aspectos necesarios para derramar en toda la Organización una “cultura ética” como forma de desarrollar nuestros negocios.** En 2020, continuaron las capacitaciones al cuerpo de venta de Comercio Exterior en relación a distintos controles y validaciones a tener en cuenta a la hora de evaluar un potencial socio comercial.

Continuando con la **Academia Ética & Compliance**, dentro del marco del Programa de capacitación “+ Saber”, sumados a los 4 módulos obligatorios para todos los colaboradores referidos al Código de Conducta, a Conflictos de intereses, Línea Ética y Confidencialidad de la información, en 2020 **avanzamos con el desarrollo del módulo de Dilemas Éticos.** Este contiene casos prácticos aplicados a situaciones del día a día, que le permiten al colaborador poner en práctica los conocimientos adquiridos.





CONTACTO LÍNEA ÉTICA

0800-888-2566

WWW.ETICAMOLINOS.KPMG.COM.AR

ETICAMOLINOS@KPMG.COM.AR

Durante 2020, continuamos reforzando la comunicación sobre la Línea Ética teniendo como objetivo el contacto accesible, de forma tal que los colaboradores puedan **realizar denuncias sin importar el momento o lugar en el que se encuentren.**

 [Más información haciendo click acá.](#)

LÍNEA ÉTICA

Contamos con una “Línea Ética” a disposición de colaboradores, clientes, proveedores y consumidores que recibe las denuncias de cualquier desvío del Código de Conducta.

En forma complementaria, el Protocolo Interno de Recepción y Administración de Denuncias, define los lineamientos para su administración, el proceso de recepción de denuncias y su adecuado tratamiento e investigación interna.

Sin identificación del denunciante, las denuncias son enviadas a la Dirección de Auditoría Interna, que analiza e investiga los hechos informados para poner a consideración del “Comité de Ética” (integrado por la Dirección de Capital Humano y la Dirección de Asuntos Legales) los resultados obtenidos de la investigación y definir los planes de acción que correspondan, que pueden incluir sanciones disciplinarias, cese de relaciones comerciales con terceros y/o su reporte a las autoridades competentes. Además, la Línea es administrada por un tercero independiente, de manera de garantizar la estricta confidencialidad y anonimato del denunciante.



GESTIÓN DE RIESGOS

Para minimizar el potencial impacto que podrían originar los riesgos de las operaciones en la consecución de los objetivos de la Compañía, la Dirección de Auditoría Interna, que depende directamente del Presidente del Directorio, actúa como soporte de las distintas áreas a través de la **implementación y optimización de diversos controles y procedimientos**. Por su parte, el Comité de Auditoría evalúa anualmente el desempeño de la Dirección de Auditoría Interna.

En función del riesgo determinado, se prepara un ranking de procesos y se seleccionan las revisiones de auditoría que forman parte del **Plan de Auditoría Anual**. El objetivo es poner foco permanente en las áreas críticas de cada negocio y **recorrer integralmente los procesos principales cada tres años**, abarcando Plantas, Centros de Distribución, Acopios, Áreas Comerciales, Subsidiarias y Administración Central.

La gestión de riesgos incluye, además de los procesos considerados críticos, el seguimiento de la “Política de Seguri-

dad de la Información” que provee un marco y especifica los requerimientos mínimos y obligatorios para su uso correcto.

Durante 2020, continuamos con la **implementación del Programa de Integridad**, recolectando información de los proveedores definidos como críticos en términos de la Política de Anticorrupción, a fin de confeccionar matrices de riesgos y controles, identificando actores, escenarios de riesgo, puntos de control y evidencia para mitigar los riesgos identificados.

En 2020, el Plan de Auditoría incluyó, entre otros, procesos impositivos, legales, procesos de venta de residuos y subproductos y de ventas de comercio exterior; con foco no solo en el riesgo sino también en la forma de eficientizar las tareas. El Plan se complementó con la participación en los proyectos más importantes de la Compañía dentro del contexto de pandemia, como la implementación de las nuevas plataformas de e-commerce y del nuevo sistema de control de contratistas.

DESEMPEÑO ECONÓMICO SOSTENIBLE

Comprometidos con el crecimiento de la compañía y la integridad del negocio, en Molinos trabajamos en la mejora continua del desempeño económico, buscando la creación de valor y generación de riqueza o flujo de fondos sustentables para los grupos de interés, garantizando el cumplimiento de los compromisos asumidos.

VALOR ECONÓMICO GENERADO

 \$46.873

Cifras expresadas en millones de pesos argentinos. Estados contables disponibles en <https://www.molinos.com.ar/quienes-somos/inversores/>

 Más datos económicos en capítulo 7 Indicadores de Gestión

VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO

 \$46.781

- ✓ \$34.174 Proveedores
- ✓ \$6.665 Salarios y beneficios
- ✓ \$4.199 Proveedores de Capital
- ✓ \$1.718 Tasas e Impuestos



Negocio de Alimentos

Durante 2020, el negocio de Alimentos de Molinos continuó "Alentando a los argentinos a comer mejor". Teniendo el propósito como guía en cada una de las categorías en las que participamos, y en un contexto de pandemia con un consumidor también afectado por la pérdida de poder de compra, **desarrollamos planes para mantener las marcas vigentes en la mente y decisión de compra de los consumidores**, como así también **actualizar el portafolio y desarrollar nuevos productos**, aportando más Saludabilidad, Accesibilidad, Practicidad y Sabor.

Negocio de Vinos

En el 2020, el grupo de Bodegas **continuó desplegando su potencial de crecimiento**. La cuarentena trajo cambios en los hábitos de consumo para el negocio de vinos; y atentos a las necesidades de nuestros consumidores, nos focalizamos en afianzar los roles de las Bodegas, ordenar el portafolio, sus insumos y pack, para prepararnos para una nueva etapa de crecimiento.

EN 2020, DESDE EL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS, SE REDEFINIERON Y MODERNIZARON ESTÁNDARES Y PROCESOS CENTRALES LOGRANDO ASÍ OPERACIONES MÁS SIMPLES Y ÁGILES, DISPONIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN EN TIEMPO REAL, ACCESIBILIDAD Y AUTOGESTIÓN.

DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS



Creemos que **escuchar, comprender, procesar e integrar a nuestra estrategia las expectativas de los Grupos de Interés es fundamental para el desarrollo sostenible y responsable del negocio.**

Mapeamos a nuestros grupos de interés teniendo en cuenta variables como la responsabilidad, influencia, cercanía, dependencia y representación, y **establecemos canales de comunicación** específicos para responder a sus consultas e integrarlos activamente, con el fin de **generar valor compartido.**



Clientes

Centro de atención al consumidor. Encuestas telefónicas y online. Informe de satisfacción anual. Estudios de Marca. Jornadas de capacitación. Redes sociales.



Colaboradores

Encuesta bianual de clima organizacional. Talleres de sensibilización de clima. Focus groups. Reuniones internas. Línea Ética. Declaración anual del Código de Conducta. Voluntariado corporativo. Comunicaciones internas. Instancias de feedback.



Comunidad, universidades y medios de comunicación

Programas con la comunidad. Encuesta de satisfacción. Encuesta de marca. Foros. Voluntariado. Congresos. Grupos de trabajo (empresas). Encuesta de empleabilidad. Desayunos. Comunicación del Reporte de Sustentabilidad. Información a la prensa.



Gobierno y organismos de control

Reuniones periódicas. Convenios marco. Acuerdos de cooperación. Regímenes de información.



Accionistas y sociedades del grupo

Reuniones de directorio y asamblea de accionistas. Memoria y Estados Contables. Documentación pública presentada a la CNV.



Proveedores

Jornadas de capacitación. Encuesta telefónica/online. Auditorías. Evaluaciones y visitas planeadas.

ALIANZAS SUSTENTABLES

Participamos en las siguientes iniciativas y organizaciones que promueven la Sustentabilidad



Suscribimos al **Código de Ética y Autorregulación Publicitaria del CONARP** - Consejo de Autorregulación Publicitaria



Formamos parte de la **Comisión Directiva del CEADS** - Consejo Argentino para el Desarrollo Sostenible



Somos miembros de la **COPAL** - Coordinadora de las Industrias de Productos Alimenticios y **formamos parte del Comité de Sustentabilidad**



Consolidamos una **alianza estratégica con la Fundación Banco de Alimentos de Buenos Aires y con la Red Argentina del Banco de Alimentos**



Somos parte del **Consejo Publicitario Argentino**



Junto con **Fundación Educativa** desarrollamos el Programa **“Comer Rico, Comer Sano”**, para fomentar la construcción de hábitos de alimentación y de vida saludable en la comunidad escolar



En 2020, **adherimos a Ganar-Ganar**, programa implementado por ONU Mujeres en asociación con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) para **promover la igualdad de género** a través del sector privado.



 [Más información haciendo click acá.](#)



PROMOCIÓN Y RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS

Estamos convencidos que respetar y promover los derechos humanos es **esencial para que nuestro negocio y cadena de suministro sean más resilientes, inclusivos y sostenibles.**

Nuestros valores incorporan el respeto por los derechos humanos de todas las personas que trabajan para o con nosotros y a lo largo de nuestras actividades comerciales, reduciendo las desigualdades y velando por la igualdad de oportunidades para todos.

Como empresa de alimentos, estamos **enfocados en promover hábitos de vida saludable y comprometidos en ayudar a comer mejor a los argentinos**, respetando el **derecho a la salud y el bienestar** de todas las personas y en especial de los niños y jóvenes.

El respeto de los Derechos Humanos es, entonces, **transversal a todo el negocio** y contribuimos con lo que realmente somos expertos.



INCLUSIÓN & DIVERSIDAD

En Molinos tenemos la vocación de **construir una cultura más diversa e inclusiva** en pos de impulsar y fortalecer el empoderamiento de la mujer.

Hicimos de esto un compromiso adhiriendo a los **Principios de Empoderamiento de las Mujeres** (WEPs, por sus siglas en inglés), que orientan a las empresas sobre cómo promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad. Establecidos por el **Pacto Mundial de las Naciones Unidas y ONU Mujeres**, los WEPs se basan en las **normas internacionales del trabajo y los derechos humanos** y son el camino para que las empresas alcancen la **igualdad de género de la agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible**.

Firmamos el **Programa Ganar-Ganar**. A través de un proceso de **4 etapas: Diagnóstico, Plan de Acción, Implementación y Evaluación y Reporte**, el programa contribuye al empoderamiento económico de las mujeres, reconociéndolas como beneficiarias y socias del crecimiento y el desarrollo, aumentando el compromiso del sector privado con la igualdad de género y el fortalecimiento de las capacidades de las empresas para implementar estos compromisos.

 [Más información sobre el Programa de Inclusión & Diversidad](#)

Principios para el empoderamiento de las mujeres



Promover la igualdad de género en todos los niveles de la organización.



Tratar a todos los hombres y mujeres de forma equitativa en el trabajo; respetar y defender los derechos humanos y no discriminación.



Velar por la salud, la seguridad y el bienestar de todos los trabajadores/as.



Promover la educación, la formación y el desarrollo profesional de las mujeres.



Llevar a cabo prácticas de desarrollo empresarial, cadena de suministro y marketing a favor del empoderamiento de las mujeres.



Promover la igualdad mediante iniciativas comunitarias y cabildeo.



Evaluar y difundir los progresos realizados a favor de la igualdad de género.

PROMOCIÓN DE HÁBITOS DE VIDA SALUDABLE

En línea con nuestro propósito de “Alentar a los argentinos a comer mejor”, al ODS 2 de “Poner fin a todas las formas de malnutrición” y a la Organización Mundial de la Salud que advierte sobre la problemática a nivel mundial del sobrepeso, la obesidad y carencia de nutrientes, **promovemos hábitos de vida saludables en los consumidores y la comunidad.**



VÍNCULO CON NUTRICIONISTAS

Apoyados en la relación con Profesionales de la Salud y la Comunicación Responsable, con el **Programa de Molinos de Vinculación con Nutricionistas** mantenemos una relación muy activa con dichos profesionales con el fin de buscar objetivos comunes e intercambiar información actualizada en materia de nutrición y tecnología alimentaria, así como también acercar información válida, científica y confiable sobre las características nutricionales, ventajas y beneficios de nuestros productos.

Durante 2020 seguimos acercándonos a los profesionales de la salud relacionados con la nutrición, a través de una **encuesta digital con alcance a 2500 contactos.**

Con motivo de la presentación de nuestro propósito “Alentar a los argentinos a comer mejor” **llegamos a nutricionistas aliadas en nuestro propósito con productos y contándoles nuestros desafíos.**

Debido al contexto de pandemia no pudimos realizar los eventos presenciales de todos los años, ni continuar con las visitas a nuestra Planta.

ACOMPAÑAMOS Y SALUDAMOS A LOS NUTRICIONISTAS EN SU DÍA A TRAVÉS DE NUESTRAS REDES SOCIALES.

ACADEMIA DE NUTRICIÓN

Para una constante formación y actualización de nuestros equipos de profesionales que diseñan y formulan los productos, desde hace muchos años la **Academia de Nutrición transmite todo lo relacionado en la materia acerca del consumo de alimentos y la salud.**

En 2020, la Academia **continuó capacitando al equipo de Investigación y Desarrollo y a los equipos de Marketing**, porque consideramos fundamental que comprendan el impacto de su trabajo en la salud de los consumidores.



PLAN DE FORMACIÓN SOBRE NUTRICIÓN Y SALUD

6 módulos de capacitación

250 asistentes

80% de satisfacción

Con estas acciones **seguimos impulsando la calidad nutricional de nuestros productos y su comunicación responsable.**



comer
RICO
comer
SANO

PROGRAMA COMER RICO, COMER SANO

En 2011, creamos este programa dirigido a alumnos de escuelas cercanas a Plantas y Acopios, para colaborar en la construcción de hábitos de alimentación y de vida saludable en la comunidad escolar.

Este año nos adaptamos para llevar el programa a distancia y participaron



55 docentes y 1.698 Alumnos
23 Escuelas en 10 localidades



Más información
sobre el Programa



Salud y *Bienestar*

En Molinos tenemos un propósito: **Alentar a los argentinos a comer mejor.** De allí que mejorar la **Salud y el Bienestar**, manteniendo un firme **compromiso con la calidad, la innovación y la mejora continua**, resulta un **pilar fundamental** de nuestra estrategia de sustentabilidad para poder **llegar a todos los hogares del país** con **alimentos bien hechos** y que **hagan bien** a los argentinos.

INNOVACIÓN Y RENOVACIÓN DE LOS PRODUCTOS

A través de un **trabajo continuo** y una sostenida **inversión en innovación**, identificamos las **necesidades de los consumidores** y actualizamos la oferta de nuestros alimentos para satisfacer sus necesidades y cumplir con los requisitos y los del marco regulatorio vigente, que evolucionan constantemente.



COMO INDUSTRIA ESENCIAL EN ESTA EMERGENCIA, DURANTE 2020 SEGUIMOS TRABAJANDO PARA LLEVAR OPCIONES RICAS Y SALUDABLES A LOS HOGARES ARGENTINOS EN EL MOMENTO QUE MÁS LOS NECESITABAN.



NOS UNE
Innovar



Lanzamientos



El **portfolio de alimentos libres de gluten** siguió creciendo, aumentando un 5% la oferta, llegando así a **113 productos sin T.A.C.C.**

ARROZ PREPARADO EN 3 PRESENTACIONES:

sabores **queso, verdeo y mix de vegetales.**



Hacé click para ver el video.



FIDEOS LIBRES DE GLUTEN MIX DE LEGUMBRES

Con harinas de arvejas y garbanzos. Fuente de hierro, bajos en sodio, sin colesterol ni grasas trans.

← Hacé click para ver el video.

NUEVAS CHIPS GALLO SNACKS SABORES QUESO Y PIZZA.

Horneadas, aportan solo 99 kcal cada 15 unidades y tienen 50% menos de grasas totales*.

Hacé click para ver el video. →



* respecto al valor medio de tres alimentos de referencia del mercado.

CONTINUAMOS PROMOVRIENDO LA OFERTA DE ALIMENTOS SALUDABLES Y SOSTENIBLES



NUEVA PRESENTACIÓN DE VEGGIES, AHORA POR 4 UNIDADES.

Fuente de proteínas vegetales y fibra, sin conservantes, con un perfil de aminoácidos completo.



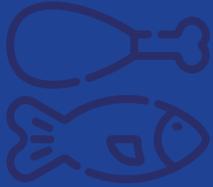
LANZAMOS EL NUEVO ACEITE COCINERO PLUS

Con alto contenido de omega 9 y fuente de vitamina E.

MEJORA CONTINUA DEL PERFIL NUTRICIONAL DE LOS ALIMENTOS

Contamos con un **Sistema de Perfil Nutricional (SPN)** desarrollado para monitorear la **calidad nutricional de los alimentos que lanzamos al mercado**. Esta herramienta, **los analiza y clasifica** de acuerdo con los atributos de su composición nutricional y en función de las recomendaciones establecidas por la Organización Mundial de la Salud, basándose en estándares de **nutrientes críticos que deben limitarse** (grasas, azúcares, sal) y de **nutrientes esenciales que se deben promover** (vitaminas, minerales, proteínas, fibra).





APORTE DE NUTRIENTES ESENCIALES

ALIMENTOS FUENTE DE PROTEÍNAS

Nuestro organismo necesita de las **proteínas** para fortalecer y mantener los huesos, los músculos y la piel, ayudándolo a **reparar y producir células nuevas**. Su consumo es importante para el crecimiento y desarrollo de niños, adolescentes y mujeres embarazadas.

Una dieta rica en alimentos de origen vegetal confiere una buena salud y beneficios ambientales. En la nueva era del consumo sostenible, las legumbres, semillas y granos, toman protagonismo, cumpliendo un rol fundamental en materia de seguridad alimentaria y nutricional.

Las **legumbres** han sido parte esencial de la alimentación humana desde hace siglos. Se caracterizan por aportar **proteínas de calidad, fibra y minerales** como el hierro, el potasio, el magnesio y el zinc. También poseen alto contenido de vitaminas del grupo B, inclusive folato¹. A su vez, la quínoa es un pseudocereal que se caracteriza por tener proteínas de alto valor biológico, ácidos grasos esenciales, fibras, vitaminas y minerales y numerosos fitoquímicos, entre ellos, los fitoesteroles.

Las Guías Alimentarias para la Población Argentina (GAPA) recomiendan **consumir legumbres**. Es por esto que se torna tan necesario poder acercar a la gente opciones para facilitar su inclusión en la alimentación.



EN 2020, APORTAMOS

21 toneladas de proteínas al mercado,

provenientes de
nuestros alimentos
"Fuente de proteínas"

1. FAO. Legumbres, semillas nutritivas para un futuro sostenible. 2016

ALIMENTOS FUENTE DE FIBRA

La Fibra es la porción de alimento derivada de la **pared celular de las plantas** que contribuye a²:

- ✓ Estimular la **actividad bacteriana positiva** del intestino.
- ✓ Mejorar el **peristaltismo** intestinal.
- ✓ Mantener la **integridad de la mucosa intestinal** e influir en el metabolismo de carbohidratos y lípidos.
- ✓ Moderar la ingesta de energía al **regular el apetito**.

La OMS recomienda consumir **+de 25g de fibra al día**.



EN 2020, APORTAMOS

2.747
toneladas de fibra alimentaria
a través de nuestros productos. Esto representa **98 contenedores llenos de fibra.**

2. The Academy of Nutrition and Dietetics. Fiber Reviewed by Esther Ellis, MS, RDN, LDN. 2020 <https://www.eatright.org/food/vitamins-and-supplements/nutrient-rich-foods/fiber>



REDUCCIÓN DE NUTRIENTES CRÍTICOS

PROGRAMAS DE REDUCCIÓN DE SODIO Y AZÚCAR

La Organización Mundial de la Salud recomienda:

- ✓ Limitar la ingesta de sal de toda procedencia y no superar los valores de 5 g por día.
- ✓ Una ingesta reducida de azúcares libres a lo largo de toda la vida, a menos del 10% de la ingesta calórica total³.

Desde hace **más de 10 años**, en Molinos llevamos adelante programas de **reducción de sodio y azúcares**

↓ **10 millones** de kg menos de azúcar al mercado = **MÁS DE 2 MIL MILLONES** de cucharadas menos

↓ **197.000 kg** menos de sal al mercado = **39 MILLONES** de cucharadas menos

ALIMENTOS SIN TACC

La **Celiaquía** es la enfermedad crónica intestinal más frecuente en la Argentina y, por cada caso diagnosticado, persisten entre cinco y diez sin diagnosticar^{4 5}. El único tratamiento para dicha enfermedad es una **dieta** estricta y de por vida **Sin TACC (Trigo, Avena, Cebada y Centeno)**, comúnmente llamadas **gluten**.

Como empresa de consumo masivo, teniendo en cuenta la prevalencia de esta enfermedad y la demanda de los consumidores, en los últimos años **asumimos el compromiso de incorporar a nuestro portfolio productos libres de gluten**.



Nuestras categorías libres de gluten

Hacé click para ver el video. ↓



Snacks dulces y salados

Arroz y risottos

Pasta

Aceites y spray vegetal

Aderezos

Infusiones

Vegetales congelados

3. OMS Guideline: Sugars intake for adults and children. 2015. / 4. http://www.anmat.gov.ar/Enfermedad_Celiaca/principal.asp / 5. Dr. Julio C. Bai. Enfermedad Celíaca Una actualización para clínicos. 2017.

MARKETING Y ETIQUETADO RESPONSABLE

Tenemos el firme compromiso de **generar comunicaciones y promociones de marketing responsables**, que cumplan con criterios nutricionales estandarizados y preestablecidos a nivel internacional. Además, creemos que **el etiquetado nutricional de los packs es una herramienta esencial de información para una alimentación saludable y consciente**, que ayude al consumidor a tomar decisiones que se adapten a sus necesidades.

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

El etiquetado nutricional **facilita la selección responsable e informada de los alimentos**. Conocer la cantidad de nutrientes como calorías, proteínas, grasas o sodio que se están consumiendo, es fundamental para elegir los alimentos más adecuados para mantenernos sanos y para prevenir o controlar algún tipo de patología.

Las directrices del Codex Alimentarius sobre Etiquetado Nutricional (CAC/GL 2-1985) indican que este debe:

- ✓ **Facilitar al consumidor datos sobre los alimentos**, para que pueda elegir su alimentación con discernimiento,
- ✓ Proporcionar un medio eficaz para **indicar en la etiqueta datos sobre el contenido de nutrientes**,
- ✓ **Estimular la aplicación de principios nutricionales sólidos en la preparación de alimentos**, en beneficio de la salud pública,
- ✓ Ofrecer la oportunidad de **incluir información nutricional complementaria** en la etiqueta.

Comunicamos de manera clara y sencilla las características nutricionales de nuestros alimentos, **simplificando** la manera de contar los beneficios de nuestros productos con una **iconografía frontal y concisa**.

0%

GRASAS,
GRASAS TRANS
Y COLESTEROL

Fuente de



FIBRA



FÓSFORO



HIERRO



PROTEÍNA

Contiene
OMEGA
6 Y 9

Fuente de
VITAMINAS Y MINERALES



El 100% de nuestros alimentos están rotulados y contienen la información nutricional exigida por la normativa legal vigente en el Código Alimentario Argentino (CAA).

COMUNICACIÓN RESPONSABLE

La industria de alimentos y bebidas se enfrenta a desafíos como, por ejemplo, la malnutrición: condición que incluye a la desnutrición, el sobrepeso y la obesidad.

En este contexto, las empresas del sector alimenticio trabajamos tanto individual como mancomunadamente en **la promoción de una alimentación variada y equilibrada**, en el ámbito de la Coordinadora de las Industrias de Productos Alimenticios (COPAL).

Cuenta de ello es el convenio marco de colaboración que COPAL firmó junto a los Ministerios de Salud y Agroindustria en 2016. Bajo estos lineamientos, surgió una propuesta de **autorregulación publicitaria⁶ de alimentos y bebidas dirigida a niños en la que se establece que, en canales cuya audiencia supere el 35% de menores de 12 años, sólo podrán publicitarse productos que cumplan con criterios nutricionales estandarizados y preestablecidos a nivel internacional.**



Como miembros de COPAL, en 2020 renovamos el compromiso suscribiendo al convenio de autorregulación publicitaria de alimentos y bebidas dirigida a niños y obtuvimos **un cumplimiento del 100% en todas las auditorías.**

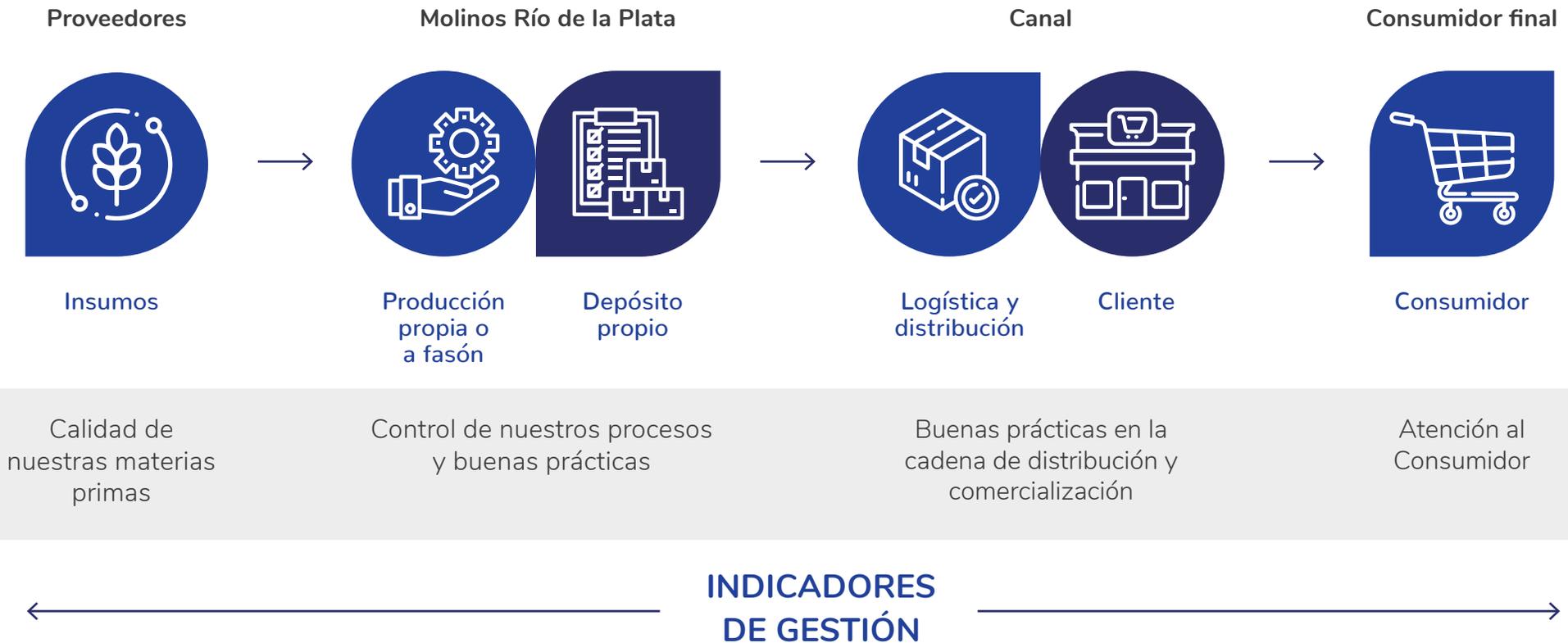
6. Es el ejercicio responsable de la libertad de expresión comercial, es decir, las medidas que toman las marcas al momento de comunicar, a los fines de cumplir con la normativa legal vigente, evitar el uso de estereotipos negativos, ser veraces en sus mensajes, y competir sin denigrar a terceros.



SEGURIDAD ALIMENTARIA

La excelencia en la Calidad es el punto de partida de todo lo que hacemos en Molinos. Elaborar y proveer alimentos seguros y confiables es nuestra prioridad. Nuestro compromiso con la seguridad alimentaria se refleja en

el mantenimiento y renovación de las certificaciones en los procesos y en el Sistema de Gestión de Calidad e Inocuidad Alimentaria que se extiende a lo largo de toda la cadena de valor.



INTEGRACIÓN ENTRE ÁREAS

Con el objetivo de **sinergizar, potenciar y unificar nuestros Sistemas de Gestión** y continuar así avanzando en el camino de la seguridad de las personas, la calidad de nuestros productos y la eficiencia operativa, en 2020 iniciamos la integración de los sistemas de gestión de Calidad, SHyMA (Seguridad, Higiene y Medio Ambiente) y Mejora Continua integrándose el área corporativa de SHyMA y Mejora Continua a la Dirección de I+D+C.

También retomamos la consolidación de la **Política Integrada de Calidad, Salud, Seguridad, Higiene y Medio Ambiente**.



AUDITORÍAS INTERNAS DE CALIDAD

Ante la emergencia, implementamos una **nueva modalidad remota de Auditorías Internas de Calidad** limitando la presencialidad a casos prioritarios, facilitando así la continuidad de este programa que nos permite evaluar la eficacia del sistema, establecer y mejorar objetivos, estándares y otros requerimientos de calidad y lograr la mejora continua.

Para el desarrollo conforme de la auditoría bajo esta modalidad, los auditores obtuvieron una **capacitación especial** dirigida a comprender los criterios, lineamientos generales y mejores prácticas para las auditorías online y desarrollar habilidades para **planificar, preparar y conducir las auditorías a distancia de manera efectiva**.



CUMPLIMOS CON EL 100% DE LAS AUDITORÍAS PREVISTAS



Plantas industriales

por el contexto de pandemia se priorizaron las certificadas por FSSC 22000. El puntaje promedio obtenido se ubicó por encima del 85% de cumplimiento.



Proveedores

7 de Materia Prima y 1 de Material de Empaque Primario. Se acordaron planes de acción y seguimiento.



Fases

se realizó la evaluación inicial y aprobación de un nuevo sitio para la elaboración de productos de gelificables y horneables.



Operadores Logísticos

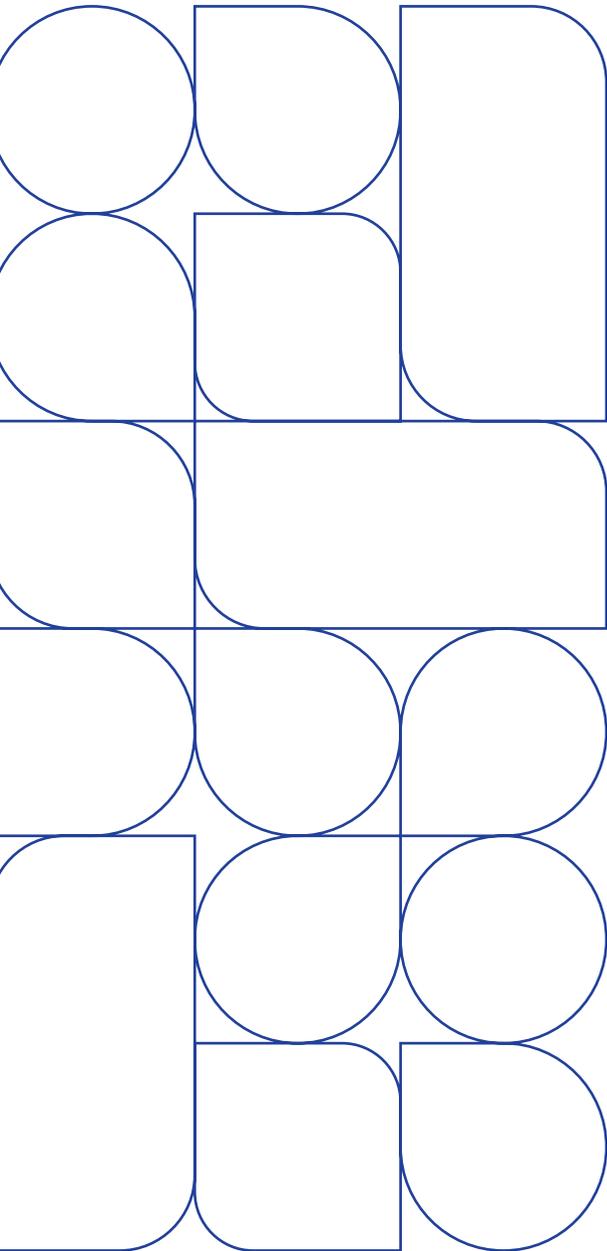
4 auditorías a operadores de productos refrigerados para La Salteña.



Depósitos Externos/ Fiscales

todos auditados para su habilitación o seguimiento.





CERTIFICACIONES



En el marco del cronograma de la certificación FSSC 22000⁷:

- ✓ Brindamos una capacitación para auditores en Desarrollo de Auditorías Remotas, con el apoyo de una consultora.
- ✓ Recibimos auditoría de recertificación de FSSC 22000 V5.0 en **Planta Concepción del Uruguay** con alcance al procesamiento (molienda, envasado, almacenamiento) y despacho de arroz con cáscara.
- ✓ Recibimos auditorías de mantenimiento anunciadas en **Planta La Salteña** (Almirante Brown) con alcance a la producción de tapas y pastas frescas refrigeradas o congeladas, en **Bodega Nieto Senetiner** (Mendoza) con alcance al procesamiento y fraccionamiento de vinos tranquilos y espumosos y en **Planta Los Robles** (San Juan) con alcance a elaboración y envasado de vegetales congelados.
- ✓ Certificamos con éxito de **Planta Lucchetti** (Malvinas Argentinas) para molienda de trigo y elaboración de pastas secas y **Planta Granja del Sol** (Pilar) para la producción de productos supercongelados en base a pollo o vegetales.

7. FSSC 22000: Certificación en seguridad alimentaria para productores de alimentos y packaging basada en estándares ISO y reconocida por la Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (GFSI).

8. HACCP / APPCC (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control) es un método operativo internacionalmente reconocido que ayuda a las organizaciones de la industria de alimentos y bebidas a identificar sus riesgos de inocuidad alimentaria, evitar peligros y abordar el cumplimiento legal.



Renovamos la certificación HACCP⁸ en **Planta Santa Clara** (Rosario) para la recepción, almacenamiento y envasado de aceites crudos de girasol, soja, maíz y oliva.



Obtuvimos el Certificado de Operador bajo seguimiento Orgánico para la **Bodega Ruca Malen**.

ATENCIÓN AL CONSUMIDOR

Creemos que es vital estar cerca de nuestros consumidores para asegurar una experiencia única y distintiva, desde las materias primas hasta la elaboración, comunicación y consumo de los productos. Garantizamos un canal de diálogo abierto y constructivo para escuchar sus opiniones, sugerencias y reclamos, que aportan valor a la mejora de nuestros productos, y respondemos a través de una gestión eficiente, rápida y justa.

Nuestros datos de contacto se comunican en todos los empaques, página web y redes sociales, representando nuestra mayor fuente de información y evaluación de satisfacción.



0800 555 4321



www.molinos.com.ar



contacto@molinos.com.ar



Para cuidar la salud de los colaboradores y garantizar la comunicación con nuestros consumidores y envíos de reposiciones, desde el Centro de Atención al Cliente trabajamos en modalidad home office desde el comienzo de la cuarentena.

EVALUACIÓN DE LA ATENCIÓN

En forma bianual, realizamos el **Estudio de Satisfacción al Consumidor** para evaluar nuestra atención.

9,65

Es la **satisfacción general** alcanzada que se sostiene desde 2017

91%

de los encuestados puntuaron **entre 9 y 10**

Calificación en base a escala de 1 a 10 donde 1 es muy insatisfecho y **10 muy satisfecho**



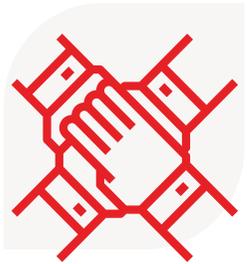
El principal motivo de satisfacción sigue siendo **el factor humano:**

LA BUENA ATENCIÓN, AMABILIDAD, CORDIALIDAD Y BUENA PREDISPOSICIÓN: 70%

Crecieron las demás menciones como la respuesta inmediata y el tratamiento concreto del reclamo: 41%, dando cuenta de una mejora significativa en la imagen del servicio.



Más información en **Indicadores de Desempeño**



Desarrollo de personas *y comunidad*

Desde este pilar de nuestra Estrategia de Sustentabilidad **promovemos el crecimiento del capital humano, la cadena de valor y las comunidades donde estamos presentes.**

- ✓ Gestionamos nuestros recursos humanos con **honestidad y empatía**, impulsando el desarrollo del clima y la cultura organizacional, de la **diversidad e inclusión y del talento interno.**
- ✓ **Promovemos prácticas responsables y vínculos de largo plazo en toda la cadena de valor**, que con el tiempo generen **valor agregado mutuo.**
- ✓ **Escuchamos, identificamos y damos respuesta** a las expectativas y necesidades puntuales de las **comunidades de las que somos parte.**





COMPROMISO HUMANO

El recurso diferencial que conforma nuestra organización son **las personas**.

Nuestra cultura fomenta el **espíritu de colaboración, la transmisión de los valores, el respeto por los otros y el buen clima**. Reconoce la importancia de **priorizar la calidad de vida, el valor de cada talento por su singularidad** y la percepción particular y distinta de cada persona por la empresa que compartimos.



2.733 COLABORADORES PROPIOS

| | Hombres | Mujeres | Total |
|------------------------------|---------|---------|--------------|
| Dotación propia | 2.241 | 492 | 2.733 |
| Eventuales (promedio) | | | 112 |
| Dotación propia + eventuales | | | 2.845 |

Por categoría profesional

| | | | |
|--------------------------|-------|-----|--------------|
| Alta gerencia | 13 | 3 | 16 |
| Gerencia | 47 | 29 | 76 |
| Jefes | 96 | 105 | 201 |
| Supervisores y Analistas | 439 | 240 | 679 |
| Empleado | 358 | 39 | 397 |
| Operario | 1.285 | 76 | 1.361 |

Por edad

| | | | |
|-----------------------------------|--------|--------|---------------|
| Menores de 30 años | 192 | 125 | 317 |
| Entre 30 y 50 años | 1.459 | 308 | 1.767 |
| Más de 50 años | 590 | 59 | 649 |
| Edad Promedio | 43 | 38 | 42 |
| Dotación mayor a los 45 años (%) | 42,79% | 24,39% | 39,48% |



Por antigüedad *

| | | | |
|---------------------|-----|-----|------------|
| Antigüedad promedio | 16 | 11 | 15 |
| 30 años o + | 171 | 20 | 191 |
| 25-29 años | 262 | 30 | 292 |
| 20-24 años | 298 | 38 | 336 |
| 15-19 años | 355 | 49 | 404 |
| 10-14 años | 502 | 67 | 569 |
| 5-9 años | 398 | 97 | 495 |
| Menos de 5 años | 255 | 191 | 446 |

➔ Para más información ver Indicadores de gestión sociales

(*) No incluye los roles en el exterior

CLIMA Y COMPROMISO

En Molinos **queremos posicionarnos como un excelente lugar para trabajar y ofrecer a los colaboradores un ambiente de trabajo cuidado**, que contribuya a su **sentido de pertenencia**.

Por ello, gestionamos el **Clima Organizacional como valor en la Compañía** realizando acciones y planes orientados a crecer y evolucionar en este tema.

Medimos la satisfacción, el compromiso y el clima laboral a través de una **Encuesta de Clima** bianual con énfasis en las siguientes dimensiones:

- ✓ Compromiso
- ✓ Agilidad e innovación
- ✓ Alineamiento y estrategia
- ✓ Comunicación

- ✓ Desarrollo
- ✓ Diversidad e Inclusión
- ✓ Experiencia del empleado
- ✓ Imagen de la empresa
- ✓ Procesos de trabajo
- ✓ Rol del líder
- ✓ Satisfacción
- ✓ Cultura

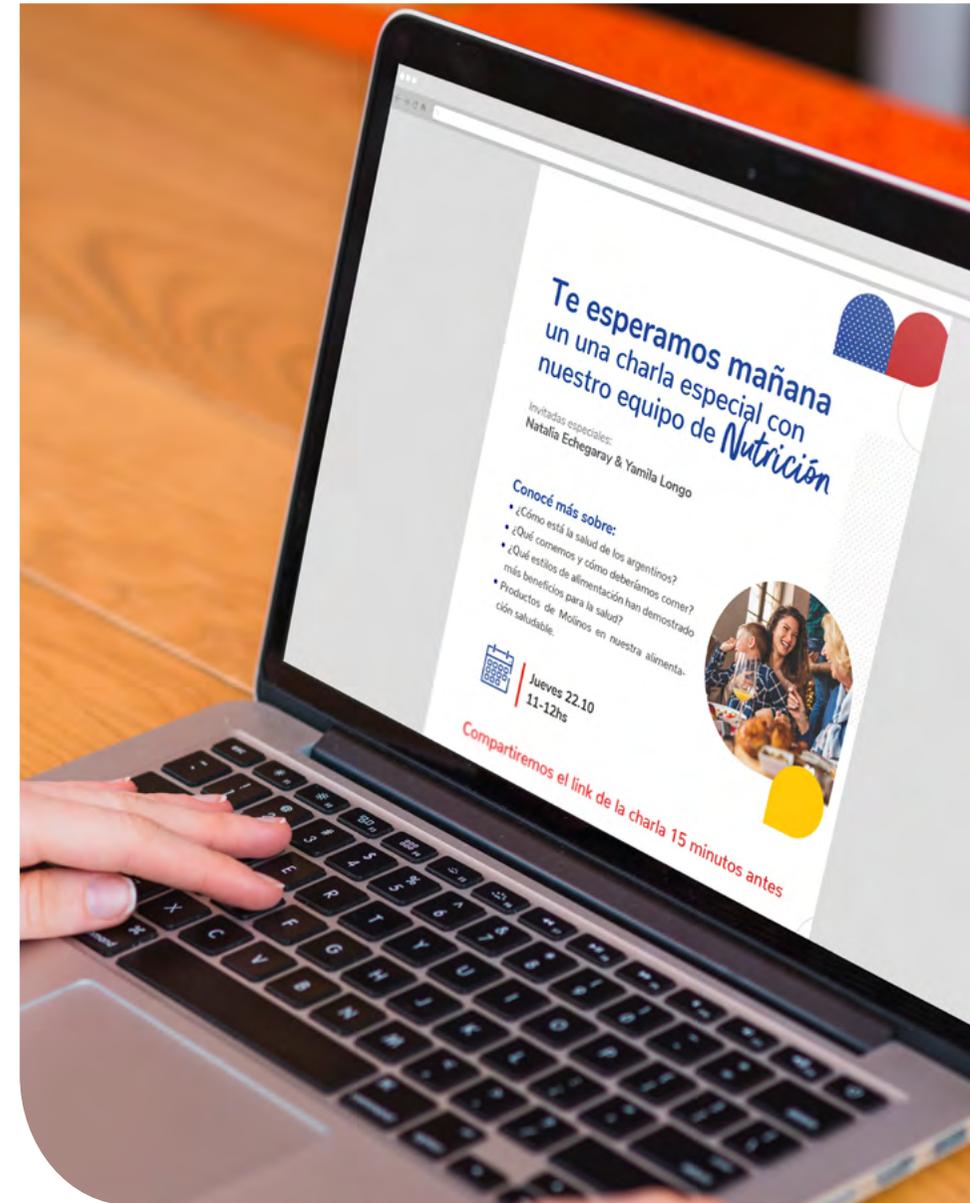
Los resultados, nos permiten **diagnosticar el Clima en los equipos, entender sus necesidades**, analizar en profundidad casos particulares y conocer su compromiso, para **poder planificar mejoras, acciones** puntuales, iniciativas, proyectos y nuevos objetivos a lo largo de la organización y en cada área en particular.





EN 2020

- ✓ Bajamos los resultados de Encuesta de Clima 2019 en todas las Direcciones y locaciones de la organización, aún en un contexto complejo, y **diseñamos e implementamos planes de acción en función de las brechas identificadas.**
- ✓ Construimos un **plan cross de clima** basado en 4 pilares: **Comunicación, Feedback continuo & Reconocimiento, Agilidad & Empoderamiento, Colaboración.**
- ✓ Creamos un **Comité de Clima interdisciplinario.**
- ✓ Realizamos una **Encuesta de Pulso** para relevar **estados emocionales en contexto pandémico** y en base a los resultados elaboramos un plan de acción:
 - **Programa de Bienestar:** charlas de bienestar, pausas activas, yoga, entrenamiento funcional, espacio de consultas con servicio médico y nutricionistas, entre otras
 - **Talleres a líderes:** Liderando el Bienestar de mi Equipo y Liderazgo a Distancia
 - **Capacitaciones virtuales** optativas para acompañar la digitalización y el trabajo remoto



#NOS UNE EL *reconocimiento*

Impulsamos una **cultura de reconocimiento** a través de nuestro programa **Menciones Molinos, Molinos de Plata, Molinos de Oro y reconocimientos especiales** por el trabajo y compromiso demostrado durante la pandemia.



En 2020 fue realizado en **formato virtual y con la participación de todos los colaboradores y sus familiares.**

Molinos de Oro

- ✓ **5 colaboradores ganadores** que lideraron acciones o proyectos de alto impacto, colaborando en la eficiencia y el desarrollo organizacional, siendo **representantes de los Comportamientos Molinos y demostrando un alto compromiso con la Compañía.**
- ✓ **8 colaboradores** de un equipo que lideró el proyecto del **lanzamiento del Propósito y la Nueva Identidad Corporativa.**

Molinos de Plata

- ✓ **14 proyectos** que alcanzaron a **225 colaboradores** destacados por su contribución, desarrollo y/o colaboración extraordinaria.

Menciones Molinos

- ✓ **349 menciones entregadas** a través de nuestro programa de reconocimiento individual.

Para generar una red de reconocimiento entre todos los colaboradores de la Compañía, **implementamos una acción para el Día del Trabajador.**

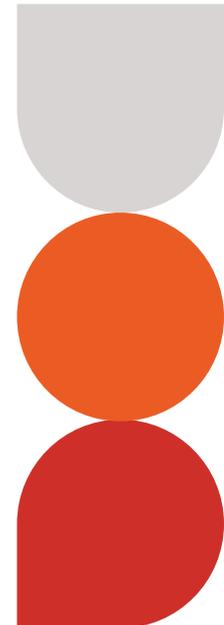


BENEFICIOS

- ✓ Comedor en Planta
- ✓ Estacionamiento
- ✓ Banco y cajero automático en determinadas locaciones
- ✓ Médico en Planta
- ✓ Préstamos de emergencia
- ✓ Medicina Prepaga para los colaboradores fuera de convenio
- ✓ Obsequio casamiento
- ✓ Gimnasio
- ✓ Licencias adicionales
- ✓ Venta de cajas de productos de nuestras marcas
- ✓ Descuentos en Bodegas
- ✓ Llave de refrigerio
- ✓ Fruta en la oficina
- ✓ Caja de Fin de Año
- ✓ Viernes flexible para los colaboradores fuera de convenio

BENEFICIOS DE MATERNIDAD Y PATERNIDAD

- ✓ **Kit Maternidad:** información, acompañamiento y pasos a seguir durante la pre-licencia, licencia y post-licencia.
- ✓ **Obsequio por nacimiento**
- ✓ **Softlanding post licencia maternidad** para acompañar a las madres a la vuelta al trabajo, con 2 opciones de reincorporación: Jornada reducida de 4hs hasta los 9 meses del bebé y Home Office- jornada de 7hs hasta los 12 meses.
- ✓ **Licencia paternidad:** 3 días adicionales a los correspondientes por ley
- ✓ **Extensión del horario de lactancia**
- ✓ **Sala de Lactancia** en Planta Victoria para que las recientes mamás de Molinos tengan un espacio confortable y cálido durante este período
- ✓ **Pago de bono durante la excedencia:** abonamos el 75% del bono corporativo a las colaboradoras
- ✓ **Reconocimiento de gasto de guardería infantil**
- ✓ **Obsequio día del niño**
- ✓ **Entrega de útiles escolares** al inicio del ciclo lectivo



BECAS

Con el objetivo de acompañar la trayectoria académica de hijos de colaboradores y brindar **mayores oportunidades en la elección y construcción de su proyecto de vida, la Fundación Perez Companc** les ofrece la posibilidad de acceder a una beca de **nivel escolar y/o superior**.

El programa ofrece un **abordaje en base a tres pilares** que se complementan y enriquecen entre sí: **apoyo económico, acompañamiento y talleres para padres**.



1.031
becas otorgadas en 2020



Dado el contexto de aislamiento causado por la pandemia del COVID-19 y para seguir acompañando a los colaboradores en la crianza de sus hijos, la Fundación estuvo junto a los becados de manera virtual, adaptando los Talleres para Padres.

- ✓ 24 videos sobre aspectos a tener en cuenta en el acompañamiento de los hijos.
- ✓ 4 charlas de las que participaron 400 colaboradores.
- ✓ 7 talleres participativos que alcanzaron a 47 familias.



APOYO ESCOLAR Y PROMOCIÓN FAMILIAR



25 niños y jóvenes beneficiados

En el espacio “La Escuelita” en Agrelo, Mendoza, la Fundación Perez Companc lleva adelante un trabajo en conjunto con la Bodega Nieto Senetiner. Se trata de una propuesta integral de apoyo académico con foco en la promoción y acompañamiento educativo familiar que consta de:

- ✓ Apoyo escolar para nivel primario, secundario y superior en forma virtual.
- ✓ Acompañamiento individual y grupal durante la escolaridad a distancia.
- ✓ Acompañamiento en la reinserción a jóvenes que quedaron fuera del sistema educativo debido a la pandemia.
- ✓ Inclusión y acompañamiento de adultos a la escolaridad primaria formal virtual.



POLÍTICA DE REMUNERACIÓN

La Política de Compensaciones, con alcance a toda la Compañía, **establece niveles de remuneraciones internamente equitativos y externamente competitivos**, basados en el contenido y peso de las posiciones de acuerdo con las estructuras de la Compañía. Además, administra **las remuneraciones de forma que el personal con mejor desempeño y potencial obtenga una mayor compensación**, incentivando así desempeños superiores.

El **proceso para determinar la remuneración** se evalúa a partir de la definición de la jerarquía a través del **sistema de evaluación de puestos IPE** (International Position Evaluation), que realiza una comparación con los salarios que informa el mercado para todas las posiciones presentadas con el mismo peso IPE.

El **Bono Anual Corporativo** forma parte de la remuneración variable y su finalidad es **impulsar objetivos de corto plazo que generen mayor compromiso con los resultados de la Compañía**. El monto resultante surge del cálculo que compone el valor target por nivel, los resultados globales y los individuales, según la evaluación de desempeño.

En 2020, dado que se ha logrado un EBITDA superior al plan (+15%), se activó la cláusula gatillo que implica **adicionar un 10% al bono target**.



SALUD Y SEGURIDAD LABORAL

La **Política Corporativa de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente** orienta nuestro **compromiso de sostener los más altos estándares de desempeño en Salud y Seguridad**.

Alineado a las mejores prácticas industriales en la materia, el **sistema de gestión SIP-SHyMA** (Sistema integrado de Producción y Seguridad Higiene y Medio Ambiente), articula los procesos que cada unidad operativa debe desarrollar para asegurar el cumplimiento de la Política.

En búsqueda de la optimización de los recursos y mejora de la productividad, en 2020 comenzó la integración de los **sistemas de gestión de la Compañía**. Los sectores integrados fueron: Mejora Continua, SHyMA y Calidad, surgiendo el **nuevo sistema SIP- SHyMACA**, que incluye las siguientes **herramientas que aseguran la excelencia operativa**:

- ✓ Inspecciones Generales Planeadas
- ✓ Investigación y Análisis de Pérdidas
- ✓ Observaciones Basadas en el Comportamiento (OBC)
- ✓ Comunicación Temprana de Causa Ergonómica

Estas herramientas **son comunicadas** mediante campañas internas, en las inducciones de ingreso y en capacitaciones formales en todas las locaciones de la Compañía.



Las siguientes normas, regulan los **procesos para identificar peligros, evaluar riesgos y determinar acciones correctivas y mejoras:**

Comunicación Temprana:

El supervisor debe informar en forma amplia y rápida en caso de incidente/ accidente.

Avisos de Riesgo y Sugerencia de Mejora:

Todos los colaboradores -propios, contratados- y cualquier persona que transita por nuestras locaciones pueden reportar condiciones que generen un riesgo potencial a la salud, a las instalaciones o al medioambiente. La herramienta se encuentra disponible mediante correo electrónico, un formulario físico o a través del jefe inmediato.

Análisis Urgente de Riesgo:

Brinda un respaldo formal a nuestros colaboradores para poder detener cualquier tarea que genere un riesgo grave e inminente. El procedimiento es claro y consta de pasos que escalan en jerarquía. Estos hechos deben ser comunicados al resto de la locación mediante el grupo de comunicación temprana o el de correo de Avisos de Riesgo de la locación.

Investigación de Accidentes:

Se investiga lo ocurrido describiendo el proceso y utilizando la herramienta “árbol de causas” para analizar la causa raíz del accidente. Luego, se confecciona un plan de acciones remediales que se informan a la alta gerencia. Se trata de un trabajo conjunto que involucra a supervisores, jefes, testigos y la persona lesionada.

Todas las Plantas son auditadas internamente. En este proceso anual, se verifica el grado de avance en la resolución de los desvíos, la calidad del proceso y la eficacia de las acciones remediales.



En 2020 no se realizaron las auditorías, ya que el contexto Covid y la disponibilidad del personal no lo permitieron. Sin embargo, las Plantas realizaron una auto-auditoría cualitativa, teniendo en cuenta el protocolo y las guías.

En el documento denominado OMA's (Objetivos y Metas Anuales) se establecen objetivos para cada una de las locaciones. Cantidad de Accidentes e Índice de Frecuencia de accidentes, son los dos grandes objetivos para toda la Compañía.



Más información en **Indicadores de gestión sociales**



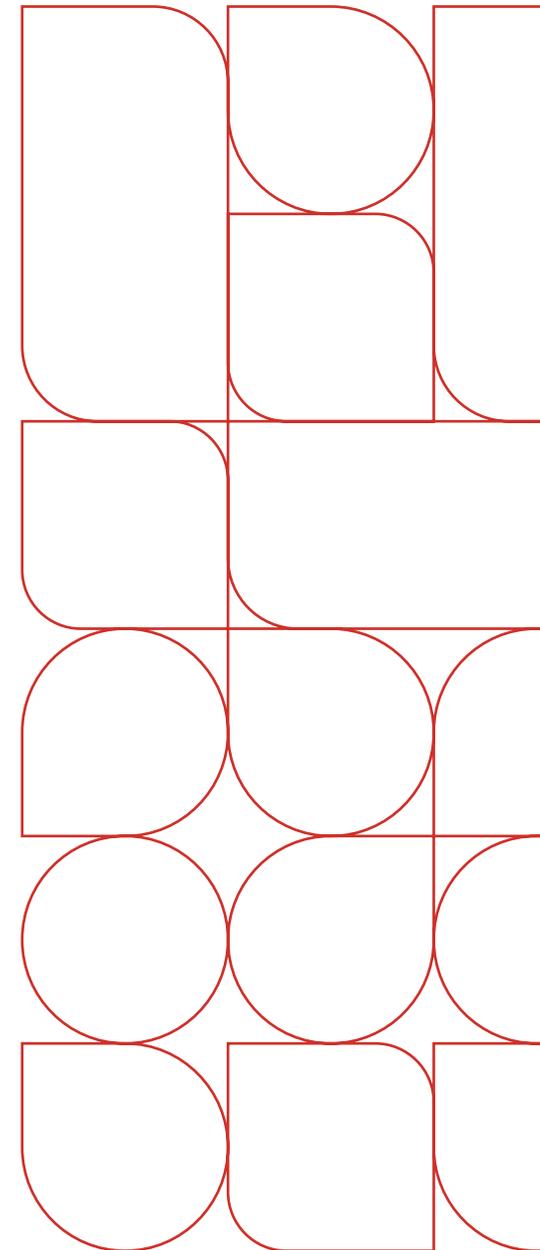
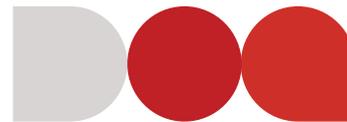
PARTICIPACIÓN DE LOS COLABORADORES

Las distintas herramientas fueron desarrolladas teniendo cuenta la **participación de todos los trabajadores**, para fomentar un **diálogo abierto** y una **cultura** en la que la seguridad y la salud se integren en las tareas de cada trabajador.

Impulsamos su participación en:

- ✓ Confección de procedimientos de trabajo Seguro
- ✓ Investigación de incidentes y accidentes
- ✓ Grupos de mejora
- ✓ Confección de observaciones basadas en comportamiento
- ✓ Actividades de Capacitación
- ✓ Elección y aprobación de los Elementos de Protección Personal
- ✓ Armado del Plan de capacitación de las Brigadas de Emergencias y simulacros
- ✓ Circuito mensual de Inspecciones Generales Planeadas

El nuevo sistema SIP- SHyMACA, continúa con la **formación de Comités y Sub-comités para resolver la gestión**, debiendo reunir **personas de diferentes sectores**. Dentro del sistema de gestión, el más relevante es el Comité Central conformado por el Gerente y los Jefes de la locación. Asimismo, hay formados **Comités Mixtos, con un 50% de representantes formales de los trabajadores (sindicato) y 50% de representantes de la empresa**, en donde se notifican riesgos y fallos que pudieran encontrarse, se proponen ideas sobre cómo mejorar los procedimientos y otras herramientas.





SERVICIO MÉDICO

Los profesionales de la salud que conforman nuestro Servicio Médico cumplieron un rol clave en el difícil contexto de pandemia que atravesamos, al ayudarnos a cuidar a nuestra gente.

Conformado por 25 profesionales de diversas especialidades: medicina del trabajo, clínica, psiquiatría, nutrición, kinesiología, enfermería y ergonomía; su labor abarca las Plantas Industriales y Acopios e incluye **evaluaciones de estado de salud, controles clínicos, tratamientos nutricionales, programas preventivos, asistencia domiciliaria y capacitación.**

EN 2020,



160 colaboradores promedio atendidos a diario.



El Servicio de Nutrición realizó **2.413 mediciones** con balanzas de medición multiparamétrica.

Para **detectar y prevenir riesgos de salud** en los puestos de trabajo, cada año realizamos un **Relevamiento de Agentes de Riesgo (RAR)** y actualizamos el **Mapa de Riesgos (MR)** **identificando amenazas para la salud** y efectuando **mediciones técnicas** para evaluar el nivel de exposición al riesgo según cada puesto de trabajo. Luego, la Aseguradora de Riesgos de Trabajo (ART) aprueba el mapa y determina qué estudios médicos debe realizarse cada colaborador. Si se detecta algún desvío, se realizan **acciones sobre la persona y sobre el puesto de trabajo.**

Junto a la Fundación Perez Companc elaboramos un **Programa Socio-Sanitario**, que incluye procesos no relacionados con el trabajo, que afectan la salud del trabajador y socio-familiares.

Las **capacitaciones**, lideradas por personal calificado y en todas las locaciones, son **diferenciadas** (sustancias químicas, ruidos y otras), en **educación en salud** y en **emergentología.**



ACCIONES PREVENTIVAS Y DE CONTENCIÓN ANTE LA EMERGENCIA SANITARIA POR COVID-19

Una vez dictaminado el aislamiento preventivo y obligatorio, trabajamos en los protocolos y en su aplicación, a fin de garantizar el funcionamiento de nuestras locaciones productivas con el foco puesto en **preservar la salud de los colaboradores y poder seguir operando** de la mejor forma posible. Las medidas más importantes adoptadas en este contexto fueron:



Conformación de Comités especiales

- ✓ **Comités de emergencia sanitaria COVID19:** conformado por el gerente de la locación, RRHH, Servicio médico y SHyMA, para garantizar la implementación de las medidas preventivas y ante casos sospechosos, analizar, decidir e informar.
- ✓ **Comité de Operaciones Coronavirus:** conformado por el CEO y responsables máximos de distintas áreas. Realiza el seguimiento de las acciones y toma decisiones sobre los indicadores de operación.



Implementación de medidas preventivas

- ✓ **Licencias a personas de riesgo.**
- ✓ **Reducción de presencia en locaciones: trabajo remoto 100%** para las tareas que lo permiten, **fomento de reuniones virtuales y talleres en formato remoto**, utilizando tecnologías de comunicación.
- ✓ Acciones para **facilitar el acceso de los colaboradores a Plantas/canales comerciales**, a través de una gestión centralizada de salvoconductos y fomento de pool de viaje controlado.
- ✓ **Sectorización de espacios compartidos**, estipulando horarios escalonados de uso, cantidad máxima de personas y medidas de distanciamiento.
- ✓ **Medidas extra de limpieza y sanitización.**
- ✓ **Cambios en turnos y horarios** para aumentar la jornada diaria, disminuir los días de circulación y evitar el solapamiento de personal crítico.
- ✓ **Control de ingreso** en locaciones.
- ✓ **Campañas de concientización** para colaboradores, **capacitaciones especiales** para brigadas de Plantas, **charlas con especialistas en infectología.**
- ✓ **Reportes de alerta con indicadores operativos**, para monitorear la continuidad de la operación.

3

Acciones de Contención

- ✓ Gestión de Salvoconductos.
- ✓ Comunicaciones de agradecimiento a colaboradores.
- ✓ **Plan de sostenimiento:**
 - Línea de contención individual y apoyo emocional a través de especialistas
 - Taller remoto de contención para el Comité de Dirección
 - Plan de reconocimiento al Personal con entrega de productos semanal
- ✓ Comunicación y simulacros, de Protocolos de Actuación para casos de síntomas/contagio de colaboradores.

➔ Para más información ver **Actuación responsable en Pandemia**

+ ACCIONES

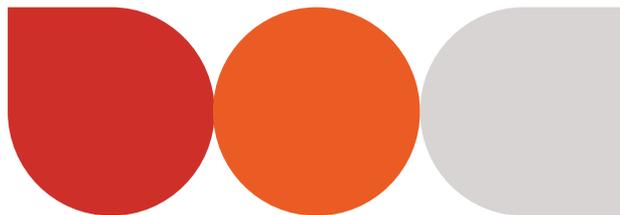
- ✓ Ampliación de la jornada del Servicio Médico.
- ✓ Servicio de traslado MOVIL COVID para colaboradores con síntomas hasta su domicilio o sanatorio, con base fija en Planta Matarazzo 24 x 7.
- ✓ Llamados de seguimiento diario a todo infectado por COVID y contactos estrechos.
- ✓ Seguimiento telefónico a colaboradores con enfermedades prevalentes.
- ✓ Realizamos un plan de recuperación de obesos grado III, multidisciplinario.
- ✓ Destinamos un sector denominado "Sala Segura" para aislar al colaborador sintomático hasta la llegada del Servicio Médico.

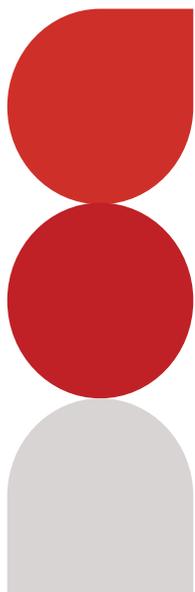
Potenciar talentos

El desarrollo de los colaboradores es parte de nuestra filosofía corporativa. Nuestros desafíos son:

- ✓ Captar el mejor talento
- ✓ Ser facilitadores del máximo desarrollo de nuestra gente
- ✓ Identificar, evaluar y desarrollar futuros líderes

Nuestro **modelo de desarrollo organizacional** ofrece experiencias desafiantes potenciando el **aprendizaje continuo** y un **plan de formación de largo plazo**, que **acompaña** a los colaboradores en sus **diferentes etapas de carrera**.





PLAN DE FORMACIÓN INTEGRAL 2025 +SABER

Fomentamos la transformación del negocio y la modernización de Molinos gestionando **programas anuales destinados a todos los miembros de la Compañía**, orientados a **desarrollar comportamientos organizacionales y técnicos, basados en 3 pilares** de contenidos: **Comportamientos, Funcional e Interfuncional**.



Durante 2020, y en función del contexto pandémico, el **Plan de formación de largo plazo +SABER en formato 100% virtual, estuvo focalizado en el pilar de Comportamientos**.

Realizamos distintas actividades de formación y desarrollo con todos los líderes de la organización, con **foco en el fortalecimiento de sus habilidades de liderazgo**, con el fin de continuar construyendo una **cultura ágil, de aprendizaje continuo, colaborativa, diversa e inclusiva**.

Tanto miembros del Comité Ejecutivo como resto de líderes, participaron de diferentes **talleres de fortalecimiento de equipo orientadas a la gestión del bienestar**, para manejar adecuada y positivamente los **estados emocionales** en función del contexto, sumando el **aprendizaje de una nueva modalidad de trabajo**: virtual, presencial o mixta.

Brindamos herramientas para la adaptación de trabajo remoto a través de talleres dirigidos a todos los colaboradores fuera de convenio sobre Microsoft Office 365, SAP, etc., y otras que acompañaron el **plan de Transformación Digital** un ambicioso proyecto que pusimos en marcha con impacto en la forma de hacer negocios, que incluye la **automatización de procesos de RRHH**, más otros tantos de áreas staff para optimizar, simplificar y agilizar procesos vigentes. También, implementamos la **plataforma Workplace de comunicación y trabajo colaborativo**.

Asimismo, continuamos dictando las **capacitaciones técnicas** para el área Industrial **de carácter obligatorio, y acerca de cuidados COVID.**

 **3.468 horas**
en talleres de capacitación

 **826 asistentes**

 **+ del 88% de asistencia de**
colaboradores fuera de convenio

 **+ de 80%**
Índice de Satisfacción

 **+ de 2.340 horas**
en capacitaciones en Plantas sobre
seguridad y cuidado personal

Alineada a la nueva visión del área de Compliance del Grupo, en 2019 lanzamos la **Academia de Ética y Compliance** destinada a los **11.000 colaboradores** del Grupo, en la que continuamos trabajando en 2020.



OTROS PROCESOS DE DESARROLLO

✓ **Planes de Sucesión**, focalizados para el Comité Ejecutivo.

✓ **Pool de Talento**, programas diseñados a medida para acelerar las carreras de Jefes, Gerentes o Directores que hayan sido elegidos por el Comité de Talento.

✓ **Mapeo de Desempeño/Potencial** - “People Review”, en todos los niveles y áreas:



24% de colaboradores identificados con alto potencial de crecimiento

✓ **Programas de Desarrollo ad hoc:**



Programa Mujeres Influencers

18 mujeres líderes participantes



Programa Liderazgo con Perspectiva de Género

11 varones líderes participantes



ATRACCIÓN DE TALENTO

Atraemos y fidelizamos talentos **que demuestren pasión** en cada uno de sus desafíos, que se **comprometan a generar impacto y el mejor clima de trabajo**, que busquen **superarse día a día**, analicen con **profundidad** y respondan con agilidad, que **construyan la unidad organizacional a través de sus acciones**.

Para ello, diseñamos e implementamos la **estrategia de Marca Empleadora**, basada en los pilares **Talento Joven, Protagonismo en el Hacer, Innovación, Humanidad y Marcas líderes**.

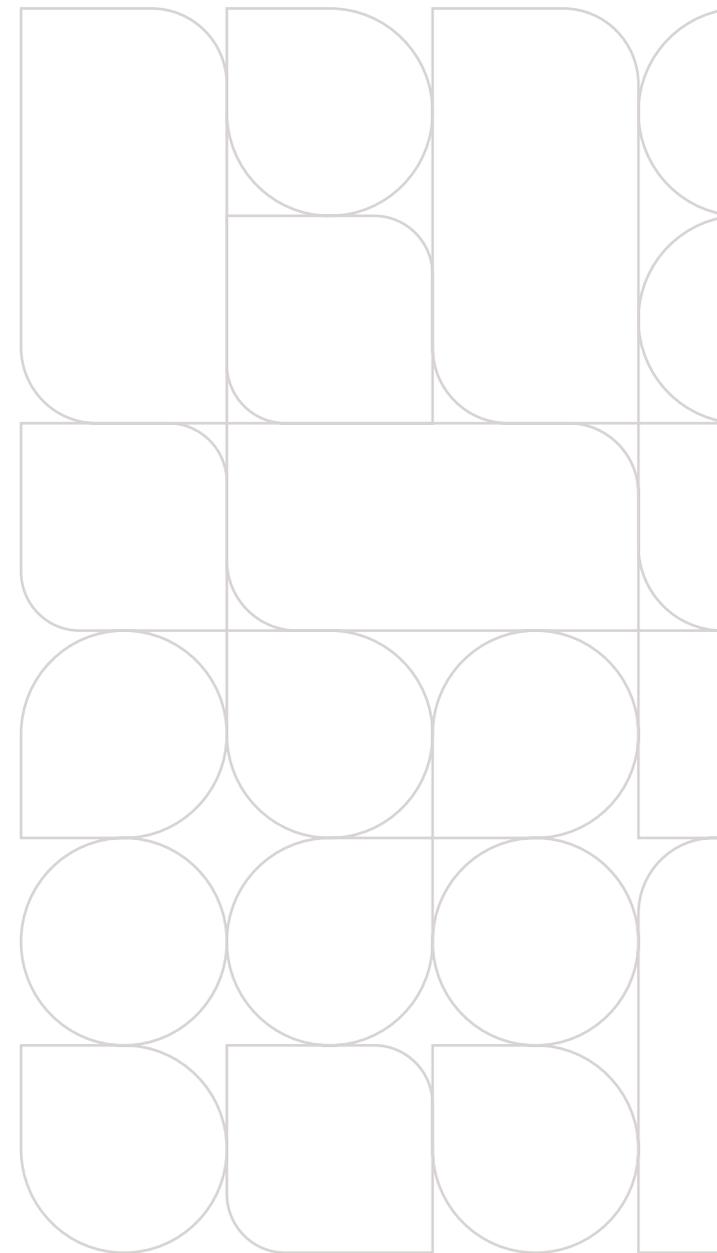
LOS + JÓVENES DE MOLINOS (ENTRE 18 Y 25 AÑOS)



Cada vez que surge una vacante, priorizamos candidatos internos mediante el **proceso de Búsqueda Interna**, y otros procesos de Talento. En caso de no identificar internamente el perfil requerido, salimos con la búsqueda al mercado, estando **presentes en Redes Sociales** y en **Ferias de Empleo virtuales**.



Aún en contexto de pandemia, dimos continuidad a los programas de **Pasantías** y de **Jóvenes Profesionales** en **formato virtual**.





PROGRAMA JÓVENES PROFESIONALES

Incorporamos **jóvenes graduados que demuestren talento y pasión** y sean impulsores de cambio, para **formarlos como futuros líderes** de la organización. Les ofrecemos un plan específico de desarrollo para que puedan adquirir los conocimientos del negocio y **vivenciar la cultura de la Compañía, con asignación a posiciones efectivas.**

Vigente durante todo el año y de acuerdo a necesidades concretas en las distintas áreas de negocio de todo el país, el programa tiene una duración de diez meses, mediante un contrato de tiempo indeterminado.



22 Jóvenes Profesionales
en 2020

PROGRAMA PASANTÍAS

Para quien busca una **primera experiencia laboral aprendiendo y explorando el negocio desde adentro**, las actividades del programa permiten experimentarlo en profundidad y **comenzar a adquirir herramientas para el desarrollo profesional.** Luego, en función de las necesidades del negocio y el desempeño e interés demostrado, se tiene la **posibilidad de quedar efectivo en la Compañía.** Tiene una duración inicial de 6 meses, con posibilidad de renovación.



14 Pasantes
cerraron la camada
en 2020



GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

Este proceso estratégico fomenta a cada equipo a armar planes de acción para mejorar el desempeño, establecer objetivos alineados a la Compañía y tomar decisiones de promoción y ascensos, entre otros.

Integra las instancias del QUÉ (cumplimiento de objetivos) y CÓMO (comportamientos), la etapa de Autoevaluación, la Evaluación y la instancia de Calibración entre pares para generar consenso y criterio común antes de la enriquecedora entrevista de Feedback.



*Se determinan teniendo en cuenta aquellos que tienen menor/mayor gap de respuestas 1 y 2

EVALUACIÓN DIRECTA



910 colaboradores evaluados



100% promedio de cumplimiento de objetivos



3,27 de 5 promedio nota global

Comportamiento más destacado*:
Nos comprometemos para generar el mejor clima de trabajo

Comportamiento con oportunidades de mejora*:
Analizamos con profundidad y respondemos con agilidad

EVALUACIÓN 180

Comportamiento más destacado*:
Nos superamos día a día



Comportamiento con oportunidades de mejora*:
Lideramos y desarrollamos a nuestros equipos





DIVERSIDAD Y GÉNERO

Bajo el liderazgo del Comité de Diversidad y Género trabajamos activamente para generar una **cultura organizacional** que **valore y promueva la inclusión y diversidad** a través de un **amplio abordaje**.

HITOS

2018

✓ Realizamos el autodiagnóstico con foco en género.

2019

✓ Conformamos el Comité de Inclusión y Diversidad compuesto por hombres y mujeres de diversas áreas de la Compañía.

✓ Lanzamos formalmente el Programa de Inclusión & Diversidad de Molinos.

✓ Comenzamos a elaborar el Plan de Acción 2020/22.

2020

✓ Implementamos el Plan de Acción con alto impacto organizacional.



PROGRAMA INCLUSIÓN & DIVERSIDAD

En pos de **construir entre todos una Cultura de Inclusión y Diversidad** y asegurar una **mayor participación de mujeres en puestos de liderazgo**, diseñamos e implementamos un plan integral conformado por los siguientes pilares:



Concientizar y sensibilizar



Mindset



Prácticas y políticas



Reporte y seguimiento

PLAN DE ACCIÓN 2020

- ✓ Adherimos a los **Principios de Empoderamiento de las Mujeres** y al **Programa Ganar-Ganar** de ONU Mujeres.
- ✓ Implementamos un **Administrador Salarial con identificación de Brecha de Género**.
- ✓ Lanzamos el **Kit Maternidad, pago de Bono en Excedencia y Softlanding** post licencia maternidad.
- ✓ Realizamos **Campañas de Concientización 8M y Comunicación de Efemérides**.
- ✓ Lanzamos el **Newsletter bimestral**.
- ✓ Lanzamos el **Programa de Mujeres Influencers**.
- ✓ Convocamos a los colaboradores a participar del **ciclo de charlas mensuales de concientización y sensibilización**.

PROTOCOLO DE PREVENCIÓN Y ACTUACIÓN ANTE SITUACIONES DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN EL ÁMBITO LABORAL

Con el firme compromiso de promover dentro de la organización una cultura de igualdad, equidad y no discriminación, que elimine los estereotipos sobre los modos de comportamiento socioculturales de las mujeres y los hombres; y como responsables de proteger los derechos humanos fundamentales de las personas en nuestros lugares de trabajo, el Comité Ejecutivo de Molinos definió este Protocolo que establece el principio de Tolerancia Cero a la Violencia contra las Mujeres.

Al mismo tiempo, para sensibilizar el Protocolo y presentarlo de una manera más clara, creamos el Decálogo de Violencia de Género de Molinos que identifica prác-

ticas inaceptables dentro de nuestro lugar de trabajo.

El Protocolo contempló la conformación de un Comité Interdisciplinario de Ética para recibir denuncias, contener a las víctimas, llevar adelante las investigaciones pertinentes y tomar acción según cada caso. Más allá de este Comité, también está habilitada la Línea Ética y canales como RRHH y/o jefes directos.



CAPACITACIONES 2020

DIFUSIÓN DEL PROTOCOLO

Para dar a conocer las herramientas y procedimientos disponibles para acceder en casos de violencia dentro de la Compañía, desarrollamos una **Campaña de Comunicación Interna**, como así también **sesiones de capacitación para todo el personal jerárquico de la empresa**: líderes industriales, comerciales, referentes sindicales, Comité Interdisciplinario de Ética, etc. Trabajamos en **13 talleres** junto a especialistas en Violencia de género.



PLAN +SABER: 40 TALLERES DE LIDERAZGO INCLUSIVO

Con el fin de **concientizar sobre un modelo de liderazgo inclusivo**, llevamos a cabo estos talleres de los que **participaron el 81% de la población** fuera de convenio.



CICLO DE TALLERES Y CHARLAS MENSUALES INCLUSIÓN & DIVERSIDAD

Invitamos a los colaboradores a participar de manera optativa de este ciclo de charlas donde abordamos diferentes temáticas **relacionadas a la diversidad de género** (rol del varón y mujer, nuevas masculinidades, varones líderes que promueven el talento femenino, violencia de género, entre otras), con **especialistas externos, invitados de otras Compañías y paneles internos**.

Con **alto nivel de convocatoria, impacto y satisfacción: 4,67 de 5**

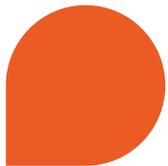


PROGRAMA MUJERES INFLUENCERS

Llevamos adelante este **programa de liderazgo femenino** para fortalecer el desarrollo y carrera profesional de las mujeres dentro de la Compañía; complementándolo al finalizar con acciones de **Mentoring Inverso** para la **construcción de una cultura cada vez más diversa**.

Dirigido a mujeres líderes del Pool de Talento, en formato 100% virtual (por contexto COVID) y de 5 ½ meses de duración, los objetivos del programa son:

- ✓ Desarrollar y fortalecer **habilidades de Comunicación, Impacto, Influencia, Networking y Managing up**.
- ✓ Incentivar el retro aprendizaje: **facilitar el aprendizaje intergeneracional**. Mujeres de alto potencial, transmitiendo su visión y experiencia al Comité de Dirección/ Comité Ejecutivo.



EVOLUCIÓN DEL LIDERAZGO FEMENINO



INCREMENTO DE MUJERES EN POSICIONES DE LIDERAZGO

De 2017 a 2020 = **↑ 10 pts**

Gerentes y Directoras = **↑ 8 pts**

Jefas: = **↑ 11 pts**

- ✓ El 60% de los altos potenciales identificados en 2020 son mujeres.
- ✓ El 57% del Pool de Talento son mujeres.
- ✓ **Talento Joven:** en los últimos 3 años el 60-65% de ingresos de jóvenes profesionales fueron mujeres.



| | Gerentes y directores | Jefes | Total Liderazgo |
|-------------|-----------------------|-------|-----------------|
| 2017 | | | |
| Total | 96 | 210 | 306 |
| % Mujeres | 27% | 41% | 37% |
| 2018 | | | |
| Total | 101 | 214 | 315 |
| % Mujeres | 31% | 44% | 40% |
| 2019 | | | |
| Total | 93 | 211 | 304 |
| % Mujeres | 33% | 52% | 46% |
| 2020 | | | |
| Total | 92 | 201 | 293 |
| % Mujeres | 35% | 52% | 47% |

Del total de personas en posiciones de liderazgo, el **47%** son mujeres

PRÁCTICAS RESPONSABLES EN LA CADENA DE VALOR

Fomentamos que en toda la cadena de valor se lleven adelante **prácticas responsables, predicando nuestros valores en las relaciones y promoviendo vínculos de largo plazo.** Capacitar, dar soporte, desarrollar y brindar conocimiento, generando un ida y vuelta de información, experiencias y colaboración que con el tiempo generen **valor agregado mutuo.**



3.816

proveedores activos

COMPRA LOCAL

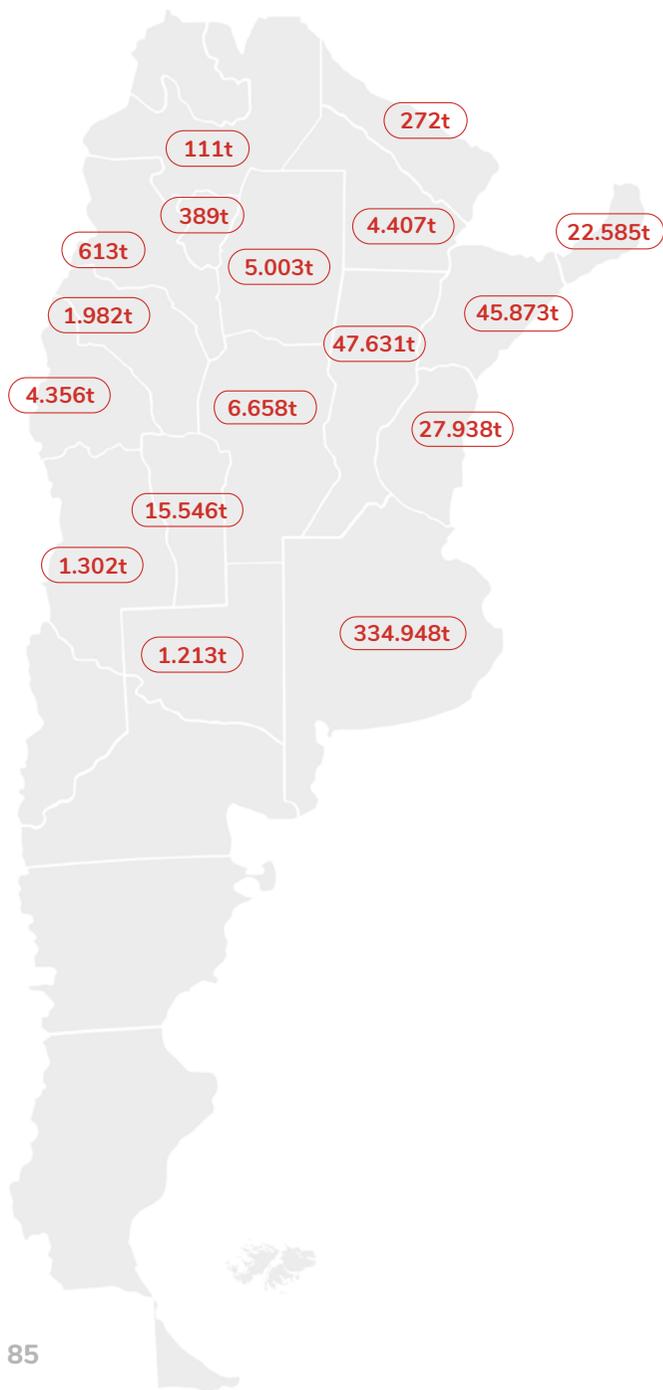
Priorizamos la compra de bienes y servicios producidos localmente para potenciar el crecimiento de proveedores locales.



95,55 %

proveedores nacionales





NOS ABASTECEMOS CON MATERIA PRIMA PROVENIENTE DEL CAMPO ARGENTINO



520.866 toneladas adquiridas de productores de materias primas

| Materia prima | Toneladas |
|---|-----------|
|  Trigo Pan | 215.918 |
|  Trigo Candeal | 120.506 |
|  Girasol | 79.955 |
|  Arroz | 71.787 |
|  Yerba Mate | 22.585 |
|  Oliva | 5.401 |
|  Vegetales | 3.049 |
|  Pollo | 1.665 |
| Total: 520.866 | |

➔ Para más información ver [Indicadores de gestión sociales](#)



En tiempos de pandemia, al estar los Bancos cerrados, adaptamos el sistema de pago a proveedores a un formato virtual para no discontinuar el pago y, en algunos casos, también los adelantamos.

CÓDIGO DE CONDUCTA DE PROVEEDORES

Estamos convencidos que la mejor forma de desarrollar nuestras actividades y hacer negocios se enmarca en el cumplimiento de las normas vigentes y en los lineamientos de altos estándares éticos, sociales y de integridad. En ese contexto, promovemos que este comportamiento trascienda a los distintos eslabones de la cadena de valor y nos comprometemos a brindar asesoramiento a los Proveedores que compartan estos principios.

El Código de Conducta para Proveedores establece los estándares mínimos que se deben cumplir y con su firma, los Proveedores se comprometen a actuar en consecuencia y garantizar que sus agentes y subcontratistas adhieran al compromiso.

Incluye buenas prácticas vinculadas con la integridad empresarial y la gestión transparente, el respeto de los Derechos Humanos y el cumplimiento de estándares y normas de calidad, seguridad, higiene y cuidado del medio ambiente.



Contamos con un “Comité de Proveedores” del que participan las áreas de Investigación, Desarrollo, Calidad y Abastecimiento.



GESTIÓN DE CALIDAD EN PROVEEDORES

Basado en 3 pilares: la selección, **la evaluación y el seguimiento**, el **Programa de Gestión de Proveedores** nos permite **asegurar el cumplimiento de estándares** alineados al Código Alimentario Argentino y al esquema FSSC 22000¹.

Selección: Garantiza la incorporación en un **listado de proveedores aprobados** para cada Planta industrial que reúnan los **estándares de calidad e inocuidad** que esperamos. En este proceso se les solicita documentación, muestra del insumo y su especificación. Si el **análisis por parte de Investigación, Desarrollo y Calidad** resulta conforme, se realiza una **auditoría a la Planta del proveedor** y a partir del puntaje y del plan de acción presentado, se determina si cumple con los requisitos para ser dado de alta.

Evaluación: Evaluamos la calidad de los lotes que ingresan, generándose **indicadores de desempeño**. El indicador principal es el Índice de Calidad que posee el proveedor en SAP como resultado de la **evaluación de calidad y las condiciones higiénico-sanitarias de sus entregas**.

Seguimiento: **Monitoreamos** dichos índices de calidad y coordinamos un **programa anual de auditoría** en el que se consideran la naturaleza de los desvíos, la cantidad, repetitividad y respuesta frente a reclamos o rechazos realizados por entregas defectuosas, el desempeño y el cumplimiento del plan de acción de auditorías anteriores. Luego, se elabora un informe con el puntaje y hallazgos detectados, que es compartido con el proveedor para su análisis y para que proponga un plan de acción para la resolución, en caso de ser necesario.

.1. Certificación en seguridad alimentaria para productores de alimentos y packaging basada en estándares ISO y reconocida por la Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (GFSI, por sus siglas en inglés)



DESARROLLO DE LAS COMUNIDADES

En línea con nuestro propósito de **Alentar a los argentinos a comer mejor**, la relación con la comunidad se basa en la **promoción de hábitos de vida saludables vinculados a la alimentación**, llevando adelante iniciativas como donaciones de alimentos, actividades de voluntariado y el Programa “COMER RICO COMER SANO”.

Gestionamos los impactos en las comunidades de las zonas adyacentes a nuestras operaciones implementando planes de acción para dar respuestas a sus necesidades y evitar impactos negativos. Los programas son evaluados en forma permanente de modo de adecuarlos a las expectativas.

comer RICO comer SANO



Creado en 2011 y dirigido alumnos de 5to grado, con este programa educativo queremos **promover hábitos de alimentación saludable en la comunidad escolar**, generando así un **círculo virtuoso** entre escuelas, directivos, docentes, alumnos y familias, quienes se involucran activamente en la alimentación y en dar los primeros pasos para modificar comportamientos.

Organizado en 4 módulos: **Energía y Nutrición, Alimentación Saludable, Higiene y Cuidados en La Cocina y Actividad Física e Hidratación**, toma la Educación Alimentaria y Nutricional (EAN) como herramienta de prevención y contribuye a hacer frente al avance de la epidemia de obesidad.

Colabora en la difusión de las Guías Alimentarias de nuestro país y en la continuidad pedagógica dado que aborda el tema de alimentación incluido en la currícula y, además, **ayuda a potenciar otras aptitudes** como la lectura crítica, el análisis, la elaboración de informes y la exposición de temas, entre otras.

En alianza con **Fundación Educativa**, entregamos material educativo a cada escuela, capacitamos a los docentes, los acompañamos en la implementación, y evaluamos a través de encuestas para conocer el impacto del programa en los destinatarios directos (docentes y alumnos) e indirectos (padres y familias).

NOS ADAPTAMOS PARA LLEVAR EL PROGRAMA A DISTANCIA



Por los efectos de la pandemia de COVID-19, las clases presenciales en las escuelas solo duraron dos semanas y tanto alumnos como docentes debieron **acostumbrarse a clases virtuales**.

Ante esta situación de aislamiento social, en un trabajo extraordinario **adaptamos el programa** y propusimos una estrategia para continuar acompañando a las escuelas: *¿Por qué es importante hablar de alimentación saludable en este contexto de pandemia por una enfermedad infecciosa?* “Una alimentación saludable refuerza el buen funcionamiento del sistema inmunológico y reduce el riesgo de padecer enfermedades no transmisibles como la obesidad, enfermedades del corazón, diabetes y algunos tipos de cáncer. Lo que comemos y bebemos puede afectar la capacidad de nuestro organismo para prevenir y combatir infecciones y recuperarse de ellas.” (Organización Mundial de la Salud)

Reorganizamos la información teórica, desarrollamos nuevas actividades para hacer en casa y adaptamos propuestas a pedido de escuelas de educación especial.

Las docentes se capacitaron, se generó un espacio de intercambio, lo implementaron de acuerdo a la nueva modalidad, accedieron a la plataforma y se replicaron los mensajes en los hogares. Este contexto, los estimuló a cocinar, moverse, hidratarse, armar huertas ¡y a compartirlo!

ASÍ LLEGAMOS A...



55 docentes



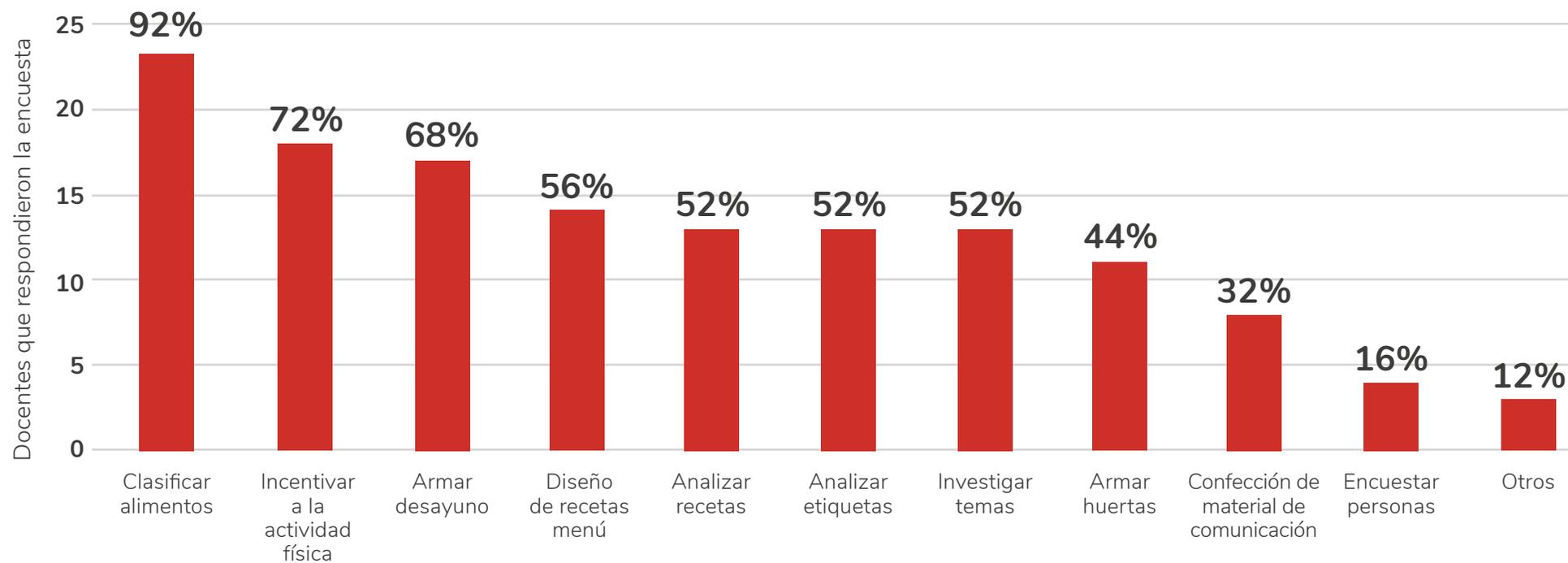
1.698 alumnos



23 escuelas de las localidades de

- ✓ San Fernando
- ✓ Pilar
- ✓ Monte Grande
- ✓ Villa Adelina
- ✓ Tortuguitas
- ✓ Entre Ríos
- ✓ Mendoza
- ✓ San Juan
- ✓ Tres Arroyos
- ✓ Mar del Plata

ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LAS DOCENTES DURANTE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA



ALGUNOS TESTIMONIOS

“Me gusta mucho la propuesta. Es el tercer año que la realizo y el primer año en esta nueva forma, pero que colmó mis expectativas. ¡¡Gracias!!”

Escuela 92, Concepción del Uruguay – Entre Ríos

“Me pareció importante realizar online la capacitación ya que permite organizar tiempos y temario”

Docente de la Escuela Cicchitti – Mendoza

“Son herramientas actualizadas y accesibles a los alumnos y los docentes. Agradezco la posibilidad de realizar la capacitación en estas circunstancias tan delicadas, de manera virtual y con respeto por mis tiempos...”

Escuela Mano Amiga, Pilar - Prov. de Bs. As.



El 96% de las docentes calificó entre “Excelente” y “Muy bueno” su nivel de satisfacción general por haber participado del programa “Comer Rico, Comer Sano”.

DONACIONES AL BANCO DE ALIMENTOS

A partir del difícil contexto surgido de la emergencia sanitaria, **fortalecimos nuestra ayuda al Banco de Alimentos**, institución que nuclea a más de 1.200 organizaciones con dificultades de acceso a la comida, con la que colaboramos desde el año 2002.

Participamos de la campaña Solidaria multisectorial **#SeamosUno**, que llevó alimentos a **1 millón de familias argentinas**, sumando a la campaña a cientos de colaboradores del Grupo Perez Companc.

A través del Banco, colaboramos con los distintos municipios para poder acompañar a las comunidades

En 2020 fuimos el principal donante en volumen de alimento manufacturado.



820 toneladas de alimentos
donadas equivalente a
2.460.000 platos de comida





Cuidado *ambiental*

En Molinos, desarrollamos nuestras actividades con **absoluta conciencia y respeto por el medio ambiente**. Para todos los que formamos parte de Molinos, esta premisa forma parte de nuestro trabajo diario

El sistema de gestión de Seguridad, Higiene, Medio Ambiente y Calidad integrado, asegura que nuestro afán de mejora continua se refleje en el **uso razonable de los recursos naturales y en la implementación de medidas eficaces para la minimización y el control de los potenciales impactos ambientales** de nuestra actividad, a fin de que sea compatible con los intereses de la sociedad y el desarrollo de las generaciones venideras.

ECONOMÍA CIRCULAR Y MEJORA CONTINUA

En contraste con el modelo económico lineal tradicional, basado principalmente en el concepto “usar y tirar”, que requiere de grandes cantidades de materiales y energía, **la Economía Circular es un modelo de producción y consumo que implica compartir, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y recursos para crear un valor añadido, extendiendo, de esta forma, el ciclo de vida de los productos.**

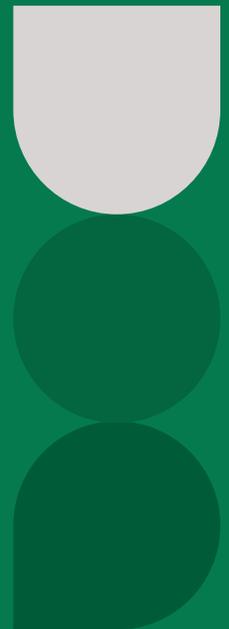
Aplicar en Molinos el concepto de Economía Circular nos obliga a repensar los procesos de fabricación de extremo a extremo, analizando cómo se diseñan nuestros productos, qué recursos y materias primas elegimos, cómo reducimos o reutilizamos los residuos que se generan en nuestra producción, además de pensar en el pos consumo, para ser más eficientes en las distintas etapas donde podamos tener injerencia. Se trata de un trabajo paulatino que iremos analizando ejercicio a ejercicio.

Reutilizar los recursos resulta mucho más rentable que crearlos desde cero. Trabajar en Economía Cir-

cular, en donde **cada residuo o subproducto generado se convierte nuevamente en un recurso valioso**, redundando en una clara reducción de costos, en una menor presión al ambiente, en innovación, crecimiento económico y mejora de la calidad de vida para la sociedad.

Asimismo, **apostamos por la Mejora Continua en todos los procesos y el desempeño eficiente de todas nuestras Plantas.** En búsqueda de la excelencia, **desde hace 13 años contamos con el área de Mejora Continua**, encargada de identificar e impulsar proyectos que promueven la cultura Lean Manufacturing, modelo de gestión que se enfoca en minimizar los desperdicios y maximizar la creación de valor para el cliente.

La Mejora Continua promueve el trabajo en equipo y facilita la comunicación entre todos los niveles jerárquicos.



Reconocemos a los colaboradores en la Jornada Anual de Mejora Continua



GANADORES 2020

Oro: Pulpo Manotas | Aumento de Producción de suprema con espinaca | Equipo de Granja del Sol

Plata: Buscando el café escondido | Mejora del rendimiento de extracción de café | Equipo de Planta Arlistán

Bronce: Llenadora automática de hojas | Equipo de Planta los Robles

Mención a la Agilidad: Escalator - Hasta la Cima | Disminución del costo de pallet transferido optimizando el llenado del camión | Equipo de Logística

Mención a la Seguridad: Hay equipo | Gestión de Vehículos industriales 100% operativos | Equipo Planta Lucchetti

Facilitador destacado: Jorge Capra de Planta Granja del Sol

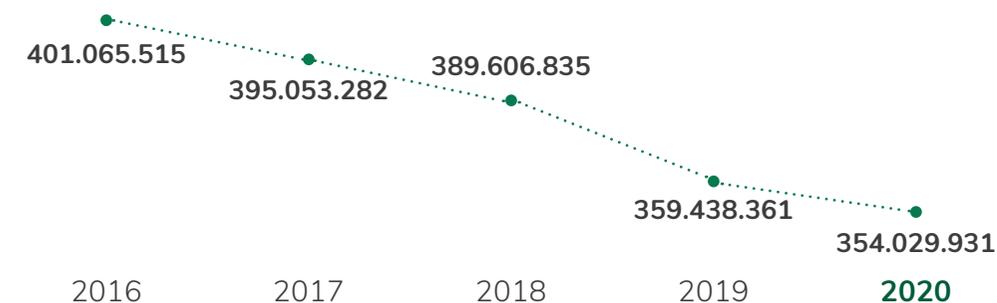
PARTICIPAMOS DE ENCUENTROS DE MEJORA CONTINUA PARA CONOCER LAS MEJORES PRÁCTICAS DEL MERCADO

Con el proyecto "Encaja la Caja", enfocado en reducción de mermas de cajas de aceites tradicionales y especiales, el Equipo Planta Santa Clara participó del 25° Encuentro Nacional SAMECO.

CONSUMO EFICIENTE DE LOS RECURSOS

A la hora de buscar alternativas para ser más eficientes en nuestros procesos, no solo nos enfocamos en la mejora de la productividad, sino también en el uso eficiente de recursos.

Electricidad de Red



*en MJ

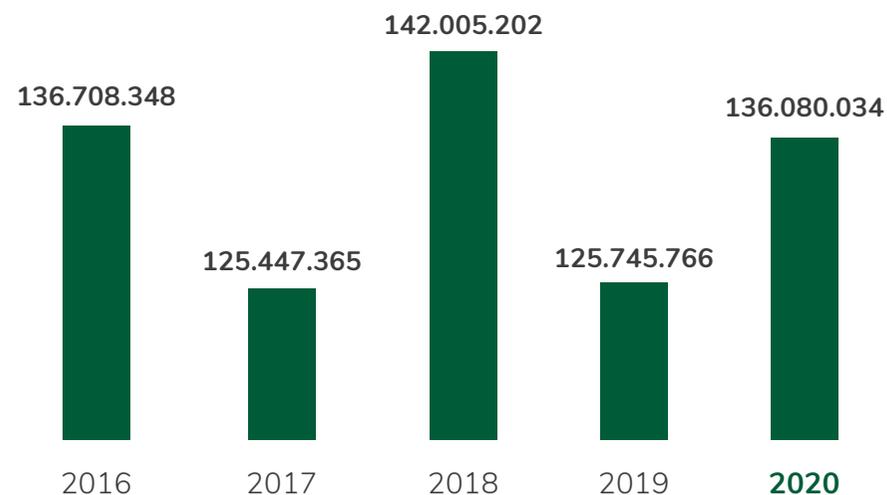
↓ **98.342 mWh menos de electricidad de red consumida**
-1,50% respecto a 2019

En 2020, continuamos realizando el **recambio de luminarias Led** y el **control de pérdidas de aire comprimido**, como mantenimiento preventivo en las distintas locaciones.



ENERGÍA

Combustibles alternativos



*en MJ

↑ **Utilizamos 9.861 ton más de cáscara como combustible alternativo**
+8,22% respecto a 2019

→ Para más información ver Indicadores de gestión ambientales

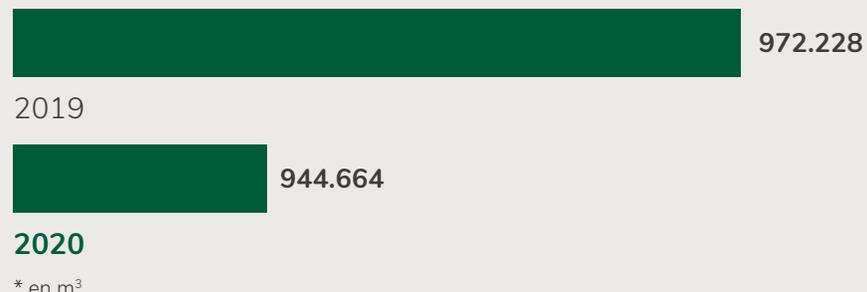
MEJORAS EN EL PROCESO DE EXTRACCIÓN DE CAFÉ

Dado que el rendimiento de extracción de café no era constante de ciclo a ciclo, en 2020 nos propusimos alcanzar un aumento del rendimiento medio del 1,5%.

Por medio de pruebas y mejoras en el proceso para poder determinar las variables óptimas de granulometría de molienda, temperatura y tiempo de extracción, obtuvimos un aumento del rendimiento del 1,9% superando el objetivo, y logramos reducir el consumo de gas y de grano verde por tonelada de soluble.



AGUA



↓ **-944.664 m³ de agua consumida**
-2,8% que en 2019

debido a la programación más eficiente de la producción en algunas Plantas y a cambios por tecnologías mas eficientes en otras.

MEJORAS EN TECNOLOGÍA

En la línea de pasta corta Gluten Free de Planta Matarazzo, observamos que **la materia prima se endurecía rápidamente ante la ausencia de gluten**, provocando que el molde se tapara fácilmente, necesitando más energía y agua para ablandarla.

Nos propusimos **investigar alternativas de lavado**, descubrimos la **tecnología de ultrasonido** y creamos un equipo con esta tecnología logrando ahorros en el consumo de agua, reducción de reposición de insertos de pasta en el molde, y **optimización de los tiempos productivos**.

Nuestras Plantas y Bodegas cuentan con **sistemas de tratamiento de los efluentes líquidos** que aseguran la calidad del vuelco.

VERTIDOS DE AGUA



↓ **Logramos una reducción de 592.107 m³ de efluentes**
-3,35% que en 2019

→ Para más información ver Indicadores de gestión ambientales



RESIDUOS

Conscientes del impacto directo e indirecto de los residuos industriales sobre el ambiente, implementamos corporativamente procedimientos para una adecuada gestión de todos los tipos de residuos generados en nuestras locaciones. A su vez, cada locación desarrolla procedimientos específicos alineados a los documentos corporativos donde se establecen las particularidades de la gestión en cada Planta.

Camino a Residuo Cero

En 2020 surgieron iniciativas vinculadas a la gestión de residuos en distintos sectores de Molinos y decidimos alinear todas estas iniciativas y esfuerzos en un proyecto multidisciplinario denominado "Camino a Residuo Cero", a ser implementado en 2021. El proyecto contempla acciones apalancadas en el concepto de Economía Circular tendientes a:

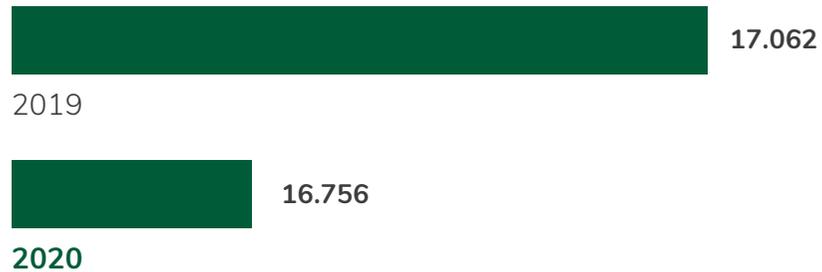
- ✓ Mejorar la segregación, recolección y clasificación de residuos dentro de cada locación,
- ✓ Definir objetivos concretos y cuantificables sobre reducción de la generación, como reducción de los residuos dispuestos en relleno sanitario,
- ✓ Optimizar el tablero de indicadores,
- ✓ La búsqueda de nuevas opciones de tratamiento sustentable para los residuos valorizables.

Por la optimización en la segregación diferenciada dentro de las Plantas, mejoramos la valoración de aquellos residuos con potencial de ser reciclados, reutilizados o enviados a compostaje:



+ del 70 % de todos los residuos fueron valorizados

TOTAL RESIDUOS

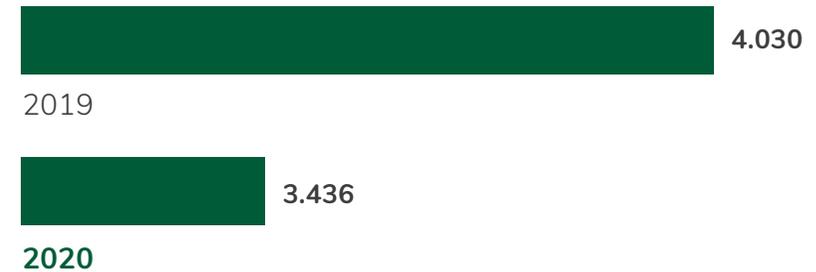


*en toneladas

Por mejoras en la eficiencia de procesos, disminuimos en un **1,79%** la generación total de residuos respecto a 2019

↓ **317 toneladas menos**

RESIDUOS A RELLENO SANITARIO



*en toneladas

En 2020 dejamos de enviar **594 toneladas** de residuos a relleno sanitario

↓ **14,74% toneladas** menos que en 2019



→ Para más información de Residuos hacer click aquí

PALLETS SUSTENTABLES

Utilizamos pallets que cuentan con los **impactos ambientales más bajos de todo el mercado**. La madera de los pallets CHEP, **procede de bosques sostenibles**, certificada 100% por FSC y PEFC. Además, **se comparten constantemente, se reutilizan y reparan**. Son sustentables de principio a fin: **el 100% se recicla al final de la vida útil, sin desperdiciar nada**.



Ahorro en madera de **14.243.994 dm³**
⬇️ **-84** en relación a un pallet común



Disminución de las emisiones de CO₂ en **562.660kg**
⬇️ **-34%** en relación a un pallet común



Reducción de residuos en **3.689.025kg**
⬇️ **-79%** en relación a un pallet común

REDUCCIONES EN CONSUMO DE PAPEL Y TINTA



Hojas impresas
2019: 5.218.256
2020: 4.607.430
- 11,71%

Toners
2019: 219
2020: 118
-46,12%

MEJORAS EN PROCESOS

En Planta Granja del Sol incorporamos una máquina en desuso de otra Planta y la adaptamos para la producción de suprema con espinaca. De esta manera, **disminuimos el packaging intermedio** que se utilizaba para el almacenamiento del relleno y **aumentamos un 78% la producción por turno** al lograr incorporar el relleno de manera automática.

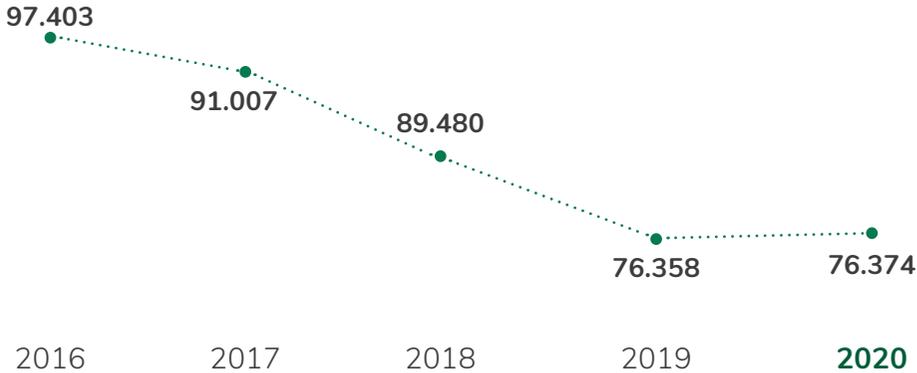




EMISIONES DE CO₂

A través de los proyectos de eficiencia energética y la medición de nuestras emisiones directas e indirectas de dióxido de carbono, trabajamos para minimizar el impacto de nuestras operaciones en el medioambiente.

En 2020 comenzamos a analizar la Huella de Carbono de la Pasta Matarazzo, con la idea de continuar analizando la huella de otros productos del mismo negocio.



*en m³

En 2020 emitimos prácticamente las mismas toneladas de CO₂ que en 2019.

[→ Para más información de Emisiones hacer click aquí](#)

OPTIMIZACIÓN AMBIENTAL DEL TRANSPORTE

Promovemos una **logística sustentable, de baja emisión**, midiendo todo el proceso logístico.

Año a año **analizamos los kilómetros recorridos y las emisiones de CO₂ más las toneladas transportadas y la capacidad de los camiones.**

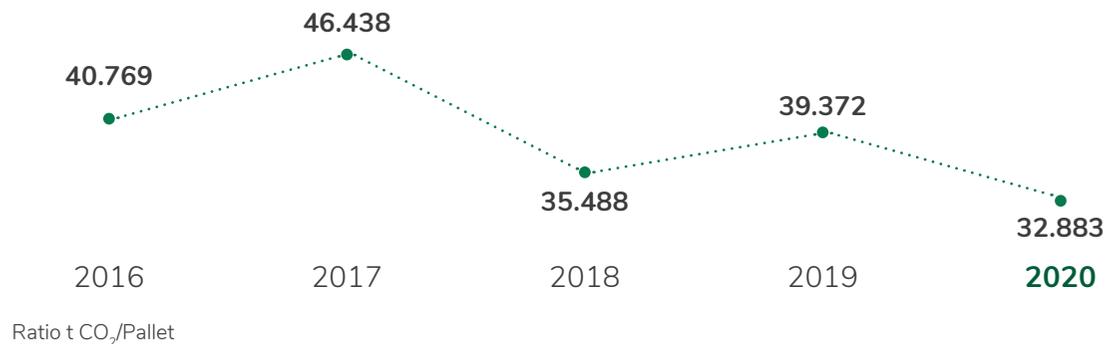
Para optimizar los recorridos apostamos a los **sistemas de gestión de flotas**, armando **rutas más directas** y también promovemos el desarrollo de **transporte colaborativo** para eliminar los kilómetros vacíos.

Además, gestionamos las capacidades de carga de cada camión **optimizando la ocupación con los pallets** que contienen nuestros productos. Debido a la variabilidad de la flota, realizamos un **promedio de las capacidades de todas las unidades** utilizadas para cargar cada viaje, dándonos el promedio máximo a cargar según la flota utilizada.

EFICIENCIA LOGÍSTICA



Redujimos 14,70% las toneladas de CO₂ emitidas por pallet transportado



Disminuimos 16,5% las emisiones de CO₂ por transporte

[➔ Para más información de logística hacer click aquí](#)



IMPACTOS AMBIENTALES DEL EMPAQUE A LO LARGO DEL CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS

Comprometidos con el cuidado del Medio Ambiente, **desde hace más de 10 años trabajamos en el diseño de envases que nos permiten ser más eficientes** tanto en el uso de materiales y en nuestros procesos productivos, como también en la cadena logística y de comercialización.

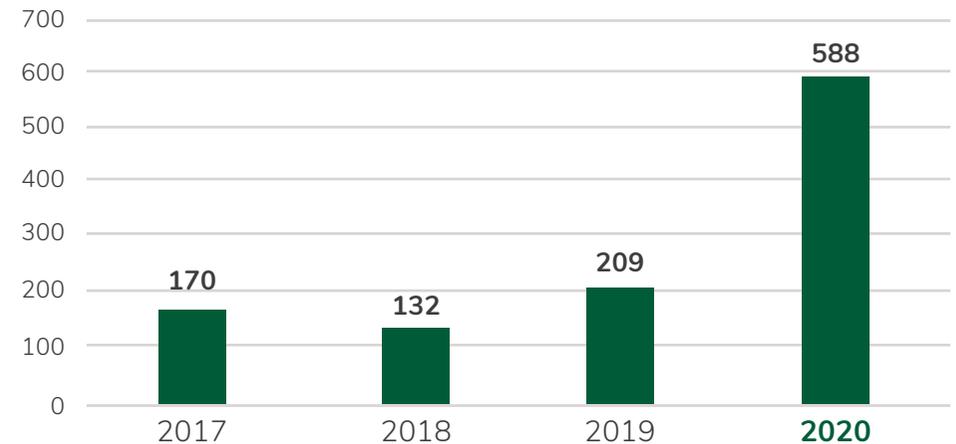
Estamos convencidos que para reducir su impacto en el ambiente necesitamos **evolucionar de una Economía Lineal a una Economía Circular**, en la cual **cada residuo generado pueda ser convertido nuevamente en un recurso valioso**.

Basados en la regla de las 3 R - Reducir, Reutilizar, Reciclar- los esfuerzos se enfocan en:

- ✓ La **optimización** de los packs para minimizar el uso de recursos,
- ✓ **Reutilización** de envases en nuestros procesos,
- ✓ **Eco diseño** de envases para garantizar la reciclabilidad,
- ✓ **Uso de materias primas recicladas**.



Toneladas reducidas por año



↓ **588 toneladas de packaging reducidas**
181% de incremento vs. las toneladas reducidas en 2019

→ Para ver todas las reducciones de material de packaging hacer click aquí

PROYECTOS DE REDUCCIÓN DESTACADOS

| | |
|--------------------------|---|
| Plásticos | entre 9 y 26% de reducción de peso botella de Aceites Tradicionales Cocinero |
| Celulósicos ¹ | 100% migración a envase de papel de Yerbas Nobleza Gaucha |
| Vidrio | 33% de reducción de peso de botella de Vinos Varietales RUCA |
| Aluminio | 4% de reducción de peso de tubos de Aerosoles Fritolim |

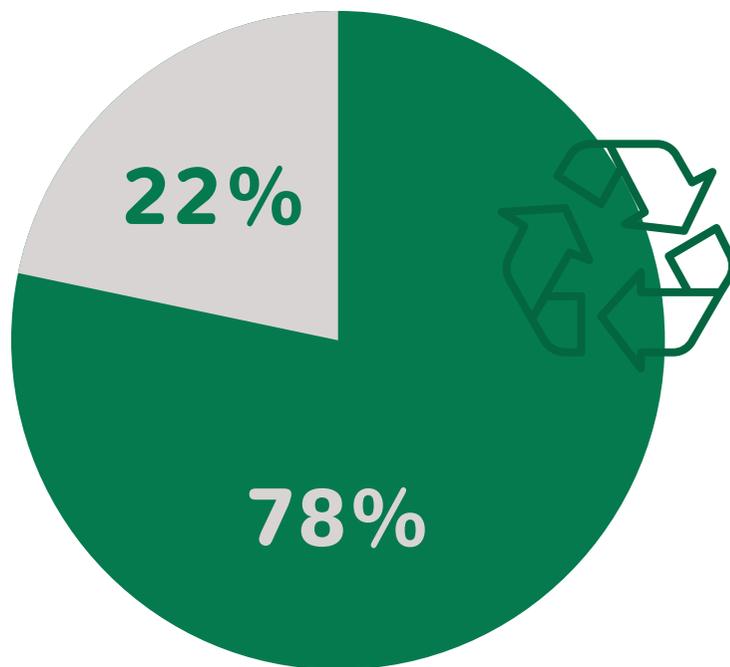
→ Para ver todos los proyectos de reducción hacer click aquí



Nuestra meta a futuro es lograr que todos los envases fabricados por Molinos sean fácilmente reciclables, reutilizables, o compostables, y aumentar la tasa de utilización de materiales reciclados por encima del 40%.

1. Elaborados a partir de fibras de celulosa, polisacárido de las plantas que forma parte de los tejidos de sostén, que proviene de productos vegetales.

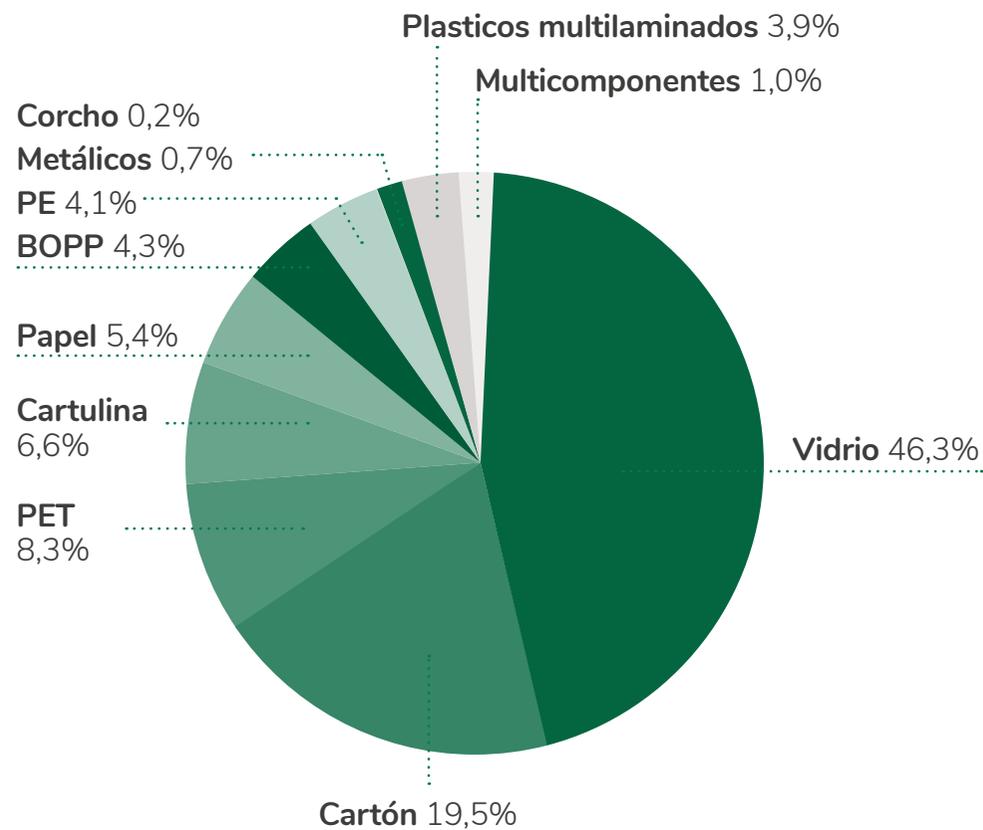
FUENTE DE LAS MATERIAS PRIMAS DE LOS ENVASES



- Materias primas renovables
- Materias primas no renovables

[➔ Más detalle sobre fuente de las materias primas y reciclabilidad hacer click aquí](#)

RECICLABILIDAD DE LOS ENVASES



- Materiales fáciles de reciclar 95,1%
- Materiales difíciles de reciclar 4,9%



ALIANZAS

Formamos parte de las organizaciones y empresas líderes que impulsan el reciclado de residuos. A partir de la participación en los foros, construimos una primera versión del mapa de actores, para poder encarar desarrollos con los principales referentes en la materia.



Entidad especializada en plásticos y medio ambiente, integrada por los principales fabricantes y convertidores de resinas plásticas del país.

En 2020 fuimos invitados como dueños de marca a **sumarnos a la Red de Economía Circular de los plásticos**, plataforma de colaboración que integra a toda la cadena de valor de plásticos.

→ ecoplas.org.ar



Somos parte del Comité de Sustentabilidad, que nuclea a distintos actores de la cadena de valor, focalizado en el tratamiento de **proyectos de Ley de Envases y Responsabilidad Extendida de los Productores**.

Es también un **espacio de colaboración y sinergia de los principales actores del circuito de recolección y reciclado**: Centros de Distribución, grandes puntos de generación de residuos, recolectores, transportes, clasificadores, recicladores y fabricantes.

→ packaging.com.ar



Asociación de
Industrias de Marca

Formamos parte del **Comité de Sustentabilidad**, que nuclea a empresas de marca líderes para el **tratamiento de iniciativas de recolección, reciclado y economía circular de envases y embalajes** y para el **desarrollo de un sistema de gestión integral de residuos** como alternativa frente a una potencial Ley de Envases y Responsabilidad extendida de los productores.

Junto a las empresas, **realizamos un diseño preliminar de circuito de recolección cross compañías, mapeo de residuos y materiales en cada site productivo y construcción de indicadores conjuntos.**



Departamento de Sustentabilidad y Política Ambiental, un espacio de encuentro entre distintos estamentos con competencia en el rubro alimentario, **promoviendo la articulación público-privada**, para atender aquellos temas que hacen al estudio de proyectos que puedan tener un **impacto en la gestión ambiental de la industria de alimentos y bebidas.**



Garantizamos la continuidad del negocio en el **contexto de la pandemia desarrollando a nuevos proveedores de insumos**, para mitigar inconvenientes en el abastecimiento regular de envases y embalajes en las categorías Bodegas, Aceites y Aderezos, Yervas y Arroz.



HUELLA AMBIENTAL

La Huella Ambiental es el **análisis de los impactos ambientales directos e indirectos a lo largo del ciclo de vida de un producto u organización.**

En Molinos, **aspiramos a medir y gestionar la huella ambiental de todas nuestras operaciones.** Este análisis, será un trabajo paulatino que iremos trabajando ejercicio a ejercicio que nos permitirá **medir el comportamiento e impacto ambiental real de nuestra organización y actuar en consecuencia,** trabajando para minimizarlos, gestionando eficientemente los recursos.

Reflejará los resultados de todo lo que encaramos en materia de economía circular y mejora continua, en optimización ambiental del transporte y en los impactos ambientales del empa-

Huella de Carbono

El cambio climático está amenazando el futuro de nuestro planeta. La Huella de Carbono es un indicador ambiental que cuantifica el impacto de una actividad en el calentamiento global, específicamente **la cantidad de Gases de Efecto Invernadero (GEI) que se liberan a la atmósfera** y que contribuyen a su aceleración.

En Molinos queremos contribuir a la reducción de las emisiones de GEI contabilizando, a través de la Huella de Carbono, las emisiones que generamos durante todo el ciclo de vida de nuestros productos, desde la obtención de la materia prima hasta el punto de venta.

Con este propósito, decidimos empezar a medir la Huella de Carbono de algunos productos, comenzando por las Pastas.



LOGROS Y DESAFÍOS



| BASES DEL NEGOCIO | |
|--|---|
| DESAFÍOS 2020 | CUMPLIMIENTO |
| Trabajar en lo relacionado a terceros dentro del Programa Integridad: identificación de proveedores críticos, realizar un Due Dilligence en temas de corrupción y un mapeo de los principales riesgos relacionados a temas de corrupción para los distintos procesos de la Compañía. | Luego de lograr la identificación de los proveedores críticos, trabajamos en la recolección de documentación que permitiera mitigar el riesgo identificado. |
| Mantener vigente a través de comunicaciones la Línea Ética y la importancia en su uso para denunciar irregularidades. | Realizamos comunicaciones durante todo el año, reforzando la importancia del uso de los canales de comunicación vigentes del Código de Conducta. |
| Implementar Indicadores de alerta temprana en procesos claves - Auditoría continua. | Pudimos avanzar en este punto, logrando implementar el indicador de horas extras. |
| Impulsar metodología de manejo de Información crítica de la Compañía - metodología de identificación, clasificación, resguardo y destrucción. | Iniciamos un mapeo con áreas críticas que manejan información sensible. |
| Dar apoyo al Negocio, siendo referente en procesos, riesgos y controles, para garantizar un ambiente de control adecuado. | Desde Auditoría, no solo participamos de los principales proyectos de la compañía durante 2020, sino que también dimos soporte en todo lo relacionado a la Pandemia por COVID 19. |



BASES DEL NEGOCIO

| DESAFÍOS 2020 | CUMPLIMIENTO |
|--|---|
| Promover el conocimiento y apropiación de las Políticas y Normas internas. | Continuamos trabajando en la actualización de Políticas y Normas y en la migración del sitio donde están almacenadas. Una vez finalizada la migración, relanzaremos el sitio. |
| Seguir fortaleciendo el vínculo con la comunidad de nutricionistas y médicos a través del programa Compromiso Molinos. | Nos acercamos a los profesionales de la salud relacionados con la nutrición, a través de una encuesta digital con alcance a 2500 contactos y con motivo de la presentación de nuestro propósito “Alentar a los argentinos a comer mejor” llegamos a nutricionistas aliadas con productos y contándoles nuestros desafíos. |
| Comunicar los beneficios nutricionales de las categorías: Pastas, Milanesas/Medallones y Snacks a nutricionistas y consumidores. | Al ser un objetivo planteado para la presencialidad por tratarse de charlas, congresos y talleres, se suspendió para 2020. |
| Implementar la Academia de Nutrición Virtual. | Se lanzó en la plataforma NOS, a través de 4 módulos, disponible para toda la compañía. |
| Realizar capacitaciones y talleres de nutrición para áreas estratégicas de la Compañía responsables de la innovación. | En 2020, la Academia continuó capacitando al equipo de Investigación y Desarrollo y a los equipos de Marketing, 6 módulos de capacitación, 250 asistentes, 80% de satisfacción. |

DESAFÍOS A 2021

- ✓ Entendiendo la importancia de tener una estrategia de sustentabilidad clara en momentos de crisis, trabajaremos en la validación y/o redefinición de nuestra estrategia; involucrando en este proceso a la alta dirección y al resto de los grupos de interés.

DESAFÍOS A 2021



- ✓ Seguir trabajando en el desarrollo de indicadores de auditoría continua, que nos permitan dar seguimiento al marco de control de los distintos procesos de forma periódica, y actuar ante alertas. A su vez, trabajar en la automatización de los procesos internos, que nos permitan ser más eficientes como área.
- ✓ Seguir acompañando al negocio desde Auditoría, ya sea en los proyectos más relevantes que se decidan encarar este nuevo año, así como también en los temas que surjan en función al contexto COVID.
- ✓ Mantener vigente a través de comunicaciones la Línea Ética y la importancia en su uso para denunciar irregularidades.
- ✓ Concientizar en el uso correcto de la información.
- ✓ Promover conocimiento y apropiación de Políticas y Normas vigentes.
- ✓ Acelerar la evolución de Molinos para alcanzar el Manifiesto de Crecimiento, transformando digital todo aquello que pueda serlo, resulte más accesible y mejore la experiencia.
- ✓ Formar y actualizar a nuestros equipos en temas de nutrición y salud.
- ✓ Consolidar el comité interno de nutrición.

SALUD Y BIENESTAR



| DESAFÍOS 2020 | CUMPLIMIENTO |
|---|--|
| Impulsar un trabajo científico sobre el tema “Relación de la tecnología de alimentos y su impacto para innovar y mejorar la nutrición”. | Nos encontramos trabajando en la revisión de tecnologías, pero por el momento se suspendió la publicación por cambios de los objetivos del área debido al plan de contingencia 2020. |
| Generar un indicador global que permita establecer el ranking de los proveedores de Materias Primas y Material de Empaque integrando diferentes aspectos. | Debido a la situación de pandemia se priorizaron otros temas, volviéndose a plantear como desafío 2021. |
| Certificar FSSC 22000 en las Plantas Lucchetti y Granja del Sol, BRC en Bodega Nieto Senetiner y mantener la certificación vigente en aquellas Plantas ya certificadas. | Certificamos FSSC 22000 con éxito en las Plantas Lucchetti y Granja del Sol. Se mantuvieron las certificaciones del resto de las Plantas y se pospuso para el próximo año la certificación BRC de la Bodega Nieto Senetiner. |
| Incorporar al plan de auditorías internas como auditorías diagnósticas a las Bodegas Andreu y Vistalba. | Por el contexto Covid este desafío se pospone para el año siguiente. |
| Desarrollar y consolidar las auditorías de Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos en el sector de Investigación, Desarrollo y Calidad. | Por el contexto Covid este desafío se pospone para el año siguiente. |
| Consolidar y reducir un 15% un nuevo indicador de Reclamos del Consumidor Total Molinos con la incorporación de La Salteña, alcanzando un valor de 12,6 reclamos por millón de unidades vendidas. | El indicador de Reclamos del Consumidor Total Molinos con la incorporación de La Salteña cerró en un valor de 15,2 reclamos por millón de unidades vendidas, el mismo valor de 2019. |
| Realizar una Encuesta on line al finalizar la comunicación con el consumidor. | Debido a la situación inesperada que presentó la pandemia, debimos flexibilizar y priorizar otras tareas. |

DESAFÍOS A 2021



- ✓ Incorporar nutrientes positivos en la categoría de snacks.
- ✓ Fortificar alimentos con vitaminas y minerales.
- ✓ Impulsar la reducción de calorías por porción en la categoría snacks.
- ✓ Ampliar el portfolio de alimentos fuentes de proteínas vegetales.
- ✓ Sumar nuevos productos al portfolio libre de gluten.
- ✓ Intervenir el portfolio con el objetivo de reducir nutrientes críticos.
- ✓ Reducir un 16% el indicador de Reclamos del Consumidor Total Molinos, alcanzando un valor de 12,5 reclamos por millón de unidades vendidas. Se incluye el objetivo para Producto no conforme.
- ✓ Consolidar el Subcomité de Calidad dentro del Sistema de Gestión Integrado. Implementar el Plan de auditorías internas integradas.
- ✓ Generar un indicador global que permita establecer el ranking de los Proveedores de Materias Primas y Material de Em-paque, integrando diferentes aspectos: evaluación de cada entrega, certificación bajo esquema GFSI, cantidad de reclamos críticos, repetitividad de los reclamos y respuestas de parte del proveedor frente a ellos, auditorías, etc.
- ✓ Adecuar el proceso interno de Auditorías de Desarrollo de Nuevos Productos en el sector de Investigación, Desarrollo y Calidad, priorizando aquellos negocios con destino a exportación.
- ✓ Adecuar los procesos productivos con destino a exportación a los estándares de operación requeridos por la FDA.

DESAFÍOS A 2021



- ✓ Certificar bajo la Norma BRC en Bodega Nieto Senetiner (Carrodilla) y mantener la certificación vigente en aquellas Plantas ya certificadas bajo la Norma FSSC 22000. Mantener la Certificación Orgánica Bodega Ruca Malén.
- ✓ Incorporar al plan de auditorías internas como auditorías diagnóstico a las Bodegas Andreu y Vistalba.
- ✓ Implementar una Encuesta de satisfacción al finalizar la comunicación vía telefónica, mail o redes sociales.
- ✓ Automatizar el ingreso de preguntas frecuentes y/o reclamos por mails o redes sociales.

DESARROLLO DE PERSONAS Y COMUNIDAD



| DESAFÍOS 2020 | CUMPLIMIENTO |
|--|--|
| <p>Desarrollar cultura: Agilidad, Colaboración, Aprendizaje y Diversidad, favoreciendo la Transformación Organizacional y la Digitalización de procesos de RRHH para toda la Compañía.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pusimos en marcha el plan de Transformación Digital con proyectos de impacto en la forma de hacer negocios, para optimizar, simplificar y agilizar procesos. ✓ Implementamos la plataforma Workplace de comunicación y trabajo colaborativo. ✓ Lanzamos el programa #SomosUnSoloEquipo. ✓ Realizamos la Campaña de Donación #SeamosUno. ✓ Llevamos adelante el Plan +SABER en formato 100% virtual. ✓ Facilitamos talleres en Metodologías Ágiles. |
| <p>Favorecer la productividad organizacional promoviendo la Diversidad & Inclusión.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Evolución del liderazgo femenino en Talento Joven, Pool de Talento y en posiciones de liderazgo. ✓ Implementamos el Plan de Acción 2020. |
| <p>Incrementar el compromiso de nuestros colaboradores profundizando Planes Cross Clima, Reconocimiento y Experiencia Empleado.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Bajamos los resultados de la Encuesta de Clima 2019, e implementamos planes de acción en función de las brechas identificadas. ✓ Construimos un plan cross de clima basado en 4 pilares: Comunicación, Feedback continuo & Reconocimiento, Agilidad & Empoderamiento, Colaboración, con foco en mejorar la experiencia empleado. ✓ Creamos un Comité de Clima interdisciplinario. ✓ Realizamos la primera encuesta de pulso digital a trabajadores remotos para profundizar en sus estados emocionales y diseñamos un plan de acción adhoc. |

DESARROLLO DE PERSONAS Y COMUNIDAD



| DESAFÍOS 2020 | CUMPLIMIENTO |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Continuamos con el programa de reconocimiento mediante la entrega de Menciones Molinos. ✓ Realizamos el lanzamiento del propósito y nueva identidad corporativa #Nos une comer mejor, de manera virtual y con alta participación de todos los colaboradores. |
| <p>Hacer de Molinos una organización protagonista; atraer nuevos talentos a través del desarrollo de Marca empleadora, Marca corporativa Molinos y la continuidad de los programas de talento.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñamos e implementamos la estrategia de la marca empleadora basada en los pilares: Talento Joven, Protagonismo en el Hacer, Innovación, Humanidad, Marcas líderes. ✓ Continuamos con los programas de pasantías y de jóvenes profesionales en formato virtual, aún en contexto de pandemia. |
| <p>Seguir haciendo de Molinos un lugar seguro para trabajar.</p> | <p>En contexto de pandemia se priorizó el aseguramiento de continuidad de la producción sin exposición a los trabajadores de contagio del virus, capacitando a todo el personal sobre medidas de prevención.</p> |
| <p>Lograr un índice de frecuencia de accidentes de 4,46% y una reducción de los accidentes totales en un 20 % en relación a años anteriores.</p> | <p>Cumplimos con la meta propuesta en relación al índice de frecuencia de accidentes: 4,13%</p> |

DESAFÍOS A 2021



- ✓ Seguir profundizando en los mismos 4 desafíos planteados en 2020:
 - Desarrollar Cultura: Agilidad, Colaboración y Aprendizaje, favoreciendo la Transformación Organizacional y la Digitalización de procesos de RRHH.
 - Favorecer la productividad organizacional promoviendo la Diversidad & Inclusión.
 - Incrementar el compromiso de nuestros colaboradores profundizando Planes Cross Clima, Reconocimiento y Experiencia Empleado.
 - Hacer de Molinos una organización protagonista: atraer nuevos talentos a través del desarrollo de Marca empleadora, Marca corporativa Molinos y la continuidad de los programas de talento.

- ✓ Lograr un índice de frecuencia de accidentes de 3,72 % y una reducción de los accidentes totales en un 11 % en relación al año anterior.

- ✓ Continuar extremando las medidas preventivas para el protocolo Covid.

- ✓ Realizar las auditorías del sistema de Gestión integrado en todas las locaciones.

CUIDADO AMBIENTAL



| DESAFÍOS 2020 | CUMPLIMIENTO |
|---|--|
| <p>Seguir sumando participantes y áreas en Mejora Continua, sin descuidar el método y la potencialidad de las herramientas.</p> | <p>El cumplimiento de este desafío fue dificultoso por la falta de personal en las Plantas debido a la Pandemia. De todas formas, se mantuvo la cantidad de trabajos presentados. Se priorizó la continuidad de línea, convocando a personal de otras áreas para colaborar en el proceso de producción.</p> |
| <p>Ir hacia un modelo más ágil en Mejora Continua, que nos permita flexibilidad y velocidad de respuesta ante cambios.</p> | <p>El contexto Covid hizo que este desafío se cumpliera al 100%, dado que todas las áreas se vieron obligadas a adecuarse y dar una rápida respuesta. También ayudó la transformación digital y las nuevas metodologías de trabajo. En relación a Agilidad, el área de Logística fue el primer grupo que comenzó y cerró un proyecto con la metodología Scrum, que acompaña hacia donde hoy queremos ir como Compañía, trabajando detalladamente en cada Sprint y buscando la superación en cada iteración.</p> |
| <p>Focalizarnos en proyectos de mejora continua de eficiencia energética y gestión de residuos.</p> | <p>Comenzamos a trabajar fuertemente en el concepto de economía circular y, dentro de ese paraguas, en la gestión de Residuos industriales. Confeccionamos un tablero de indicadores más profundo y detectamos una gran oportunidad de trabajo en la disminución de los residuos enviados a Relleno Sanitario. Con la premisa “Residuo Cero” comenzamos a investigar los residuos industriales urbanos que generaba cada Planta y se comenzó a trabajar en ello. Además, junto con Argentrigo realizamos el cálculo de la huella de carbono del fideo pasta larga Matarazzo.</p> |

CUIDADO AMBIENTAL



| DESAFÍOS 2020 | CUMPLIMIENTO |
|--|---|
| <p>Continuar con las campañas de concientización interna en temas de sustentabilidad de envases.</p> | <p>Se conformó el Comité de Sustentabilidad multidisciplinario conformado por I+D Packaging, SHYMA, Mejora Continua, Asuntos Corporativos, Abastecimiento y MKT. Se analizaron benchmarks, se recolectaron datos internos y se avanzó con la generación de indicadores de gestión. Se definió el plan de acción junto a la Alta Dirección. Primera etapa: Residuo Cero.</p> |
| <p>Evaluar junto al negocio Aceites, el proyecto de incorporar 20% de PET PCR (Resina Reciclada Posconsumo) para la marca Cocinero.</p> | <p>Avanzamos hasta la etapa de implementación: diseños aprobados y materiales en Planta. Por decisiones de negocio, se definió poner el proyecto en stand by.</p> |
| <p>Evaluar junto al negocio de Aceites y Bodegas proyectos de unificación de cajas y migración a cajas genéricas para optimizar stocks de insumos y simplificar operación de abastecimiento.</p> | <p>Realizamos la migración 100% a cajas genéricas en Aceites y Bodegas.</p> |
| <p>Investigar y Desarrollar alternativas de PE (Polietileno) PCR y PP (Polipropileno) PCR para envases secundarios.</p> | <p>En conjunto con el Instituto Argentino del Envase y la empresa HQ Films, desarrollamos la incorporación de 12% de PE PCR en envases secundarios termocontraíbles de Pastas. Por cuestiones vinculadas al contexto COVID se dificultó el abastecimiento de material post consumo para producir el nuevo embalaje. Se retomará la implementación en 2021.</p> |

CUIDADO AMBIENTAL



| DESAFÍOS 2020 | CUMPLIMIENTO |
|--|--|
| Investigar y Desarrollar alternativas de simplificación de estructuras de envases primarios de Snacks. | No logramos avances en este desafío. Se continuará el proyecto en 2021. |
| Desarrollar botellas de vidrio más livianas y optimizar cajas de cartón corrugado para espumantes AIME y vinos RUCA. | Desarrollamos e implementamos botellas de vidrio más livianas para espumantes AIME y vinos RUCA. |
| Simplificar estructuras de materiales en cajas de cartón corrugado y micro corrugado en las distintas marcas/segmentos del negocio de Bodegas. | En Cadus Apelation el proyecto está en etapa de implementación y en Don Nicanor en etapa de desarrollo. Estos cambios impactan positivamente en la gestión de abastecimiento ya que permiten eficientizar módulo de compra y menor lead time de entrega. |
| Reutilizar embalajes de insumos y materias primas para minimizar la generación de residuos y optimizar recursos en las Plantas. | <p>Proyectos en etapa de implementación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reutilización de cajas de tapas de café Arlistán y de cajas de bozales de vinos espumantes. <p>Proyectos en Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reutilización de cajas de estuches de horneables, gelificables y arroz. Trabajo conjunto con equipo de Jóvenes Profesionales. |
| Optimizar cajas y paletizados de Planta La Salteña unificando las cajas, realizando cambios de unidades comerciales y reingeniería de paletizados. | <p>Proyectos implementados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Optimización Raviolos: cambio de unidad comercial de 12 a 16 unidades y mejora de palletizado de 20%. ✓ Optimización Ñoquis: cambio de unidad comercial de 12x500g a 21x300g y mejora de palletizado de 5%. |

CUIDADO AMBIENTAL



| DESAFÍOS 2020 | CUMPLIMIENTO |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Optimización Tapas Empanadas: Cambio de unidad comercial de 12un/blíster a 15un/blíster y mejora de palletizado de 25%. Proyectos en etapa de Implementación: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Optimización Tapas Empanadas: Cambio de unidad comercial de 20un/blíster a 22un/blíster y mejora de palletizado de 10%. |
| Investigar y Desarrollar alternativas que nos permitan aumentar el % de los envases fácilmente reciclables. | Junto a distintos proveedores locales, estamos en etapa de desarrollo de alternativas para migrar envases laminados multi-material a estructuras mono-materiales en categorías Arroz, Congelados, Pan Rallado y Rebozadores, Tapas de Empanadas, Premezclas y Yerba Cruz de Malta. |
| Impulsar la recolección, clasificación y reciclaje de envases a través de la incorporación de un mayor % de materia prima reciclada y la participación en cámaras empresarias y/u organismos estatales para promover la sinergia entre Empresas, Proveedores, Clientes, Estado, Universidades. | Logramos insertarnos en el grupo de organizaciones y empresas líderes que impulsan el reciclado de residuos. Avanzamos con varias alianzas estratégicas y participación en distintos foros. |

DESAFÍOS A 2021

- ✓ Implementar la integración de los sistemas de Calidad, SHyMA y Mejora Continua en todas las Plantas.
- ✓ Aumentar la participación de personal operativo de las Plantas en proyectos de Mejora Continua.

DESAFÍOS A 2021



- ✓ Sostener e impulsar el Plan “Residuos Cero” en todas las locaciones, enfocado en el principio de Economía Circular.
- ✓ Desde Packaging, continuar trabajando en los proyectos 2020 que continúan en 2021.
- ✓ Investigar, desarrollar proveedores u otras alternativas que nos permitan avanzar en los proyectos de Economía Circular en el marco del Programa Residuo Cero.
- ✓ Reutilizar las cajas de estiba o reemplazarlas por cajas de productos terminados.
- ✓ Buscar alternativas para reemplazar el papel glassine o parafinado para etiquetas autoadhesivas.
- ✓ Explorar la unificación de botellas de vidrio de Bodegas hacia envases más livianos y maximizar kg/pallets.
- ✓ Revisar oportunidades de simplificación de embalajes en las categorías Rebozadores, Premezclas y Horneables.



INFORMACIÓN TÉCNICA DEL REPORTE

PROCESO DE RSE

Como cada año, la elaboración de este Reporte de Sustentabilidad implica un proceso dentro de nuestra Compañía que se sustenta en las siguientes etapas:

1. Preparación Interna

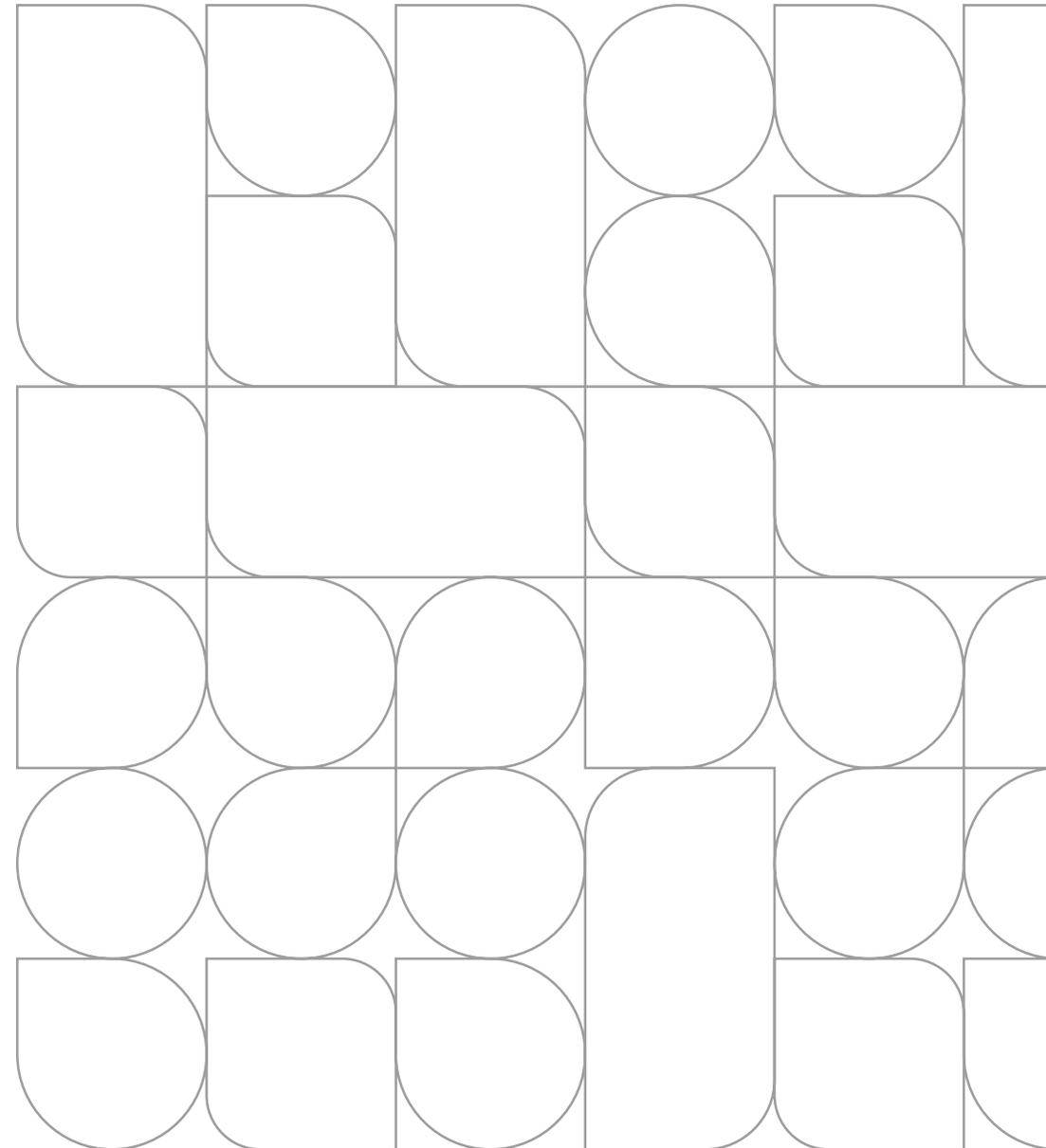
En cada comienzo de ciclo, evaluamos las oportunidades de mejora detectadas, analizamos las mejores prácticas en materia de sustentabilidad y revisamos los temas materiales.

2. Escucha

Recabamos opiniones y sugerencias de los grupos de interés internos y externos y los analizamos e incorporamos al proceso.

3. Medición y Comunicación

Creamos indicadores de gestión que dan respuesta a los temas materiales y medimos su progreso. La rendición de cuentas de todo el proceso se realiza anualmente con el Reporte de Sustentabilidad del que participan todas las áreas de la Compañía. Antes de su presentación a los grupos de interés, los contenidos son validados por el Comité Ejecutivo de Sustentabilidad.



COBERTURA DE LOS TEMAS MATERIALES

En la siguiente tabla presentamos la evaluación del impacto de cada uno de nuestros temas materiales sobre los grupos de interés de la Compañía, y los estándares de la iniciativa Global Reporting Initiative (GRI) que utilizamos para rendir cuentas sobre dichos temas materiales.

| Pilares de nuestra estrategia de Sustentabilidad | Temas materiales | Estándares GRI temáticos | Impacto en grupo de interés |
|--|---|--|---|
| Bases del negocio | Desempeño económico y financiero de la compañía | GRI 201: Desempeño económico 2016 | Accionistas |
| | Promoción de hábitos saludables | GRI 413: Comunidades locales 2016 GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016 Acceso a una comida sana y saludable | Colaboradores / Comunidad |
| | Ética y transparencia de la gestión del negocio | GRI 205: Anticorrupción 2016 GRI 206: Competencia desleal 2016 GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016 | Accionistas / Organismos de Control |
| | Promoción y respeto de los derechos humanos | GRI 406: No discriminación 2016 GRI 410: Prácticas en materia de seguridad 2016 GRI 412: Evaluación de derechos humanos 2016 | Colaboradores / Comunidad / Proveedores |
| | Diálogo con grupos de interés | GRI 102: Contenidos generales 2016* | Colaboradores / Comunidad / Proveedores |
| Salud y Bienestar | Innovación y renovación de los productos | GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016 | Clientes / Comunidad |
| | Mejora continua del perfil nutricional de productos | Acceso a una comida sana y saludable | Clientes / Comunidad |

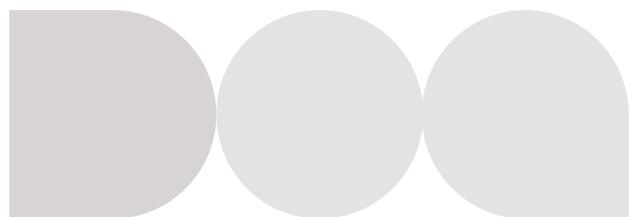
| Pilares de nuestra estrategia de Sustentabilidad | Temas materiales | Estándares GRI temáticos | Impacto en grupo de interés |
|--|--|---|------------------------------------|
| Salud y Bienestar | Etiquetado responsable | GRI 417: Marketing y etiquetado 2016 | Clientes / Comunidad |
| | Seguridad alimentaria | GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016 | Clientes / Comunidad / Proveedores |
| | Atención al consumidor | Atención al consumidor** | Comunidad |
| Desarrollo de Personas y Comunidad | Prácticas responsables en la Cadena de Valor | GRI 204: Prácticas de adquisición 2016 GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016 | Proveedores |
| | Compromiso Humano | GRI 202: Presencia en el mercado 2016 GRI 401: Empleo 2016 GRI 402: Relaciones trabajador-empresa 2016 GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018 | Colaboradores |
| | Potenciar Talentos | GRI 404: Formación y enseñanza 2016 | Colaboradores |
| | Diversidad y Género | GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016 | Colaboradores |
| | Desarrollo de las Comunidades | GRI 413: Comunidades locales 2016 | Comunidad |
| Cuidado Ambiental | Economía Circular y Mejora Continua | GRI 301: Materiales 2016 GRI 302: Energía 2016 GRI 303: Agua y Efluentes 2018*** GRI 306: Residuos 2020*** | Comunidad |
| | Huella Ambiental | GRI 305: Emisiones 2016 GRI 306: Residuos 2020*** | Comunidad |

| Pilares de nuestra estrategia de Sustentabilidad | Temas materiales | Estándares GRI temáticos | Impacto en grupo de interés |
|--|--|--------------------------|-----------------------------|
| Cuidado Ambiental | Optimización ambiental del transporte | GRI 305: Emisiones 2016 | Comunidad |
| | Impactos ambientales del empaque a lo largo del ciclo de vida de los productos | GRI 301: Materiales 2016 | Comunidad |

*Para responder a este tema material utilizamos la sección 5 del estándar GRI 102 (contenidos 102-40 a 102-44) que hace referencia a cómo se relaciona la organización con los diferentes grupos de interés.

**Siguiendo las recomendaciones de los lineamientos GRI para aquellos temas materiales en lo que no se puede establecer relación, creamos este estándar propio con KPI específico que permite mostrar la evolución del tema material en el tiempo.

***Debido a la entrada en vigor de la actualización de los estándares, a partir de este año comenzamos a reportar GRI 303 Agua y Efluentes 2018 y GRI 306 Residuos 2020.



INDICADORES DE GESTIÓN

Indicadores ECONÓMICOS

GRI 102-7

| Estado separado de situación financiera | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|--------|--------|--------|
| Activos totales | 36.344 | 35.250 | 35.684 |
| Pasivos totales | 24.439 | 24.760 | 23.426 |
| Patrimonio neto | 11.905 | 10.490 | 12.248 |

Alcance: Molinos Río de la Plata S.A.

Al 31 de diciembre de 2020 se han cumplimentado las condiciones para que los estados financieros de la Sociedad correspondientes al ejercicio finalizado en esa fecha incorporen el ajuste por inflación establecido en la NIC 29 "Información Financiera en Economías Hiperinflacionarias". Los presentes estados financieros cumplen con todos los requerimientos de las NIIF. Las cifras correspondientes a la información comparativa han sido reexpresadas para considerar los cambios en el poder adquisitivo general de la moneda y, como resultado, están expresadas en la unidad de medida homogénea al 31 de diciembre de 2020.

Las cifras informadas están expresadas en millones de pesos argentinos. Para más información consultar la memoria y balances 2020 disponibles en <https://www.molinos.com.ar/quienes-somos/inversores/>

 VOLVER

GRI 102-45

| Sociedades que forman parte de los estados consolidados de situación financiera de la organización y están excluidas de este Reporte de Sustentabilidad | | | |
|---|-----------------|------|------|
| Sociedades | % participación | | |
| | 2018 | 2019 | 2020 |
| Molinos de Chile y Río de la Plata Holding S.A | 100% | 100% | 100% |
| Molinos do Brasil Comercial e Industrial Ltda. | 100% | 100% | 100% |
| Bodega Ruca Malen S.A.U | 100% | 100% | 100% |
| La Salteña S.A.U | N/A | 100% | 100% |



GRI 201-1

| Valor económico generado | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|---------------|---------------|---------------|
| Ingresos de actividades ordinarias | 42.690 | 41.924 | 43.796 |
| Ingresos procedentes de inversiones financieras | 99 | 207 | 2.124 |
| Venta de propiedades, planta y equipo | 18 | 61 | 953 |
| Total | 42.807 | 42.192 | 46.873 |
| Valor económico distribuido | | | |
| Costos operativos (a proveedores) | 32.438 | 31.864 | 34.174 |
| Salarios y beneficios | 8.595 | 7.237 | 6.665 |
| Proveedores de capital | 10.211 | 6.506 | 4.199 |
| Tasas e impuestos abonados | 1.499 | 1.831 | 1.718 |
| Inversión social y donaciones | 45 | 20 | 25 |
| Total | 52.788 | 47.458 | 46.781 |

Alcance: Molinos Río de la Plata S.A.

Al 31 de diciembre de 2020 se han cumplimentado las condiciones para que los estados financieros de la Sociedad correspondientes al ejercicio finalizado en esa fecha incorporen el ajuste por inflación establecido en la NIC 29 “Información Financiera en Economías Hiperinflacionarias”. Los presentes estados financieros cumplen con todos los requerimientos de las NIIF. Las cifras correspondientes a la información comparativa han sido reexpresadas para considerar los cambios en el poder adquisitivo general de la moneda y, como resultado, están expresadas en la unidad de medida corriente al final del ejercicio sobre el cual se informa.

Las cifras informadas están expresadas en millones de pesos argentinos.

Para más información consultar la memoria y balances 2020 disponibles en <https://www.molinos.com.ar/quienes-somos/inversores/>



Indicadores SOCIALES

GRI 102-8

| | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Empleados en relación de dependencia por tipo de contrato laboral¹ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Contrato indeterminado (empleados fijos) | 489 | 2.291 | 489 | 2.150 | 460 | 2.021 | 491 | 2.275 | 479 | 2.223 |
| Contrato a plazo fijo | 9 | 27 | 11 | 21 | 17 | 21 | 17 | 23 | 13 | 18 |
| Número de empleados fijos por tipo de contrato | | | | | | | | | | |
| Tiempo completo | 487 | 2.288 | 487 | 2.147 | 456 | 2.019 | 486 | 2.274 | 476 | 2.222 |
| Tiempo parcial | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 5 | 1 | 3 | 1 |

1. Molinos Río de la Plata no cuenta con trabajadores independientes.

2. A partir de 2020 se incluye la nómina de Viña Cobos

El personal del sector de comedores y servicio de seguridad de nuestras Plantas y Oficina Central es tercerizado.



| Empleados por región y tipo de contrato | 2018 | | 2019 | | 2020 ¹ | |
|---|--|-----------------------|--|-----------------------|--|-----------------------|
| | Contrato indeterminado (empleados fijos) | Contrato a plazo fijo | Contrato indeterminado (empleados fijos) | Contrato a plazo fijo | Contrato indeterminado (empleados fijos) | Contrato a plazo fijo |
| Capital Federal | 229 | 0 | 264 | 0 | 260 | 0 |
| Provincia de Buenos Aires | 1.516 | 5 | 1.779 | 17 | 1687 | 9 |
| Chaco | 20 | 0 | 23 | 0 | 23 | 0 |
| Córdoba | 36 | 1 | 41 | 1 | 39 | 0 |
| Entre Ríos | 120 | 8 | 112 | 10 | 109 | 10 |
| Mendoza | 259 | 12 | 243 | 9 | 292 | 10 |
| San Juan | 45 | 7 | 46 | 3 | 44 | 2 |
| Santa Fe | 233 | 0 | 230 | 0 | 221 | 0 |
| Tucumán | 28 | 0 | 28 | 0 | 27 | 0 |

1. A partir de 2020 se incluye la nómina de Viña Cobos



GRI 102-9 / GRI 204-1

| Compra de Materia Prima | 2019 | 2020 | | | | | | | | |
|----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| | Ton | Ton | Trigo Candeal | Trigo Pan | Arroz | Yerba Mate | Girasol | Vegetales | Oliva | Pollo |
| Buenos Aires | 296.368 | 334.948 | 96.618 | 197.631 | 0 | 0 | 38.887 | 0 | 147 | 1.665 |
| Entre Ríos | 46.590 | 27.938 | 18 | 1.976 | 25.944 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Corrientes | 30.508 | 45.873 | 0 | 30 | 45.843 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Córdoba | 8.624 | 6.658 | 5.299 | 1.358 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 |
| San Luis | 6.804 | 15.546 | 15.546 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| La Pampa | 1.982 | 1.213 | 239 | 974 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| San Juan | 4.250 | 4.356 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1.980 | 2.376 | 0 |
| Mendoza | 2.009 | 1.302 | 31 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1.028 | 243 | 0 |
| Santa Fe | 41.591 | 47.631 | 0 | 6.523 | 0 | 0 | 41.068 | 40 | 0 | 0 |
| Santiago del Estero | 1.026 | 5.003 | 2.258 | 2.745 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Misiones | 24.432 | 22.585 | 0 | 0 | 0 | 22.585 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Chaco | 2.279 | 4.407 | 148 | 4.259 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| La Rioja | 977 | 1.982 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1.982 | 0 |
| Catamarca | 285 | 653 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 653 | 0 |
| Salta | 0 | 111 | 111 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Tucuman | 0 | 389 | 239 | 150 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Formosa | 0 | 272 | 0 | 272 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | 467.725 | 520.866 | 120.506 | 215.918 | 71.787 | 22.585 | 79.955 | 3.049 | 5.401 | 1.665 |

GRI 102-41

| Porcentaje del total de empleados cubiertos en acuerdos de negociación colectiva | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 ¹ |
|--|-------|-------|-------|-------------------|
| | 61,00 | 60,90 | 64,33 | 64,32 |

1. A partir de 2020 se incluye la nómina de Viña Cobos

GRI 102-44

| Atención al consumidor | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|--------|--------|--------|--------|---------------|
| Cantidad de contactos | 24.374 | 21.184 | 17.162 | 16.670 | 17.194 |
| Reclamos | 14.648 | 11.886 | 10.556 | 10.555 | 12.461 |
| Consultas | 3.490 | 3.126 | 2.135 | 1.930 | 1.660 |
| Derivados/consultas comerciales | 4.576 | 4.328 | 3.233 | 3.653 | 2.746 |
| Otros | 813 | 1.844 | 1.237 | 532 | 327 |
| Tipos de consulta | | | | | |
| Alergias | 3% | 5% | 6% | 9% | 9% |
| Celíacos | 4% | 5% | 5% | 4% | 5% |
| Pedido de información | 2% | 5% | 2% | 1% | 1% |
| Estudiantes/nutricionistas/profesionales | 9% | 8% | 6% | 5% | 2% |

GRI 204-1

| Proveedores Activos | 2018 | 2019 | 2020 |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|
| Nacionales | 4.995 | 3.311 | 3.646 |
| Internacionales | 203 | 165 | 170 |
| Total | 5.198 | 3.476 | 3.816 |

*La reducción de proveedores activos del ejercicio 2019, respecto del ejercicio 2018, se debe a cambios en la metodología de medición bajo el Sistema SAP S/4HANA.



GRI 401-1

| Nuevas contrataciones (cantidad) | 2017 | | | 2018 | | | 2019 | | | 2020 | | |
|-------------------------------------|---|---|------------|--|---|------------|---|---|------------|---|---|-----------|
| |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |
| Capital Federal | 0 | 20 | 20 | 0 | 8 | 8 | 13 | 30 | 43 | 0 | 0 | 0 |
| Chaco | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 4 | 2 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 |
| Córdoba | 1 | 7 | 8 | 4 | 5 | 9 | 6 | 3 | 9 | 1 | 0 | 1 |
| Entre Ríos | 1 | 12 | 13 | 1 | 6 | 7 | 1 | 5 | 6 | 1 | 3 | 4 |
| Mendoza | 14 | 29 | 43 | 14 | 12 | 26 | 8 | 14 | 22 | 3 | 8 | 11 |
| Provincia de Bs. As. | 48 | 56 | 104 | 47 | 59 | 106 | 63 | 64 | 127 | 12 | 15 | 27 |
| San Juan | 0 | 1 | 1 | 3 | 4 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Santa Fe | 0 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 9 | 3 | 12 | 1 | 0 | 1 |
| Tucumán | 0 | 4 | 4 | 0 | 3 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 64 | 132 | 196 | 69 | 101 | 170 | 102 | 122 | 224 | 18 | 26 | 44 |

Metodología de cálculo: cantidad de altas / nómina a diciembre distinguiendo grupo y género



| Nuevas contrataciones (tasa) | 2017 | | | 2018 | | | 2019 | | | 2020 | | |
|---------------------------------|---|---|--------------|--|---|--------------|---|---|--------------|---|---|--------------|
| |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |
| Capital Federal | 0,00% | 9,00% | 9,00% | 0,00% | 3,49% | 3,49% | 4,92% | 11,36% | 16,29% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Chaco | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 20,00% | 20,00% | 8,70% | 4,35% | 13,04% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Córdoba | 3,00% | 19,00% | 22,00% | 10,81% | 13,51% | 24,32% | 14,29% | 7,14% | 21,43% | 0,0% | 10% | 2,56% |
| Entre Ríos | 1,00% | 9,00% | 10,00% | 0,78% | 4,69% | 5,47% | 0,82% | 4,10% | 4,92% | 9,09% | 2,78% | 3,36% |
| Mendoza | 5,00% | 11,00% | 17,00% | 5,17% | 4,43% | 9,59% | 3,17% | 5,56% | 8,73% | 3,53% | 3,69% | 3,64% |
| Provincia de Bs. As. | 3,00% | 3,00% | 6,00% | 3,09% | 3,88% | 6,97% | 3,51% | 3,56% | 7,07% | 3,67% | 1,1% | 1,59% |
| San Juan | 0,00% | 2,00% | 2,00% | 5,77% | 7,69% | 13,46% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Santa Fe | 0,00% | 1,00% | 1,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 3,91% | 1,30% | 5,22% | 4,17% | 0,0% | 0,45% |
| Tucumán | 0,00% | 14,00% | 14,00% | 0,00% | 10,71% | 10,71% | 0,00% | 7,14% | 7,14% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Total | 2,40% | 4,94% | 7,34% | 2,74% | 4,01% | 6,75% | 3,64% | 4,35% | 7,98% | 3,67% | 1,1% | 1,59% |

Metodología de cálculo: cantidad de altas / nómina a diciembre distinguiendo grupo y género



| Nuevas contrataciones (cantidad) | 2017 | | | 2018 | | | 2019 | | | 2020 | | |
|-------------------------------------|---|---|------------|--|---|------------|---|---|------------|---|---|-----------|
| |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |
| Menores de 30 años | 54 | 91 | 145 | 47 | 62 | 109 | 57 | 48 | 105 | 13 | 11 | 24 |
| Entre 30 y 50 años | 10 | 38 | 48 | 17 | 39 | 56 | 39 | 61 | 100 | 5 | 15 | 20 |
| Más de 50 años | 0 | 3 | 3 | 5 | 0 | 5 | 6 | 13 | 19 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 64 | 132 | 196 | 69 | 101 | 170 | 102 | 122 | 224 | 18 | 26 | 44 |

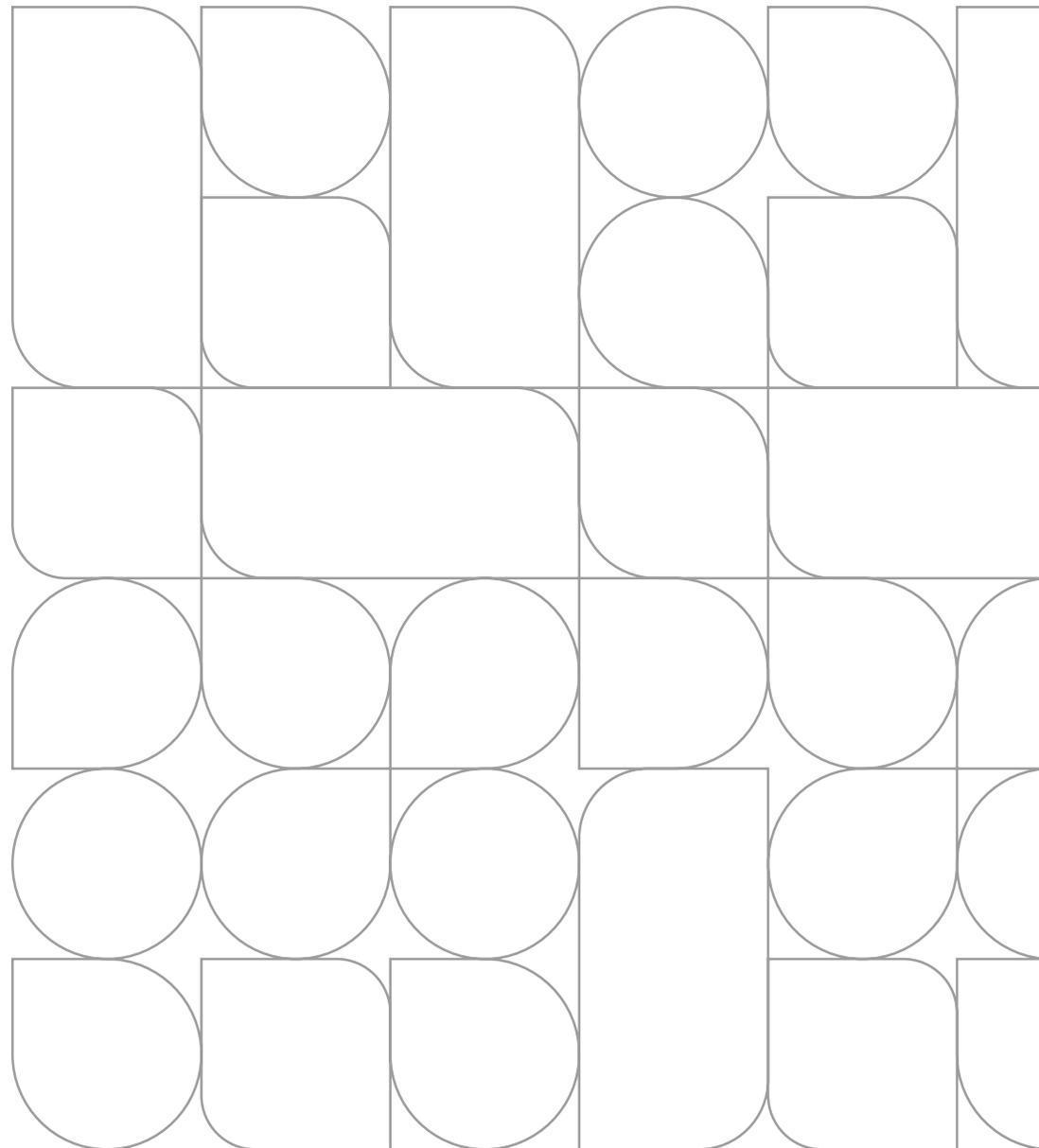
Metodología de cálculo: cantidad de altas / nómina a diciembre distinguiendo grupo y género

| Nuevas contrataciones (tasa) | 2017 | | | 2018 | | | 2019 | | | 2020 | | |
|---------------------------------|---|---|--------------|--|---|--------------|---|---|--------------|---|---|--------------|
| |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |
| Menores de 30 años | 11,34% | 19,12% | 30,46% | 11,75% | 15,50% | 27,25% | 13,94% | 11,74% | 25,67% | 10,4% | 5,73% | 7,57% |
| Entre 30 y 50 años | 0,60% | 2,29% | 2,89% | 1,07% | 2,46% | 3,53% | 2,16% | 3,38% | 5,54% | 1,3% | 1,03% | 1,08% |
| Más de 50 años | 0,00% | 0,56% | 0,56% | 0,94% | 0,00% | 0,94% | 1,01% | 2,20% | 3,21% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Total | 2,40% | 4,94% | 7,34% | 2,74% | 4,01% | 6,75% | 3,64% | 4,35% | 7,98% | 3,46% | 1,16% | 1,57% |

Metodología de cálculo: cantidad de altas / nómina a diciembre distinguiendo grupo y género

| Rotación de Empleados (cantidad) | 2020 | | |
|-------------------------------------|---|---|------------|
| |  |  | Total |
| Capital Federal | 0 | 0 | 0 |
| Chaco | 0 | 0 | 0 |
| Córdoba | 2 | 1 | 3 |
| Entre Ríos | 1 | 7 | 8 |
| Mendoza | 3 | 18 | 21 |
| Provincia de Buenos Aires | 43 | 79 | 122 |
| San Juan | 1 | 2 | 3 |
| Santa Fe | 2 | 5 | 7 |
| Tucumán | 0 | 1 | 1 |
| Total | 52 | 113 | 165 |

Metodología de cálculo: cantidad de bajas / nómina a diciembre



| Rotación de Empleados (tasa) | 2017 | | | 2018 | | | 2019 | | | 2020 | | |
|------------------------------|---|---|---------------|--|---|---------------|---|---|--------------|---|---|--------------|
| Región |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |
| Capital Federal | 0,00% | 13,00% | 13,00% | 0,00% | 1,75% | 1,75% | 0,00% | 3,41% | 3,41% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Chaco | 5,00% | 15,00% | 20,00% | 0,00% | 15,00% | 15,00% | 0,00% | 13,04% | 13,04% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Córdoba | 3,00% | 30,00% | 32,00% | 5,41% | 16,22% | 21,62% | 2,38% | 21,43% | 23,81% | 20% | 3,45% | 7,69% |
| Entre Ríos | 0,00% | 5,00% | 5,00% | 0,00% | 5,47% | 5,47% | 13,11% | 19,67% | 32,79% | 9,09% | 6,48% | 6,72% |
| Mendoza | 2,00% | 4,00% | 5,00% | 4,80% | 9,96% | 14,76% | 20,63% | 51,19% | 71,83% | 5% | 9,68% | 8,54% |
| Provincia de Bs. As. | 4,00% | 11,00% | 15,00% | 4,21% | 7,10% | 11,31% | 0,11% | 0,11% | 0,22% | 13,15% | 5,77% | 7,19% |
| San Juan | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 1,92% | 9,62% | 11,54% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 10% | 5,56% | 6,52% |
| Santa Fe | 1,00% | 12,00% | 13,00% | 2,58% | 25,75% | 28,33% | 0,87% | 6,09% | 6,96% | 8,33% | 2,54% | 3,17% |
| Tucumán | 3,00% | 10,00% | 14,00% | 3,57% | 10,71% | 14,29% | 0,00% | 7,14% | 7,14% | 0% | 4% | 3,7% |
| Total | 3,07% | 10,41% | 13,48% | 3,45% | 8,85% | 12,31% | 2,60% | 6,84% | 9,44% | 11,3% | 5,11% | 6,16% |

Metodología de cálculo: cantidad de bajas / nómina a diciembre



| Rotación de Empleados (cantidad) | 2017 | | | 2018 | | | 2019 | | | 2020 | | |
|----------------------------------|---|---|------------|--|---|------------|---|---|------------|---|---|------------|
| Edad |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |
| Menores de 30 años | 44 | 71 | 115 | 46 | 41 | 87 | 34 | 41 | 75 | 23 | 24 | 47 |
| Entre 30 y 50 años | 32 | 150 | 182 | 32 | 121 | 153 | 30 | 100 | 130 | 24 | 63 | 87 |
| Más de 50 años | 6 | 57 | 63 | 9 | 61 | 70 | 9 | 51 | 60 | 5 | 26 | 31 |
| Total | 82 | 278 | 360 | 87 | 223 | 310 | 73 | 192 | 265 | 52 | 113 | 165 |

Metodología de cálculo: cantidad de bajas / nómina a diciembre

| Nuevas contrataciones (tasa) | 2017 | | | 2018 | | | 2019 | | | 2020 | | |
|------------------------------|---|---|---------------|--|---|---------------|---|---|--------------|---|---|--------------|
| Edad |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |
| Menores de 30 años | 9,24% | 14,92% | 24,16% | 11,50% | 10,25% | 21,75% | 8,31% | 10,02% | 18,34% | 19,49% | 12,83% | 15,41% |
| Entre 30 y 50 años | 1,93% | 9,04% | 10,96% | 2,02% | 7,63% | 9,65% | 1,66% | 5,54% | 7,20% | 8,28% | 4,39% | 5,04% |
| Más de 50 años | 1,12% | 10,65% | 11,78% | 1,69% | 11,42% | 13,11% | 1,52% | 8,61% | 10,14% | 8,47% | 4,42% | 4,79% |
| Total | 3,07% | 10,41% | 13,48% | 3,45% | 8,85% | 12,31% | 2,60% | 6,84% | 9,44% | 11,13% | 5,11% | 6,16% |

Metodología de cálculo: cantidad de bajas / nómina a diciembre

GRI 401-3

| | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Licencias por maternidad/paternidad |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Cantidad de empleados que tuvieron derecho a una licencia por maternidad/paternidad | 500 | 2.171 | 477 | 2.042 | 508 | 2.298 | 492 | 2.241 |
| Cantidad de empleados que ejercieron su derecho a licencia por maternidad/paternidad | 6 | 53 | 29 | 64 | 32 | 45 | 20 | 26 |
| Cantidad de empleados que se reincorporaron al trabajo después de que finalizara su licencia por maternidad/paternidad | 6 | 53 | 29 | 64 | 32 | 45 | 18 | 26 |
| Cantidad total de empleados que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental y que continuaron siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo, | 6 | 53 | 29 | 64 | 32 | 45 | 0 | 1 |
| Índices de reincorporación al trabajo y de retención de los empleados que ejercieron la licencia por maternidad/paternidad | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 90% | 100% |

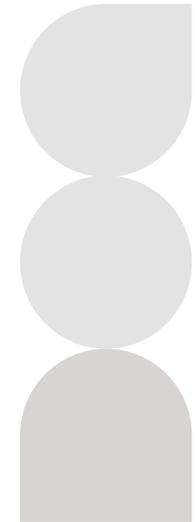
GRI 403-9

| Lesiones relacionadas con el trabajo | 2019 | 2020 |
|--|------------------------------------|---|
| Número y tasa de muertes como resultado de lesiones | 0 | 0 |
| Número y tasa de muertes como resultado de lesiones en trabajadores que no son empleados | N/A | 0 |
| Número y tasa de lesiones de alta consecuencia (excluyendo muertes) | 0 | 0 |
| Principales tipos de lesiones | Heridas contuso-cortantes en manos | Heridas contuso-cortantes en manos |
| Número aproximado de horas trabajadas anuales | 6.350.400 | 6.535.200 |

| Accidentes | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|--------|-------|-------|-------|--------------|
| Índice de frecuencia de accidentes ¹ | 10,30% | 7,83% | 3,82% | 2,68% | 4,13% |
| Cantidad de accidentes ² | 81 | 58 | 27 | 17 | 27 |

1. Metodología de cálculo: cantidad de accidentes cada 1.000.000 de horas hombre trabajadas

2. Si bien ocurren otros accidentes menores e "In Itinere", la legislación argentina establece parámetros estadísticos solo sobre los accidentes que por la gravedad de la lesión demanden su denuncia a la ART, atención médica y días de reposo.



GRI 403-10

| Enfermedades profesionales | 2019 | 2020 |
|--|--|--|
| Número de víctimas mortales como resultado de enfermedades | 0 | 0 |
| Número de casos de enfermedades profesionales | 4 | 209 |
| Principales tipos de enfermedades relacionadas con el trabajo | Tendinitis por movimientos repetitivos en miembros superiores. | Como principal motivo se destaca infección por COVID reconocida como enfermedad profesional por la SRT |
| Peligros relacionados con el trabajo que representan un riesgo de enfermedad profesional y si alguno de estos peligros ha causado o contribuido a casos de mala salud. | No se registraron casos | No se registraron casos |

GRI 404-1

| Promedio de horas de capacitación anual | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Alta gerencia | 19 | 38 | 17 | 15 | 11 | 24 | 10 | 9 |
| Gerencia | 9 | 19 | 7 | 9 | 14 | 21 | 11 | 12 |
| Jefes | 13 | 12 | 21 | 10 | 21 | 20 | 13 | 8 |
| Analistas/Supervisores | 16 | 13 | 10 | 8 | 28 | 23 | 9 | 6 |
| Operarios | 6 | 15 | 10 | 7 | 4 | 9 | 1 | 1 |

Metodología de cálculo: promedio de horas por categoría laboral y género / cantidad de asistentes.

GRI 404-3

| % del total de empleados que han recibido una evaluación del desempeño | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|--|---|---|---|---|---|---|
| |  |  |  |  |  |  |
| | 914 | | 898 | | 910 | |
| Alta gerencia 2% | 13% | 88% | 23% | 77% | 19% | 81% |
| Gerencia 8% | 33% | 68% | 35% | 65% | 37% | 63% |
| Jefes 21% | 45% | 55% | 51% | 49% | 52% | 48% |
| Analistas/Supervisores 69% | 36% | 64% | 34% | 66% | 34% | 66% |

GRI 405-1

| Empleados en números | 2016 | | | 2017 | | | 2018 | | | 2019 | | | 2020 ^(****) | | |
|---|---|---|-------|---|--|-------|---|---|--------|---|---|--------|---|---|---------------|
| |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |
| Cantidad total de empleados | 2.318 | 496 | 2.818 | 2.171 | 500 | 2.671 | 2.042 | 477 | 2.519 | 2.298 | 508 | 2.806 | 2.241 | 492 | 2.733 |
| Cantidad de empleados eventuales (promedio) | | | 421 | | | 433 | | | 419 | | | 211 | | | 112 |
| Total dotación propia + eventuales | | | 3.237 | | | 3.104 | | | 2.938 | | | 3.017 | | | 2.845 |
| Por categoría profesional | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alta gerencia | 9 | 2 | 11 | 19 | 2 | 21 | 13 | 2 | 15 | 13 | 3 | 16 | 13 | 3 | 16 |
| Gerencia | 77 | 28 | 105 | 58 | 26 | 84 | 53 | 28 | 81 | 46 | 27 | 73 | 47 | 29 | 76 |
| Jefes | 127 | 80 | 207 | 124 | 91 | 215 | 115 | 90 | 205 | 97 | 105 | 202 | 96 | 105 | 201 |
| Supervisores y Analistas | 448 | 242 | 690 | 464 | 276 | 740 | 434 | 252 | 686 | 446 | 261 | 707 | 439 | 240 | 679 |
| Empleados | 254 | 37 | 291 | 317 | 15 | 332 | 329 | 16 | 345 | 363 | 40 | 403 | 358 | 39 | 397 |
| Operario | 1.403 | 109 | 1.512 | 1.189 | 90 | 1.279 | 1.098 | 89 | 1.187 | 1.330 | 72 | 1.402 | 1.285 | 76 | 1.361 |
| Por edad | | | | | | | | | | | | | | | |
| Menores de 30 años | 377 | 183 | 560 | 306 | 170 | 476 | 253 | 147 | 400 | 254 | 155 | 409 | 192 | 125 | 317 |
| Entre 30 y 50 años | 1.516 | 267 | 1.783 | 1.385 | 275 | 1.660 | 1.304 | 281 | 1.585 | 1.508 | 297 | 1.805 | 1.459 | 308 | 1.767 |
| Más de 50 años | 426 | 49 | 475 | 480 | 55 | 535 | 485 | 49 | 534 | 536 | 56 | 592 | 590 | 59 | 649 |
| Por edad promedio | 41 | 36 | 40 | 41 | 36 | 40 | 42 | 36 | 41 | 42 | 36 | 41 | 43 | 38 | 42 |
| Dotación mayor a los 45 años % | 33% | 19% | 30% | 37% | 20% | 34% | 39,08% | 20,96% | 35,65% | 39,77% | 22,24% | 36,60% | 42,79% | 24,39% | 39,48% |

| | 2016 | | | 2017 | | | 2018 | | | 2019 | | | 2020 ^(****) | | |
|---|---|---|-------|---|--|--------|---|---|--------|---|---|--------|---|---|--------------|
| |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |  |  | Total |
| Por antigüedad (*) | | | | | | | | | | | | | | | |
| Antigüedad promedio | 15 | 8 | 12 | 13 | 8 | 12 | 13 | 8 | 12 | 15 | 10 | 14 | 16 | 11 | 15 |
| 30 años o + | 109 | 13 | 122 | 106 | 14 | 120 | 100 | 12 | 112 | 160 | 18 | 178 | 171 | 20 | 191 |
| 25-29 años | 164 | 19 | 183 | 166 | 20 | 186 | 158 | 19 | 177 | 229 | 23 | 252 | 262 | 30 | 292 |
| 20-24 años | 203 | 24 | 227 | 190 | 18 | 208 | 200 | 19 | 219 | 258 | 34 | 292 | 298 | 38 | 336 |
| 15-19 años | 334 | 40 | 374 | 290 | 35 | 325 | 278 | 31 | 309 | 386 | 57 | 443 | 355 | 49 | 404 |
| 10-14 años | 345 | 38 | 383 | 388 | 52 | 440 | 413 | 68 | 481 | 456 | 68 | 524 | 502 | 67 | 569 |
| 5-9 años | 623 | 97 | 720 | 615 | 125 | 740 | 495 | 103 | 598 | 481 | 86 | 567 | 398 | 97 | 495 |
| Menos de 5 años | 540 | 267 | 807 | 416 | 236 | 652 | 398 | 225 | 623 | 328 | 222 | 550 | 255 | 191 | 446 |
| Otros indicadores | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cantidad de empleados con discapacidad | 0,09% | 0,20% | 0,11% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,13% | 0,00% | 0,11% | 0,13% | 0,00% | 0,11% |
| Rotación media de empleados (***) | 7,18% | 2,57% | 9,75% | 10,41% | 3,07% | 13,48% | 18,24% | 10,92% | 12,31% | 8,36% | 14,37% | 9,44% | 6,00% | 15,00% | 6,10% |
| Rotación media de nuevos empleados (**) | 0,14% | 0,03% | 0,17% | 6,39% | 1,67% | 8,06% | 15,00% | 8,51% | 11,04% | 28,57% | 13,79% | 20,56% | 4,00% | 6,00% | 5,00% |

(*) No incluye los roles en el exterior

(**) Antigüedad menor a 1 año

(***) Metodología de cálculo: cantidad de bajas / nómina a diciembre

(****) A partir de 2020 se incluye la nómina de Viña Cobos

| Diversidad en Comité de dirección | 2017 | | 2018 | |
|-----------------------------------|---|---|---|---|
| |  |  |  |  |
| Menores de 30 años | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Entre 30 y 50 años | 27,00% | 73,00% | 41,18% | 58,82% |
| Más de 50 años | 0,00% | 100,00% | 0,00% | 100% |

| Diversidad en Comité ejecutivo | 2017 | | 2018 | |
|--------------------------------|---|---|---|---|
| |  |  |  |  |
| Menores de 30 años | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Entre 30 y 50 años | 22,00% | 78,00% | 12,50% | 87,50% |
| Más de 50 años | 0,00% | 100,00% | 50,00% | 50,00% |

| Diversidad en Empleados | 2017 | | 2018 | |
|--------------------------|---|---|---|---|
| |  |  |  |  |
| Alta gerencia | 18,75% | 81,25% | 18,75% | 81,25% |
| Gerencia | 36,99% | 63,01% | 38,16% | 61,84% |
| Jefes | 51,98% | 48,02% | 52,24% | 47,76% |
| Supervisores y Analistas | 36,9% | 63,08% | 35,35% | 64,65% |
| Empleado | 9,93% | 90,07% | 9,82% | 90,18% |
| Operario | 5,14% | 94,86% | 5,58% | 94,42% |

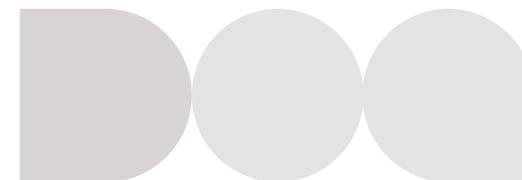
| Diversidad en Empleados | 2019 | | | 2020 | | |
|--------------------------|----------|--------|----------|---------------|---------------|---------------|
| | Menor 30 | 30-50 | Mayor 50 | Menor 30 | 30-50 | Mayor 50 |
| Alta gerencia | 0,00% | 81,25% | 18,75% | 0,00% | 81,25% | 18,75% |
| Gerencia | 1,37% | 80,82% | 17,81% | 1,32% | 80,26% | 18,42% |
| Jefes | 19,80% | 66,83% | 13,37% | 13,93% | 72,64% | 13,43% |
| Supervisores y Analistas | 30,98% | 53,89% | 15,3% | 26,22% | 56,11% | 17,67% |
| Empleado | 9,93% | 73,7% | 16,38% | 8,06% | 72,29% | 19,65% |
| Operario | 7,77% | 65,48% | 26,75% | 5,73% | 64,44% | 29,83% |

Indicadores AMBIENTALES

GRI 301-1

| | Unidad de medida | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 ^(*) | 2019 | 2020 | Variación |
|---------------------------|------------------|-----------|------------|------------|---------------------|------------|-------------------|--------------|
| Producción | Toneladas | 1.012.954 | 729.279,50 | 653.587,35 | 471.481,66 | 414.080,78 | 412.390,48 | -0,41 |
| Materias primas + insumos | Toneladas | 907.897 | 635.469,10 | 587.314,20 | 500.636,02 | 471.084,67 | 473.831,92 | 0,58 |
| Packaging | Toneladas | 39.295 | 37.973,50 | 39.250,10 | 31.407,86 | 29.076,41 | 33.263,11 | 14,40 |

(*) A partir de 2018 los datos de las Fincas se reportan por separado y por año agrícola (marzo a abril). Tampoco se incluyen Planta Victoria, dado que en esa locación funcionan solamente oficinas, ni producción de Acopios Chivilcoy y Tres Arroyos, ya que solo almacenan granos.



| Reducciones en materiales de packaging | 2019 | | 2020 | |
|--|-------------|-----------------|-------------|-----------------|
| | # Proyectos | Reducción (Ton) | # Proyectos | Reducción (Ton) |
| Envases Plásticos | 14 | 46,83 | 33 | 136,03 |
| Envases Celulósicos | 14 | 64,10 | 15 | 55,83 |
| Envases de Vidrio | 1 | 62,10 | 4 | 79,19 |
| Envases de Aluminio | 0 | 0 | 1 | 5,63 |
| Carry Over (*) | 35 | 35 | 19 | 311,45 |
| TOTAL | 64 | 209,37 | 72 | 588,12 |

(*) Proyectos del año anterior que al anualizarlos impactan en este periodo.

| Proyectos Destacados 2020 | Familia | Ton Reducidas 2020 | % Reducción |
|--|---------------------------------|--------------------|------------------------------|
| Reducción de peso botella de Vinos Varietales RU-CA (cambio a botella Bucoba Liviana) | Vidrio | 72,15 | 33% |
| Reducción de peso botella de Aceites Tradicionales Cocinero (cambio a botella Optimizada) | Envases Plásticos | 53,55 | entre 9 y 26% según formatos |
| Reducción de peso botella de Aceites de Oliva Cocinero [250ml y 500ml] (reducción de gramaje de preforma) | Envases Plásticos | 36,42 | 9% |
| Reducción de peso de embalaje de Lucchettinis y P.Corta Libre de Gluten (migración de caja a termocontraible) | Envases Celulósicos | 29,21 | entre 90 y 95% según formato |
| Reducción de uso de packaging cada 100g de Tapas de Empanadas (aumento de # de tapas x envase) | Envases Plásticos y Celulósicos | 15,81 | 20% |
| Reducción de peso botella de Aceite Optimizada [1500ml] (reducción de gramaje de preforma) | Envases Plásticos | 15,35 | 10% |

| Proyectos Destacados 2020 | Familia | Ton Reducidas 2020 | % Reducción |
|---|---------------------|--------------------|------------------------------|
| Reducción de peso botella de Jugo de Limón Minerva [500ml y 1000ml] (reducción de gramaje de preforma) | Envases Plásticos | 12,99 | entre 15 y 20% según formato |
| Reducción de peso de envase 1° y embalaje de Tirabuzón y Mostachol (optimización dimensiones) | Envases Plásticos | 8,09 | entre 6 y 12% según formato |
| Reducción de peso botella de Espumantes AIMÉ (cambio a botella Espumantes Liviana) | Vidrio | 5,88 | 12% |
| Reducción de peso tubos de Aerosoles Fritolim (cambio de proveedor y gramaje del tubo) | Aluminio | 5,63 | 4% |
| Reducción de peso de embalaje de Pasta Larga [formato fardo] (reducción de micro-naje del embalaje) | Envases Plásticos | 5,60 | 17% |
| Migración a envases 100% reciclables para Yerbas Nobleza Gaucha (cambio de Bilaminado BOPP/papel a 100% papel) | Envases Celulósicos | 0,29 | 100% (*reciclabilidad) |



| Materias Primas Renovables | Alimentos | % Total | Bodegas | % Total | Total | % Total |
|-------------------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
| Vidrio (*) | 4.539 | 21,7% | 10.446 | 91,1% | 14.985 | 46,3% |
| Cartón Corrugado | 5.531 | 26,5% | 763 | 6,7% | 6.294 | 19,5% |
| Cartulina | 2.123 | 10,2% | - | 0,0% | 2.123 | 6,6% |
| Papel | 1.706 | 8,2% | 45 | 0,4% | 1.751 | 5,4% |
| Corcho | - | 0,0% | 57 | 0,5% | 57 | 0,2% |
| Madera | - | 0,0% | 15 | 0,1% | 15 | 0,0% |
| SUBTOTALES | 13.899 | 66,6% | 11.326 | 98,8% | 25.225 | 78,0% |
| Materias Primas NO Renovables | Alimentos | % Total | Bodegas | % Total | Total | % Total |
| PET | 2.678 | 12,8% | - | 0,0% | 2.678 | 8,3% |
| BOPP | 1.406 | 6,7% | - | 0,0% | 1.406 | 4,3% |
| PE | 1.318 | 6,3% | 20 | 0,2% | 1.338 | 4,1% |
| Plásticos Multilaminados | 1.186 | 5,7% | 67 | 0,6% | 1.253 | 3,9% |
| Metálicos | 206 | 1,0% | 27 | 0,2% | 233 | 0,7% |
| Multicomponentes | 179 | 0,9% | 21 | 0,2% | 200 | 0,6% |
| Otros Plásticos | - | 0,0% | 0,3 | 0,0% | 0,3 | 0,0% |
| SUBTOTALES | 6.973 | 33,4% | 135 | 1,2% | 7.108 | 22,0% |
| TOTALES | 20.872 | | 11.461 | | 32.333 | |

(*) Incluido en esta categoría por ser infinitamente reciclable, sin perder calidad
Materiales fáciles de Reciclar / Materiales difíciles de Reciclar

GRI 302-1/302-3 /302-4 /302-5

| Indicadores de energía | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 ^(**) | 2020 | Variación |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|----------------------|-------------------------|---------------|
| Consumo eléctrico de Red | 421.693.200,00 | 401.065.515,19 | 395.053.282,08 | 389.606.834,88 | 359.438.361,08 | 354.029.931,38 | -1,50 |
| Consumo de Gas Natural | 652.897.600,00 | 711.346.316,12 | 666.778.872,40 | 663.589.131,96 | 606.816.629,25 | 616.620.458,65 | 1,62 |
| Consumo de Gas Oil | 7.017.900,00 | 5.541.119,79 | 3.973.812,50 | 1.288.811,44 | 1.111.689,00 | 4.803.344,51 | 26,06 |
| Consumo de GLP | 7.847.600,00 | 6.076.523,26 | 5.874.459,96 | 6.285.966,81 | 3.810.235,08 | 791.317,21 | -28,82 |
| Consumo de combustibles alternativos (ej. Cáscara) | 355.281.000,00 | 136.708.347,60 | 125.447.365,02 | 142.005.201,60 | 125.745.765,60 | 136.080.033,60 | 8,22 |
| Generación propia de vapor a partir de cáscara ^(*) | 14.168.136,00 | 5.543.856,90 | 5.087.196,59 | 5.758.657,25 | 5.099.297,47 | 5.518.377,24 | 8,22 |
| Total de consumo energético | 1.490.660.436,00 | 1.278.604.264,87 | 1.202.214.987,63 | 1.200.211.993,48 | 1.102.021.977,48 | 1.117.843.462,59 | 1,44 |
| Índice de consumo energético por tonelada | 1.471,60 | 1.753,24 | 1.834,90 | 2.533,04 | 2.661,37 | 2.710,64 | 1,85 |

Unidad de Medida: MJ

(*) en Concepción del Uruguay y Santa Clara.

(**) Valores que incluyen los consumos energéticos de Acopios, sin considerar su producción ya que solamente funcionan como lugar de almacenamiento. En 2018 no se tuvieron en cuenta esos valores.

(***) Refiere solamente al consumo dentro de la organización.

En la actualidad no contamos con los datos desglosados en consumo de calefacción, refrigeración y vapor.

Nuestras Plantas no son proveedoras de energía eléctrica.

El consumo de gas en valor absoluto se incrementó solo un 1,6% y, teniendo en cuenta la producción, se mantuvo el índice. Esta variación se debe a distintas circunstancias:

- ✓ Hay Plantas con determinados productos que implican el uso de líneas que se abastecen a gas, por lo tanto, la planificación de las ventas podrá implicar un mayor consumo. Por ejemplo, en Planta Matarazzo, el proceso de Gluten Free para la preparación de fideos y el de lasagna utilizan gas para el calentamiento del baño de cocción y para el proceso de secado.
- ✓ En Planta Granja del Sol hubo un mayor consumo por mayores limpiezas con agua caliente por tiradas cortas de producción. En junio se dejó de utilizar GLP en la cocina, instalándose Gas natural. Sin embargo, otras Plantas compensaron ese aumento y bajaron sus consumos.
- ✓ En Planta Lucchetti, se priorizó utilizar la nueva línea de largos, que posee mayor eficiencia, y se decidió parar las líneas menos eficientes, conllevando a optimizar consumos. Además, a fines de 2019 se solucionó el problema con los quemadores de las calderas.
- ✓ El proceso de arroz en época de cosecha conlleva consumo de gas para el secado del grano. Dado que este año hubo más recepción de grano seco, hubo menor consumo de gas en Planta.

- ✓ En Planta Esteban Echeverría el proceso de rebozador es uno de los que consume mayor gas, pero aumentó su producción un 20%, lo cual hace que la línea funcione más eficientemente. Además, se programaron con más detalle los pedidos de ventas para realizar baches más largos de determinados productos, lo que conlleva a optimizar los recursos.
- ✓ Algo similar sucedió en Planta Santa Clara, donde el consumo disminuyó un 6% asociado a la logística de producción, donde hubo récords de producción y luego paradas extensivas, que no requirían el uso de vapor y calderas.



GRI 303-1

| Locación | Tipo de extracción de Agua | Usos del Agua (consumos) |
|-----------------------------|----------------------------|---|
| Esteban Echeverría | Subterránea | Proceso/Limpieza/Sanitarios/Red incendio |
| Lucchetti | Subterránea | Proceso/Limpieza/Sanitarios/Red incendio |
| Matarazzo | Subterránea | Proceso/Limpieza/Sanitarios |
| | Red | Consumo humano |
| Granja del Sol | Subterránea | Proceso/Limpieza/Sanitarios/Red incendio |
| Del Viso | Subterránea | Proceso/Limpieza/Sanitarios/Red incendio |
| Don Vicente | Subterránea | Proceso/Limpieza/Sanitarios |
| Victoria | Red/subterránea | Limpieza/Sanitarios/Consumo humano/ Riego |
| Santa Clara | Subterránea | Proceso/Limpieza |
| | Red | Consumo humano/Sanitarios |
| Los Robles | Subterránea | Proceso/Limpieza/Sanitarios/Riego |
| Bodega Carrodilla | Subterránea | Proceso/Limpieza/Sanitarios |
| Finca Carrodilla | Superficial | Riego |
| Bodega Vistalba | Superficial /Red | Proceso/Limpieza/Riego/Sanitarios/Turismo |
| Finca Vistalba | Superficial | Riego |
| Fincas Agrelo y Alto Agrelo | Subterránea | Sanitarios/Riego |
| Bodega y Finca Ruca Malén | Subterránea | Proceso/Limpieza/Riego/Sanitarios/Turismo |
| BRM Andreu | Red | Proceso / Sanitarios |

GRI 303-2

| Planta | Vuelco | Límites Legales de Vuelco |
|--------------------|----------------------|--|
| Esteban Echeverría | Arroyo | Res. 336/03 (ADA) - Res. 1/07 Acumar |
| Lucchetti | Pluvial - Arroyo | Res. 336/03 (ADA) |
| Matarazzo | Red cloacal | Res. 336/03 (ADA) - Ley 26221 (AySA) |
| Granja del Sol | Arroyo | Res. 336/03 (ADA) |
| Del Viso | Arroyo | Res. 336/03 (ADA) |
| Don Vicente | Pluvial - Arroyo | Res. 336/03 (ADA) |
| Victoria | Pluvial - Arroyo | Res. 336/03 (ADA) |
| Santa Clara | Red cloacal | Ley 11220 (Pcial.) |
| Los Robles | Riego / Red cloacal | Disp. 1089 (OSSE) - Ley 348-L |
| Bodega Carrodilla | Colector superficial | Ley 4035, Ley 4036 y Res. 776/96 (DGI) |
| Bodega Vistalba | Riego / Red cloacal | Res. 778/96 - 627/00 (DGI) |

GRI 303-3

| Extracción de Agua por fuente | 2018 | | | 2019 | | | % de Variación | |
|-------------------------------|-------------------|----------------------------|--------------------------|-------------------|----------------------------|--------------------------|----------------|--------------|
| | Todas las zonas | Todas las zonas sin Bodega | Zonas con estrés hídrico | Todas las zonas | Todas las zonas sin Bodega | Zonas con estrés hídrico | Con Bodega | Sin Bodega |
| Agua subterránea | 779.459,66 | 706.442,66 | 73.017,00 | 796.688,75 | 704.876,38 | 91.812,37 | 2,2 | -0,2 |
| Agua producida* | 104.536,20 | 104.536,20 | 0 | 98.392,00 | 98.392,00 | 0 | -5,9 | -5,9 |
| Agua de terceros | 192.768,59 | 189.364,37 | 3.404,22 | 147.975,16 | 142.451,36 | 5.523,80 | -23,2 | -24,8 |
| TOTAL | 972.228,20 | 895.807,00 | 76.421,20 | 944.663,90 | 847.327,70 | 97.336,17 | -2,8 | -5,4 |

Unidad de medida: m³. Las aguas utilizadas son dulces. Total de sólidos disueltos ≤ 1000 mg/l. No utilizamos aguas superficiales ni marinas.

* Contempla el agua extraída y rechazada por el proceso de osmosis. No se suma en el total ya que se informa completa en el indicador de Agua subterránea. Se elimina en 2020 y 2021 el dato de agua extraída para depresión de napas considerando que no es un consumo de Planta sino para controlar la inundación de las instalaciones subterráneas por la subida de las napas.

| Extracción de Agua por fuente en zonas con estrés hídrico | 2019 | 2020 | % Variación |
|---|------------------|------------------|--------------|
| Agua subterránea | 73.017,00 | 91.812,37 | 25,74 |
| Agua de terceros | 3.404,215 | 5.523,80 | 62,26 |
| TOTAL | 76.421,22 | 97.336,17 | 27,37 |

Unidad de medida: m³. No utilizamos aguas superficiales, marinas ni producidas.

El mayor consumo de agua proviene de fuente subterránea y agua de terceros. El agua de terceros disminuyó un 23% en valor absoluto en relación a 2019 debido principalmente a que, en Planta Santa Clara, se priorizó el consumo de agua subterránea utilizando su Planta de osmosis, que en 2019 había sufrido un deterioro. Además, en Planta Victoria el personal no estuvo concurriendo a trabajar a las oficinas por pandemia. A nivel global, mejoramos un 2,8 %. Si no se considera el consumo de bodega el porcentaje de mejora fue de 5,4 %. Es importante destacar que el consumo de agua de la bodega representa el 10% respecto al global Molinos, tratándose de una actividad que depende muchísimo de las características de la materia prima de cada año (uva o vino a granel). La programación de la producción también conllevó a la disminución de consumos. Esto sucedió en Planta Esteban Echeverría, en donde su índice disminuyó un 25%, asociado a que a mitad de año la programación se comenzó a realizar por productividad y eficiencia vs. demanda del consumidor, implicando menor limpiezas y más largos periodos con el mismo producto. Algo similar sucedió en Planta Santa Clara donde se centralizó la producción en un periodo del año y luego, en otros periodos, estuvo sin producción. También, las mejoras en tecnología, como el cambio de cinta de bizcochos, promueven la disminución de consumo de agua para sus lavados.

El agua subterránea aumento un 2,69 % en comparación con el 2019 en valor absoluto. Esto se debería en principio a los casos particulares de: Planta Concepción del Uruguay, donde la cosecha de arroz, que trajo arroz más seco, conllevó a una mayor hidratación y una mayor producción de proceso de parboil, que consume más agua; y Planta los Robles en donde hubo producción de choclo, que consume un porcentaje mayor de agua que otros vegetales. Si al total de agua subterránea extraída por todo Molinos le restamos la extracción de la Bodega, la variación respecto del 2019 fue solo del 0,27 %

En el caso particular de la Bodega Carrodilla hubo un aumento en el consumo de agua subterránea de 27%, debido al 25% de aumento en el ingreso de uva. Ese incremento en el porcentaje de molienda con tareas de fermentación en Bodega Norte, luego pasaron volumétricamente a Bodega Sur. También hubo más requerimiento en lavados de vasijas por el incremento de borras con doble filtración y en lavado de bines plásticos para cosecha manual de uva.

Por otro lado, a principio de año fue muy caluroso y con pocas lluvias implicando un mayor riego de Jardines. Además, el incremento de consumo de agua también se vio afectado porque en el comedor se pasó a lavado manual por rotura del lavavajillas y por el refuerzo de limpieza por Covid en baños y vestuarios.

GRI 303-4

| Vertido de aguas por destino | 2020 | |
|------------------------------|-------------------|--------------------------|
| | Todas las zonas | Zonas con estrés hídrico |
| Agua superficial | 343.155,99 | 74.869,21 |
| Agua de terceros | 248.950,76 | 0 |
| TOTAL | 592.106,75 | 74.869,21 |

Unidad de medida: m³. No vertimos en aguas subterráneas, marinas ni en aguas de terceros trasvasada para su uso por parte de otras organizaciones.

| Vertido de aguas por nivel de tratamiento | 2020 | |
|---|-----------------|--------------------------|
| | Todas las zonas | Zonas con estrés hídrico |
| Tratamiento y nivel primario | 62.036,16 | 0 |
| Tratamiento y nivel secundario | 529.899,23 | 74.869,21 |

Unidad de medida: m³. No volcamos aguas sin tratamiento.



| Indicadores de efluentes (m ³) | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Variación (*) |
|--|-----------|---------|------------|------------|------------|-------------------|---------------|
| Efluentes líquidos industriales | 1.462.929 | 487.484 | 709.987,77 | 660.942,17 | 612.602,75 | 592.106,75 | -3,35 |
| Índice efluentes por tonelada | 1,39 | 0,63 | 1,02 | 1,28 | 1,48 | 1,44 | -2,95 |

GRI 305-1/305-2/305-4/305-5

| Indicadores de emisiones de CO ₂ | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019(***) | 2020 | Variación (*) |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------------|---------------|
| Total emisiones directas (t CO ₂) (*) | 34.685,00 | 38.134,13 | 34.758,43 | 34.553,91 | 31.358,46 | 33.654,11 | 7,32 |
| Total emisiones indirectas (t CO ₂) (**) | 62.317,00 | 59.268,57 | 57.575,23 | 56.345,34 | 44.999,69 | 44.322,58 | -1,50 |
| TOTAL (t CO ₂) | 97.002,00 | 97.402,70 | 91.007,32 | 89.479,99 | 76.358,14 | 76.373,84 | 0,02 |
| Índice toneladas emitidas por tonelada producida (t CO ₂ /t) | 0,10 | 0,13 | 0,14 | 0,19 | 0,18 | 0,19 | 0,43 |

(*) Emisiones provenientes del consumo de combustibles fósiles

(**) Emisiones provenientes del consumo de energía eléctrica de red pública.

(***) Los valores 2019 sufrieron una mínima modificación a partir de leves correcciones en una de las Plantas.

Tomamos 2019 como año base para el cálculo de estos indicadores, tomando el Margen Combinado 0,4507 tCO₂/MWh como factor de emisión para energía eléctrica, según el Cálculo del Factor de Emisión de CO₂ de la Red Argentina de Energía Eléctrica de la Secretaría de Energía: <http://datos.minem.gob.ar/dataset/calculo-del-factor-de-emision-de-co2-de-la-red-argentina-de-energia-electrica>

GRI 305-3

| Indicadores de emisiones de CO ₂ | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Variación (*) |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|-------------------|---------------|
| Kilómetros recorridos | 26.811.510 | 23.282.117 | 20.913.781 | 17.425.266 | 13.862.104 | 11.178.734 | -19,40 |
| Toneladas de CO ₂ emitidas | 43.034 | 40.769 | 46.438 | 35.488 | 39.372 | 32.883,70 | -16,50 |
| Ratio t CO ₂ /Pallet | 5.643 | 5.002 | 2.204 | 2.295 | 1.658 | 1.414,20 | -14,70 |

GRI 306-4

| Residuos VALORIZADOS* | 2019 | 2020 | % Variación |
|-----------------------------------|------------------|------------------|--------------------|
| Residuos peligrosos | | | |
| A Reutilización/Recuperación | 2,08 | 7,64 | 267,20 |
| A Reciclado | 2,98 | 10,08 | 238,80 |
| Total | 5,06 | 17,72 | 250,20 |
| Residuos no peligrosos | | | |
| A Reutilización/Recuperación | 6.837,48 | 6.241,45 | -8,72 |
| A Reciclado | 3.901,98 | 4.836,33 | 23,95 |
| Otras operaciones de valoración** | 1.473,94 | 807,40 | -45,22 |
| Total | 12.213,39 | 11.885,17 | -2,69 |
| Residuos evitados | 12.218,45 | 11.902,89 | -2,58 |

*Fuera de las instalaciones. En toneladas.

** a Compostaje



GRI 306-5

| Residuos VALORIZADOS* | 2019 | 2020 | % Variación |
|---|-----------------|-----------------|--------------|
| Residuos peligrosos | | | |
| A Incineración (con recuperación energética como combustible) | 6,22 | 5,64 | -9,32 |
| A Incineración (sin recuperación energética) | 10,16 | 32,13 | 216,24 |
| A Relleno de Seguridad | 2,95 | 2,96 | 0,41 |
| Otras operaciones de eliminación ** | 22 | 0 | -100,00 |
| Total | 41,33 | 40,74 | -1,44 |
| Residuos no peligrosos | | | |
| A Relleno Sanitario | 4.030,05 | 3.435,87 | -14,74 |
| Otras operaciones de eliminación ** | 771,71 | 1.376,80 | 78,41 |
| Total | 4.801,76 | 4.812,67 | 0,23 |

*Fuera de las instalaciones. En toneladas. **a tratamiento en suelo

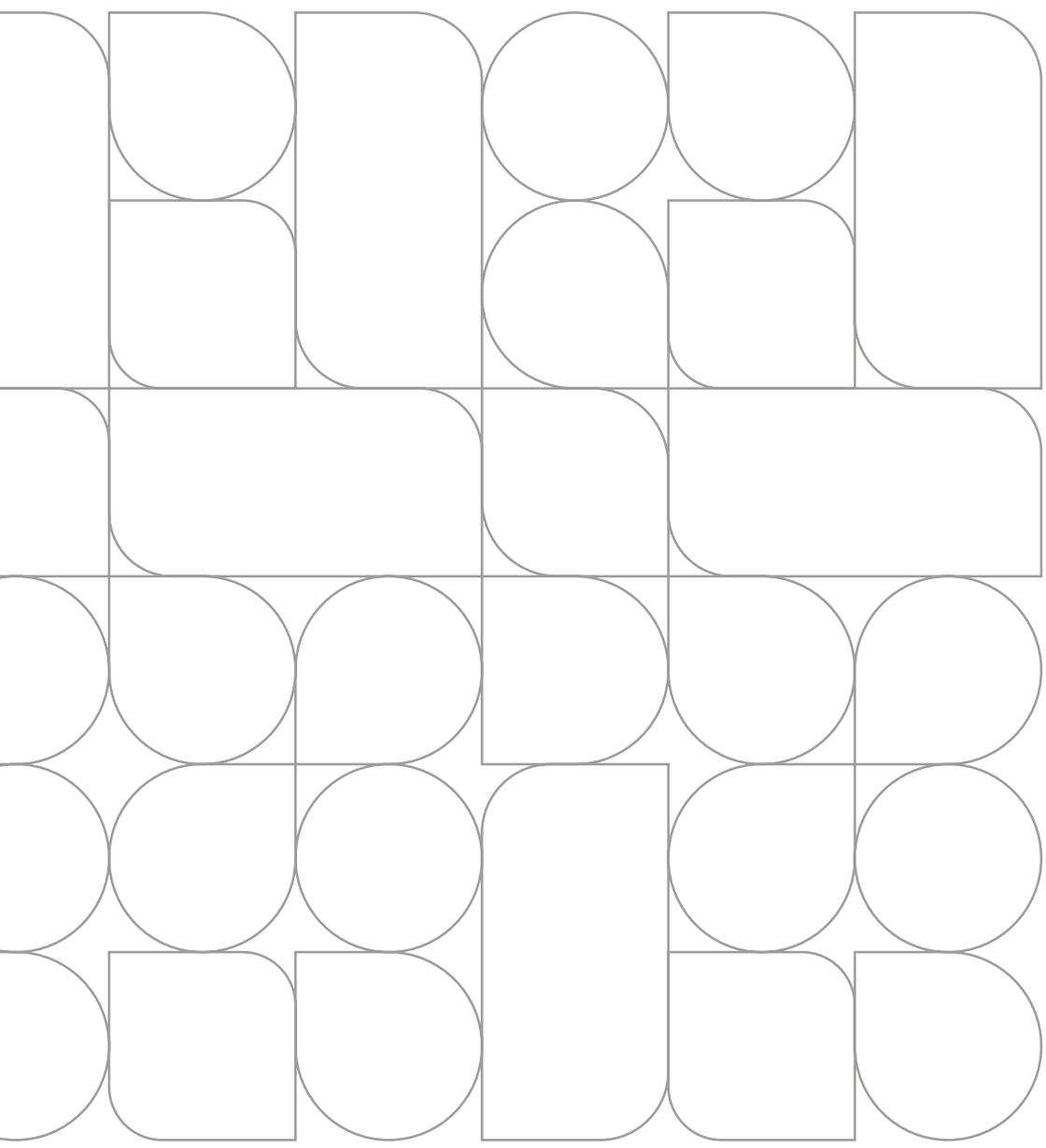
Para los indicadores de residuos, solo se mostrarán los años 2019 y 2020, ya que fueron reacomodados a los nuevos criterios del estándar GRI.

Si bien el aumento de la valorización total no se refleja en el valor final, ya que esta disminuyó en 2,58 % respecto del 2019, esto se debe a modificaciones en el criterio al momento de informar por parte de algunas Plantas: Granja del Sol y Concepción del Uruguay informaron los barros enviados a compostaje hasta 2019 cuando eran enviados a tratamiento en suelo sin valoración, por un equivalente a 822 toneladas, por lo que a partir de 2020 ya no son sumados como valorizados.

En el caso de los residuos no peligrosos, la generación total bajó un 1,86% mientras que los residuos peligrosos subieron un 26,01 %. La generación de estos últimos no está asociada directamente a la producción sino a tareas

especiales de mantenimiento. Por ejemplo, una limpieza extraordinaria de Planta, un mantenimiento no programado de equipos o instalaciones, etc.

Todos los indicadores ambientales 2020 fueron altamente afectados por el año particular que tuvo la actividad de las Bodegas Nieto Senetiner en Mendoza. La actividad anual de la bodega depende en alta medida de la calidad de la materia prima que recibe, tanto de la uva como del vino a granel. En 2020, recibió un 30 % más de forma manual que en 2019 de uva cosechada y se molieron 30% más de uva en forma manual y, al venir con el raquis incorporado, hace que haya más residuos de orujo y escobajo (más del 30% que en 2019). A su vez, el vino a granel por su calidad, requirió un doble filtrado, generando más de un 70% de borra que el año anterior.



ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

En la tabla a continuación se presentan las respuestas a los requisitos de los estándares de la Iniciativa de Reporte Global (GRI). A su vez, mostramos nuestro cumplimiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) presentados por la Organización de las Naciones Unidas e incluimos, por primera vez, la relación entre los estándares GRI y los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres, en la columna WEPEs.

Este Reporte fue elaborado de conformidad con los estándares GRI, opción “esencial” y adicionalmente se incluyen algunos contenidos requeridos para la opción “exhaustiva”, como así también requerimientos del suplemento del Sector de Alimentos de G4.

| Estándar GRI | Contenido | Nº de página | Omisión | ODS | WEPS |
|--------------|-----------|--------------|---------|-----|------|
|--------------|-----------|--------------|---------|-----|------|

GRI 101: Fundamentos 2016

Contenidos generales

GRI 102: Contenidos
Generales 2016

Perfil de la organización

| | | | | |
|--|----------------|--|--|-------------|
| 102-1 Nombre de la organización | 4 | | | |
| 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios | 4, 8, Nota 1 | | | Principio 5 |
| 102-3 Ubicación de la sede. | 9 | | | |
| 102-4 Ubicación de las operaciones | 9-10 | | | |
| 102-5 Propiedad y forma jurídica | 4 | | | |
| 102-6 Mercados servidos | 10 | | | |
| 102-7 Tamaño de la organización | 6, 129 | | | |
| 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores | 57, 131-132 | | | |
| 102-9 Cadena de suministro | 52, 84-85, 133 | | | |
| 102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro | Nota 2 | | | |
| 102-11 Principio o enfoque de precaución | 13, 19 | | | |
| 102-12 Iniciativas externas | 38, 93, 183 | | | |
| 102-13 Afiliación a asociaciones | 28 | | | |

Estrategia

| | | | | |
|--|-------------------------------|--|--|--|
| 102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones | 2 | | | |
| 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades principales | 16-17, 19-20, 32, 94, 111-124 | | | |

Ética e integridad

| | | | | |
|---|--------------------------|--|--|--|
| 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta | 25-26, 29-32, 37, 80, 86 | | | |
| 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas | 31 | | | |

| Estándar GRI | Contenido | Nº de página | Omisión | ODS | WEPS |
|--|--|--------------|---------|-----|------------|
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | Gobernanza | | | | |
| | 102-18 Estructura de gobernanza | 27 | | | |
| | 102-19 Delegación de autoridad | 18 | | | |
| | 102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales | 18 | | | |
| | 102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales | 125, Nota 3 | | | 16.7 |
| | 102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités | 27 | | | 5.5 / 16.7 |
| | 102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno | 27 | | | 16.6 |
| | 102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno | Nota 4 | | | 5.5 / 16.7 |
| | 102-25 Conflictos de intereses | Nota 5 | | | 16.6 |
| | 102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia | 25-27 | | | |
| | 102-27 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno | 72 | | | |
| | 102-28 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno | Nota 6 | | | |
| | 102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales | 32, 125 | | | 16.7 |
| | 102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo | 32 | | | |
| | 102-31 Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales | Nota 7 | | | |
| 102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad | 125 | | | | |
| 102-33 Comunicación de preocupaciones críticas | 32 | | | | |
| 102-34 Naturaleza y número total de preocupaciones críticas | Nota 8 | | | | |

| Estándar GRI | Contenido | Nº de página | Omisión | ODS | WEPS |
|--|---|--------------|---------|------|-------------|
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | Gobernanza | | | | |
| | 102-35 Políticas de remuneración | 64, Nota 9 | | | |
| | 102-36 Proceso para determinar la remuneración | 64 | | | |
| | 102-37 Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración | Nota 9 | | 16.7 | |
| | 102-38 Ratio de compensación total anual | | Nota 10 | | |
| | 102-39 Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual | | Nota 10 | | |
| | Participación de los grupos de interés | | | | |
| | 102-40 Lista de grupos de interés | 35 | | | |
| | 102-41 Acuerdos de negociación colectiva | 134 | | 8.8 | |
| | 102-42 Identificación y selección de grupos de interés | 35 | | | |
| | 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés | 35 | | | Principio 5 |
| | 102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados | 134 | | | Principio 5 |
| | Prácticas para la elaboración de informes | | | | |
| | 102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados | 129 | | | |
| | 102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema | 125-128 | | | |
| 102-47 Lista de temas materiales | 17, 126-128 | | | | |
| 102-48 Re expresión de la información | Nota 11 | | | | |
| 102-49 Cambios en la elaboración de informes | Nota 12 | | | | |
| 102-50 Periodo objeto del informe | 183 | | | | |
| 102-51 Fecha del último informe | 183 | | | | |
| 102-52 Ciclo de elaboración de informes | 183 | | | | |

| Estándar GRI | Contenido | Nº de página | Omisión | ODS | WEPs |
|------------------------------------|---|----------------|---------|-----|------|
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | Prácticas para la elaboración de informes | | | | |
| | 102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe | 184 | | | |
| | 102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI | 181 | | | |
| | 102-55 Índice de Contenidos del GRI | 162-174 | | | |
| | 102-56 Verificación externa | Nota 13 | | | |

TEMAS MATERIALES

Desempeño Económico

| | | | | | |
|-----------------------------------|--|-----------------------|----------------|------------------------|--|
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 33 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 33-34, 129-130 | | | |
| GRI 201: Desempeño Económico 2016 | 201-1 Valor económico directo generado y distribuido | 130 | | 8.1 / 9.4 / 9.5 | |
| | 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático | | Nota 14 | | |
| | 201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación | Nota 15 | | | |
| | 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno | Nota 16 | | | |

Presencia en el mercado

| | | | | | |
|---------------------------------------|---|-----------------------|----------------|------------|--|
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 75 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 27 | | | |
| GRI 202: Presencia en el mercado 2016 | 202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local | | Nota 10 | | |
| | 202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local | 27 | | 8.5 | |

| Estándar GRI | Contenido | N° de página | Omisión | ODS | WEPs |
|--|---|---------------------------|---------|-----------------|------|
| Impactos económicos indirectos | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 88-93 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 85, 90-93 | | | |
| GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016 | 203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados | Nota 17 | | 9.4 | |
| | 203-2 Impactos económicos indirectos significativos | Nota 18 | | 3.8 / 8.3 / 8.5 | |
| Prácticas de adquisición | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 52, 84 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 84, 87, 133-134 | | | |
| GRI 204: Prácticas de adquisición 2016 | 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales | 84, 133-134 | | 8.3 | |
| | Proporción de volumen adquirido que se verifica en conformidad con estándares de producción responsables e internacionalmente reconocidos | 53-54 | | | |
| Anticorrupción | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 26, 29-32, 86 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Notas 19, 20 y 21 | | | |
| GRI 205: Anticorrupción 2016 | 205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción | Nota 19 | | 16.5 | |
| | 205-2 Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción | Nota 20 | | 16.5 | |
| | 205-3 Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas | Nota 21 | | 16.5 | |

| Estándar GRI | Contenido | N° de página | Omisión | ODS | WEPS |
|----------------------------------|---|----------------------------|---------|-------------------|------|
| Competencia desleal | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 26 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Nota 22 | | | |
| GRI 206: Competencia desleal | 206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia | Nota 22 | | | |
| Materiales | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 94-95, 105-109 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 105-107, 148-151 | | | |
| GRI 301: Materiales 2016 | 301-1 Materiales por peso o volumen | 148-151 | | 8.4 / 12.2 | |
| | 301-2 Insumos reciclados utilizados | 102, 106, 108 | | 8.4 / 12.2 / 12.5 | |
| | 301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado | 102, 106, 108 | | 8.4 / 12.2 / 12.5 | |
| Energía | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 94, 97 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 97, 152-153 | | | |
| GRI 302: Energía 2016 | 302-1 Consumo energético dentro de la organización | 152-153 | | 8.4 / 12.2 | |
| | 302-2 Consumo energético fuera de la organización | | Nota 23 | 8.4 / 12.2 | |
| | 302-3 Intensidad energética | 152-153 | | 8.4 / 12.2 | |
| | 302-4 Reducción del consumo energético | 152-153 | | 8.4 / 12.2 | |
| | 302-5 Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios | 152-153 | | 8.4 / 12.2 | |

| Estándar GRI | Contenido | N° de página | Omisión | ODS | WEPs |
|----------------------------------|--|--------------------------------------|---------|------------|------|
| Agua y Efluentes | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 94-99 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 98-99, 154-157 | | | |
| GRI 303: Agua y Efluentes 2018 | 303-1 Interacciones con el agua como recurso compartido | 154, Nota 24 | | 6.3 / 12.4 | |
| | 303-2 Gestión de los impactos relacionados con la descarga de agua | 155 | | 6.3 | |
| | 303-3 Extracción de agua | 155-156 | | | |
| | 303-4 Descarga de agua | 157 | | 6.3 | |
| | 303-5 Consumo de agua | Nota 25 | | | |
| Emisiones | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 94, 103-104 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 103-104, 158 | | | |
| GRI 305: Emisiones 2016 | 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) | 158 | | 12.4 | |
| | 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) | 158 | | 12.4 | |
| | 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3) | 158 | | 12.4 | |
| | 305-4 Intensidad de las emisiones de GEI | 158 | | 12.4 | |
| | 305-5 Reducción de las emisiones de GEI | 158 | | 12.4 | |
| | 305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire | | Nota 26 | 12.4 | |
| Residuos | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 94-96, 100-102, 110, 158 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 100-101, 159-160 | | | |

| Estándar GRI | Contenido | Nº de página | Omisión | ODS | WEPs |
|---|---|------------------------------|---------|-------------------|--------------------|
| Residuos | | | | | |
| GRI 306: Residuos 2020 | 306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos | Nota 27 | | 6.3 / 12.4 | |
| | 306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos | Nota 28 | | 6.3 / 12.4 | |
| | 306-4 Residuos no destinados a eliminación | 159 | | 12.4 | |
| | 306-5 Residuos destinados a eliminación | 160 | | | |
| Empleo | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 56-64 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 56-64, 135-141 | | | |
| GRI 401: Empleo 2016 | 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal | 135-140 | | 8.5 / 8.6 | Principio 2 |
| | 401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales | 62-64, Nota 29 | | 8.5 | Principio 2 |
| | 401-3 Permiso parental | 141 | | 8.5 | |
| Relaciones trabajador-empresa | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 56-64 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Nota 30 | | | |
| GRI 402: Relaciones trabajador-empresa 2016 | 402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales | Nota 30 | | 8.8 | |
| Salud y seguridad en el trabajo | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 56, 65-70 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 65-66, 142-143 | | | |

| Estándar GRI | Contenido | Nº de página | Omisión | ODS | WEPs |
|---|---|-----------------------|---------|-----------------|-------------|
| Salud y seguridad en el trabajo | | | | | |
| GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018 | 403-1 Sistema de gestión de seguridad y salud laboral | 65, Nota 31 | | 8.8 | Principio 3 |
| | 403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes. | 65-66 | | 3.3 / 3.8 / 8.8 | Principio 3 |
| | 403-3 Servicios de salud ocupacional | 68 | | 3.3 / 3.8 / 8.8 | Principio 3 |
| | 403-4 Participación de los trabajadores, consulta y comunicación sobre salud y seguridad laboral. | 67 | | 8.8 / 16.7 | Principio 3 |
| | 403-5 Formación de trabajadores en seguridad y salud laboral. | 65-66 | | 8.8 | Principio 3 |
| | 403-6 Promoción de la salud de los trabajadores | 66 | | 3.3 / 3.8 | Principio 3 |
| | 403-7 Prevención y mitigación de los impactos en salud y seguridad ocupacional directamente vinculados por relaciones comerciales | 66 | | 8.8 | Principio 3 |
| | 403-8 Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud laboral. | Nota 32 | | 8.8 | Principio 3 |
| | 403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo. | 142 | | 3.3 / 8.8 | Principio 3 |
| | 403-10 Enfermedades profesionales relacionadas con el trabajo | 143 | | 3.3 / 8.8 | Principio 3 |
| Formación y enseñanza | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 56, 71-77 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 72-74, 143-144 | | | |
| GRI 404: Formación y enseñanza 2016 | 404-1 Media de horas de formación al año por empleado | 143 | | 4.4 / 8.5 | Principio 3 |
| | 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición | 72-74 | | | Principio 4 |
| | 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional | 144 | | 8.5 | |

| Estándar GRI | Contenido | N° de página | Omisión | ODS | WEPs |
|---|--|----------------------------------|---------|-----------------------|------------------|
| Diversidad e igualdad de oportunidades | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 37-38, 56, 59, 78-83 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 145-148 | | | |
| GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades | 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados | 145-148 | | 5.5 / 8.5 | Principio 4 |
| | 405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres | Nota 33 | Nota 10 | 8.5 | Principios 1 y 2 |
| No discriminación | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 37-38, 56, 59, 78-83 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Nota 34 | | | |
| GRI 406: No discriminación 2016 | 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas | Nota 34 | | 5.5 / 8.5 / 8.7 / 8.8 | Principio 5 |
| Prácticas en materia de seguridad | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 84, 86 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Nota 35 | | | |
| GRI 410: Prácticas en materia de seguridad 2016 | 410-1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos | Nota 35 | | | |
| Evaluación de derechos humanos | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 37-38 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 37-38, 86 | | | |
| GRI 412: Evaluación de derechos humanos 2016 | 412-3 Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos | 86 | | | Principio 5 |

| Estándar GRI | Contenido | N° de página | Omisión | ODS | WEPs |
|--|---|---------------------------|---------|-----|--------------------|
| Comunidades locales | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 88-93 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 88, Nota 36 | | | |
| GRI 413: Comunidades Locales 2016 | 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo | 88, Nota 36 | | | Principio 6 |
| | 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales | 88 | | | |
| Evaluación social de los proveedores | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 29-32, 84, 86 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 53, 86 | | | |
| GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016 | 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales | 53, 86 | | 8.8 | Principios 2,3 y 6 |
| | 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas | 86 | | 8.8 | Principios 2,3 y 6 |
| Salud y seguridad de los clientes | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 52-54 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 53-54 | | | |
| GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016 | 416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios | Nota 37 | | | |
| | 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios | Nota 38 | | | |

| Estándar GRI | Contenido | N° de página | Omisión | ODS | WEPs |
|---|---|-------------------|---------|------|-------------|
| Salud y seguridad de los clientes | | | | | |
| GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016 | Proporción del volumen fabricado en sitios certificados por un tercero independiente según las normas del sistema de gestión de seguridad alimentaria. | 53-54 | | | |
| | Proporción del volumen de ventas de productos reducidos en grasas saturadas, grasas trans, sodio y azúcar añadida | Nota 37 | | | |
| | Porcentaje del volumen de ventas total de productos de consumo que contienen ingredientes nutritivos como fibra, vitaminas, minerales, fitoquímicos o aditivos de alimentos funcionales | Nota 37 | | | |
| Marketing y etiquetado | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 50-51 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 50-51 | | | |
| GRI 417: Marketing y etiquetado 2016 | 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios | 50, Nota 39 | | 12.8 | |
| | 417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios | Nota 40 | | | |
| | 417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing | Nota 41 | | | Principio 5 |
| Cumplimiento socioeconómico | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 25-26 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Nota 42 | | | |
| GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016 | 419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico | Nota 42 | | | |

| Estándar GRI | Contenido | Nº de página | Omisión | ODS | WEPS |
|---|---|------------------------------|---------|-----|--------------------|
| Acceso a una comida sana y saludable | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 25, 39-49 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 39-49 | | | |
| | Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas que promuevan el acceso a estilos de vida saludables, la prevención de enfermedades crónicas, acceso a alimentos sanos, nutritivos y asequibles; y la mejora del bienestar de las comunidades. | 39-49 | | | |
| Atención al consumidor | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 16-17, 125-128 | | | |
| | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes | 13, 17, 20, 41, 55 | | | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | 55, 134 | | | |
| | Encuestas para medir la satisfacción de los consumidores y evaluar la atención. | 55, 134 | | | Principio 5 |

NOTAS DEL ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

NOTA 1:

GRI 102-2

No comercializamos productos que estén prohibidos en ciertos mercados, o en litigio dirigido a la infancia o la familia, o que sean objeto de debate público o cuestionamiento por parte de los grupos de interés.

NOTA 2:

GRI 102-10

Cambios en la estructura del capital social y otras operaciones de formación, mantenimiento y alteración del capital en 2020: -Venta del paquete accionario de Delverde Industrie Alimentari S.p.A y disolución Molinos USA Corp -Fusión Molinos Chile S.A. y SIPCO Asesoría e Inversiones Ltda. y cancelación en el Registro Especial de Entidades Informantes de la Comisión para el Mercado Financiero de Molinos Chile y Río de la Plata Holding S.A. -Liquidación Molinos del Plata S.L.U. -Fusión por Absorción de Bodega Ruca Malén S.A.U. Para más información consultar la memoria y balance 2020 disponible en <https://www.molinos.com.ar/quienes-somos/inversores/>

NOTA 3:

GRI 102-21

La comunicación con el Órgano de Gobierno es discrecional por parte de las áreas de Recursos Humanos y Auditoría. Adicionalmente, cuando el Comité de Auditoría se reúne, pueden llegar a comunicarse cuestiones económicas, ambientales y sociales, manteniendo reuniones cuatrimestrales con el presidente de la Compañía. Asimismo, La Secretaría Corporativa se ocupa de mantener una línea de comunicación fluida entre los Directores y la Gerencia, la Compañía y sus inversores, y la Compañía y sus grupos de interés.

NOTA 4:

GRI 102-24

El nombramiento de los Directores es una facultad exclusiva de la asamblea de accionistas. Su elección se fundamenta en la versación en temas empresarios, financieros y contables.



NOTA 5:

GRI 102-25

Al ingresar a la compañía, todos los empleados deben completar una declaración de conflictos de intereses. Adicionalmente, una vez al año al realizar la declaración del Código de Conducta, los empleados que posean un potencial conflicto de interés deben declararlo. Ante la declaración de una situación de este tipo, el área de auditoría interna realiza un análisis con la información disponible definiendo un proceso o control que mitigue la situación.

NOTA 6:

GRI 102-28

El Directorio prepara anualmente la memoria donde se exponen en forma integral los resultados de su gestión y se brinda un diagnóstico del grado de cumplimiento de las políticas referidas al plan de negocios, presupuesto, objetivos de gestión y política de inversiones y financiación, entre otras. La asamblea de accionistas es quien aprueba la gestión y los estados financieros de la Compañía, junto a la memoria y el informe sobre el Código de Gobierno Societario. En base a la misión, visión, estrategias y sus riesgos, se cuenta con las descripciones de puestos de los Gerentes de primera línea estableciéndose para cada uno de ellos las métricas y parámetros de evaluación de desempeño considerando objetivos cuantitativos, de comportamiento, de corto y largo plazo. Durante 2020, se realizaron actividades de alineamiento con toda la organización y talleres tendientes a asegurar que todos los Gerentes cuenten con la información estratégica relevante para liderar el desempeño y las

compensaciones de sus equipos de trabajo. La evaluación de desempeño de los Gerentes es realizada semestralmente por el Gerente General de Molinos. A su vez, la evaluación de desempeño del Gerente General se lleva a cabo con el mismo procedimiento y de manera semestral por el Directorio. Respecto de las reuniones de Directorio en las que todos los miembros participan, se incentiva un ámbito de discusión objetivo, abierto y sincero sobre el desempeño de la gerencia y sus propuestas con respecto a la estrategia y acciones que derivan de esta.

NOTA 7:

GRI 102-31

Los avances del plan de auditoría se reportan mensualmente al Gerente General, trimestralmente al Comité de Auditoría y de manera cuatrimestral al Presidente de la Compañía.

NOTA 8:

GRI 102-34

Al cierre de cada revisión realizada por el área de Auditoría interna, se emiten los informes correspondientes que, a su vez, se comunican trimestralmente en el Comité de Auditoría junto a cualquier otro tema ad-hoc que surja y lo amerite. Respecto a cantidad de comunicaciones críticas no se lleva un indicador.



NOTA 9:**GRI 102-35**

En relación a las remuneraciones de los Directores, su razonabilidad es considerada por el Comité de Auditoría, quien emite el informe anual respecto de la adecuación a las prácticas de mercado y puesto a disposición previo a la celebración de la Asamblea de Accionistas, en la que son aprobados.

NOTA 10:**GRI 102-38 / GRI 102-39 / GRI 202-1**

Por razones de confidencialidad, no se reporta esta información.

NOTA 11:**GRI 102-48**

Toda re expresión de la información y cambios numéricos han sido comunicados a lo largo del Reporte.

NOTA 12:**GRI 102-49**

No hubo cambios respecto a los periodos objeto del informe anteriores, ni en la lista de temas materiales ni en las coberturas de los temas.

NOTA 13:**GRI 102-56**

Este Reporte no cuenta con verificación externa.

NOTA 14:**GRI 201-2**

Para el 2022 evaluaremos reactivar una matriz de riesgos ambientales para aplicar en las Plantas de mayor complejidad o las que se encuentran ubicadas en zonas de mayor de impacto ambiental.

NOTA 15:**GRI 201-3**

Contamos con recursos para hacer frente a las obligaciones previsionales establecidas por la ley laboral, y no contamos con un fondo independiente para planes de pensiones o retiro.

NOTA 16:**GRI 201-4**

No hemos recibido asistencia financiera del Gobierno, ni incentivo financiero, ni exención del pago de regalías. Asimismo, el Gobierno está presente en la estructura accionaria en un 20,04% a través de la ANSES FGS Ley 26.425.

NOTA 17:**GRI 203-1**

Las inversiones en infraestructura y/o servicios están relacionadas con mejoras y acciones de voluntariado corporativo.

NOTA 18:**GRI 203-2**

Contamos con una cartera de productos en “Precios Cuidados” desde el lanzamiento de este programa en 2013, participando con las categorías: aceite, arroz, pastas, premezclas, tapas de empanadas y tarta, mate cocido y yerbas.

NOTA 19:**GRI 205-1**

El porcentaje de cumplimiento del Plan de Auditoría fue de un 56% debido a que, a raíz de la dificultad del contexto y los riesgos dados por la declaración de la Pandemia por COVID 19, durante el primer semestre se cambió el enfoque, debiendo dar soporte al negocio en aquellos temas que lo requerían para poder asegurar la continuidad del negocio.

NOTA 20:**GRI 205-2**

En este periodo, el 95% de los colaboradores dentro y fuera de convenio y el 37,59% de los proveedores críticos firmaron el Código de Conducta. Por otro lado, hay un incidente creado para que todos los proveedores acepten nuestro Código.

NOTA 21:**GRI 205-3**

Durante 2020 se recibieron 9 denuncias: 3 por irregularidades detectadas vinculadas al marco ético de la Compañía y 6 por temas relacionados a Recursos Humanos. En relación a los Proveedores, si bien se identificaron proveedores considerados críticos, no se presentaron casos en los que haya sido necesario rescindir un contrato con un socio de negocio.

NOTA 22:**GRI 206-1**

No hemos recibido multas o sanciones por competencia desleal, prácticas monopólicas ni contra la libre competencia.

NOTA 23:**GRI 302-2**

Para 2022 evaluaremos comenzar a recopilar el consumo energético fuera de la organización.

NOTA 24:**GRI 303-1**

Por el momento no contamos con una herramienta que analice los impactos de nuestra operación sobre los recursos hídricos. El del consumo de agua subterránea es evaluado por geólogos en algunas locaciones al momento de elaborar los estudios hidrogeológicos requeridos por la autoridad de aplicación, para la habilitación de las perforaciones de extracción de agua.

Participamos activamente de la Comisión de Sustentabilidad y Política Ambiental de COPAL, de la que también participan distintos organismos públicos ambientales, entre ellos, la Autoridad del Agua de la Pcia. de Bs. As., en donde se encuentran la mayoría de nuestras Plantas industriales. Periódicamente, nos reunimos con autoridades de dicho organismo y ofrecemos nuestra participación en proyectos que contribuyan a mejorar la sustentabilidad del recurso hídrico.

Contamos con operaciones, fincas y bodegas, en una zona de estrés hídrico, en la Provincia de Mendoza. El riego se realiza por goteo y por turno. Para 2022 comenzaremos a evaluar alternativas para extender nuestro compromiso sobre el uso racional de agua hacia el resto de la cadena de valor. En Bodega, todos los años entregamos a los productores de uva un Manual de Buenas Prácticas Agrícolas y además hacemos recomendaciones, como la de organizar los galpones de agroquímicos, sumarse al Programa de Agrolimpio para

descartar los envases vacíos, sobre uso de elementos de protección para sus operarios, entre otros. Para el próximo manual incorporaremos un capítulo específico sobre el agua y sugerencias sobre su uso correcto y cuidado y mediciones o estimaciones visuales a hacer en los viñedos para verificar el estado hídrico de suelo y plantas.

NOTA 25:

GRI 303-5

El consumo total de agua en 2020 es igual al extraído. En 2021 comenzaremos a relevarlo por separado, al igual que el almacenamiento de agua.

NOTA 26:

GRI 305-7

Para 2022 evaluaremos la posibilidad de relevar la información de óxidos de nitrógeno (NOX), de azufre (SOX) y otras emisiones significativas.

NOTA 27:

GRI 306-1

Las principales corrientes de residuos son generadas por las tareas de acondicionamiento de la materia prima (en el caso de Bodega, Plantas Concepción del Uruguay y Los Robles), por el proceso propiamente dicho, por el embalaje de otras materias primas e insumos utilizados por el proceso, por las tareas de limpieza en general, a partir del tratamiento de efluentes líquidos industriales y en mu-

cha menor proporción por las actividades de soporte como Mantenimiento, Servicio y Calidad. Los residuos peligrosos son generados a partir de tareas auxiliares de Mantenimiento, Servicios y/o Calidad. Estos, en todas las locaciones, son gestionados en un todo de acuerdo a lo exigido por la normativa vigente.

NOTA 28:

GRI 306-2

Previo a la contratación de cualquier proveedor que pueda recolectar, transportar, tratar y/o disponer los distintos residuos generados en las distintas locaciones, desde el área de Compras y con el soporte del área de SHyMA, se le exige al proveedor todas las habilitaciones y certificaciones que correspondan, según la jurisdicción donde se encuentre la locación. A su vez, anualmente en las auditorías integradas de SHyMA y Calidad, específicamente dentro del módulo de Medio Ambiente, se auditan las habilitaciones de cada proveedor vinculado a la gestión de residuos. No contratamos proveedores que no se encuentren debidamente habilitados por la Autoridad de Aplicación que corresponda.

NOTA 29:

GRI 401-2

Todos nuestros empleados gozan de cobertura por incapacidad e invalidez y seguro de vida obligatorio según lo establecido por la ley argentina. Los colaboradores fuera de convenio cuentan con beneficio de medicina prepaga para el titular y su grupo familiar primario, a cargo de Molinos. No contamos con un sistema de jubilación com-

plementario al legal ni se les otorga a los empleados como medio de compensación acciones o bonos de la Compañía. Asimismo, gozan de permiso parental y dos días adicionales para los padres y una hora adicional de lactancia para las madres durante el primer año de vida de sus hijos. Al finalizar la licencia por maternidad las colaboradoras pueden elegir entre: reincorporarse al trabajo, tomar excedencia por 3 o 6 meses o renunciar al trabajo con una compensación equivalente al 25,00% de la indemnización, o reincorporarse optando por trabajar medio día hasta el mes 9 inclusive de su hijo percibiendo el 70% del salario. Asimismo, durante la excedencia, abonamos el 75% del bono corporativo a las colaboradoras (si corresponde). De esta forma, no tienen que esperar a regresar para percibir el bono si es que la excedencia sucede entre enero y marzo.

NOTA 30:

GRI 402-1

El número mínimo de semanas de aviso a los empleados y sus representantes antes de la aplicación de cambios operacionales significativos, se negocia para que puedan aplicarse sin inconvenientes. Cuando esto signifique un cambio que afecta a toda la actividad se implementa dentro del Convenio Colectivo de Trabajo estipulándose el tiempo para su implementación, variable según el tiempo que se requiera de capacitación.

NOTA 31:

403-1

La Política Corporativa de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente está implementada en base a requisitos legales y a las siguientes

directrices: Ley Nacional 19587/72, Decreto 351/79 y Ssg., Norma ISO 18.001, Sistema “Control Total de Pérdidas” (DBV), Normas NFPA (Sistemas contra incendio), Reglamento AEA y otras. Los Servicios Médicos se encuentran autorizados y en regla, en concordancia con los requerimientos del Programa Nacional de Garantía de Calidad de la Atención Médica (PNGCAM) y las prescripciones del Ministerio de Trabajo de la Nación, a través de la Superintendencia de Riesgos del Trabajo SRT.

NOTA 32:

GRI 403-8

La Política, Normas y el sistema de gestión en Salud y Seguridad alcanza a todos los establecimientos de propiedad de Molinos o donde se desarrollan actividades para Molinos: Oficinas Centrales, Plantas Industriales, Centros de Distribución, Acopios, Fasones, Depósitos alquilados. Abarca también al 100% del personal propio (2.723 roles) y al 100% del personal de las empresas contratistas que trabajan dentro de nuestras locaciones. Asimismo, el 100% de las Plantas industriales, donde trabajan aproximadamente 1.448 personas, han sido auditadas internamente.

Las Normas y procedimientos de SHyMA se desarrollan teniendo en cuenta las distintas necesidades, tanto de hombres y mujeres, como de personas con discapacidad física. Las instalaciones y equipos tienen en cuenta consideraciones de género. Todas las locaciones poseen vestuarios y baños separados para hombres y mujeres. Los elementos de protección personal son universales. En los puestos fuera de convenio se utilizan zapatos de seguridad de mujer y cascos rosas en algunos casos. Para mejorar la seguridad de las

trabajadoras mujeres que viajan por negocios relacionados con el trabajo o hacia y desde el lugar de trabajo, los colaboradores duermen en habitaciones separadas o con personas del mismo género. Si la persona viaja en remis, se utilizan los remises autorizados por la Compañía.

NOTA 33:

GRI 405-2

Si bien no hay una frecuencia establecida para revisar la igualdad en la remuneración, implementamos administradores de salarios con identificación de brecha salarial por género y buscamos corregir dicha brecha.

NOTA 34:

GRI 406-1

No se detectaron casos de discriminación por motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social ni otras formas relevantes de discriminación que impliquen a grupos de interés internos o externos en todas las operaciones.

NOTA 35:

GRI 410-1

Todo el Personal de Seguridad se encuentra capacitado en políticas y procedimientos en Derechos Humanos. Según la Ley Nacional de Seguridad Privada este es un requisito para obtener la habilitación y poder cumplir así sus funciones.

NOTA 36:

GRI 413-1

Implementamos programas en el 100% de las comunidades donde operamos.

NOTA 37:

GRI 416-1

Porcentaje de categorías de productos en los que se evalúan los impactos en la salud y seguridad a fin de hacer mejoras: 100%

Porcentaje del total de las ventas de productos reducidos en sodio y azúcar añadida: 14%

Porcentaje del total de las ventas de productos que contienen ingredientes nutritivos como fibra, vitaminas, minerales: 31%

NOTA 38:

GRI 416-2

No hemos percibido multas o sanciones por incumplimiento de las regulaciones relativas a los impactos en salud y seguridad de los productos.

NOTA 39:

GRI 417-1

El 100% de nuestros productos están sujetos a requerimientos de etiquetado respecto a su composición, información nutricional y demás exigencias legales.

NOTA 40:**GRI 417-2**

No hemos percibido multas ni sanciones por incumplimiento de las regulaciones relativas a información y etiquetado de los productos.

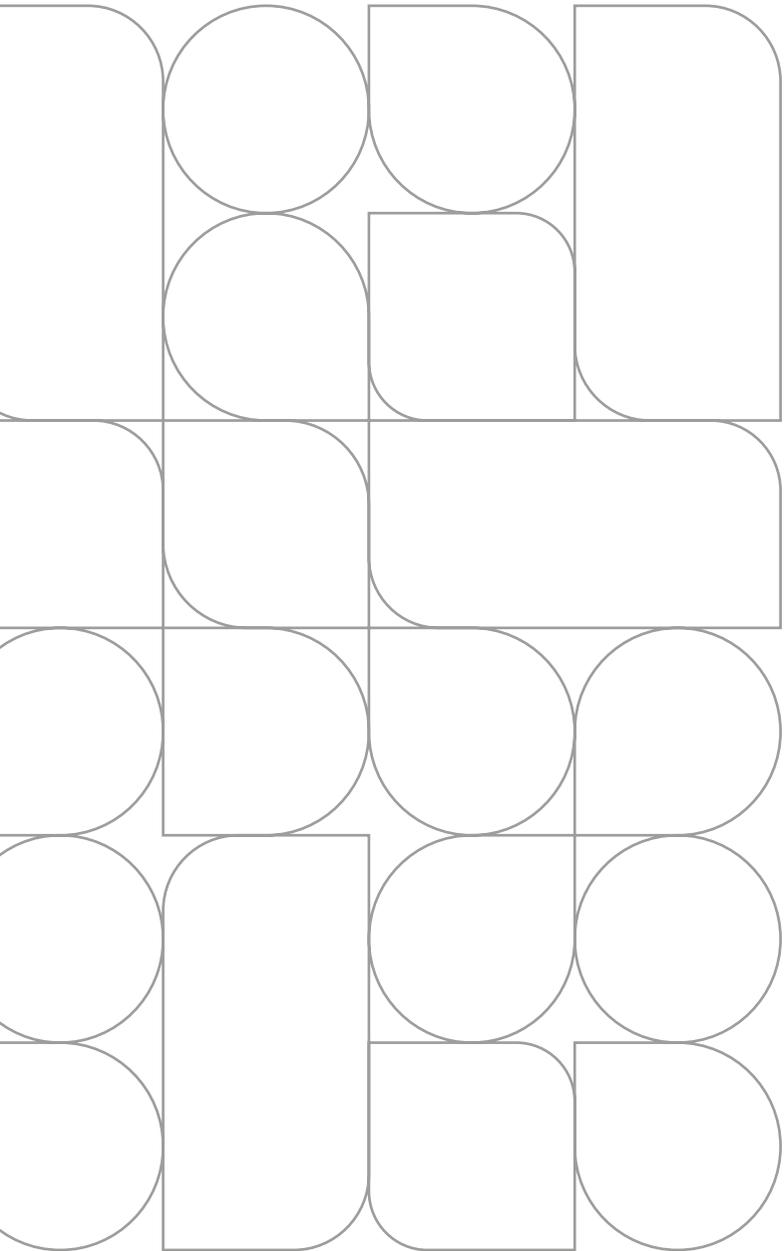
NOTA 41:**GRI 417-3**

No hemos percibido multas ni sanciones por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio.

NOTA 42:**GRI 419-1**

No hemos percibido multas ni sanciones por incumplimiento de las leyes y regulaciones en los ámbitos social y económico.

Nota General: La definición utilizada a lo largo del presente Informe al referirnos al término 'instalaciones o ubicaciones con operaciones significativas' alcanza a la totalidad de locaciones de Molinos. De haber casos en los que no se respete esta definición, se brindará una aclaración con el alcance correspondiente.



ALCANCE DE ESTE REPORTE

Molinos Río de la Plata S.A.

Número de publicación: **10**

Período cubierto: **año 2020**

Reporte anterior: **año 2019**

Periodicidad: **Anual**

LINEAMIENTOS UTILIZADOS

✓ **Estándares de GRI** (Iniciativa de Reporte Global)

www.globalreporting.org

Reporte elaborado de conformidad esencial con los estándares GRI

✓ **Objetivos de Desarrollo Sostenible**

www.un.org/sustainabledevelopment/es/

✓ Aplicamos la herramienta **SDG Compass**

www.sdgcompass.org, desarrollada en conjunto por Pacto Global, GRI y WBCSD.

✓ **Principios para el Empoderamiento de las Mujeres** (ONU)

Información sobre el progreso alineada a **GRI**

Esperamos tus opiniones, sugerencias, dudas o cualquier comentario vinculado con la gestión presentada en este Reporte al correo electrónico: info@molinos.com.ar

Este Reporte de Sustentabilidad y sus versiones anteriores se encuentran disponibles en www.molinos.com.ar/sustentabilidad

COORDINACIÓN GENERAL

Gerencia de Asuntos Corporativos
Molinos Río de la Plata S.A.

FACILITADORES EXTERNOS

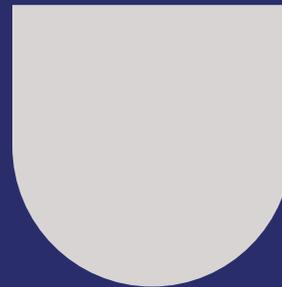
ReporteSocial

www.reportesocial.com

DISEÑO GRÁFICO

Thesia

www.thesia.com.ar





MOLINOS

Nos une comer mejor