



Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sostenible

2024





¡En 2024 alcanzamos un 50% de energía renovable en nuestras operaciones! El viento, el flujo del agua y los rayos del sol nos inspiran a seguir en movimiento y a actuar. Hoy, más que nunca, estamos comprometidos con vivir nuestro propósito: hacer de cada día una oportunidad para alimentar personas y construir sueños.

Acerca de este reporte

Somos Arcos Dorados

Nuestro equipo

Abastecimiento responsable

Compromiso con las familias

Comunidad

Ambiente

Índice GRI y SASB



Mensaje de bienvenida

Desde su creación, Arcos Dorados trabaja cada día con la convicción de que generar valor para la empresa va de la mano con adoptar prácticas que impacten positivamente en las personas, la sociedad y el planeta. Creemos que el liderazgo empresarial moderno implica contribuir a un mundo más sostenible y equitativo, a través de acciones concretas y resultados medibles.

Este informe, el undécimo consecutivo que publicamos, tiene precisamente ese propósito: comunicar con transparencia los avances logrados en el último año para proteger el futuro de nuestro planeta, contribuir para nuestras comunidades y fortalecer nuestro negocio.

Entre nuestras numerosas iniciativas bajo la Receta del Futuro, destaca la transición hacia energías renovables. En 2024, alcanzamos un hito significativo: el 50% de la energía que abastece nuestros más de 2.400 restaurantes en Latinoamérica y el Caribe proviene de fuentes limpias, renovables, y más económicas, como la solar, eólica e hidroeléctrica.

Sabemos que un impacto socioambiental positivo real solo es posible con un enfoque integral. Por ello, también avanzamos en la promoción de la economía circular, eficientizando el uso de recursos, reduciendo residuos y fomentando el desarrollo de economías locales, impulsando así el progreso en los países donde operamos.

Todo esto sin comprometer uno de los pilares fundamentales de nuestro negocio: los más altos estándares de calidad, seguridad alimentaria e higiene, garantizando que cada día más de cuatro millones de clientes disfruten de nuestra comida con confianza.

Quiero aprovechar esta oportunidad para reconocer el esfuerzo y el talento de nuestros más de 100.000 colaboradores, el verdadero motor de nuestra compañía y del cambio que promovemos. En Arcos Dorados, creemos en su potencial y trabajamos para ofrecerles un entorno inclusivo, diverso y respetuoso, donde puedan desarrollarse y alcanzar sus metas. Nos enorgullece saber que, como uno de los mayores generadores de empleo formal en la región, estamos abriendo puertas a un futuro lleno de oportunidades para todos nuestros colaboradores.

De cara al futuro, somos conscientes de los desafíos que implica el camino hacia la sostenibilidad, pero también de las oportunidades que nos brinda para seguir innovando, mejorando y generando valor para nuestra compañía. Con la experiencia adquirida y el equipo humano que nos respalda, estoy seguro de que continuaremos avanzando y generando un impacto positivo en nuestro negocio, la industria y la sociedad en su conjunto.

Con mucho orgullo, los invito a conocer nuestro 11° Informe de Impacto Social y Desarrollo Sostenible, una muestra de nuestro compromiso inquebrantable con un mundo más justo y equitativo para todos.

¡Que disfruten la lectura!

Presidente Ejecutivo de la Junta

Woods Staton





Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI y SASB

Sobre este reporte





Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI y SASB

¡Buenas noticias!



Parámetros del informe

Este informe sigue los Estándares Universales 2021 de la Global Reporting Initiative (GRI) e incluye indicadores clave de para la industria de restaurantes de los estándares del Sustainability Accounting Standards Board (SASB).

El reporte alcanza a las actividades realizadas entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2024, y destaca nuestro trabajo por integrar criterios de sostenibilidad en nuestras operaciones. Durante este período, no se registraron cambios organizacionales que afectaran la comparabilidad de los datos. Publicamos este informe de manera anual; la edición anterior cubrió el período de doce meses finalizado el 31 de diciembre de 2023. Algunos indicadores seleccionados han sido verificados por Ernst & Young (EY) como se indica en su informe incluido en el presente documento.

Alcance regional

El documento incluye las operaciones de nuestras tres divisiones geográficas. Las entidades incluidas en el informe se describen en el índice de contenidos GRI.

BRASIL

SUDAMÉRICA (SLAD)

Argentina, Aruba y Curazao, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Trinidad y Tobago, Uruguay, Venezuela.

CENTROAMERICANA Y CARIBE (NOLAD)

Costa Rica, Guayana Francesa, Guadalupe, Martinica, México, Panamá, Puerto Rico, Santa Cruz, Santo Tomás.



Relación con los grupos de interés

Establecer relaciones de confianza con los grupos de interés es fundamental para llevar adelante una operación responsable. A través de una comunicación transparente y abierta, impulsamos relaciones más sólidas, fortalecemos nuestra licencia social y apoyamos el desarrollo de un modelo de negocio sostenible y resiliente.

Al involucrar activamente a los grupos de interés en nuestros procesos de toma de decisiones, obtenemos información clave, identificamos riesgos y oportunidades potenciales, y construimos confianza mutua. Este enfoque colaborativo garantiza que nuestras acciones se mantengan alineadas con las expectativas de quienes se ven directa o indirectamente afectados por nuestras actividades.

Seguimos un proceso interno para identificar y priorizar a las partes interesadas según su nivel de interacción e influencia en nuestro negocio. Además, establecemos diversos mecanismos para fomentar la participación activa de cada grupo de interés.



Grupo de interés

Accionistas y entidades financieras

Franquicias

Clientes

Colaboradores

Proveedores y distribuidores

Comunidad

Entidades gubernamentales



Propósito de participación

Compartir resultados claros y recopilar feedback sobre nuestro desempeño.

Mantener la calidad del servicio en todos los lugares donde operamos.

Ofrecer el mejor menú experiencia.

Crear el mejor lugar para trabajar.

Desarrollar una cadena de valor responsable.

Impulsar oportunidades para su desarrollo y crecimiento.

Establecer alianzas que apoyen el desarrollo sostenible.



Mecanismos de participación

Asamblea general anual, Estados financieros, Formulario 20-F, Informes trimestrales, Formulario 6-K, eventos para inversores, contacto con analistas de investigación de renta variable, Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sostenible, sitio web de Arcos Dorados, redes sociales, sitio web Receta del futuro y análisis de materialidad.

Diversos comités, reuniones operativas, Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sostenible, sitio web de Arcos Dorados, sitio web Receta del futuro, redes sociales y análisis de Materialidad.

Canales de venta, encuestas a clientes, Puertas abiertas, Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sostenible, Línea de atención al cliente, sitio web de Arcos Dorados, sitio web Receta del futuro, redes sociales, análisis de materialidad y canales digitales, como la App.

Encuestas de clima, instagram, red social corporativa, reuniones, mailings, Puertas abiertas, Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sostenible, sitio web Receta del futuro y análisis de materialidad.

Auditorías, reuniones con proveedores, portal de proveedores, Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sostenible, sitio web de Arcos Dorados, sitio web Receta del futuro y análisis de materialidad.

Encuesta Cuéntanos cómo lo hicimos, Puertas abiertas, Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sostenible, sitio web de Arcos Dorados, sitio web Receta del futuro, redes sociales y análisis de materialidad.

Relaciones gubernamentales, alianzas público-privadas, Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sostenible, sitio web de Arcos Dorados, redes sociales y análisis de materialidad.



El 11º Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sostenible de Arcos Dorados refleja nuestro compromiso con una comunicación transparente y una operación responsable.





Análisis de doble materialidad

En 2024, actualizamos nuestro análisis de materialidad en línea con los estándares internacionales. Seguimos las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) y nos alineamos con marcos emergentes como la Directiva de Reporte de Sostenibilidad Corporativa (CSRD, por sus siglas en inglés) de la Unión Europea.

Evaluamos la materialidad desde dos perspectivas: 1) materialidad financiera, que analiza cómo los factores ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) influyen en la creación de valor financiero a largo plazo; y 2) materialidad de impacto, que evalúa cómo nuestras operaciones, productos y servicios afectan los sistemas sociales, ambientales y económicos a nivel local y global.

Esta actualización sigue la evolución de las mejores prácticas y las expectativas de los grupos de interés.

Nuestro proceso de evaluación combinó datos cuantitativos y cualitativos a lo largo de cuatro etapas clave:

1

Análisis del contexto e identificación de temas clave

Comenzamos con la evaluación del contexto en el que opera nuestra empresa, considerando nuestro modelo de negocio, cadena de valor y los grupos de interés clave. Esto incluyó la revisión de estándares internacionales como GRI, SASB, la divulgación climática de la SEC y la lista de riesgos no financieros reportados en el Formulario 20-F.

Complementamos este enfoque con un estudio cualitativo, que incluyó un análisis comparativo de la industria y la estrategia de sostenibilidad de nuestra organización. A partir de este estudio, identificamos una lista de temas materiales relevantes para nuestras operaciones.

14
empresas del sector analizadas en el benchmark

16
temas materiales identificados

2

Participación de los grupos de interés

Para capturar las opiniones de los grupos de interés, realizamos una encuesta dirigida a clientes, empleados, representantes de la comunidad, franquicias y proveedores.

Allí, se les pidió calificar los temas materiales identificados según su nivel de impacto en el ambiente, las personas y la economía. También se les dio la oportunidad de compartir sugerencias, preocupaciones, prioridades y expectativas en campo abierto.

3

Evaluación de riesgos

Realizamos una encuesta de materialidad financiera, dirigida a accionistas y entidades financieras. Allí, se les solicitó su opinión sobre los temas no financieros y su impacto potencial en el desempeño financiero de la compañía. Los participantes también tuvieron la oportunidad de sugerir temas adicionales para su consideración.

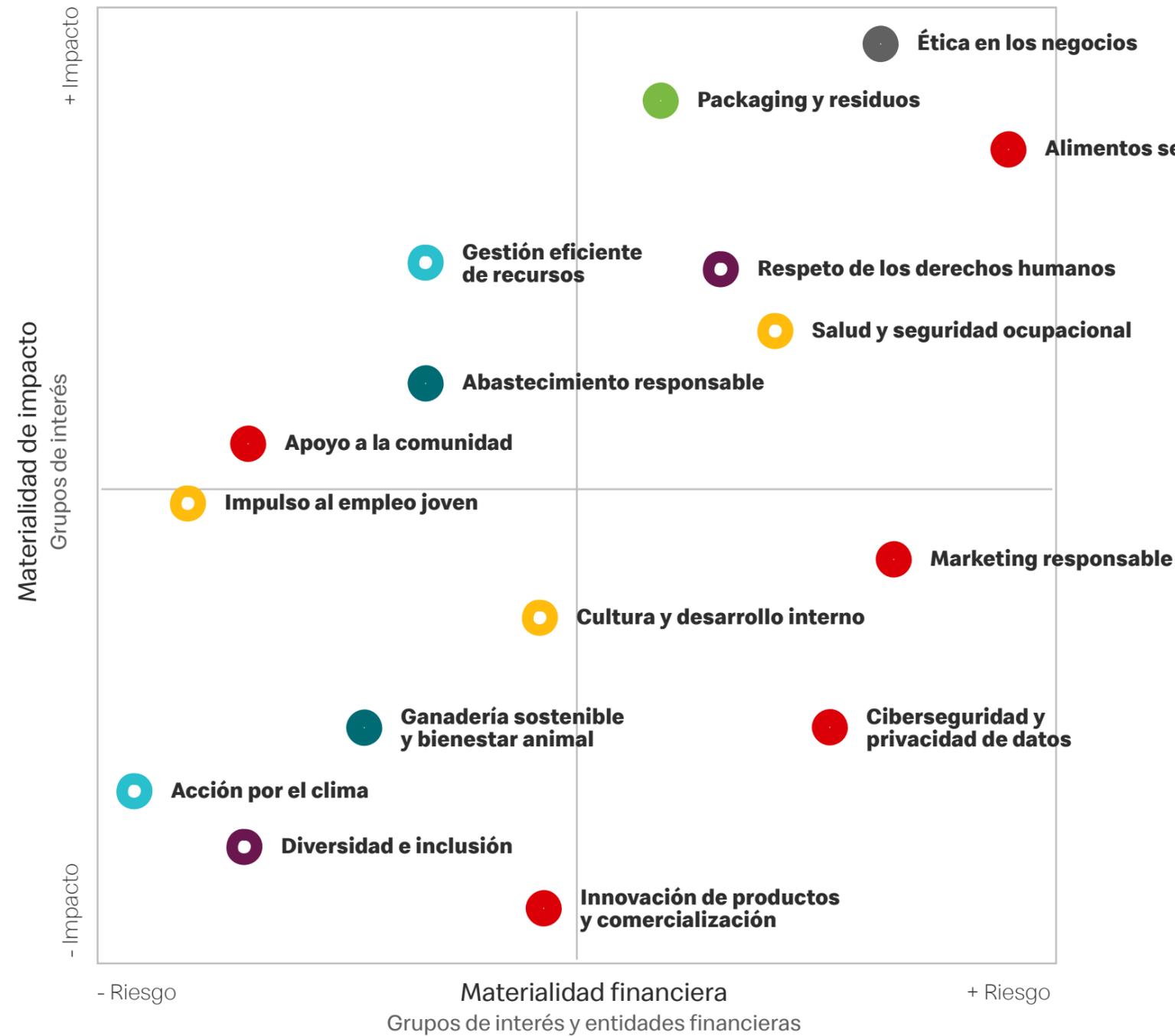
12,400+
respuestas con valiosos aportes de los grupos de interés



4

Priorización de los temas

Los resultados de ambas encuestas se integraron en una matriz de materialidad, que combina las perspectivas de impacto y riesgo financiero. Esto nos permitió identificar los temas de sostenibilidad estratégicos, prioritarios y emergentes. Los resultados fueron posteriormente validados por nuestro Equipo de Liderazgo.



RDF pilares

- Empleo joven
- Familia y bienestar
- Diversidad e inclusión
- Abastecimiento sustentable
- Cambio climático
- Economía circular



Somos Arcos Dorados





Somos líderes en el servicio de alimentos en América Latina y el Caribe, con más de 2.400 restaurantes en 20 países y territorios, dedicados a alimentar personas y generar un impacto positivo en la región.

Energía positiva que nos une

El 2024 comenzó con una ola de energía positiva, impulsada por un propósito claro: hacer de cada día una oportunidad para alimentar a las personas y construir sueños.

Con operaciones en 20 países y territorios de América Latina y el Caribe, gestionamos más de 2.400 restaurantes con más de 4 millones de clientes a diario. Nuestro compromiso va mucho más allá de ofrecer buena comida y una experiencia inolvidable; buscamos liderar con el ejemplo, adoptando prácticas sostenibles, promoviendo la inclusión social y empoderando a las personas que forman parte de nuestra cadena de valor.

Ser Arcos Dorados es crear un cambio positivo, apoyar a nuestras comunidades y liderar con responsabilidad.

Guiados por nuestros valores y alimentados por la pasión de nuestro equipo, trabajamos todos los días para convertir esta visión en realidad. Estos esfuerzos se reflejan en la confianza de nuestros accionistas, quienes nos han apoyado desde 2011, cuando comenzamos a cotizar en la Bolsa de Nueva York (NYSE) bajo el símbolo ARCO.

A finales de 2024, renovamos nuestro compromiso con todos nuestros grupos de interés firmando un nuevo Acuerdo Maestro de Franquicia (MFA, por sus siglas en inglés) de 20 años con McDonald's, con vigencia a partir del 1 de enero de 2025, con opción de renovarlo por 20 años adicionales.



Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI y SASB

El movimiento de nuestra cadena de valor

Al igual que la energía, las vibras positivas fluyen a lo largo de nuestra cadena de valor, desde el abastecimiento de insumos hasta las comunidades, con el compromiso de crear un impacto positivo en cada eslabón.

Alimento

Los principales ingredientes de nuestro menú: carne, pollo, papas, productos horneados, café, lácteos y verduras.

227
proveedores

1 — Proveedores

Trabajamos junto con nuestros socios para garantizar la mejor selección y distribución de productos.

Papel y envases

Obtenemos los materiales que utilizamos para entregar, transportar y manipular los alimentos que servimos de manera responsable.

67
proveedores

Centros de distribución

Centros donde nuestros socios logísticos almacenan y desde donde distribuyen insumos a nuestros restaurantes.

28
centros

Restaurantes

Espacios seguros, modernos y cómodos donde las personas pueden elegir y disfrutar sus comidas favoritas.

2.428
restaurantes
+67 vs
fin de 2023

71%
operados por
la compañía

29%
operados por
sub-franquicias

2 — Operaciones

El corazón de nuestro negocio se reparte en nuestro menú, nuestros locales y las personas que reciben a cada visita con una sonrisa.



Somos



Equipo

Personas que convierten cada día en una oportunidad para alimentar a otros y construir sueños.

98.615 personas trabajan en la compañía

56% mujeres
44% hombres

63,4% menores de 24 años

Equipo

Abastecimiento



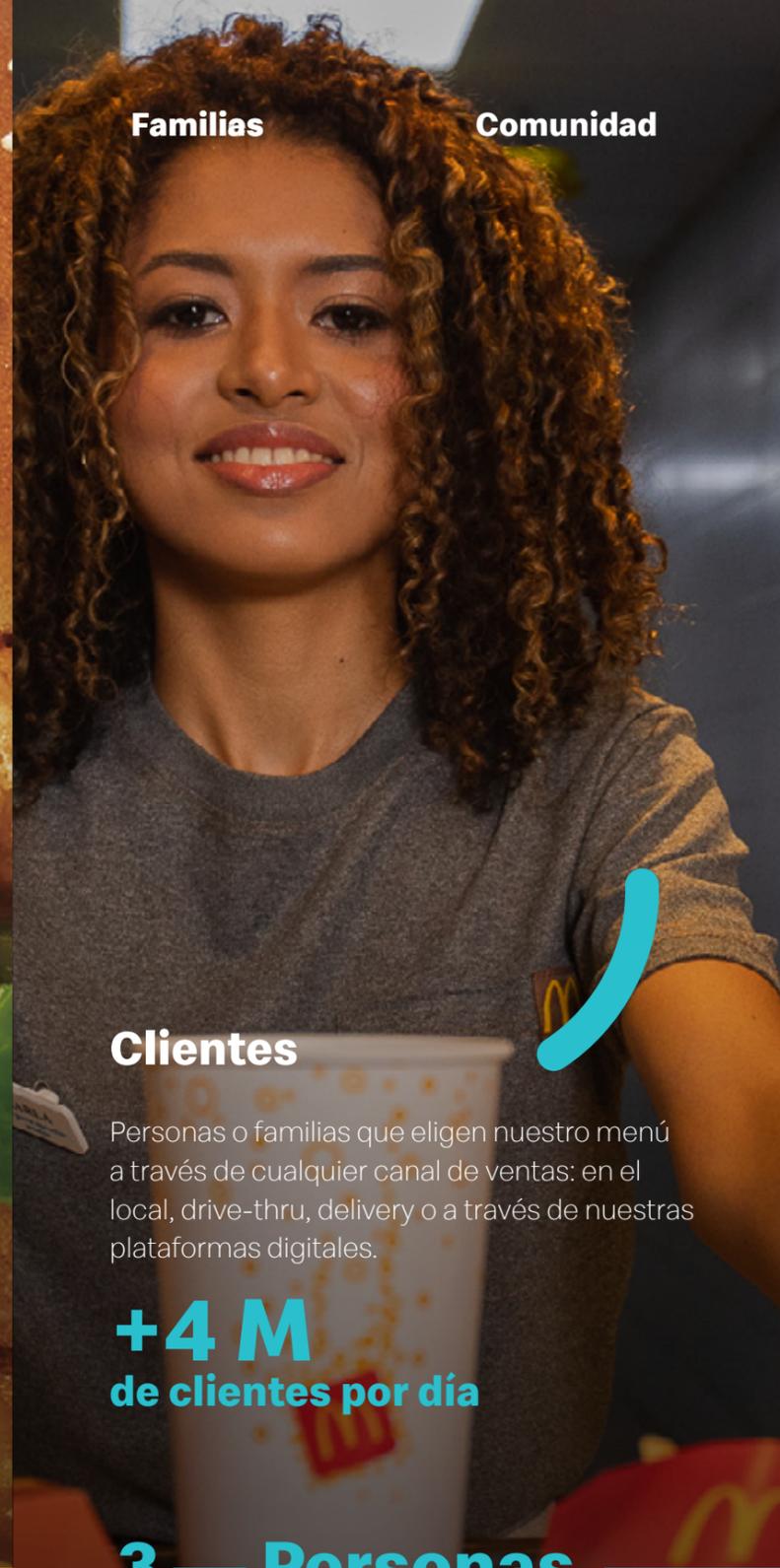
Menú

Productos deliciosos y de calidad: hamburguesas, sándwiches de pollo, Cajita Feliz, bebidas, papas y acompañamientos, postres y McCafé.

USD **5,8 billones** en ventas
+3,3% vs 2023

Familias

Comunidad



Clientes

Personas o familias que eligen nuestro menú a través de cualquier canal de ventas: en el local, drive-thru, delivery o a través de nuestras plataformas digitales.

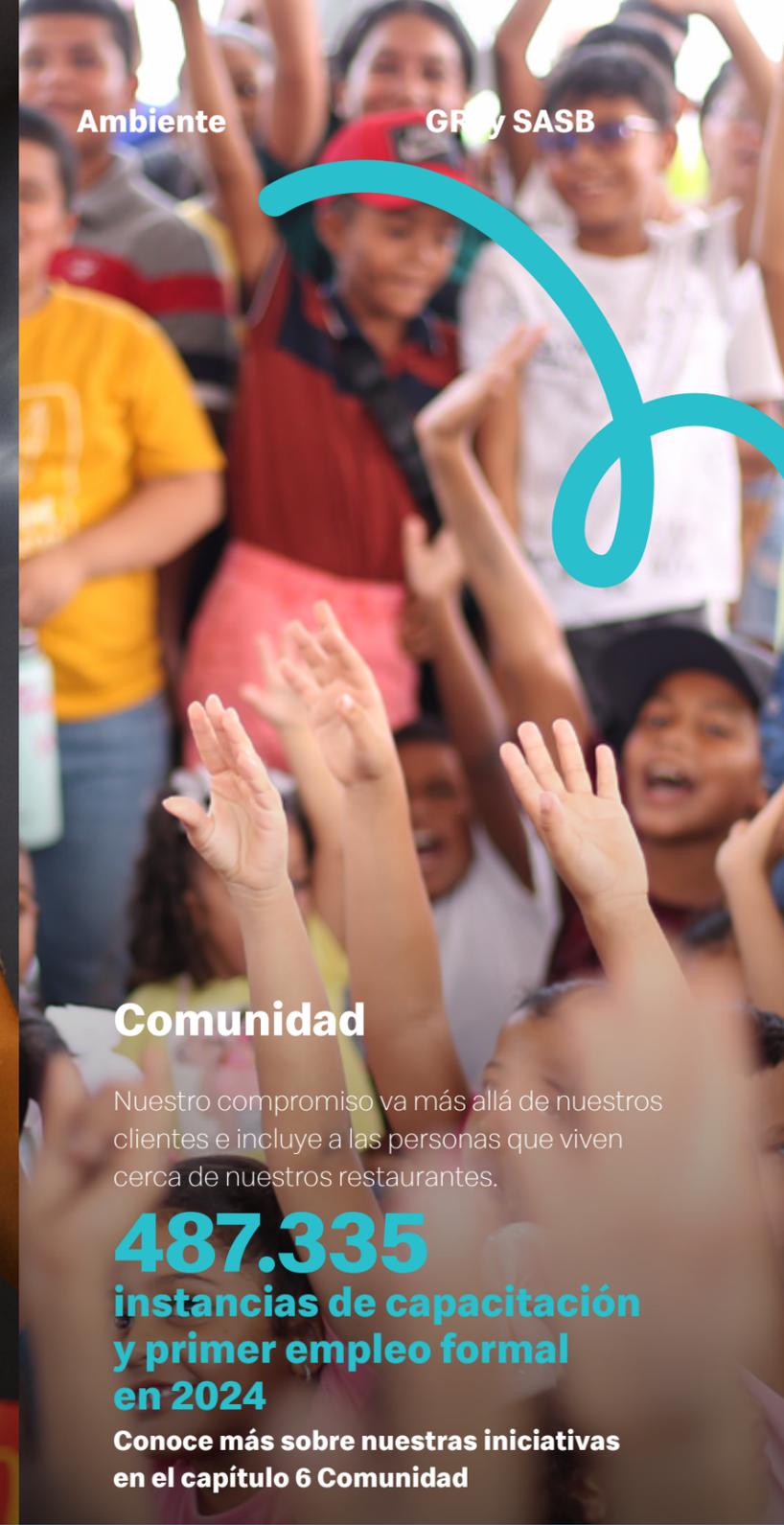
+4 M de clientes por día

3 — Personas

No solo creamos una experiencia inolvidable para quienes nos eligen, sino también para la comunidad que nos rodea.

Ambiente

GR y SASB



Comunidad

Nuestro compromiso va más allá de nuestros clientes e incluye a las personas que viven cerca de nuestros restaurantes.

487.335 instancias de capacitación y primer empleo formal en 2024

Conoce más sobre nuestras iniciativas en el capítulo 6 Comunidad



Tenemos la receta del futuro

Nuestra Receta del futuro es la hoja de ruta para crear un impacto positivo en el entorno, empoderar a las personas y generar valor para nuestros grupos de interés. Basada en los principios de responsabilidad ambiental, inclusión social y gobernanza ética, esta estrategia define cómo operamos hoy para construir un mañana mejor mañana.

Nos enorgullece liderar el camino hacia la creación de un futuro sostenible e inclusivo. A través de esta receta, buscamos marcar un ejemplo para la industria y dejar un impacto duradero en las comunidades donde operamos. Este viaje está impulsado por nuestra gente, valores y la firme creencia de que el éxito corporativo y la responsabilidad social van de la mano.

Juntos, podemos moldear un mañana en el que todos prosperen—porque en Arcos Dorados, el futuro siempre está en el menú.

Los 6 pilares de nuestra estrategia

1 Cambio climático

Promovemos el uso de energía renovable y el consumo responsable de recursos para minimizar nuestra huella de carbono.

CONTRIBUCIÓN ODS



4 Empleo joven

Brindamos oportunidades de capacitación, educación y desarrollo profesional, tanto dentro de nuestras operaciones como en alianza con organizaciones locales.

CONTRIBUCIÓN ODS



2 Abastecimiento sostenible

Estamos comprometidos con ofrecer productos de calidad, cuidando el ambiente y el bienestar animal, y fomentando la producción local.

CONTRIBUCIÓN ODS



5 Familia y bienestar

Ofrecemos un menú delicioso, seguro y saludable, junto con iniciativas que promueven la lectura, el juego y el bienestar general, además de nuestro histórico compromiso con la Fundación Casa Ronald.

CONTRIBUCIÓN ODS



3 Economía circular

Reducimos los residuos al impulsar el reciclaje y la reutilización, en beneficio tanto del ambiente como de nuestras comunidades.

CONTRIBUCIÓN ODS



6 Diversidad e inclusión

Abrazamos la diversidad y promovemos la inclusión creando entornos de trabajo justos y respetuosos, con igualdad de oportunidades para todas las personas.

CONTRIBUCIÓN ODS





Nuestra participación en la industria

Abordar los desafíos del sector requiere un esfuerzo coordinado. Por eso participamos en foros colaborativos para compartir las mejores prácticas y alinear iniciativas con nuestros pares. Nuestra participación incluye:

- Compromiso Empresarial por el Reciclaje (CEMPRE), Chile
- Compromiso Empresarial por el Reciclaje (CEMPRE), Uruguay
- Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS), Argentina
- Carbon Disclosure Project (CDP)
- Mesa Redonda Argentina sobre Carne Sostenible (MACS), Argentina
- Mesa Redonda Brasileña sobre Ganadería Sostenible (GTPS), Brasil
- Mesa Redonda Uruguaya sobre Ganadería Sostenible (MUCS), Uruguay
- Red de Empresas para el Desarrollo Sostenible (DERES), Uruguay
- Responsabilidad Extendida del Productor (ANDI), Colombia
- Visión 30/30 (ANDI), Colombia

Rankings ESG

Monitoreamos las calificaciones ESG para mantenernos actualizados sobre los estándares de la industria, evaluar la efectividad de nuestros programas y tomar medidas para mejorarlos. Cada agencia evalúa nuestras iniciativas, riesgos, respuestas y la contribución al desarrollo sostenible.



Mide la exposición a los riesgos clave de ESG en la industria y el nivel de gestión de cada compañía.

Puntaje

28.1



Mide cómo una empresa gestiona los riesgos y oportunidades financieros ESG significativos.

Puntaje

BB





Gobernanza corporativa

La gobernanza corporativa de Arcos Dorados está guiada por nuestra Junta Directiva y ejecutada por el Equipo de Liderazgo. La Junta, compuesta por 11 miembros—incluidos siete directores independientes—supervisa la estrategia y gestión de la compañía, aportando una experiencia diversa de diferentes industrias.

El Equipo de Liderazgo está formado por 17 profesionales experimentados que gestionan áreas clave como operaciones, finanzas, sostenibilidad, cadena de suministro, marketing, recursos humanos y más. Muchos de ellos tienen profundas raíces en la industria alimentaria, con lazos de larga data con Arcos Dorados en América Latina y el Caribe.

El Vicepresidente de Impacto Social y Desarrollo Sostenible lidera las iniciativas ambientales y sociales, incluido el desarrollo y aprobación de este informe. La Junta, además, cuenta con comités que apoyan la toma de decisiones en cuestiones financieras, de gobernanza y sociales.

Comité de auditoría

Conformado por tres directores independientes, el comité apoya a la Junta en auditorías, control interno, informes financieros y comunicaciones externas.

Comité de compensación y nominaciones

Conformado por tres directores, el comité revisa y aprueba los objetivos corporativos, el desempeño ejecutivo, la compensación y los incentivos a largo plazo.

Comité de finanzas

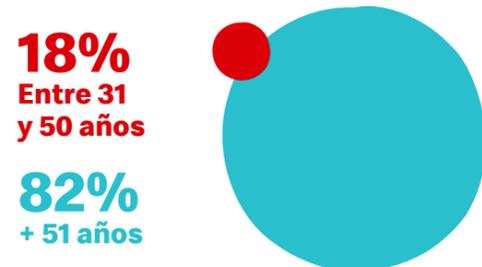
Conformado por tres directores, el comité ayuda a la Junta a mantener las mejores prácticas, políticas y estrategias financieras para los accionistas.

Composición de la Junta Directiva

DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO



DISTRIBUCIÓN POR EDAD



DISTRIBUCIÓN POR REGIÓN

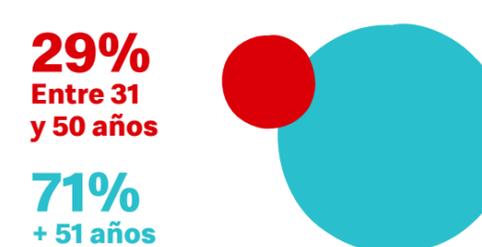


Composición del Equipo de Liderazgo

DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO



DISTRIBUCIÓN POR EDAD



DISTRIBUCIÓN POR REGIÓN





Integridad empresarial

Creemos que la integridad, la honestidad y la equidad son clave para construir confianza con nuestros clientes, empleados, franquicias y proveedores. Estos valores fortalecen nuestro negocio y fomentan un crecimiento sostenible, al mismo tiempo que apoyan el desarrollo profesional y el propósito de nuestra compañía.

Nuestra gestión ética se basa en las [Normas de conducta en los negocios](#), aprobadas por la Junta Directiva. Estos estándares se aplican a todos los empleados, incluidos el personal temporal y los directores, buscando garantizar la coherencia en los compromisos éticos y normativos en toda la organización.

Creemos que la integridad, la honestidad y la equidad construyen confianza e impulsan el crecimiento sostenible.

¹Documentos de uso interno

Las Normas definen principios clave para la toma de decisiones éticas y acciones responsables hacia nuestros clientes, proveedores, operadores y comunidades. Están respaldados por políticas sobre [Lugar de trabajo seguro y respetuoso](#), seguridad de la información¹, seguridad y salud¹, redes sociales¹ y donaciones¹, que ayudan a guiar el comportamiento y prevenir conductas indebidas.

Además, nos adherimos a varias políticas corporativas de McDonald's que refuerzan estos principios, como el [Código de conducta para proveedores](#), la Política de abastecimiento de carne libre de deforestación¹, la [Declaración global de principios contra la discriminación, el acoso y las represalias](#), y la [Declaración global de principios sobre la prevención de la violencia en el lugar de trabajo](#).

El Comité de Ética supervisa el cumplimiento de estos estándares, trabajando con los equipos de Auditoría Interna y Legal para proporcionar orientación y abordar inquietudes. Los empleados pueden contactar a estos equipos para recibir apoyo en temas éticos.

Comunicamos nuestros compromisos y políticas de diferentes maneras. Internamente, las compartimos por correo electrónico y las reforzamos a través de sesiones de capacitación para ayudar a los empleados a comprender mejor las políticas. Externamente, publicamos políticas clave en nuestro sitio web. Para los proveedores, el Código de Conducta se incluye en el proceso de contratación y debe ser firmado antes de comenzar a trabajar con nosotros.

Conflictos de interés

Los empleados deben evitar el uso de los activos, la información o su posición dentro de la compañía para beneficio personal. Son responsables de divulgar de inmediato cualquier conflicto de interés real o potencial y seguir los pasos necesarios para gestionarlos o resolverlos.

La Línea ética está disponible para reportar estas inquietudes. En algunos casos, resolver los conflictos puede requerir alejarse de ciertas decisiones o concluir actividades externas que generen conflictos.

Línea ética

La Línea ética es una forma confidencial e imparcial de reportar fraudes o corrupción. Permite a los empleados expresar preocupaciones manteniendo la información segura y a los denunciantes anónimos.

Un proveedor externo, Resguarda, gestiona el proceso, recibiendo y haciendo el seguimiento de los informes a través del sitio web de la empresa. El equipo de Auditoría Interna investiga cada caso para garantizar una resolución adecuada, y el Comité de Ética es informado de todos los problemas potenciales.

 resguarda.com/arcosdorados

 **0-800 gratuito por país**

 **personalizado por país**



Ética y lucha contra la corrupción

Durante el período del informe evaluamos los riesgos de corrupción en nuestras operaciones. En 2024, no se registraron incidentes de corrupción, lo que refleja nuestro compromiso con las prácticas empresariales éticas y la confianza de los grupos de interés.

Todo el Staff de Arcos Dorados, considerado el grupo más expuesto a riesgos de corrupción, debe completar el Curso de Estándares de Conducta Empresarial. Esta capacitación obligatoria abarca temas de anticorrupción, prevención del lavado de dinero y cumplimiento de leyes internacionales como la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA) y la Oficina de Control de Activos Extranjeros (OFAC).

También implementamos el programa Fundamentos marca, obligatorio para todos los empleados dentro de sus primeros tres meses. Este programa cubre la creación de un ambiente de trabajo respetuoso e inclusivo, el reconocimiento de sesgos inconscientes y la prevención de la violencia en el lugar de trabajo para garantizar la seguridad de los empleados, clientes y la marca McDonald's.

Curso de Estándares de Conducta Empresarial

	CORPORATE		SLAD		NOLAD		BRAZIL	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
Board of Directors	11	100%	0	0	0	0	0	0
Senior Leadership Team	0	0	13	100%	10	100	6	100%
Staff	417	95%	869	77%	620	72%	765	95%
Crew Members								
Total	428	98%	882	77%	630	72%	771	95%

Programa Fundamentos de marca

	CORPORATE		SLAD		NOLAD		BRAZIL	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
Board of Directors	13	81%	0	0	0	0	0	0
Senior Leadership Team	0	0	13	100%	10	100%	5	83%
Staff	424	96%	970	86%	758	88%	747	93%
Crew Members	0	0	33048	93%	19958	93%	40933	87%
Total	437	96%	34031	93%	20726	93%	41685	87%

Respeto por los derechos humanos

En Arcos Dorados, respetar los derechos humanos define quiénes somos y cómo operamos. No es solo un deber legal o ético, sino un aspecto esencial de nuestra identidad y éxito empresarial. Las Normas de conducta en los negocio guían nuestro compromiso con la dignidad, la equidad y el respeto para todos.

Para los empleados, creamos un entorno de trabajo seguro e inclusivo a través de capacitación obligatoria sobre acoso, discriminación y violencia. Los nuevos empleados completan un curso de aprendizaje en línea con escenarios de la vida real y firman una certificación al finalizar.

Para los proveedores, requerimos el cumplimiento de nuestro Código de conducta para proveedores, asegurando el trato justo, derechos laborales y condiciones de trabajo seguras. También realizamos la auditoría de Responsabilidad social en el lugar de trabajo (SWA) para prevenir el trabajo forzado, el trabajo infantil y otras violaciones por parte de nuestros socios estratégicos.

Para las comunidades, todos los contratos con ONG incluyen una cláusula de Derechos Humanos, garantizando la alineación con nuestros valores sobre igualdad y prácticas laborales justas.

Alineamos nuestras operaciones con la Política de Derechos Humanos de McDonald's, que sigue estándares globales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos y los Principios Rectores de la ONU sobre Empresas y Derechos Humanos.

Los derechos humanos son la base de un lugar de trabajo y una comunidad donde todos se sienten valorados, seguros y empoderados.



Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI y SASB

Equipo



Estamos construyendo un futuro brillante, seguro e inclusivo al fomentar habilidades y acelerar la equidad en nuestro equipo.

Energizamos el éxito con propósito

La gente es el corazón de nuestro éxito. Por eso, creamos un lugar de trabajo donde todos se sientan valorados, apoyados e inspirados a crecer.

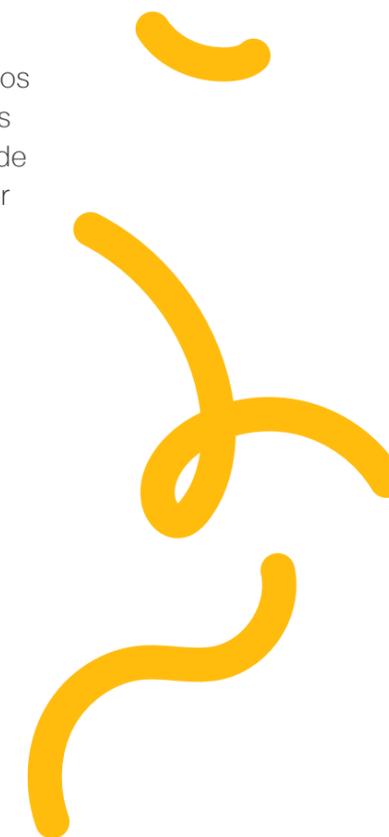
Creemos en la igualdad de oportunidades y en la construcción de un entorno seguro e inclusivo donde cada miembro del equipo pueda prosperar. Nuestra política de Lugar de Trabajo Seguro y Respetuoso garantiza una cultura de equidad y respeto, reforzando nuestro compromiso con un ambiente laboral positivo.

No solo estamos construyendo un negocio, estamos construyendo oportunidades, sueños y un futuro más brillante.

Una sólida cultura interna mantiene a nuestro equipo motivado y mejora la experiencia de nuestros clientes. Cuando nuestros empleados se sienten empoderados, dan vida a nuestra marca con pasión y dedicación. La diversidad y la inclusión también están en el corazón de nuestra identidad. Al adoptar diferentes perspectivas, fomentamos la innovación y fortalecemos nuestra conexión con la comunidad.

Para seguir mejorando, realizamos una encuesta anual que mide el compromiso del equipo con datos útiles para refinar nuestra cultura laboral. Cada país establece metas específicas, con el compromiso de nuestros líderes a hacer de Arcos Dorados el mejor lugar para trabajar.

90,8%
tasa de satisfacción
Encuesta de satisfacción de empleados 2024





Una cooltura de servicio

Estamos construyendo una cultura que ayude a todos a crecer, sobresalir y brillar, para que cada miembro del equipo se sienta en su mejor momento, rinda al máximo y cree experiencias memorables para nuestros clientes.

En 2024, esta cultura evolucionó al identificar cinco valores fundamentales que definen y moldean quiénes somos, en conjunto con los miembros del equipo en nuestros restaurantes: Humildad, Generosidad, Vocación de servicio, Inclusión y Agilidad. Estos valores nos unen como compañía y refuerzan el compromiso con la confianza, la transparencia y la colaboración, al mismo tiempo que generan un impacto positivo en nuestros empleados, clientes y comunidades.



Humildad

Abrazamos nuestras fortalezas y debilidades, entendiendo que el crecimiento proviene tanto del éxito como del fracaso.

Generosidad

Compartimos nuestro tiempo, atención, experiencia y conocimiento con otros.

Vocación de servicio

Nos dedicamos a satisfacer las necesidades de los demás y a llevar felicidad a quienes servimos, independientemente de nuestro rol.

Inclusión

Actuamos con integridad y transparencia, construimos confianza y consideramos el impacto de nuestras acciones en la comunidad.

Agilidad

Estamos atentos a los cambios globales, nos adaptamos rápidamente y lideramos las transformaciones necesarias para lograr resultados y aprender juntos.



entrada



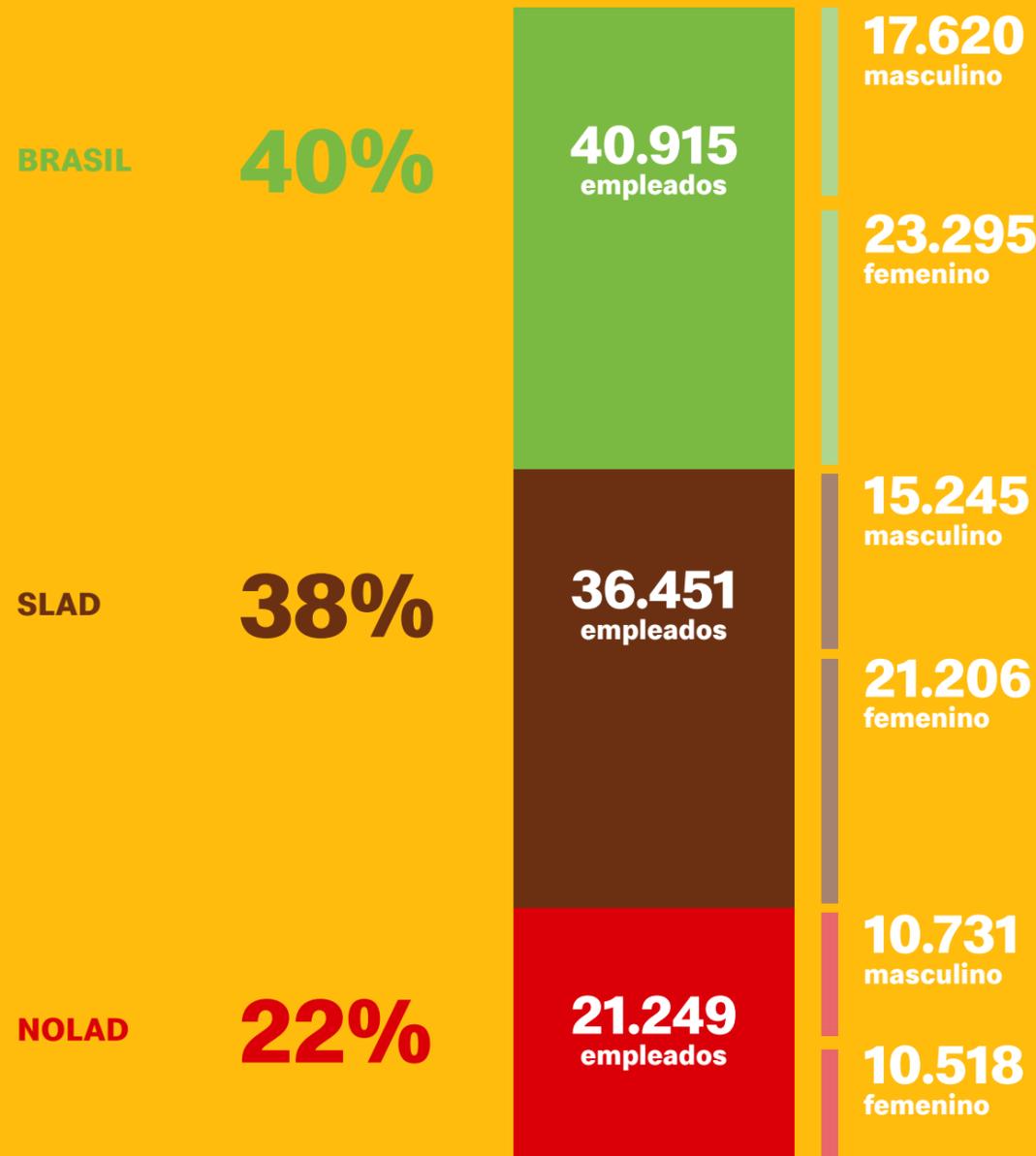
Los números del equipo

98.615

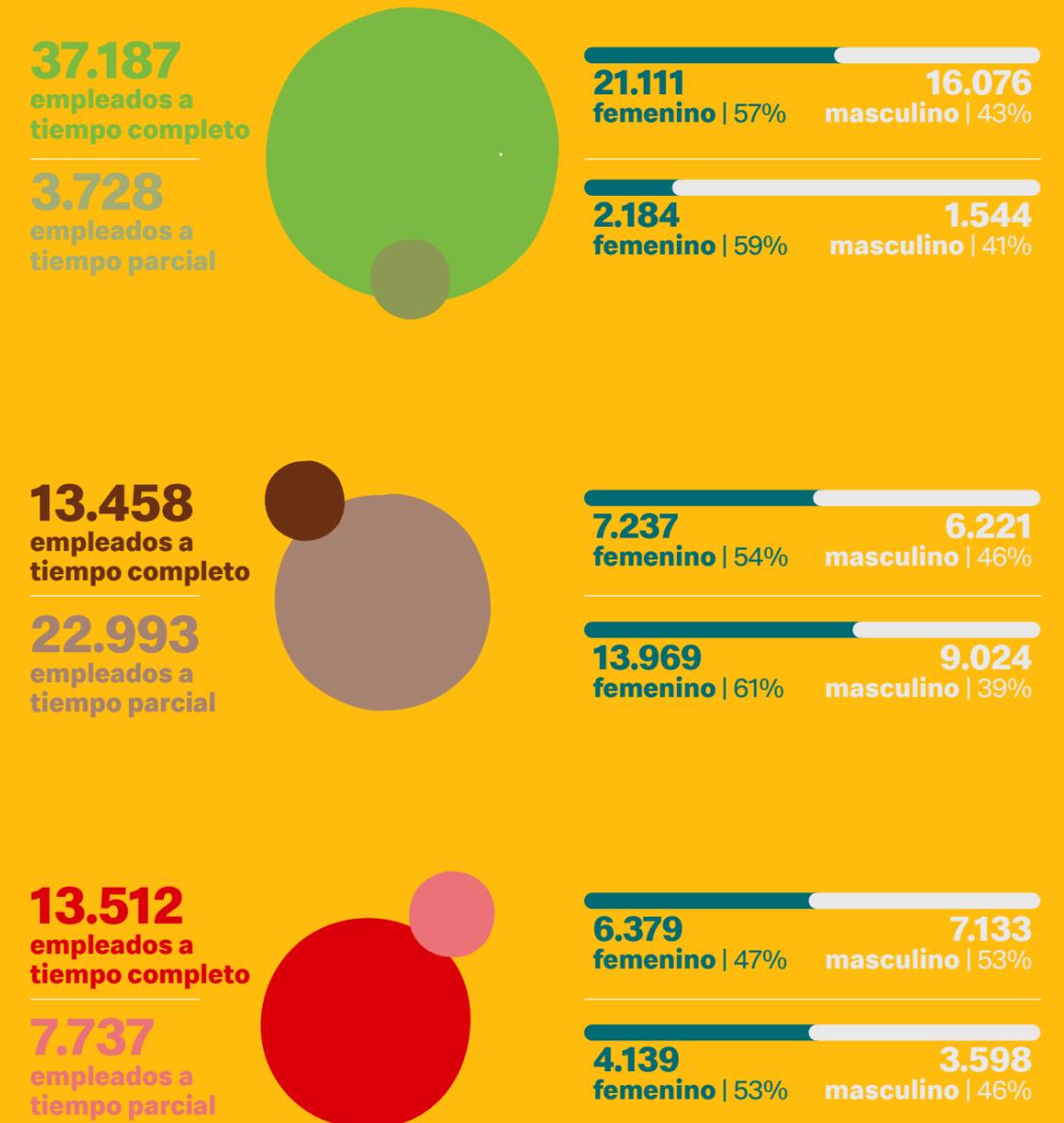
empleados



Distribución por región



Distribución por tipo de contrato





Talento y beneficios

Nos enfocamos en mejorar el bienestar de nuestro equipo y el equilibrio entre su vida laboral y personal, apoyando a las familias y creando experiencias positivas. Esto es posible gracias a nuestra sólida cultura interna e iniciativas de desarrollo profesional continuo.

En 2024, fortalecimos la gestión del talento, mejorando la manera en que identificamos y desarrollamos a nuestros equipos. Detectamos a más de 2.500 empleados en toda la región para quienes creamos planes de sucesión de puestos clave, lo que llevó a la culminación del Plan de sucesión regional.

Para reducir la rotación, ofrecemos horarios de trabajo flexibles y apoyamos el crecimiento personal. También cumplimos con todos los requisitos legales para las negociaciones laborales, trabajando estrechamente con los representantes de los trabajadores en cada país para alinear los acuerdos con las leyes laborales locales.

Nuestros paquetes de beneficios integrales se alinean con las mejores prácticas regionales y están adaptados a cada mercado. Algunos ejemplos de beneficios que ofrecemos a nuestros empleados:

- Seguro de vida
- Asistencia médica
- Cobertura por discapacidad e invalidez
- Programas de bienestar
- Permiso parental
- Horarios flexibles
- Jornada laboral reducida
- Cobertura de almuerzo
- Comidas y uniformes gratuitos
- Programas de motivación y reconocimiento
- Reconocimiento para ocasiones especiales, como cumpleaños o matrimonios
- Oportunidades de capacitación, incluidos becas y acuerdos con instituciones educativas
- Bonos por desempeño
- Días adicionales de vacaciones (en algunos mercados)
- Programas de idiomas (en algunos mercados)
- Gimnasio en la oficina (en algunos mercados)

Políticas de compensación

Como parte de nuestra propuesta de valor para empleados, ofrecemos una compensación competitiva que recompensa y reconoce el desempeño. Nuestra estructura de compensación se basa en tres políticas clave:

POLÍTICA DE GESTIÓN DE SALARIOS FIJOS

Cada país sigue una estructura salarial basada en las prácticas del mercado, asegurando que los salarios internos sean competitivos y estén alineados con los estándares de la industria para cada rol. Esta política está diseñada para mantener la equidad salarial para puestos similares en toda la organización, basándose en el mérito y las promociones. Los gerentes locales y regionales de compensación supervisan el proceso, que sigue una matriz de aprobación definida por el equipo de Auditoría. El Comité de compensaciones lidera y aprueba esta política.

POLÍTICA DE BONIFICACIÓN A CORTO PLAZO

Nuestra estructura de bonificación es consistente en todos los países, con reglas claras y estandarizadas para su cálculo. Este proceso es gestionado por los gerentes locales y regionales de compensación, con supervisión del Comité de compensaciones. Anualmente, nuestro CEO revisa y aprueba los indicadores de desempeño de la compañía para asegurar que estén alineados con los objetivos estratégicos corporativos.

POLÍTICA DE INCENTIVOS A LARGO PLAZO

Esta política se aplica en todos los países y es definida por el Comité de compensaciones. El equipo de Compensación corporativa es responsable de su implementación.

Evaluación de desempeño

En línea con nuestra evolución corporativa y transformación cultural, rediseñamos el proceso de Gestión del desempeño para impulsar un cambio de mentalidad. El nuevo enfoque evalúa el nivel de contribución como un acelerador clave, permitiéndonos analizar el logro de los resultados, su impacto en los objetivos estratégicos y la dificultad para alcanzarlos. Este cambio se aplicó al Staff de la compañía.

100%
del Staff tuvo evaluación de desempeño en 2024





Empoderando el crecimiento

Reconocemos que el desarrollo continuo de habilidades es esencial para el crecimiento del equipo. En 2024, mejoramos los programas de aprendizaje de la Hamburger University, introduciendo nuevas iniciativas para empleados de restaurantes. Estos programas se enfocaron en liderazgo, estrategia, servicio al cliente y el uso de datos para mejorar los resultados del aprendizaje, ayudando a nuestros equipos a prosperar en una industria en constante cambio.

Integramos los cinco nuevos principios de nuestra Cooltura de servicio en todos nuestros programas de aprendizaje. Adoptamos estos valores con el objetivo de crear un entorno seguro, respetuoso e inclusivo para nuestros empleados y clientes.

Expandimos el entrenamiento para incluir nuevos programas para Gerentes de restaurantes, al abordar sus desafíos únicos y dotarlos de las habilidades necesarias para un liderazgo efectivo. También introdujimos un programa de educación digital, con 10 cursos enfocados en el uso de herramientas digitales para aumentar las ventas.

La tecnología juega un papel vital en la capacitación y el negocio. Por eso, en 2024 integramos la base de datos de empleados de SAP de 11 países en nuestro sistema de aprendizaje, para mejorar el seguimiento de progreso de la formación de nuestros equipos. También desarrollamos un panel en tiempo real para ayudar a los líderes a gestionar la finalización de cursos y asegurar la coherencia en programas clave como los Fundamentos de marca.

+300,000 certificados entregados por cursos de uso de herramientas digitales para aumentar las ventas.

41.711
Staff
Total horas

12,7
Promedio horas

2.360.613
Crew
Total horas

22,7
Promedio horas

597.236
Gerentes de operaciones y restaurante, y equipo de gerencia
Total horas

29,5
Promedio horas

Desarrollo del liderazgo

El liderazgo es un motor que nos permite avanzar en nuestra evolución cultural. Para guiar nuestro crecimiento, definimos tres aceleradores culturales: liderazgo situacional, disonancia constructiva y mentalidad de crecimiento. Estos principios forman la base de nuestra estrategia de liderazgo y apoyan el desarrollo cultural continuo.

Como parte de la estrategia, establecimos el Comité de innovación, un equipo de expertos de diversas disciplinas y mercados. Su misión es identificar y adoptar las mejores prácticas en modelos de innovación, asegurando que sigamos siendo ágiles y visionarios en un contexto de constante evolución. Además, nuestro equipo de liderazgo recibió capacitación en la exploración de tendencias globales, innovación y estrategias que nos ayudan a anticipar desafíos futuros.

En 2024, también ofrecimos siete cursos enfocados en liderazgo y estrategia para los equipos de restaurante y Staff. Realizamos clases presenciales en varios países, incluidos Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Costa Rica, México, Puerto Rico, Panamá y Venezuela. El feedback fue positivo, con una puntuación de satisfacción general de 9,94 sobre 10.

+1.300
empleados graduados de cursos enfocados en liderazgo y competencias estratégicas

+50
clases presenciales

99%
de los participantes comentó que el contenido fue útil y aplicable a sus roles



Salud y seguridad garantizada

Creemos que proteger la salud y la seguridad de nuestros empleados y clientes es una responsabilidad compartida. Es por eso que estamos comprometidos con la creación de entornos de trabajo seguros y con brindar experiencias agradables a nuestros clientes.

Para reducir riesgos, establecemos objetivos de mejora y revisamos regularmente nuestros programas de salud y seguridad. Seguimos el enfoque "Observar, Analizar, Diseñar, Actuar" para prevenir accidentes, identificando y abordando proactivamente los riesgos para la salud. Estos esfuerzos contribuyen a reducir enfermedades e incidentes laborales, disminuyendo la rotación y el ausentismo.

Prevenir accidentes laborales y enfermedades ocupacionales es una responsabilidad compartida por todos los empleados, incluidos los trabajadores temporarios. Por eso, fomentamos activamente una cultura de seguridad que beneficia a toda la compañía.

Desde el desarrollo de productos hasta la construcción de nuevos restaurantes, nos aseguramos de que la salud y la seguridad se prioricen en cada etapa.



Sistema de gestión de salud y seguridad

Estamos comprometidos con proteger a todas las personas que interactúan con nuestra organización, incluidos los empleados de oficinas corporativas, los equipos de restaurante y los clientes, garantizando un entorno seguro y saludable para todos.

Nuestro sistema de gestión de salud y seguridad se alinea a las leyes locales de cada país en el que operamos y abarca a todos los empleados. Los equipos de Personas y cultura y de Seguridad ocupacional trabajan en conjunto para gestionar programas que monitorean de forma proactiva las tareas y los riesgos, realizando auditorías periódicas en los lugares de trabajo.

Apoyamos este proceso con una matriz que nos ayuda a identificar peligros, evaluar riesgos e investigar incidentes. Nuestras herramientas de monitoreo también fortalecen los procesos de gestión. Además, realizamos inspecciones regulares en los restaurantes para identificar y abordar riesgos potenciales.

Durante este período, los accidentes laborales más frecuentes registrados fueron caídas, colisiones con objetos y contacto con superficies calientes. Una vez identificados estos incidentes, exploramos alternativas para reducir peligros y riesgos, realizando revisiones y los ajustes necesarios. Nuestro equipo técnico verifica regularmente que las soluciones se estén implementando correctamente y continúa tomando medidas para prevenir y reducir los impactos en la salud y seguridad de nuestro equipo.

Seguridad y bienestar en equipo

Brindamos a nuestros empleados la orientación y los recursos necesarios para tomar decisiones informadas sobre su bienestar. Cada miembro del equipo recibe nuestra Política de Salud y Seguridad junto con instrucciones claras para garantizar que comprendan los protocolos de seguridad en el lugar de trabajo.

La capacitación es una parte importante de este proceso, comenzando con una introducción a los conceptos básicos y las regulaciones para todos los nuevos empleados. Desde su primer día, cada miembro del equipo participa en un ciclo de capacitación integral que abarca los requisitos específicos de seguridad y salud en las operaciones diarias.

Para reforzar la conciencia y la preparación, nuestras Guías de capacitación operacional cubren contenido esencial sobre seguridad y salud, garantizando que los empleados estén al tanto de las mejores prácticas. El ciclo también incluye la certificación en MCampus para la prevención de riesgos laborales.

En 2024, lanzamos varios programas y proyectos para apoyar el bienestar de los empleados. Estos esfuerzos se centraron en áreas como servicios de telemedicina que ofrecen atención médica, nutricional y psicológica; mejorar la nutrición de los empleados; apoyar a las mujeres embarazadas y proporcionar cuidado infantil durante el primer año. También introdujimos plataformas de bienestar, membresías de gimnasio y mejor acceso a recursos de salud mental.

103.764
personas obtuvieron
la certificación
en Prevención de
riesgos laborales





Abrazar la diversidad, impulsar la inclusión

Sabemos que un entorno de trabajo inclusivo nos hace más fuertes, mejora nuestras decisiones y profundiza nuestra conexión con las comunidades. Al dar la bienvenida a perspectivas diversas, fomentamos la innovación y el crecimiento, mientras aseguramos que cada individuo se sienta valorado y empoderado.

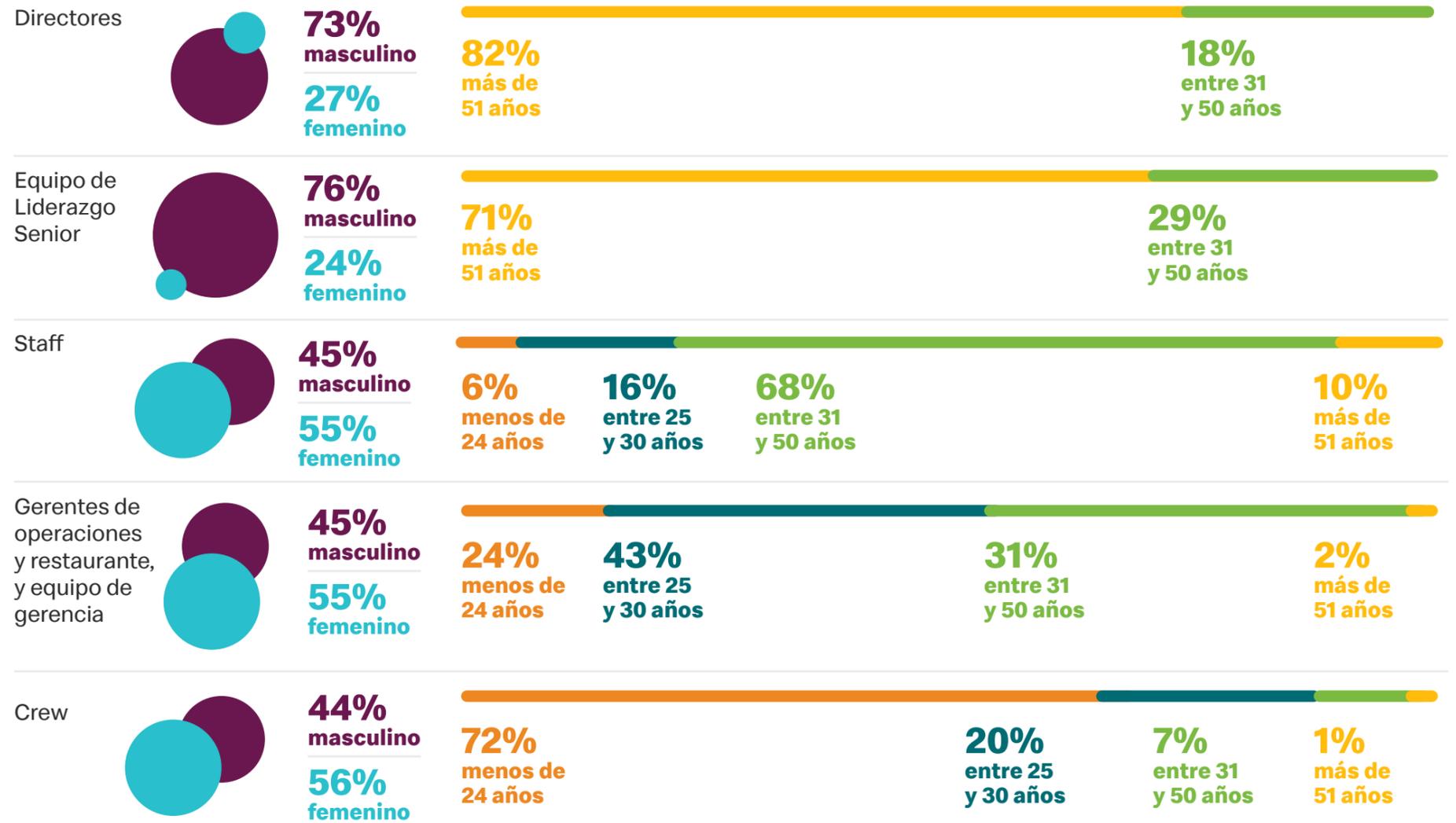
Nos nutrimos de los talentos y perspectivas únicas de nuestro equipo diverso.

Lanzado en 2018, el Comité de diversidad e inclusión estuvo a la vanguardia en la promoción de una cultura laboral inclusiva donde todos, independientemente de su género, raza o edad, tienen la oportunidad de prosperar. Dirigido por Marlene Fernández, Vicepresidenta de relaciones gubernamentales, y patrocinado por Woods Staton, nuestro Presidente ejecutivo, el comité reúne a empleados de diversas disciplinas y niveles jerárquicos en nuestros mercados.

El trabajo del Comité se enfoca en cinco áreas clave: Género, Relaciones intergeneracionales, Diversidad sexual, Salud y bienestar, y Personas con discapacidad. Al construir redes internas sólidas, el Comité asegura que Arcos Dorados amplifique voces diversas y cree espacios donde la inclusión no solo se fomente, sino que se practique activamente.

Nuestro compromiso con la diversidad y la inclusión se refleja en acciones concretas. Desde 2021 hasta 2024, tres mujeres más se unieron a nuestro Equipo de Liderazgo de 17 miembros y promovimos, más que nunca antes, a más mujeres a cargos gerenciales. Introdujimos un Código de conducta para la interacción respetuosa con la comunidad LGBTIQ+ y lanzamos Espacios azules en 12 países para clientes con Trastornos del Espectro Autista. Para apoyar aún más el bienestar de los empleados, también implementamos servicios de salud en línea 24/7, brindándoles acceso directo a médicos y psicólogos cuando lo necesiten.

Diversidad de nuestro equipo





Orgullo de ser visible

Basados en el éxito de la campaña McDonald's vio en mí de 2023, en 2024 introdujimos el lema Orgullo de ser visible. Esta nueva campaña reforzó el compromiso de Arcos Dorados de reconocer y respetar la individualidad como un valor humano fundamental en la vida y en el lugar de trabajo.

En 2024, nuestro enfoque estuvo en la diversidad sexual y las personas con discapacidad, enfatizando la importancia de la visibilidad para derribar prejuicios y fomentar un entorno donde todos puedan expresar libremente quiénes son. ¿Por qué este concepto? Al hacer más visible la diversidad, creamos un entorno de trabajo inclusivo, respetuoso y libre de discriminación, asegurando que todos los empleados se sientan empoderados para ser su yo auténtico.

12
países involucrados

95.000
personas alcanzadas

+50
testimonios reales



Personas con discapacidades

En 2024, avanzamos en la inclusión de personas con discapacidad eliminando barreras en el lugar de trabajo, evaluando necesidades a través de encuestas y capacitando a los equipos en interacciones respetuosas. Implementamos capacitaciones en lengua de señas en varios países, desarrollamos materiales accesibles para colaboradores con discapacidad auditiva y mejoramos la comunicación interna con subtítulos.

2.493
personas con
discapacidades en
nuestro equipo

Género

La Red de Mujeres de Arcos Dorados está comprometida con aumentar la participación femenina en roles de liderazgo. Hoy, las mujeres representan el 57% de nuestra fuerza laboral, con una participación cuatro veces mayor en nuestro Equipo de Alta Dirección. Además, el 57% de nuestras gerentas de restaurante son mujeres.

En 2024, la red llevó a cabo sesiones sobre violencia de género, acoso laboral y sesgos inconscientes, obtuvo certificaciones como Great Place to Work for Women y amplió las capacitaciones internas para formar agentes de cambio.

Participación femenina por categoría laboral

POSICIÓN





Diversidad sexual

La Red de Orgullo en Arcos Dorados trabaja en la promoción de un espacio seguro e inclusivo para la comunidad LGBTQ+ impulsando el crecimiento personal y profesional para todos nuestros empleados, independientemente de su identidad sexual.

Desde su lanzamiento, la red presentó una Guía de Diversidad Sexual disponible en cuatro idiomas, estableció alianzas locales con la comunidad LGBTQ+ en varios países de la región, e implementó uniformes y baños neutros en cuanto al género.



Salud y bienestar

La Red de Bienestar de Arcos Dorados diseña y promueve programas que fomentan una cultura de cuidado y apoyo mutuo entre nuestros empleados.

Para ofrecer atención accesible, implementamos un servicio de consultas médicas de 24 horas a través de WhatsApp en varios mercados, brindando apoyo en salud mental y física. En 2024, la red organizó reuniones regionales y activaciones de bienestar en el lugar de trabajo, junto con campañas de salud. Además, el equipo obtuvo descuentos para servicios de salud para apoyar aún más el bienestar de los empleados.



Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI y SASB

Abastecimiento responsable



La energía detrás de nuestra comida

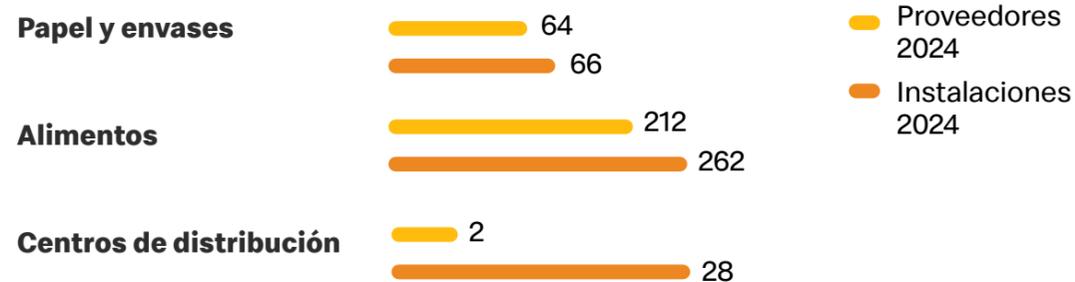
Nuestro compromiso con la calidad comienza mucho antes de que la comida llegue a la mesa de nuestros clientes: empieza en el origen. Priorizamos el trabajo con cadenas de suministro regionales, asegurando que nuestros principales ingredientes se obtengan de forma fresca y local siempre que sea posible. Este enfoque no solo garantiza alimentos seguros y de alta calidad, sino que también apoya a las economías locales y reduce nuestro impacto ambiental.

Vamos más allá de las mejores prácticas internacionales al trabajar con proveedores, mercados y equipos globales para impulsar la sostenibilidad en categorías clave como carne vacuna, pollo, café y fibra. Nuestras alianzas promueven la agricultura regenerativa y las prácticas circulares, alineándose con nuestros valores en cada eslabón de la cadena.

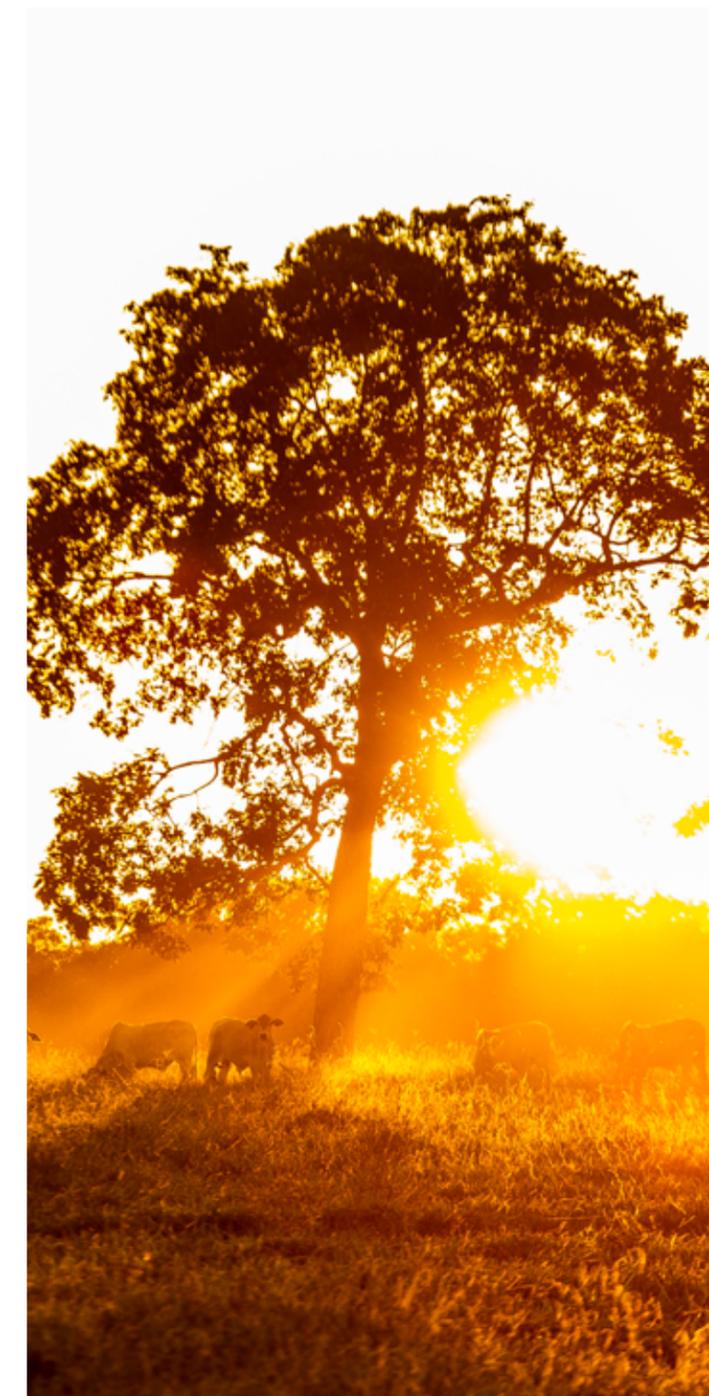
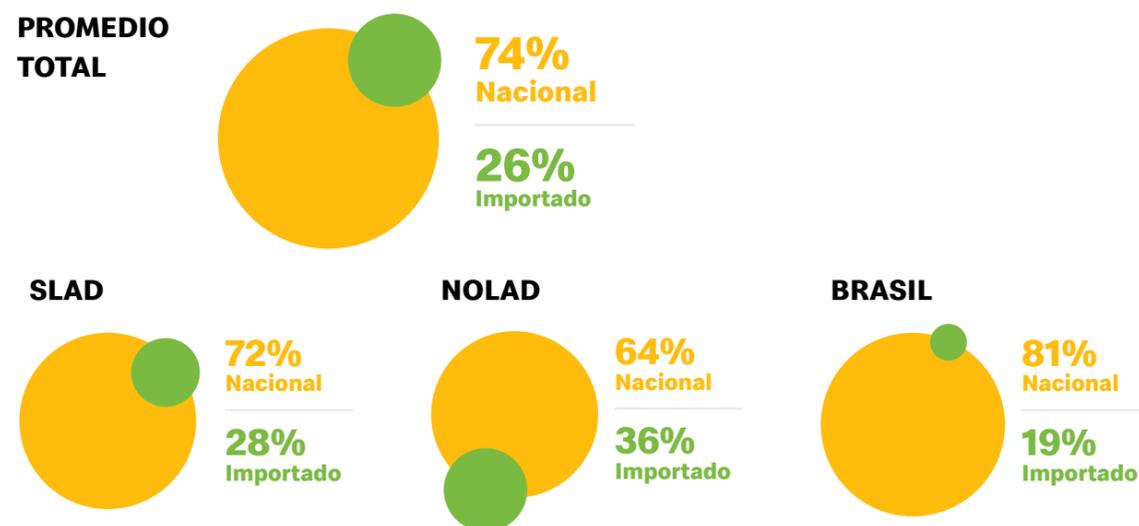
Se trata de influir positivamente en la forma en que se obtienen y producen los alimentos en nuestra región.

Damos prioridad a las cadenas de suministro locales para apoyar el desarrollo regional. Al trabajar con proveedores locales, generamos oportunidades de empleo, fomentamos la innovación y mejoramos las prácticas agrícolas e industriales. Esto fortalece las industrias, impulsa las economías y promueve la sostenibilidad en el sector.

Cantidad de proveedores e instalaciones



Compras locales





Código de conducta y cumplimiento

Para asegurar que los proveedores respeten nuestros valores y estándares, les solicitamos que renueven su compromiso firmando anualmente el Código de Conducta para Proveedores (CoC), en alianza con McDonald's. Este proceso se gestiona a través de una plataforma provista por McDonald's. El CoC abarca cuatro áreas clave:

Derechos Humanos

Basado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU, aborda la libertad de asociación, el trato justo y la no discriminación.

Entorno laboral

Requiere que el personal del proveedor esté capacitado en procedimientos de emergencia y prácticas seguras de trabajo.

Gestión ambiental

Responsabiliza a los proveedores por reducir el impacto ambiental de sus instalaciones.

Integridad empresarial

Incluye evaluaciones de desempeño, políticas anti-soborno y confidencialidad.

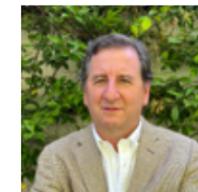
Nuestra gestión se alinea a los estándares de McDonald's, con un enfoque en la calidad y la seguridad alimentaria. Cumplimos con normativas ISO, BRC y regulaciones locales. Como parte de la Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (GFSI, por sus siglas en inglés), alentamos a nuestros proveedores a seguir las mejores prácticas internacionales. Los proveedores son auditados por terceros para verificar que cumplan con estos estándares, y utilizamos tableros de control mensuales para ayudarlos a mejorar su desempeño en áreas clave.



“Nuestro compromiso con el desarrollo sostenible se refleja en la integración de aspectos ambientales, sociales y de gestión en todas nuestras acciones, alineándonos con altos estándares como SWA, Bienestar Animal, GMP y BRC.

Innovamos de forma constante incorporando tecnologías que optimizan procesos y reducen el impacto ambiental, desde iniciativas de eficiencia energética hasta proyectos de economía circular, como biodigestores y gestión de residuos, minimizando nuestra huella y maximizando la reutilización de desechos.

Con foco en la sostenibilidad a largo plazo, promovemos prácticas responsables dentro de nuestra industria y en las comunidades que nos rodean. Nuestro proceso productivo combina una gestión ambientalmente responsable con tecnología y estándares rigurosos orientados a reducir las externalidades.”



José Miguel Larraín

Gerente General

Procarne, Frima y Mafrisur



Auditorías requeridas a proveedores

Responsabilidad Social en el lugar de trabajo (SWA)

Aplica a nuestros proveedores de alimentos, envases, centros de distribución, marketing y uniformes. Se les exige completar una autoevaluación online cada año. Según los resultados, McDonald's determina qué proveedores deben someterse a auditorías de terceros. La evaluación abarca integridad empresarial, derechos humanos, estándares laborales, seguridad en el trabajo y gestión ambiental. En los últimos tres años no se han reportado incidentes significativos relacionados con derechos humanos. Esta política se aplica en todos los países donde opera Arcos Dorados, excepto Venezuela.

Sistema de Gestión de Calidad de Proveedores (SQMS)

Esta auditoría anual evalúa el cumplimiento de los requisitos de inocuidad y calidad alimentaria, asegurando que los proveedores cumplan con los estándares de McDonald's y mantengan la documentación correspondiente. Aplica a todos los proveedores de alimentos.

Buenas Prácticas de Manufactura (GMP)

Esta auditoría garantiza que los proveedores de alto riesgo sigan buenas prácticas de manufactura. Revisa los procesos de producción, proceso y almacenamiento de alimentos para asegurar condiciones seguras y sanitarias. La auditoría no es anunciada y se realiza anualmente por empresas externas.

Calidad e Inocuidad para envases descartables (GQSR)

Este programa define las expectativas de McDonald's sobre la gestión de calidad e inocuidad de los proveedores de envases, basándose en el estándar BRC/IoP. Cubre todas las áreas de calidad e inocuidad del producto, incluyendo las instalaciones y su personal, evaluando cómo gestionan el sistema de calidad. Está dirigido a los proveedores de envases con frecuencia anual.

Gestión de Calidad en la Distribución (DQMP)

Esta auditoría anual, realizada por firmas externas, verifica que los centros de distribución cumplan con todos los requisitos legales y regulatorios de almacenamiento, y mantengan prácticas adecuadas de gestión de inventario.

	Instalaciones evaluadas	Instalaciones nuevas evaluadas	Instalaciones con resultados negativos	Instalaciones con resultados negativos y acuerdos de mejora	Instalaciones con resultados negativos y fin del contrato
SWA	368	25	30 ¹	2	0
SQMS	262	21	0	0	0
GMP	104	0	0	0	0
GQSR	54	0	0	0	0
DQMP	27	0	0	0	0

1 En 2024, McDonald's migró sus sistemas a una única plataforma llamada OnPoint. Debido a esta transición, la plataforma se cerró antes de completar las reauditorías, lo que dejó a 28 proveedores sin ellas. Sin embargo, todas las auditorías están programadas para el primer trimestre de 2025 y los proveedores ya han trabajado en sus planes de acción correctiva y preventiva.





Apoyo a la naturaleza, las comunidades y el bienestar animal

Adoptamos un enfoque integral para proteger los recursos naturales, apoyar a las comunidades que dependen de ellos y asegurar el futuro de nuestro negocio. Trabajamos junto a proveedores y productores para preservar los ecosistemas, promover la biodiversidad y fomentar el bienestar animal.

El bienestar animal es una parte fundamental de una cadena de suministro ética y sostenible. Al priorizarlo, no solo cumplimos con nuestras responsabilidades éticas, sino que también fortalecemos nuestra cadena de valor. A medida que los consumidores son cada vez más conscientes del origen de los alimentos, nuestro compromiso con la transparencia genera confianza, mejora nuestra reputación y promueve la lealtad de nuestros clientes.



Este enfoque está directamente vinculado con nuestras acciones frente al cambio climático, el abastecimiento responsable y el respeto por los derechos humanos. Suelos sanos, pastizales y bosques saludables son esenciales para los sistemas agrícolas que abastecen nuestro menú.

"En Cabrales, creemos que la sostenibilidad se construye en equipo, una taza a la vez. Desde 2018, nuestra certificación Rainforest Alliance refleja nuestro compromiso con la producción responsable de café, asegurando que cada grano de café tostado y molido que producimos para Arcos Dorados contribuye al bienestar de las comunidades y a la preservación del ambiente. Como aliados estratégicos, seguimos pensando juntos y trabajando en equipo para promover prácticas más sostenibles. Durante el último año, hemos logrado un impacto positivo, calidad y sabor en más de 25 millones de tazas de café en varios países de la región."



Manuel Cabrales

Gerente de Operaciones



Materias primas responsables

La sostenibilidad está en el centro de nuestra estrategia de abastecimiento de materias, garantizando que los insumos cumplan con los más altos estándares de trazabilidad, producción responsable y gestión socioambiental. Trabajamos con certificaciones reconocidas y colaboramos estrechamente con nuestros proveedores para cumplir con estándares rigurosos.

Nuestros proveedores estratégicos deben garantizar el origen de las materias primas y firmar declaraciones juradas para productos como el pollo y la carne vacuna. El aceite de palma utilizado por nuestros proveedores debe contar con la certificación RSPO, y exigimos café 100% certificado y sustentable para nuestras bebidas. Además, garantizamos que la soja presente en el alimento de pollos sea sostenible en regiones prioritarias, y promovemos el abastecimiento de carne libre de deforestación en Argentina y Brasil. El pescado debe cumplir con estándares de sostenibilidad o contar con certificación MSC.

Más allá de las certificaciones, impulsamos la sostenibilidad del sector mediante iniciativas como la promoción de la agricultura regenerativa junto a McCain y el impulso de la ganadería sustentable con Fundación Vida Silvestre y Marfrig en Argentina.

100% de la carne

adquirida en Argentina y Brasil a proveedores directos son monitoreadas con tecnología satelital para asegurar el cumplimiento de la Política de Abastecimiento de Carne Libre de Deforestación (DFBPP, por sus siglas en inglés) de McDonald's y su Compromiso con los bosques.

Las regiones prioritarias con alta deforestación por producción de carne vacuna se encuentran en Argentina (Chaco), Brasil (Amazonas y Cerrado) y Paraguay (Chaco).

100% del café

está certificado bajo Rainforest Alliance, Fair Trade USA o Fair Trade International.

Incluye todo el café, molido, en grano y descafeinado.

90% de la soja

incluida en el alimento para pollos, cuyo origen se declara fuera de los Estados Unidos está sujeta al requisito de créditos de la Roundtable on Responsible Soy.

Las regiones prioritarias con alta deforestación por producción de soja se encuentran en Argentina (Chaco), Brasil (Amazonas y Cerrado) y Paraguay (Chaco).

100% del pescado

proviene de poblaciones criadas de manera sostenible. Los proveedores de pescado son responsables de gestionar de manera responsable las poblaciones pesqueras, minimizando el impacto de la pesca y conservando el ambiente.

99,5% del aceite de palma

utilizado como ingrediente por los proveedores está certificado bajo los estándares de la Roundtable on Sustainable Palm Oil.

No usamos aceite de palma para freír en nuestros restaurantes. Nos aseguramos de que, si nuestros proveedores lo utilizan como ingrediente en productos principales, cuente con certificación RSPO. Esto no incluye el aceite de palma ni sus derivados utilizados como ingredientes secundarios en los productos de McDonald's. Excepto en Venezuela.

99% de los proveedores de fibra

utilizada en envases principales cuentan con la certificación del Forest Stewardship Council® (FSC) o la certificación PEFC.

Los envases primarios a base de fibra se utilizan para empaquetar alimentos en los restaurantes McDonald's. Cuando la fibra virgen proviene de países con alto riesgo de deforestación (Argentina, Camboya, China, Indonesia, Laos, Malasia, Rusia y Vietnam), debe contar con certificación FSC. En el caso de Argentina, debe estar certificada por FSC o provenir de fuentes de madera controlada por FSC con certificación completa de cadena de custodia.



Elevar el estándar en el cuidado animal

Estamos comprometidos a obtener alimentos de animales saludables criados bajo los más altos estándares de cuidado. El abastecimiento responsable y el trato ético van de la mano, por lo que trabajamos estrechamente con los proveedores para asegurar las mejores prácticas en el bienestar animal.

Monitoreamos el bienestar animal a través de métricas de rendimiento, auditorías de terceros e indicadores clave. Nuestro enfoque sigue los cinco principios del bienestar animal establecidos por la Organización Mundial de Sanidad Animal y se centra en mejorar la gestión en cada etapa. Nuestro programa de patrocinio de proveedores y el cumplimiento de la Lista de Proveedores Aprobados de McDonald's aseguran la adquisición de productos solo de instalaciones verificadas.

Todos nuestros proveedores de proteínas animales—carne, cerdo y pollo—deben cumplir con estrictos requisitos para el trato humanitario, el uso responsable de antibióticos y los estándares líderes en la industria establecidos por la Organización de Certificación de Auditores Profesionales de Animales (PAACO, por sus siglas en inglés). Las auditorías anuales de terceros evalúan el cumplimiento de las buenas prácticas de manufactura (GMP), los estándares HACCP, los

protocolos específicos de bienestar animal. Los frigoríficos de carne también deben cumplir con los requisitos de la BSE.

Pero el cumplimiento es solo el punto de partida. Nos esforzamos por impulsar el cambio a través de la educación y la colaboración. En junio de 2024, trabajamos con McDonald's para organizar un evento sobre bienestar animal en Argentina con la participación de la Dra. Temple Grandin, una renombrada experta en manejo humanitario de ganado. Ella proporcionó una capacitación práctica para 120 participantes, incluidos proveedores de carne y pollo, reforzando las mejores prácticas y fortaleciendo el conocimiento en toda la industria.

Mejora continua, supervisión estricta y colaboración con líderes de la industria, para seguir a la vanguardia del bienestar animal.

100%
Proveedores auditados con prácticas de bienestar animal

100%
Proveedores de carne vacuna que firmaron la Política de uso responsable de antibióticos

100%
Proveedores de cerdo que firmaron la Política de uso responsable de antibióticos

100%
Proveedores de pollo que firmaron la Política de uso responsable de antibióticos

Huevos frescos libres de jaula

Como parte de la Receta del futuro, nos comprometimos a obtener el 100% de nuestros huevos frescos sin jaulas para finales de 2025. Al 31 de diciembre de 2024, el 35,3% de los huevos frescos servidos en los restaurantes McDonald's de América Latina provenían de gallinas criadas sin jaulas, lo que refleja nuestro compromiso con el abastecimiento sostenible y el bienestar animal.

Hemos logrado la transición a huevos frescos libres jaulas en Costa Rica, Puerto Rico, Ecuador, Perú, Uruguay y Brasil. Este cambio no se trata solo de cumplir un objetivo; es sobre mejorar el bienestar de las gallinas ponedoras. Los sistemas libres jaulas les otorgan más espacio para moverse y expresar comportamientos naturales, asegurando mejores condiciones de vida.

Al priorizar los huevos frescos libres jaulas, no solo establecemos estándares éticos más altos, sino que también contribuimos a un sistema alimentario más sostenible. Nuestro progreso fue reconocido por MICA, una herramienta de transparencia de Mercy for Animals que clasifica a las empresas según su desempeño en bienestar animal, obteniendo la categoría de progreso moderado mientras seguimos trabajando hacia la categoría oro (100% libre jaulas). También respondimos al Cage-Free Tracker, con nivel B en el informe de 2024.

35,3%
de huevos frescos libres de jaulas



Proteger los bosques y respetar a las comunidades

Estamos liderando el camino en la adquisición responsable de carne vacuna, con la responsabilidad de ayudar a la industria a adoptar prácticas de producción más sostenibles. Como un ingrediente clave en nuestro menú, la carne requiere una supervisión ambiental y social rigurosa, y estamos comprometidos a establecer el estándar para una adquisición sostenible.

McDonald's es la única empresa en nuestra industria con una Política de abastecimiento de carne libre de deforestación (DFBPP), que monitorea la deforestación, protege las tierras indígenas, aplica regulaciones ambientales y defiende los derechos humanos. Esta política aplica a áreas de alto riesgo como Argentina y Brasil, donde trabajamos estrechamente con los proveedores para garantizar el cumplimiento total.

Monitoreamos el 100% de la carne adquirida de proveedores directos en estos países, utilizando tecnología satelital y monitoreo remoto con socios como Proforest y Agrottools. A través de Agrottools, evaluamos criterios ambientales y sociales clave, asegurando que nuestros proveedores cumplan con estrictos estándares. Realizamos un mapeo detallado para detectar y abordar la deforestación, granjas vinculadas al trabajo forzado o embargos, y expansión agrícola en áreas protegidas.

Con esta información, entrenamos a los proveedores y fomentamos decisiones responsables de adquisición basadas en datos. Como reflejo de este compromiso, en marzo, organizamos la visita del equipo global de Supply Chain e Impacto de McDonald's en Argentina. Participaron en reuniones sobre nuestra política de deforestación y visitaron la planta de uno de nuestros proveedores, obteniendo información directa sobre nuestras prácticas de abastecimiento sostenibles.

Junto a nuestros proveedores, seguimos protegiendo los bosques, respetando a las comunidades e impulsando cambios positivos en la industria de la carne.

Liderando el camino

Creemos en impulsar un cambio a nivel industrial y fomentar la acción colectiva a través de asociaciones estratégicas. Por eso participamos activamente en mesas redondas globales y locales que promueven la producción sostenible de carne.

En Argentina, somos miembros activos del Comité Directivo de la Mesa Argentina de Carne Sostenible (MACS). En Brasil, formamos parte del Consejo de la Mesa Brasileña para la Carne Sostenible (MBPS), y en Uruguay, nos unimos a la Mesa Uruguaya de Carne Sostenible (MUCS). Estas acciones estratégicas están alineadas con la misión de la Mesa Redonda Global para la Carne Sostenible (GRSB).

En 2024, participamos en la Cumbre de la GRSB en Punta del Este, Uruguay, donde líderes de la industria y expertos de más de 24 países se reunieron para promover la sostenibilidad en el sector de la carne.

Nuestro Vicepresidente de impacto social y desarrollo sostenible, Gabriel Serber, se unió a otros líderes de la industria en el panel Construyendo cadenas de suministro de carne más sostenibles. Allí, compartió ideas sobre los pasos que Arcos Dorados está tomando para implementar políticas de cero deforestación, un componente esencial de nuestra estrategia Receta del futuro. Su presentación reforzó nuestro compromiso con el abastecimiento responsable, la protección de los bosques y la producción de alta calidad, lo que resonó fuertemente entre los asistentes y los actores clave de la industria.





Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI y SASB

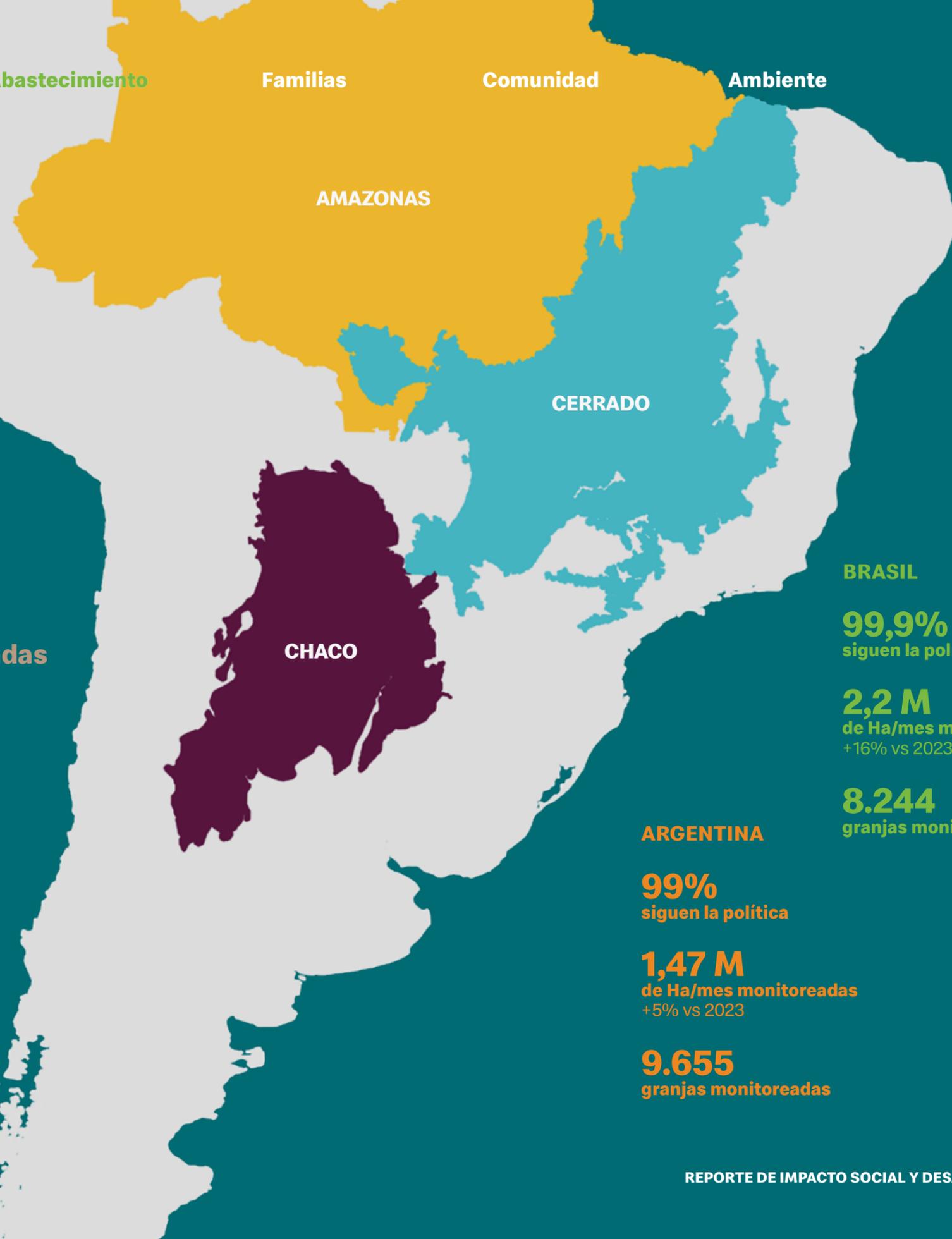
Cifras de la Política de abastecimiento de carne libre de deforestación

99,6%
de la carne proveniente de Argentina y Brasil cumplió con la Política de abastecimiento de carne sin deforestación de McDonald's

3,67 M
de Ha/mes monitoreadas

17.899
granjas monitoreadas

5,1 M
de animales monitoreados



BRASIL

99,9%
siguen la política

2,2 M
de Ha/mes monitoreadas
+16% vs 2023

8.244
granjas monitoreadas

ARGENTINA

99%
siguen la política

1,47 M
de Ha/mes monitoreadas
+5% vs 2023

9.655
granjas monitoreadas



Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI y SASB

Compromiso con las familias





Estamos comprometidos a apoyar a las familias a través de la innovación, mejores alimentos y operaciones responsables.

Innovación a toda carga

Para nosotros, la innovación se trata de mantenernos conectados con los clientes, impulsar el crecimiento y liderar la industria de los restaurantes de servicio rápido. Con cada mejora que hacemos a nuestro menú, estamos creando continuamente nuevas y mejores experiencias que hacen que las familias nos vuelvan a elegir.

Durante más de seis años, utilizamos la metodología Stage and Gate, un proceso estructurado para asegurar que cada producto esté bien pensado e impacte positivamente. Dirigido por nuestro equipo de Estrategia de alimentos, expertos de diversas áreas de la compañía colaboran para promover una innovación inteligente y optimizar recursos.

Para asegurarnos de que cada innovación agregue valor, utilizamos métricas clave de desempeño como el ROI, la contribución marginal, horas de capacitación y unidades por día y restaurante. Estos indicadores nos ayudan a seguir el impacto de cada iniciativa, refinar nuestras estrategias y lograr mejores resultados.

Innovamos nuestro menú a través de un proceso de cinco etapas:

1 EXPLORACIÓN DE IDEAS

Las ideas provienen de estudios de consumidores, análisis de tendencias e investigaciones del sector.

2 CATEGORIZACIÓN

Estas ideas se clasifican en tres niveles: global, regional y local, lo que permite innovaciones adaptadas a mercados específicos, aprovechando la fuerza global de la marca McDonald's.

3 VALIDACIÓN

Una vez que una idea es validada con los consumidores, pasa a una planificación detallada. Esto incluye la creación de casos de negocio y briefs, que describen recetas, proyecciones de costos, volúmenes esperados e inversiones necesarias.

4 EJECUCIÓN

Equipos interfuncionales, que incluyen a Marketing, Supply Chain, Calidad, Operaciones y Capacitación, colaboran para asegurar un lanzamiento exitoso del producto.

5 POST-ANÁLISIS

Luego del lanzamiento, los mercados analizan los resultados, midiendo el éxito a través de los indicadores definidos y compartiendo las mejores prácticas entre regiones.



Casos de éxito

En 2024, el enfoque en innovación continuó fortaleciendo nuestro vínculo con las familias, ofreciendo productos deliciosos y experiencias excepcionales, mientras destacábamos el poder de la colaboración y la creatividad en toda la organización. Este enfoque generó innovaciones notables en todos los niveles.

Éxito global

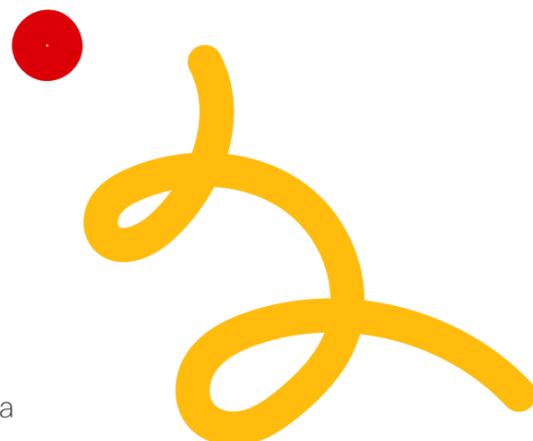
La iniciativa *Best Burger*, que comenzó como un proyecto global, se adaptó a los gustos únicos de cada mercado de Arcos Dorados.

Éxitos regionales

Campañas como *Fórmula uno*, *Minions Vertigation*, *McCrispy Legend* y *BT21* resonaron fuertemente con los comensales en múltiples países.

Favoritos locales

Creaciones únicas como el *McCrispy Cajun* (Brasil y Panamá), *Festival Crotantella* (Panamá), *McFlurry Jumbo* (Colombia), *Bacon Cheddar McMelt* (Uruguay) y *McLeyenda* (Argentina) se convirtieron en éxitos destacados, demostrando nuestra capacidad para adaptarnos a los gustos locales.



Ingredientes más simples

Queremos que los momentos deliciosos y reconfortantes sean fáciles para todos. Nuestros clientes están en el corazón de todo lo que hacemos, y nuestro menú refleja quiénes somos. Por eso, siempre estamos escuchando, evolucionando y esforzándonos por mejorar cada día.

Seguimos la Global Food Charter de McDonald's, con estándares claros para los ingredientes. Estas pautas ayudan a nuestros equipos y proveedores a crear mejores productos, manteniéndose fieles a nuestra filosofía alimentaria.



Ingredientes que evitamos

Colores artificiales

Sustancias sintéticas utilizadas para añadir o restaurar el color, sin equivalente natural.

Sabores artificiales

Sustancias que aportan sabor pero no provienen de fuentes naturales como plantas, carne, productos lácteos o fermentación.

Ingredientes que reducimos

Conservantes artificiales

Conservantes y antioxidantes sintéticos que ayudan a prevenir el deterioro y mantener la seguridad alimentaria, la calidad y la vida útil de los productos.

Alternativas

Eliminar el color sin reemplazo.

No se necesitan sabores artificiales en el Big Mac y el queso cheddar.

Envases/Equipamiento.

Eliminar el color artificial y reemplazarlo con colorante de origen natural.

Alternativas de sabor natural.

Conservantes de origen natural.

Refrigeración.



Confianza para conectar de forma responsable

Entendemos que el marketing se trata de construir confianza para fortalecer las conexiones con nuestros clientes. Impulsar prácticas de marketing responsable es esencial porque refleja nuestros valores y refuerza nuestro compromiso de actuar con integridad en todo lo que hacemos.

Tomamos esta responsabilidad en serio, asegurándonos de que nuestras campañas y comunicaciones se alineen con estándares éticos y respeten a las diversas comunidades que servimos. Priorizando la transparencia, la inclusión y la autenticidad al tiempo que buscamos crear mensajes que resuenen con nuestros clientes y reforzamos nuestro compromiso con la responsabilidad social y ambiental.

Nuestro enfoque en las familias refleja nuestra creencia de que aquí es donde podemos generar el mayor impacto. Los padres nos señalaron que quieren opciones en el menú en las que puedan confiar para alimentar a sus hijos. Consideramos este comentario, creando menús balanceados que incluyen grupos de alimentos recomendados como frutas, verduras y lácteos bajos en grasa, asegurándonos de que cumplan con las guías y estándares nutricionales nacionales e internacionales.

El marketing responsable está en el centro de nuestra estrategia. Todos los combos de la Cajita Feliz cumplen con estrictos estándares nutricionales y respetan los compromisos publicitarios regionales. Además, estamos impulsando la innovación comercial al crear nuevos canales digitales para conectar con el público, protegiendo sus datos y manteniéndonos abiertos a sus comentarios.

Queremos que tomar decisiones nutritivas para las familias sea más fácil.

Calculadora nutricional

Creemos que la información nutricional clara ayuda a nuestros clientes a tomar mejores decisiones. Por eso, creamos herramientas como nuestra calculadora nutricional, disponible en nuestros sitios web y aplicaciones móviles en el 100% de nuestros mercados.

Esta herramienta permite a los clientes consultar los menús locales, ver el valor nutricional de las comidas y compararlas con sus necesidades diarias según los estándares de la Organización Mundial de la Salud. Proporciona detalles sobre calorías, carbohidratos y otros nutrientes clave, ayudando a los clientes a tomar decisiones informadas según sus objetivos de salud.





Objetivos de la Cajita Feliz

En 2018, McDonald's introdujo los Objetivos de la Cajita Feliz para ayudar a las familias a incorporar más frutas, verduras y lácteos bajos en grasa en sus dietas, promoviendo elecciones más saludables. Desde entonces, trabajamos para mejorar el contenido nutricional de la Cajita Feliz, alineándolo con los estándares de la Organización Mundial de la Salud.

En asociación con la Alianza para una generación más saludable, realizamos un seguimiento y reportamos nuestro progreso cada dos años en Argentina, Brasil y México, asegurando transparencia y responsabilidad en nuestro compromiso con una mejor nutrición.

Ofrecer comidas equilibradas

El 50% o más de las opciones de la Cajita Feliz en los menús de los restaurantes cumplen con los criterios nutricionales de los objetivos globales de la Cajita Feliz de McDonald's.

Logrado

Simplificar los ingredientes

Se eliminaron los sabores artificiales y los colorantes añadidos de fuentes artificiales en todas las ofertas de la Cajita Feliz, sin comprometer la seguridad, el sabor, la calidad ni el valor de la comida.

Logrado

Ser transparente con la información nutricional de la Cajita Feliz

La información nutricional está disponible para todas las ofertas de la Cajita Feliz en los sitios web y aplicaciones de McDonald's.

Logrado

Marketing responsable

Todos los anuncios de la Cajita Feliz cumplen con los criterios nutricionales de los objetivos globales de la Cajita Feliz de McDonald's y con los compromisos locales y regionales existentes con respecto al marketing dirigido a niños.

Logrado

Aumentar la compra de productos con grupos de alimentos recomendados

Impulsar iniciativas de marketing innovadoras para ayudar a incrementar la compra de alimentos y bebidas que contengan grupos de alimentos recomendados en la Cajita Feliz.

En progreso



Innovación digital para impulsar el crecimiento

La innovación digital nos ayuda a fortalecer las conexiones con las familias y con la próxima generación de clientes. Al usar tecnologías avanzadas, ofrecemos experiencias personalizadas, comodidad y gran valor.

Los datos son fundamentales en esta transformación porque nos permiten adaptar las interacciones, aumentar la lealtad a la marca y fomentar visitas más frecuentes de nuestra audiencia digital. Así contribuimos a nuestro liderazgo en compromiso con el cliente e innovación.

La innovación nos ayuda a mantenernos a la vanguardia en un mercado competitivo al mejorar las experiencias de los clientes, optimizar operaciones y satisfacer las necesidades cambiantes. También respalda nuestros esfuerzos de sostenibilidad al optimizar los recursos y reducir el impacto ambiental.

Un componente clave de nuestra estrategia digital es nuestro Programa de lealtad, que nos permite comprender mejor las preferencias de los clientes mientras fortalecemos las relaciones a través de recompensas y beneficios personalizados. Al mejorar la experiencia del cliente y fomentar el compromiso a largo plazo, el programa no sólo agrega valor a nuestras visitas, sino que también respalda nuestro crecimiento continuo y liderazgo en el mercado.

En 2024, logramos hitos que consolidaron nuestra posición de liderazgo en la industria en toda América Latina:

APLICACIÓN LÍDER EN LA INDUSTRIA

Nuestra aplicación de McDonald's se ha convertido en la más preferida en la industria, especialmente entre la Generación Z, lo que refleja su atractivo para audiencias más jóvenes y con dominio tecnológico.

147 M
de descargas de la app

20.5 M
de usuarios activos mensuales

PROGRAMA DE LEALTAD TRANSFORMADOR

Nuestro Programa de lealtad continúa redefiniendo la experiencia del cliente, ofreciendo beneficios personalizados que resuenan con nuestra audiencia y mejoran su recorrido con nosotros.

16 M
de miembros
en el Programa
de lealtad

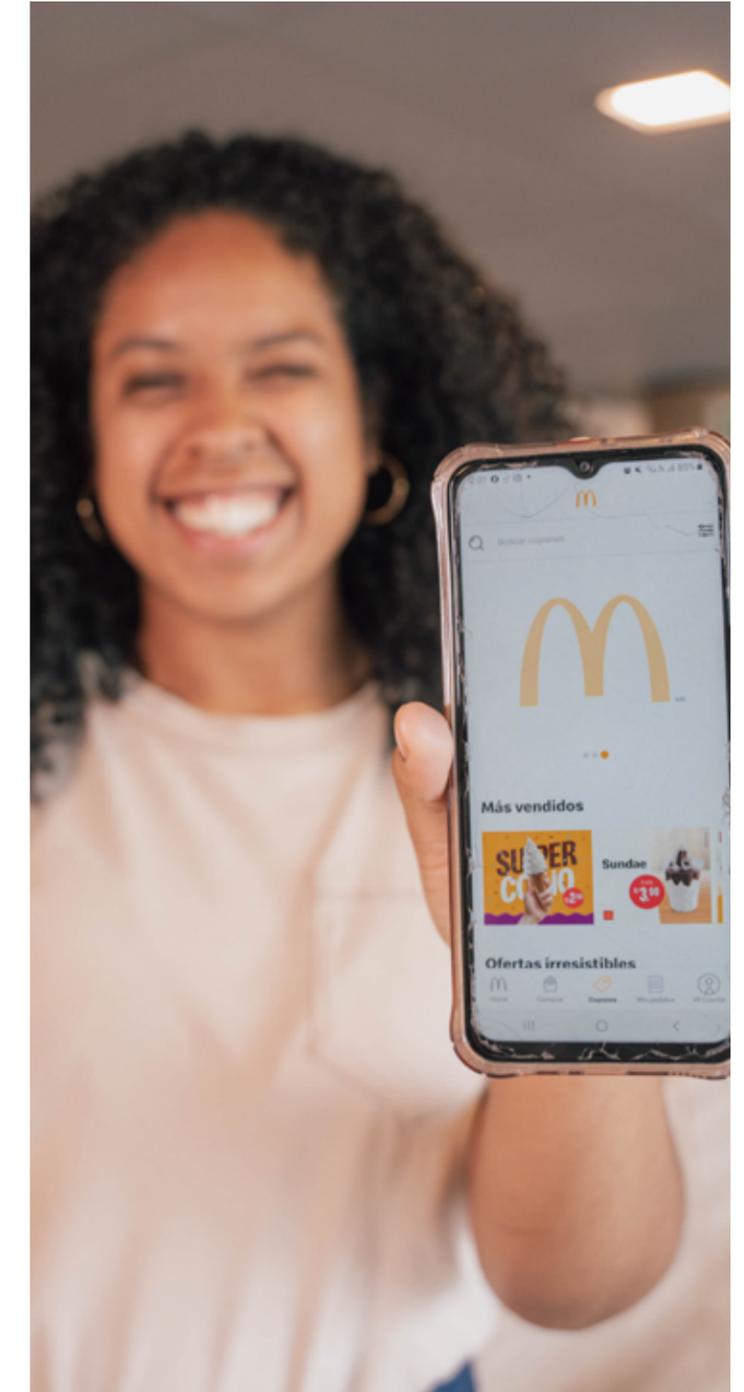
MAYOR COMPROMISO CON LOS CLIENTES

Fortalecimos nuestra conexión con los clientes, aumentando exitosamente la frecuencia de sus visitas y fomentando una mayor lealtad hacia la marca.

+20%
en la frecuencia de
compra digital de
los clientes

CREACIÓN DE VALOR IMPULSADA POR IA

La inteligencia artificial revolucionó nuestro enfoque para generar valor, permitiéndonos tomar decisiones más inteligentes y más impacto en las interacciones con los clientes.





Ciberseguridad y privacidad de los datos

La ciberseguridad y la privacidad de datos son fundamentales para el éxito y sostenibilidad de nuestra compañía en el largo plazo. A medida que fortalecemos nuestras relaciones con clientes y empleados, proteger su información es vital para ganar su confianza y lealtad. Nuestras sólidas medidas de ciberseguridad mantienen la información segura, reforzando la confianza que nuestros grupos de interés tienen en nosotros.

Una gestión eficaz de la ciberseguridad y la privacidad de datos no solo previene interrupciones en nuestro negocio, sino que también protege a la comunidad en general. Al mantener los más altos estándares en protección de datos, demostramos nuestro compromiso con la transparencia, la rendición de cuentas y una buena gobernanza.

La ciberseguridad y la privacidad de datos forman parte de la estrategia general de gestión de riesgos, respaldada por una supervisión robusta. Nuestra Junta Directiva supervisa la gestión de riesgos, mientras que el Comité de Auditoría es responsable de evaluar los riesgos de ciberseguridad, asegurando que tengamos procesos establecidos para gestionar estos riesgos, con informes periódicos a la Junta.

Nuestro equipo de gestión, liderado por el Director de tecnología (CTO), es responsable de monitorear y mitigar los riesgos de ciberseguridad. El equipo de ciberseguridad trabaja continuamente para detectar y prevenir amenazas.

En 2024, nombramos a un Director de protección de datos corporativos (DPO) para liderar nuestro Programa de privacidad. Esta iniciativa incluye políticas claras y estrategias para gestionar los riesgos de los datos. El DPO también supervisa nuestro marco de gobernanza de datos, asegurando una gestión y protección adecuadas en todas las regiones.

Para respaldar la privacidad de datos, lanzamos un programa de concientización con el objetivo de educar a los empleados sobre la importancia de la protección de datos. Así, construimos una cultura de responsabilidad, ayudándonos a proteger datos sensibles y mantener la confianza que nuestros clientes y otros grupos de interés depositaron en nosotros.

La ciberseguridad y la privacidad de datos es una prioridad clave que nos permite operar de manera segura y sostenible en un mundo cada vez más digital.

Atención al cliente: fortaleciendo conexiones

En 2024, establecimos al área de Atención al cliente como un pilar estratégico para reforzar nuestro compromiso de poner a las familias en el centro de todo lo que hacemos. Este departamento nos ayuda a comprender mejor y responder a las necesidades de los clientes, mejorando su experiencia y construyendo lealtad a largo plazo.

El equipo de Atención al cliente escucha a las personas en cada punto de contacto, abordando preocupaciones, resolviendo problemas y mejorando la satisfacción, especialmente en un mundo cada vez más digital. Los clientes pueden comunicarse con nosotros a través de múltiples canales, donde los casos se manejan de manera sistemática. En 2024, no registramos casos críticos de incumplimiento en cuanto a comunicaciones de marketing, información sobre productos, servicios ni etiquetado.

Más allá de resolver quejas, el equipo recopila valiosos insights a través de análisis de sentimientos, revisiones de comentarios y métricas de satisfacción. Cada problema resuelto es una oportunidad para establecer confianza y fortalecer relaciones. Al escuchar y actuar con cuidado, transformamos los desafíos en lealtad duradera.





Cómo escuchamos y respondemos a nuestros clientes

Puntos de contacto

- Chat en la app
- Formularios web
- Redes sociales
- Teléfono
- Correo electrónico
- Reseñas en la app store
- Reseñas en Google Maps
- Entidades regulatorias y no regulatorias

Proceso de resolución

Para garantizar que cada preocupación del cliente se gestione de manera oportuna y efectiva, seguimos un proceso de resolución claro:

REVISIÓN INICIAL

Los casos son gestionados inicialmente por un equipo de soporte de Nivel 1 o asistente virtual.

ESCALAMIENTO

Los casos críticos, como aquellos que involucran preocupaciones sobre la calidad o seguridad alimentaria, problemas de higiene, discriminación, maltrato u objetos extraños en los alimentos, son escalados a expertos locales de Nivel 2.

PROCEDIMIENTOS DEFINIDOS

Ambos niveles siguen procedimientos estandarizados y reciben capacitación integral a través de materiales teóricos y sesiones presenciales.

TIEMPO DE RESOLUCIÓN

Cada caso tiene niveles de servicio definidos y plazos de resolución específicos, que varían según la urgencia del problema.

Las quejas críticas se gestionan a través de una herramienta centralizada que monitorea los detalles de los casos en todos los mercados. Esta herramienta mantiene un registro del volumen de casos, el progreso de la resolución y las razones de escalamiento. Aunque cada mercado se adapta a las necesidades locales, todos siguen las mismas pautas generales. Los equipos de Nivel 2 manejan todos los casos críticos, asegurando que departamentos como Legal, Calidad y Comunicaciones estén involucrados cuando sea necesario.





Seguridad alimentaria en los restaurantes

Ofrecer alimentos seguros y de calidad es nuestra principal prioridad.

Seguimos estrictos estándares de seguridad alimentaria en cada etapa, desde el abastecimiento de ingredientes hasta la preparación y el servicio de las comidas. Empleamos tecnología de primer nivel y trabajamos de cerca con proveedores y expertos para mejorar la eficiencia y reducir los riesgos.

La seguridad alimentaria es un esfuerzo en equipo. Como parte del Equipo de gestión de riesgos de seguridad alimentaria de McDonald's, evaluamos los riesgos a lo largo de la cadena de abastecimiento y recopilamos aportes del personal y proveedores para mejorar nuestros procesos. Las reuniones regulares con líderes globales en seguridad alimentaria nos mantienen alineados con las mejores prácticas, mientras que la comunicación continua con McDonald's asegura que estemos siempre a la vanguardia de los desafíos en seguridad alimentaria.

En nuestros restaurantes, aplicamos controles, procedimientos y protocolos estrictos para garantizar la seguridad alimentaria en cada etapa, desde la recepción y almacenamiento de los ingredientes hasta su cocción y manipulación. Monitoreamos factores clave como temperaturas, refrigeración y vida útil secundaria, reforzando nuestro compromiso con los más altos estándares.

Para fortalecer aún más la seguridad alimentaria, realizamos una verificación anual de seguridad alimentaria a cargo de un tercero independiente, llevada a cabo por auditores externos. Nuestro plan de trabajo anual describe las actualizaciones de los programas de auditoría y las directrices operacionales, asegurando una mejora continua.

Como líderes de la industria en seguridad alimentaria, proporcionamos capacitación a los proveedores y las empresas a cargo de las auditorías. Cada mercado es responsable del cumplimiento, monitoreando el progreso del programa de auditoría mensualmente.

2.388
auditorías de seguridad alimentaria en restaurantes

100%
de los restaurantes elegibles fueron auditados

0
incidentes de brotes de enfermedades transmitidas por alimentos asociados a nuestros restaurantes





¡Día de la seguridad alimentaria!

En 2024, celebramos nuestro primer Día de la seguridad alimentaria, reuniendo a proveedores y a nuestros equipos de Supply Chain y Operaciones de toda América Latina. El evento se centró en mejorar las prácticas de seguridad alimentaria a través de charlas y sesiones de capacitación donde compartimos las mejores prácticas y nuevas estrategias para minimizar los riesgos.

Esta iniciativa fortaleció nuestro compromiso con la seguridad alimentaria y fomentó una cultura de mejora continua. El Día de la seguridad alimentaria marcó un hito importante en nuestros esfuerzos por garantizar los más altos estándares de seguridad y calidad en los alimentos que servimos todos los días.

Implementando el Sistema HACCP para la seguridad alimentaria

HACCP es un sistema de seguridad alimentaria desarrollado por la NASA y Pillsbury en la década de 1960. Se integró al Codex Alimentarius en 1993, y hoy ha sido adoptado por las principales empresas alimentarias a nivel mundial.

En Arcos Dorados, estamos comprometidos a garantizar la seguridad alimentaria y la salud del consumidor mediante la implementación del sistema HACCP en nuestros restaurantes. Aunque varios mercados ya han adoptado esta medida, la implementación total continuará durante 2025, con el objetivo de integrar todos los mercados al final de ese año.

HACCP nos ayuda a mejorar nuestras prácticas de seguridad alimentaria existentes al centrarnos en el análisis de riesgos para identificar los posibles peligros que podrían afectar a los productos. Nuestro objetivo es reducir o eliminar la probabilidad de problemas de seguridad. Para lograrlo, contamos con un programa de requisitos sólido, que proporciona pautas claras sobre qué hacer y qué evitar durante el procesamiento de alimentos para garantizar condiciones seguras.

Nuestro programa de requisitos previos abarca mantenimiento, limpieza, buenas prácticas de fabricación, capacitación, control de agua, gestión de proveedores y control de plagas. Si bien estas prácticas ya están implementadas, seguimos actualizándolas y haciéndolas accesibles a todas las personas involucradas en la operación. Las reuniones periódicas de equipo nos ayudan a hacer seguimiento de nuestro progreso.

Puertas abiertas

Una experiencia exclusiva detrás de cámaras: ¡es la temporada de Puertas abiertas en Arcos Dorados! Explora nuestras cocinas y observa de primera mano el cuidado y el esfuerzo que ponemos en la preparación del menú más famoso del mundo. Puertas abiertas es todo sobre transparencia: mostramos la calidad de nuestros ingredientes, su origen y cómo nuestro equipo garantiza la seguridad y limpieza. ¡Una oportunidad para descubrir la magia detrás de cada bocado!

50.195 invitados

completaron la encuesta de satisfacción luego de visitar nuestras cocinas





Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI y SASB



Comunidad



Conectando oportunidades

Nuestro impacto va más allá de ofrecer comida: creamos oportunidades que alimentan sueños y generan crecimiento. Nuestro éxito proviene de las comunidades que nos rodean, por eso estamos comprometidos a devolver ese apoyo. Sabemos que cuando nuestras comunidades prosperan, nuestro negocio también lo hace. Por eso pensamos regionalmente y actuamos localmente, brindando apoyo y alimentos cuando y donde más se necesitan.

Nuestros programas de impacto social están diseñados para impulsar conexiones, ofreciendo a los jóvenes la oportunidad de crecer a través de primeros empleos formales y capacitaciones, mientras apoyamos a las familias que más lo necesitan. Al fortalecer estos vínculos, contribuimos a construir comunidades más resilientes e inclusivas, basadas en la convicción de que el éxito compartido es la base del progreso a largo plazo.

Impulsamos conexiones devolviendo el apoyo a las comunidades, creando oportunidades de crecimiento y fomentando futuros más fuertes e inclusivos.





Energía joven

El empleo juvenil sigue siendo uno de los mayores desafíos del mercado laboral en América Latina y el Caribe. La tasa de desempleo juvenil se ubicó en 13,8%, según el informe *Panorama Laboral 2024 para América Latina y el Caribe* de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

En Arcos Dorados, los vemos como una oportunidad poderosa para marcar la diferencia. Como uno de los principales empleadores de jóvenes en la región, impulsamos la movilidad social. En 2024, más del 63% de nuestra fuerza laboral tenía menos de 24 años y el 79,8% de las nuevas contrataciones fueron personas jóvenes.

Empoderamos a las nuevas generaciones no solo brindándoles empleo, sino también herramientas para desarrollarse. Lo hacemos a través de empleo formal, capacitación en habilidades laborales y alianzas con organizaciones de la sociedad civil, generando un impacto duradero y abriendo camino hacia un futuro mejor.

487.375
oportunidades para jóvenes creadas en 2024

68.288
contrataciones

9.892
empleados capacitados en habilidades blandas

391.077
personas alcanzadas mediante oportunidades de inclusión y formación impulsadas por Arcos Dorados y organizaciones aliadas

18.118
capacitaciones completadas a través de MCampus Comunidad



Conectando jóvenes con oportunidades

Reconocemos que los jóvenes que no están en educación, empleo ni formación (NEET) enfrentan barreras significativas para ingresar al mercado laboral, incluyendo la falta de acceso a oportunidades educativas y de capacitación. Para abordar esto, lanzamos un proyecto en Brasil en 2023, que continuó en 2024 en alianza con el Centro de Promoção da Saúde (CEDAPS) y con el apoyo de YouthBuild International bajo el programa "Jovens Construtores". Este programa ayuda a los jóvenes a reinsertarse en la educación o el empleo, ofreciendo empoderamiento, oportunidades educativas, habilidades económicas y un fortalecimiento de sus vínculos comunitarios.

Basados en la misma metodología de capacitación, centrada en habilidades socioemocionales y técnicas, junto con apoyo para la inserción laboral, se implementaron programas similares en México y Colombia. En México, se desarrolló "Jóvenes con Rumbo" con Servicios a la Juventud (SERAJ), una organización sin fines de lucro enfocada en el desarrollo juvenil. En Colombia, "Tejiendo Oportunidades" se llevó a cabo en asociación con la Fundación Mi Sangre, alcanzando a jóvenes NEET (que no están en educación, formación ni empleo) en Medellín y el Área Metropolitana, ofreciendo capacitación en habilidades socioemocionales, preparación para el trabajo y finanzas personales.

Además, implementamos un programa en Perú en alianza con el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, destinado a jóvenes de entre 16 y 24 años que no estudian ni trabajan. Con este programa, co-diseñado por Arcos Dorados y de dos meses de duración, logramos emplear a 14 jóvenes.

Estos programas demuestran que invertir en jóvenes NiNi puede generar un cambio duradero. Al ofrecer educación, formación y oportunidades laborales, no solo transformamos vidas individuales, sino que también fortalecemos a las familias, las comunidades y las economías locales. Nuestro objetivo es expandir estas iniciativas en toda la región, asegurando que más jóvenes cuenten con los recursos que necesitan para tener éxito.

26
participantes
contratados

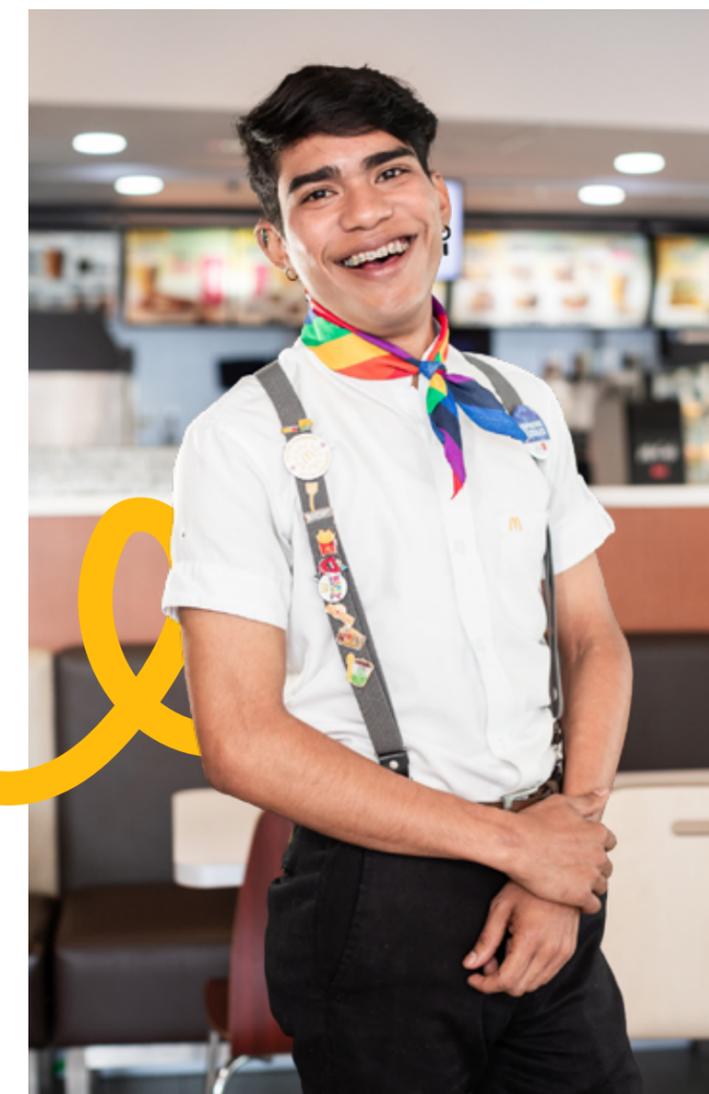


“Trabajar con Arcos Dorados fue una experiencia valiosa, marcada por un fuerte compromiso y una colaboración cercana. Desde el inicio, participaron activamente en el proyecto, aportando su experiencia para fortalecer su impacto.”

Su profundo entendimiento de las necesidades locales y el respeto por la comunidad ayudaron a desarrollar soluciones efectivas y sostenibles a largo plazo. Al construir una alianza sólida con CEDAPS, esta colaboración se convirtió en un modelo de aprendizaje mutuo y de impacto positivo compartido.”



Melissa Abla
Coordinadora del Frente Juvenil de CEDAPS





MCampus Comunidad

La educación abre puertas a nuevas oportunidades. En Arcos Dorados estamos comprometidos con hacer que la capacitación gratuita y de calidad sea accesible para más personas.

En alianza con la Hamburger University, MCampus Comunidad ofrece más de 45 cursos online en comunicación, marketing digital, atención al cliente, emprendedurismo y tecnología, disponibles en español y portugués.

Con el apoyo de socios como Cisco Networking Academy, Fundação Wadhvani, UOL EdTech y PDA International, este programa va más allá de nuestra fuerza laboral y genera un impacto social más amplio.

Con miles de jóvenes inscritos, estamos generando un impacto real al ayudarlos a desarrollar habilidades, explorar caminos profesionales y acceder a oportunidades laborales.

160.000
registros en
la plataforma

3 M
de horas de
capacitación

100%
de aprendizaje
remoto y gratuito

¡Nuevo Podcast!

¡Estamos entusiasmados de lanzar Expande tu potencial, la nueva serie de podcasts de MCampus Comunidad! Desde mayo de 2024, esta iniciativa acompaña a los jóvenes en su camino hacia el mundo laboral a través de episodios atractivos que cuentan con la mirada de especialistas.

Conectamos con los jóvenes en su propio lenguaje.

Uno de los episodios destacados es *Presentación personal: dale play a tu futuro*, lanzado en el mes de la juventud. En él, referentes como Ariel Díaz, Cristina Autorino y Horacio Llovet comparten consejos sobre cómo armar un currículum sólido, afrontar entrevistas laborales y desarrollar habilidades blandas para destacarse en los procesos de selección.

+290.000
oyentes en plataformas
como Spotify y YouTube Music





Apoyo a la comunidad

Apoyar a nuestras comunidades está en el corazón de lo que somos. Eventos como Gran Día, donde recaudamos fondos para acompañar a jóvenes y familias, y nuestros programas de voluntariado, en los que dedicamos tiempo a quienes más lo necesitan y al cuidado del planeta, reflejan nuestro profundo compromiso con generar un impacto positivo.

Al apoyar a nuestras comunidades, construimos lazos, sembramos esperanza y reafirmamos los valores que nos impulsan a seguir adelante.



“En el equipo de Local Store Marketing, inspiramos a los equipos de los restaurantes a involucrarse activamente con sus comunidades locales durante todo el año. Al posicionar cada restaurante como un ‘buen vecino’, fomentamos la buena voluntad, la lealtad y la confianza en la marca. Al menos una vez al año, combinamos las habilidades de nuestros equipos con las necesidades de la comunidad —ya sea a través de jornadas de limpieza, desfiles, eventos deportivos o artísticos, o iniciativas que promueven la lectura, el medio ambiente y el bienestar. Es realmente conmovedor y motivo de orgullo ver cómo cada integrante del equipo dona su tiempo, habilidades y conocimientos para apoyar a las organizaciones locales, proyectos comunitarios y causas sociales que rodean a cada restaurante.”

Noelia Junco

Consultora LSM para Argentina





¡Qué gran día!

Una vez al año, los arcos dorados brillan con más fuerza cuando las comunidades de América Latina y el Caribe se unen en una jornada solidaria. Conocido como McDía Feliz en Brasil, Gracias de Corazón en Venezuela y Gran Día en el resto de los mercados, este evento anual reúne a miles de personas para generar un impacto real.

En este día tan especial, el Big Mac se convierte en mucho más que en la hamburguesa más famosa del mundo: se transforma en un símbolo de esperanza. Cada Big Mac vendido ayuda a financiar programas que cambian vidas, desde educación y capacitación laboral para jóvenes hasta el apoyo de la Fundación Ronald McDonald, que ofrece alojamiento y contención a familias con niños hospitalizados.

Más allá de la recaudación, Gran Día inspira acción colectiva y nos recuerda el poder que tenemos cuando trabajamos juntos. Es un momento de orgullo para nuestros equipos, clientes y cadena de valor, al unirnos con un mismo propósito: ver a nuestras comunidades crecer.



2.234.916

Big Macs vendidos

USD

8.680.722

recaudados y donados

100%

de nuestras operaciones alcanzadas por nuestras campañas

Alianzas con ONGs

Nos asociamos con ONGs de confianza que trabajan en nuestros mercados, promoviendo la ciudadanía responsable y enseñando habilidades laborales a miles de jóvenes de entre 16 y 24 años. Apoyamos a estas organizaciones principalmente a través de las donaciones de nuestra iniciativa Gran Día y mediante la inversión en proyectos sociales específicos.



Casa Ronald McDonald

Para las familias con niños que reciben tratamiento médico lejos de su hogar, las Casas Ronald McDonald ofrecen un espacio reconfortante y de apoyo. Nos enorgullece asociarnos con Ronald McDonald House Charities (RMHC) en nuestra región para ayudar a las familias a mantenerse cerca de sus seres queridos durante momentos difíciles.

32
casas en la región

36
salas familiares

2
programas Ronald McDonald Care Mobile

268.096
visitas a salas familiares

201.006
familias atendidas



El poder de la acción colectiva

Creemos en el poder de la acción colectiva para crear un impacto positivo en la sociedad y en el ambiente. Movilizamos a nuestros equipos como voluntarios para apoyar diversas causas sociales y ambientales en toda la región, alineadas con nuestra Receta del futuro.

Estos esfuerzos no solo benefician a las comunidades, sino que también inspiran a nuestros equipos a tomar un papel activo en la generación de impacto social y la creación de un futuro mejor. El voluntariado conecta a nuestros empleados con organizaciones locales, potenciando el impacto de su trabajo y fortaleciendo un sentido compartido de propósito.

Al asociarnos con organizaciones locales, aprovechamos nuestros recursos y experiencia para mejorar la calidad de vida en nuestras comunidades, amplificando la efectividad de nuestras iniciativas.

Cada septiembre, nos unimos a McDonald's para celebrar el Mes Global del Voluntariado, donde nuestros equipos trabajan con organizaciones locales, incluyendo grupos comunitarios, hogares de ancianos y escuelas, para organizar actividades como limpiezas de playas, distribución de alimentos, capacitación juvenil y renovaciones escolares.

1.045
voluntarios

5.421
horas de
voluntariado

80
iniciativas de
voluntariado

12
países
alcanzados





Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI y SASB



Ambiente



Tomamos medidas para alcanzar nuestros objetivos climáticos, proteger los recursos naturales, reducir los residuos e impulsar la transición hacia empaques sostenibles.

¡Tenemos la energía!

Nuestros equipos están impulsados por su determinación en generar un impacto positivo en el planeta. Juntos, estamos comprometidos a construir un futuro resiliente y sostenible, mientras minimizamos la huella ambiental de nuestras operaciones.

Nuestro enfoque se centra en reducir las emisiones de carbono, mejorar la eficiencia de nuestras operaciones y utilizar materiales sostenibles en nuestros envases. Además, facilitamos el reciclaje y la reducción de residuos a nuestros clientes, promovemos la transición hacia fuentes de energía más limpias e integramos la sostenibilidad en nuestra cadena de abastecimiento.

Sabemos que abordar el cambio climático presenta desafíos. Pero nuestro enfoque proactivo asegura que estos esfuerzos generen valor corporativo a largo plazo mientras mitigamos los riesgos ambientales. Cada equipo, desde Mantenimiento hasta ESG y más allá, juega un papel en la reducción de nuestra huella ambiental.

Tenemos la energía para generar un cambio positivo que beneficie al planeta, a nuestro negocio y a nuestras comunidades. ¡Eso sí que es poder!





Nuestra huella de carbono

Estamos comprometidos a medir y reducir nuestro impacto ambiental mediante el análisis y comunicación de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de nuestras operaciones. En 2024, completamos nuestra cuarta evaluación de huella de carbono, abarcando los 20 países de la región y cubriendo los alcances 1, 2 y 3.

Nuestro informe de GEI sigue el *Corporate Accounting and Reporting Standard – Revised Edition* y el *Value Chain Accounting and Reporting Standard (Scope 3)* del *GHG Protocol*. El inventario de emisiones, realizado por un consultor internacional, incluye todos los gases listados en el Protocolo de Kioto. Aplicamos el enfoque de control operativo para la consolidación de emisiones. Para asegurar los datos, el inventario fue verificado por un tercero externo.

Establecimos objetivos ambientales en el primer bono vinculado a la sostenibilidad en América Latina para la industria de comida rápida.

Para fortalecer nuestro compromiso, establecimos objetivos ambientales e un bono vinculado a la sostenibilidad emitido en abril de 2022. Este bono establece los siguientes objetivos para 2025 (en comparación con nuestro reajuste base de 2021): una reducción absoluta del 15% de las emisiones de GEI en nuestras operaciones (alcances 1 y 2) y una reducción relativa del 10% en la intensidad de GEI a lo largo de nuestra cadena de abastecimientos (alcance 3).

Cumplimos con nuestros objetivos de reducción de GEI para los alcances 1 y 2 en 2024. Alcanzamos este objetivo asegurando que el 50% de la energía utilizada en todas nuestras operaciones provenga de fuentes renovables, además de otras acciones como un proceso integral para gestionar las emisiones fugitivas de nuestros sistemas de refrigeración o el cambio de combustible utilizado por nuestra flota de vehículos en Brasil. En 2024, nuestra intensidad de emisiones GEI fue de 1,35 tCO₂e/miles de USD.

1.186,87 tCO₂e
Emisiones biogénicas



6.035.587 tCO₂e
total

111.175 tCO₂e
Alcance 1

106.507 tCO₂e
Alcance 2

5.779.927 tCO₂e
Alcance 3

37.978 tCO₂e
Fuera del alcance



Alcance 1: reducción de emisiones directas

En 2024, nos centramos en áreas clave de emisiones relacionadas con los gases refrigerantes y la combustión fija y móvil. Al implementar iniciativas específicas en estos focos, buscamos reducir nuestra huella de carbono, mejorar la eficiencia operativa y apoyar los esfuerzos de sostenibilidad en toda la compañía.

Gases refrigerantes

Las emisiones de gases refrigerantes representan el 70,4 % de nuestras emisiones de Alcance 1, lo que convierte esta área en una prioridad clave de reducción. En 2024, colaboramos estrechamente con nuestro equipo de Mantenimiento, enfocándonos en dos enfoques principales:

1 EFICIENCIA OPERATIVA

Recuperamos y redistribuimos de manera responsable el gas refrigerante de aires acondicionados, congeladores y refrigeradores, especialmente en nuestros restaurantes de las regiones NOLAD y SLAD. Capturamos el gas de equipos viejos, lo limpiamos para su reutilización o lo destruimos de forma responsable, minimizando el impacto ambiental y reduciendo la necesidad de adquirir nuevo refrigerante, generando beneficios ambientales y evitando costos innecesarios.

2 EFICIENCIA AMBIENTAL

Eliminamos refrigerantes de alto impacto reemplazando equipos antiguos por sistemas que utilizan gases con un menor potencial de calentamiento global. Brasil lideró esta iniciativa con reducciones significativas, estableciendo un sólido ejemplo para los esfuerzos de sostenibilidad. Costa Rica también adoptó medidas similares.

Combustión fija

La combustión fija representa el 25,3% de nuestras emisiones de Alcance 1. Nuestra estrategia se centra en reemplazar los equipos a gas por alternativas más limpias. En Costa Rica, inauguramos nuestro primer Restaurantes 2.0, donde todas las nuevas locaciones son 100% eléctricas, sustituyendo el equipo de cocina a gas por equipos eléctricos y aprovechando así la matriz de energía limpia del país. De manera similar, en Argentina, reemplazamos los sistemas de calefacción a gas por bombas de calor eléctricas en una de las ciudades donde tradicionalmente se utilizaba calefacción a gas.

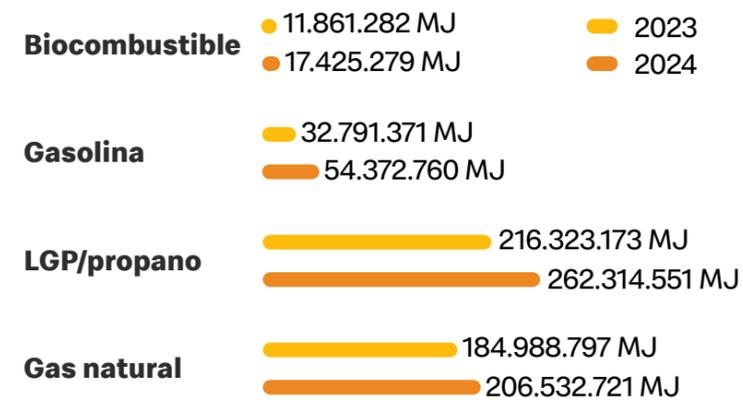


Combustión móvil

La combustión móvil representa el 4,3% de nuestras emisiones de Alcance 1. Nuestra principal iniciativa ha sido la transición a vehículos propulsados por biodiesel, que emiten solo una cuarta parte de las emisiones del diésel convencional. En Brasil, más del 99% de los vehículos de nuestra flota ahora funcionan con biodiesel, y también incentivamos a los empleados con vehículos de la empresa a utilizarlo.

+99%
de los vehículos propios utilizados como herramientas se han convertido al biodiesel en Brasil

CONSUMO DE COMBUSTIBLE



"En 2024, los equipos de Mantenimiento en todos los países de la División NOLAD lograron una destacada reducción del 57% en el consumo neto de gas refrigerante por restaurante en comparación con 2023. Este hito no solo se alcanzó a nivel divisional, sino que cada país en NOLAD superó el objetivo. Las principales acciones que se tomaron a lo largo del año para lograr esto incluyeron:

- 1. Un cambio en la mentalidad del equipo de Mantenimiento respecto a la importancia crítica de eliminar las fugas;**
- 2. Aumento de la frecuencia de monitoreo de mensual a semanal;**
- 3. Centralización del control de las compras de gas;**
- 4. Implementación de un proceso de recuperación de gas.**

En cuanto a la transición hacia energías renovables, se avanzó con la instalación de paneles solares en los techos de varios restaurantes. Los proyectos se implementaron principalmente en México, Costa Rica y Puerto Rico."

Facundo Zamarripa

Sr. Maintenance Manager NOLAD



Alcance 2: transición a energías renovables

Nos enorgullece informar que el 50% de la energía utilizada en nuestras operaciones proviene ahora de fuentes renovables. Este logro representa un hito importante en nuestra estrategia climática y contribuye a un futuro más limpio y sostenible. Nuestro progreso ha sido impulsado por tres enfoques clave: proyectos dedicados a energía renovable, acuerdos de compra de energía renovable y sistemas de gestión de energía.

Proyectos dedicados a energía renovable

En 2024, dimos un gran paso hacia la adopción de fuentes de energía renovable, especialmente a través de la instalación de paneles solares en más de 50 restaurantes de varios países. México lideró el camino, con seis restaurantes ya equipados con paneles solares. Puerto Rico y Costa Rica también se sumaron a esta iniciativa como parte de sus estrategias de sostenibilidad.

Actualmente, restaurantes en Brasil, Colombia, Chile, Costa Rica, Guadalupe, México y Puerto Rico fueron equipados con paneles solares. Estos proyectos permiten que algunos restaurantes generen entre el 10% y el 35% de sus propias necesidades energéticas, reduciendo significativamente su huella de carbono.

Fuera de las instalaciones, contamos con una pequeña planta solar en Chile que suministra energía a uno de nuestros restaurantes, con planes de expansión.

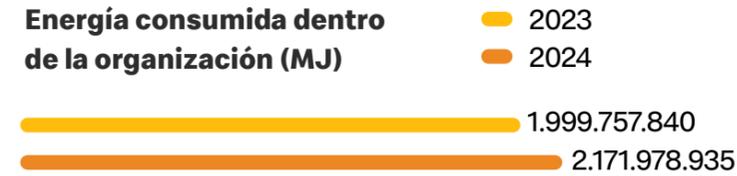
En Brasil, varias plantas solares están dedicadas a abastecer de energía a nuestros restaurantes, lo que avanza aún más nuestro compromiso con la energía renovable y la reducción de nuestro impacto ambiental.

Acuerdos de compra de energía renovable

Firmamos acuerdos de energía renovable en varios mercados, asegurando energía proveniente de fuentes eólicas e hidroeléctricas. En Brasil y Argentina, trabajamos con mercados mayoristas de electricidad para garantizar que los restaurantes actualmente bajo estos acuerdos, sean abastecidos con energía 100% renovable. Una medida que no solo reduce las emisiones, sino que también disminuye los costos energéticos en comparación con las alternativas basadas en combustibles fósiles.

En Brasil, realizamos un estudio para determinar si los 232 restaurantes ubicados en centros comerciales estaban abastecidos con energía renovable. Las administraciones confirmaron que 211 de estos restaurantes—el 90%—ya funcionan con energía renovable proveniente del mercado libre.

Además, en Uruguay y Costa Rica, donde la matriz energética ya es casi completamente renovable, trabajamos para obtener la certificación de energía renovable para la red eléctrica comercial, consolidando aún más nuestro compromiso con la energía limpia.



Sistema de gestión de la energía

En 2024, lanzamos el Sistema de Gestión de Energía (SGE) para mejorar la eficiencia energética en todos los nuevos restaurantes. El SGE monitorea el uso de energía, identifica los componentes de alto consumo y controla su funcionamiento. Por ejemplo, regula la temperatura de los equipos de aire acondicionado.

En ciertos mercados, también se mide el consumo de agua y gas, lo que nos permite ajustar y optimizar el rendimiento de los equipos para una mayor eficiencia operativa y un impacto ambiental reducido.



Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI y SASB

EL CASO DE BRASIL: INNOVACIÓN, ACCIÓN Y RESULTADOS

En 2024, Brasil alcanzó un hito impresionante: el 95,6% de la energía que alimenta sus restaurantes provino de fuentes renovables. Este resultado es el fruto de una estrategia integral que demuestra innovación, colaboración y acción audaz:

- **Mercado libre de energía:** el 68% de la electricidad provino de compras directas a generadores renovables en el mercado libre de Brasil, lo que nos permitió asegurar energía limpia a gran escala.
- **Granjas solares:** alimentamos 28 restaurantes con energía de tres granjas solares dedicadas—dos en Minas Gerais y una en San Pablo— cubriendo el 3,4% de nuestras necesidades.
- **Centros comerciales:** uno de los mayores avances de 2024 provino del trabajo extenso con centros comerciales en todo el país. Tras investigar las fuentes de energía de todos los centros comerciales que albergan nuestros restaurantes, confirmamos que 211 ya utilizaban energía renovable. Al adquirir certificados I-REC, pudimos integrar esta energía limpia a nuestra propia matriz, lo que representó el 24,1% de nuestro consumo energético.
- **Innovación liderada por franquicias:** un consorcio de energía solar fue creado por 38 franquiciados para construir una planta solar que ahora alimenta 156 restaurantes en el sur de Brasil con energía 100% renovable.

Gracias al sólido desempeño y compromiso de Brasil, Arcos Dorados dio un gran paso hacia adelante en su camino hacia la energía limpia, demostrando que la acción audaz y local impulsa la transformación regional.





Alcance 3: una cadena de abastecimiento menos intensa en carbono

Para reducir nuestra huella de carbono en el Alcance 3, reforzamos nuestro compromiso de disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) con iniciativas en toda nuestra cadena de valor. Sabemos que este es un objetivo desafiante: las herramientas evolucionan y la innovación avanza a su propio ritmo. Por eso, adaptamos nuestras estrategias para mantenernos alineados con la ciencia y el impacto positivo.

En 2024, nuestros esfuerzos se centraron en identificar prácticas ganaderas sostenibles, diversificar el mix de productos, apoyar a las franquicias y promover la eficiencia logística. Al reconocer que la producción de carne es una fuente principal de emisiones, trabajamos estrechamente con proveedores directos comprometidos con objetivos concretos de reducción.

En Brasil, nos asociamos con Marfrig para mejorar los esfuerzos de reducción de emisiones. En 2024, el 100% de la carne de Marfrig Brasil provino del Marfrig Club, un programa que promueve las mejores prácticas en la ganadería sostenible. Además, organizamos una sesión de capacitación presencial para fortalecer el conocimiento y las estrategias sobre las emisiones.

Diversificación en el mix de productos

Para reducir la dependencia de la carne con alta intensidad en carbono, diversificamos nuestra oferta de productos. Después de años fuera del menú, el sándwich McFish regresó a Brasil con una campaña a gran escala que destaca el pescado como una alternativa menos intensa en carbono en comparación con la carne vacuna. Además, nos asociamos con McCain para lanzar un proyecto de abastecimiento de papas de proveedores que utilizan prácticas agrícolas regenerativas, reforzando nuestro compromiso con ingredientes sostenibles.

Esfuerzos sostenibles de franquicias

Dado que las emisiones de nuestras franquicias caen bajo el Alcance 3, las alentamos activamente a adoptar las mejores prácticas en gestión de gases refrigerantes y eficiencia energética. En Argentina, México y Brasil, proporcionamos apoyo y orientación para prácticas operativas sostenibles. En Brasil, las franquicias firmaron un acuerdo de energía renovable, marcando un paso significativo hacia la descarbonización.

Optimización de movilidad y logística

La logística eficiente juega un papel crucial en la reducción de las emisiones de Alcance 3. En 2024, nuestro equipo de Supply Chain se enfocó en optimizar la eficiencia del transporte. Trabajando con

socios en logística como Axionlog y Martin Brower, implementamos KPIs de eficiencia para rastrear las emisiones por tonelada trasladada. En Brasil, lanzamos iniciativas específicas para reducir las emisiones del transporte y las operaciones logísticas..

Reducción de residuos mediante economía circular

En 2024, fortalecimos las prácticas de economía circular al expandir las iniciativas de recuperación de materiales. A través de programas mejorados de logística inversa para materiales como cartón y aceite de cocina usado, reducimos los residuos generales y contribuimos a la eficiencia de recursos.

[Para más información, consulte nuestra sección de economía circular.](#)





Nuestras iniciativas de sustentabilidad

Seguimos impulsando la innovación a través de nuestro Programa de desarrollo y construcción sostenible, que incluye varias iniciativas diseñadas para la apertura y modernización de nuestros restaurantes. Algunas son obligatorias, mientras que otras son opcionales, pero todas contribuyen al uso eficiente de recursos. Los proyectos se centran en la conservación de energía y agua, promoviendo una economía circular y beneficiando a la comunidad.

Ahorro de energía

- Aires acondicionados de alta eficiencia
- Gases refrigerantes no contaminantes
- Equipos de extracción variables en campanas de cocina
- Filtro UV en fachadas
- Control programable de aires acondicionado
- Medidores de consumo eléctrico
- Encendido automático de cartelería e iluminación exterior
- Calentadores solares de agua
- Paneles solares
- Iluminación LED, sensores de puerta abierta en refrigeradores y sensores de movimiento en áreas de almacenamiento y baños detrás del mostrador

- Iluminación LED y sensores de movimiento en baños en el lobby
- Iluminación LED en estacionamientos
- Iluminación exterior con panel solar

Ahorro de agua

- Recuperación de agua de lluvia y condensación de aire acondicionado
- Grifos con flujo reducido y temporizador automático
- Inodoros con descarga diferenciada
- Paisajismo con forestación nativa de bajo consumo de agua



Economía circular

- Cestos con separación de residuos dentro de los restaurantes
- Cestos con separación residuos fuera de los restaurantes
- Instalación para separación de aceite usado
- Separación de residuos de construcción para reciclaje

Impacto en la comunidad

- Baños de género neutro en el lobby y el crew room
- Estacionamiento para bicicletas, área para mascotas y de ejercicios
- Cargadores para vehículos eléctricos





Economía circular

Estamos comprometidos con soluciones innovadoras que reduzcan los residuos y maximicen la reutilización de materiales valiosos en toda nuestra cadena de valor.

Para fomentar aún más la separación de residuos y el reciclaje entre nuestros clientes, implementamos nuevos contenedores de residuos en los restaurantes. Estos contenedores cuentan con compartimentos separados para líquidos, papel, PET, orgánicos y no reciclables, alentando tanto a las visitas como a los empleados a participar en acciones responsables de disposición de residuos y reciclaje.

En todos nuestros mercados, seguimos enfocándonos en reducir, reutilizar y reciclar los envases mientras promovemos el uso de materiales reciclados.

“Gracias a nuestra alianza estratégica con Arcos Dorados, impulsamos el logro de sus objetivos de sostenibilidad y celebramos el impacto ambiental positivo que estamos alcanzando juntos. A través de iniciativas como el compostaje, contribuimos significativamente a reducir la huella de carbono y añadir valor a los residuos. Esta iniciativa no solo fomenta la economía circular, sino que también promueve una cultura de cuidado ambiental, donde tanto los clientes de McDonald’s como los miembros del equipo pueden participar activamente. Juntos estamos demostrando que integrar prácticas circulares en la estrategia de una gran empresa es posible, necesario y transformador para construir un Chile más limpio, saludable y sostenible.”



Álvaro Lizana
Gerente Comercial de VOLTA

Recuperación de aceite de cocina y grasa de parrilla

Un enfoque clave de nuestra estrategia de sostenibilidad es la recolección, reciclaje y reutilización del aceite de cocina usado (ACU) y la grasa animal en los restaurantes. Cumplimos con las normativas locales para garantizar sistemas de recolección seguros y eficientes, con la mayoría del aceite recuperado utilizado para la producción de biodiesel y productos de limpieza. Esto evita que los residuos lleguen a los vertederos o a los sistemas de agua, al tiempo que genera ingresos adicionales a través del mercado de recuperación de aceite, al convertir los desechos en nuevos materiales valiosos.

En 2024, Brasil experimentó un aumento del 23,2% en el reciclaje de ACU en comparación con 2023. Las regiones SLAD y NOLAD vieron un crecimiento del 40,6% en la recuperación de ACU. Además, la recuperación de grasa de parrilla en estas regiones aumentó un 68,1%.

Estos esfuerzos contribuyeron a reducir las emisiones, evitando la liberación de 4.327.165 kg de emisiones equivalentes de CO₂ en las regiones SLAD y NOLAD. También colaboramos con socios locales y regionales para reducir aún más las emisiones de carbono relacionadas con el transporte a través de la logística inversa.

4.392.079
litros de aceite de cocina usado recuperados

1.179.234
litros de grasa de parrilla recuperada

Reciclaje de cartón y materiales

Recogemos y reciclamos de forma eficiente el cartón de los restaurantes, transformándolo en nuevos materiales de empaque. En 2024, recuperamos más de 940 toneladas de cartón, reforzando nuestro compromiso con la economía circular. También hemos avanzado en el reciclaje de otros materiales, como residuos orgánicos, chatarra metálica, electrónicos y plásticos.

+940
toneladas de cartón recuperado



Gestión de residuos orgánicos mediante compostaje

Como parte de nuestro compromiso continuo con la gestión responsable de residuos, expandimos nuestras iniciativas de compostaje en varios mercados. Estos esfuerzos nos permiten reducir la cantidad de residuos enviados a vertederos y dar a los residuos orgánicos un mejor destino.

En Colombia, 21 restaurantes implementaron prácticas de compostaje, recuperando 6,3 toneladas de residuos orgánicos. En Chile, 12 restaurantes participaron en programas de compostaje, procesando un total de 40 toneladas de residuos orgánicos y compostables. En 2024, dos de estos restaurantes completaron su segundo año de compostaje in-situ, asegurando que el 30% de sus residuos se convirtieran en un mejorador de suelo rico en nutrientes. Mientras tanto, 10 locales separaron residuos para compostaje industrial.

En Brasil, 46 restaurantes integraron el compostaje, procesando 93 toneladas de residuos orgánicos. De ellos, tres ubicaciones operan sistemas de compostaje in-situ, utilizando máquinas especializadas o métodos de compostaje termofílico. Los residuos orgánicos se transforman en compost y fertilizantes utilizados en el jardín del restaurante, donde se cultivan varios vegetales que se comparten con los empleados. Cada mes, niños y jóvenes de escuelas públicas nos visitan para aprender sobre esta economía circular de alimentos. En 2024, más de 10 escuelas y casi 400 estudiantes participaron en el proyecto.

139
toneladas de
residuos orgánicos
compostados

79
restaurantes
con prácticas
de compostaje

El impacto de donar alimentos

Estamos abordando el desperdicio de alimentos al identificar ingredientes de alta calidad que han perdido valor comercial, pero que aún son seguros y aptos para el consumo. En Brasil, nos asociamos con la startup social Comida Invisível, una plataforma online que garantiza que estos productos sean donados a ONGs, ayudando a alimentar a personas necesitadas mientras reducimos los residuos y maximizamos los recursos.

Además de abordar el desperdicio de alimentos en los restaurantes, también trabajamos con nuestro operador logístico Martin Brower, quien donó 27 toneladas de comida a bancos de alimentos en 2024.

45 toneladas
de alimentos donados

206.859
platos de comida equivalentes

236
ONGs alcanzadas





Buenas prácticas regionales

Extendemos el ciclo de vida de los materiales mediante iniciativas de logística inversa y reciclaje en todas nuestras operaciones. Al transformar los residuos en recursos valiosos, reforzamos nuestra dedicación a la economía circular.

En Chile, nos asociamos con Ecocitex para reciclar 722 kg de uniformes, convirtiéndolos en nuevos accesorios. De manera similar, en Brasil, más de 516 kg de uniformes fueron reciclados en colaboración con Ideal Work, produciendo 720 delantales McCafé. México también dio grandes pasos, reciclando 13 toneladas de empaques de papel recolectados en 12 restaurantes, que se transformaron en nuevas bolsas de papel McDelivery.

Nuestro Programa de logística inversa de vasos de papel sigue expandiéndose. En Brasil, recuperamos 349.081 vasos en 2024, alcanzando un total de 584.399 vasos desde 2023. Estos vasos, recolectados en 11 restaurantes, son procesados por IBEMA, que los reutiliza en nuevos materiales de embalaje. Mientras tanto, en Ecuador, reciclamos 6,7 toneladas de vasos de papel con revestimiento de polímero, lo que equivale a 603.810 unidades.

Durante el Lollapalooza 2024 en Brasil, lideramos esfuerzos de sostenibilidad con el compostaje de más de 500 kg de residuos orgánicos, donación de alimentos sobrantes, reciclaje de más de una tonelada de residuos de la operación, y participando en la campaña de intercambio de empaques por cupones o regalos a través de Rock & Recycle. Más allá del festival, nuestro compromiso con la circularidad se extiende por todo el país. Nuestra campaña de reciclaje incentiva a los clientes con cupones, promoviendo la separación de residuos y la disposición responsable.

Además, 202 restaurantes operan como ubicaciones libres de vertederos, asegurando que los residuos no reciclables se envíen para su coprocesamiento como combustible para hornos de cemento. Para aumentar la conciencia, nuestros revestimientos de bandejas incluyen mensajes sobre los principios de economía circular y la disposición adecuada de los residuos.

1,2 toneladas
de uniformes reciclados
entre Chile y Brasil

13 toneladas
de empaques de papel
recolectados
en México

+900.000
vasos recuperados entre Brasil y
Ecuador

#YoEra



Hacia empaques más sostenibles

El empaque juega un papel crucial en la seguridad y frescura de los alimentos que ofrecemos. Gestionarlo de manera responsable nos ayuda a mejorar la experiencia del cliente y a reducir nuestro impacto ambiental.

Estamos comprometidos a transicionar a envases renovables, reciclados o certificados para fines de 2025. Esto significa reducir el plástico, fomentar la reutilización y aumentar los esfuerzos de reciclaje. Ya hemos realizado grandes cambios, como reemplazar plásticos de un solo uso por alternativas de papel y eliminar las pajillas y tapas plásticas para los pedidos para comer en restaurantes.

Desde 2017, hemos reducido el plástico de un solo uso en 3.300 toneladas al año. Al cierre del informe, el 91,6% de nuestro empaque es renovable y certificado en la gestión responsable de bosques, con un 15% que contiene materiales reciclados, sin entrar en contacto directo con los alimentos. Seguimos adelante con nuestros planes para eliminar la mayor cantidad de plástico posible de nuestros restaurantes. Un cambio que reduce el impacto ambiental y disminuye los costos de materiales al reducir el uso de plásticos de un solo uso.

15%
de materiales reciclados utilizados en nuestros empaques

¹ El 99,1 % del volumen de fibra certificada suministrado por nuestros proveedores cuenta con certificación FSC. El 0,9 % restante cuenta con certificación PEFC.

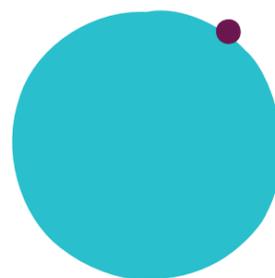


MATERIAL DE ENVASE

45.395
toneladas
total

8,4%
Plástico
3.831 toneladas

91,6%
Otros materiales renovables
41.564 toneladas



Iniciativas de reducción de plástico

INICIATIVA	DESCRIPCIÓN	MERCADOS
SELLADO TÉRMICO - BEBIDAS PARA DELIVERY	Tapas de papel con plástico para delivery reemplazadas por tapas de papel con recubrimiento de PE.	Todos los mercados
CUBIERTOS DE MADERA	Cubiertos de plástico reemplazados por cubiertos de madera (cuchara, tenedor, cuchillo) en mercados regulados	Chile, Puerto Rico, Uruguay, Costa Rica
REMOVEDORES DE MADERA	Removedores de plástico reemplazados por removedores de madera	Todos los mercados
ENVOLTURAS CON BARRERA RENOVABLE	Barreras antihumedad a base de resina reemplazadas por materiales renovables	Argentina, Costa Rica, Uruguay, Panamá, México, Chile
TAPAS DE PAPEL/ POLIETILENO	Tapas plásticas para vasos de bebidas frías y calientes en el AutoMac reemplazadas por tapas de papel/PE	Costa Rica
VASOS DE PAPEL/POLIETILENO PARA SUNDAE CON TAPA DE CARTÓN	Vasos plásticos para Sundae reemplazados por vasos de papel con recubrimiento plástico. Tapas plásticas para sundae reemplazadas por tapas de cartón	Todos los mercados (Brasil, Perú, Uruguay en 2024)
RECIPIENTES DE PAPEL PARA SALSAS	Envases plásticos reemplazados por vasos de papel	Brasil, México, Puerto Rico, Costa Rica, Panamá
VASOS DE PAPEL/PLA	Recubrimiento plástico de los vasos de bebidas frías y calientes reemplazado por recubrimiento de PLA	Chile



Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI y SASB

Índice de contenidos GRI y SASB





Índice GRI

DECLARACIÓN DE USO

Arcos Dorados ha elaborado el informe conforme a los Estándares GRI para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2024.

GRI 1 USADO

GRI 1: Fundamentos 2021



Indicador cubierto por el informe de aseguramiento limitado.

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA	
La organización y sus prácticas de reporte				
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-1 Detalles de la organización	Nuestra sede central se encuentra ubicada en Río Negro 1338, Primer piso, Montevideo, Uruguay.	5	
	2-2 Entidades incluidas en el reporte de sustentabilidad de la organización	Adcon S.A.; Administrative Development Company; Aduy S.A.; Alimentos Arcos Dorados de Venezuela C.A.; Alimentos Latinoamericanos Venezuela ALV, C.A.; Arcgold del Ecuador, S.A.; Arcos del Sur, S.R.L.; Arcos Dorados Argentina S.A.; Arcos Dorados Aruba N.V.; Arcos Dorados B.V.; Arcos Dorados Caribbean Development Corp.; Arcos Dorados Colombia S.A.S; Arcos Dorados Costa Rica ADCR, S.A.; ADCR Inmobiliaria, S.A.; Arcos Dorados Curacao, N.V.; Arcos Dorados Development B.V.; Arcos Dorados French Guiana; Arcos Dorados Group B.V.; Arcos Dorados Guadeloupe; Arcos Dorados Martinique; Arcos Dorados Panama, S.A.; Arcos Dorados Puerto Rico, LLC; Arcos Dorados Restaurantes de Chile, Ltda.; Arcos de Valparaiso SpA; Arcos Dorados Trinidad Limited; Arcos Dorados USVI, Inc.(St. Croix); Arcos Dourados Comercio de Alimentos S.A.; Arcos Dourados Restaurantes Ltda.; Arcos SerCal Inmobiliaria, S. de R.L. de C.V.; Restaurantes ADMX, S. de R.L. de C.V.; Arcos Dorados BraPa S.A. ; Compañía de Inversiones Inmobiliarias S.A.; Complejo Agropecuario Carnico (Carnicos), C.A.; Arcos Dorados Uruguay S.A.; Gerencia Operativa ARC, C.A.; Compañía Operativa de Alimentos COR, C.A.; Golden Arch Development LLC; LatAm, LLC; Logistics and Manufacturing LOMA Co.; Management Operations Company; Operaciones Arcos Dorados de Perú, S.A.; Sistemas Central America, S.A.; Sistemas McOpCo Panama, S.A.; Arcos Dorados Latam LLC; Arcos Mendocinos S.A.; Arcos Dourados Empreendimentos Inmobiliarios Ltda; ADC Real Estate SpA; AD Inmobiliaria Colombia S.A.S.; Sociedad de Inversiones CSL Ltd; AD Real Estate S.A.; Arcos Dorados I B.V.	5	
	2-3 Período de reporte, frecuencia y punto de contacto	sustentabilidad@br.mcd.com	5	
	2-4 Reexpresiones de información		5	
	2-5 Verificación externa		5	
Actividades y equipos de trabajo				
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales		12, 13	
	2-7 Empleo	No se realizan suposiciones ni estimaciones para compilar los datos de empleados. No hubo fluctuaciones significativas en el número de empleados. 100% de empleados permanentes	22	
	2-8 Personas que trabajan en la organización y no son empleadas	Durante el período de reporte, no medimos este indicador.		



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA
Gobernanza			
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-9 Estructura y composición de la gobernanza		16
	2-10 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	20-F	
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	Woods Staton se desempeña como Presidente Ejecutivo del Directorio y ocupa un cargo distinto al del equipo ejecutivo senior de la organización.	
	2-12 Rol del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de impactos		16
	2-13 Delegación de responsabilidad para la gestión de impactos		16
	2-14 Papel del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad		16
	2-15 Conflictos de interés		17
	2-16 Comunicación de preocupaciones críticas	Durante el período de reporte, no se registró el número de preocupaciones críticas reportadas formalmente al máximo órgano de gobierno de la compañía.	
	2-17 Conocimiento colectivo del máximo órgano de gobierno		16
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	20-F	
	2-19 Políticas de remuneración	20-F	
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	20-F	23
	2-21 Ratio de compensación total anual	El ratio anual de compensación es información competitiva y confidencial que no divulgamos.	



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA	
Estrategia, políticas y prácticas				
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible		3	
	2-23 Compromisos de política		17, 18	
	2-24 Incorporación de compromisos		17, 18	
	2-25 Procesos para remediar impactos negativos		17, 18	
	2-26 Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes		17	
	2-27 Cumplimiento de leyes y reglamentos	El cumplimiento de leyes y regulaciones es información competitiva y confidencial que no divulgamos.		
	2-28 Asociaciones de miembros		15	
Participación de los grupos de interés				
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés partes interesadas		6	
	2-30 Acuerdos de negociación colectiva			
		Empleados cubiertos por acuerdos de negociación colectiva		
		Argentina	94%	
		Brasil	100%	
		Chile	0%	
		Colombia	93%	
		Costa Rica	0%	
		Ecuador	0%	
		México	85%	
		Panamá	96%	
		Perú	0%	
		Puerto Rico	0%	
		Uruguay	97%	
		Venezuela	73%	



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA	
TEMAS MATERIALES				
GRI 3: Temas materiales 2021	3-1. Proceso para determinar temas materiales		8, 9	
	3-2 Lista de temas materiales		9	
TEMA MATERIAL: SALUD Y SEGURIDAD				
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		25, 26	
GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo		26	
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes		26	
	403-3 Servicios de salud en el trabajo		23, 26, 30	
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo		25, 26	
	403-5 Formación de los trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		26, 30	
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores		26, 30	
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante relaciones comerciales		25, 26	
	403-8 Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo		26	



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA																
	403-9 Lesiones por accidente laboral	<p>Para todos los empleados</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>SLAD</th> <th>NOLAD</th> <th>BRASIL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Fallecimientos como resultado de una incidente de trabajo</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Incidentes laborales con consecuencias graves</td> <td>1.428</td> <td>314</td> <td>555</td> </tr> <tr> <td>Incidentes laborales registrados</td> <td>1.485</td> <td>368</td> <td>555</td> </tr> </tbody> </table> <p>Durante el período de reporte, no contamos con información suficiente para informar la tasa de lesiones laborales relacionadas con trabajadores que no son empleados, pero cuyos trabajos o lugares de trabajo son controlados por la organización.</p>		SLAD	NOLAD	BRASIL	Fallecimientos como resultado de una incidente de trabajo	0	0	0	Incidentes laborales con consecuencias graves	1.428	314	555	Incidentes laborales registrados	1.485	368	555	
	SLAD	NOLAD	BRASIL																
Fallecimientos como resultado de una incidente de trabajo	0	0	0																
Incidentes laborales con consecuencias graves	1.428	314	555																
Incidentes laborales registrados	1.485	368	555																
	403-10 Dolencias y enfermedades laborales	<p>Para todos los empleados</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>SLAD</th> <th>NOLAD</th> <th>BRASIL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Fallecimientos como resultado de una enfermedad ocupacional</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Enfermedades laborales registradas</td> <td>11</td> <td>0</td> <td>153</td> </tr> </tbody> </table> <p>Durante el período de reporte, no contamos con información suficiente para informar la tasa de enfermedades laborales relacionadas con trabajadores que no son empleados, pero cuyos trabajos o lugares de trabajo están controlados por la organización.</p>		SLAD	NOLAD	BRASIL	Fallecimientos como resultado de una enfermedad ocupacional	0	0	0	Enfermedades laborales registradas	11	0	153					
	SLAD	NOLAD	BRASIL																
Fallecimientos como resultado de una enfermedad ocupacional	0	0	0																
Enfermedades laborales registradas	11	0	153																
TEMA MATERIAL: EMPLEO JOVEN																			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		53-55																
TEMA MAATERIAL: RESPETO POR LOS DERECHOS HUMANOS																			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		18																
GRI 406 No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	En 2024, registramos 340 incidentes relacionados con discriminación y diversidad, de los cuales los 340 fueron evaluados por la organización. Al cierre del período, 247 casos ya no requerían acciones, y 15 planes de remediación se encontraban en curso. A lo largo del año, se implementaron 17 planes de remediación como parte de nuestros procesos rutinarios de revisión interna y gestión.																	
GRI 408 Trabajo infantil 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil		33, 34																
GRI 409 Trabajo forzoso u obligatorio 2016	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio		33, 34																



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA	
TEMA MATERIAL: DIVERSIDAD E INCLUSIÓN				
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		27-30	
GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados 405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Este ratio es información competitiva y confidencial que no divulgamos.	27	
TEMA MATERIAL: ABASTECIMIENTO RESPONSABLE				
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		32-39	
GRI 204 Prácticas de adquisición 2016	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	Los productos locales se producen y se consumen en el mismo país o territorio. Los productos importados incluyen aquellos adquiridos a proveedores en otros mercados de Arcos Dorados. Consideramos "operaciones significativas" a los países y territorios en los que Arcos Dorados tiene restaurantes en operación. Esto incluye los 20 países donde operamos, junto con los territorios en los que también tenemos presencia comercial.	32	
GRI 308 Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con criterios ambientales 308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		34 34	
GRI 414 Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		34 34	
TEMA MATERIAL: APOYO A LA COMUNIDAD LOCAL				
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Gestión del tema material		55-57	



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA																																																												
GRI 413 Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		56 																																																												
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	Durante el período del reporte, no evaluamos este tipo de impactos en la comunidad.																																																													
TEMA MATERIAL: CULTURA Y CLIMA LABORAL																																																															
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		20-24																																																												
GRI 401 Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>SLAD</th> <th>NOLAD</th> <th>BRASIL</th> </tr> <tr> <th>2024</th> <th>2024</th> <th>2024</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Menos de 24 años</td> <td>15.762</td> <td>12.383</td> <td>26,320</td> </tr> <tr> <td>Entre 24 y 30 años</td> <td>1.927</td> <td>1.780</td> <td>6.317</td> </tr> <tr> <td>Más de 30 años</td> <td>688</td> <td>992</td> <td>2,119</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>18.377</td> <td>15.155</td> <td>34.756</td> </tr> <tr> <td>Hombres</td> <td>8.061</td> <td>8.283</td> <td>20.518</td> </tr> <tr> <td>Mujeres</td> <td>10.316</td> <td>6.872</td> <td>14.238</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>18.377</td> <td>15.155</td> <td>34.756</td> </tr> <tr> <th colspan="4">ROTACIÓN</th> </tr> <tr> <td>Menos de 24 años</td> <td>47,2</td> <td>79,1</td> <td>68,0</td> </tr> <tr> <td>Entre 24 y 30 años</td> <td>80,5</td> <td>111,5</td> <td>80,1</td> </tr> <tr> <td>Más de 30 años</td> <td>69,9</td> <td>112,4</td> <td>67,4</td> </tr> <tr> <td>Hombres</td> <td>58,7</td> <td>86,7</td> <td>94,4</td> </tr> <tr> <td>Mujeres</td> <td>59,2</td> <td>88,4</td> <td>89,2</td> </tr> </tbody> </table>		SLAD	NOLAD	BRASIL	2024	2024	2024		Menos de 24 años	15.762	12.383	26,320	Entre 24 y 30 años	1.927	1.780	6.317	Más de 30 años	688	992	2,119	TOTAL	18.377	15.155	34.756	Hombres	8.061	8.283	20.518	Mujeres	10.316	6.872	14.238	TOTAL	18.377	15.155	34.756	ROTACIÓN				Menos de 24 años	47,2	79,1	68,0	Entre 24 y 30 años	80,5	111,5	80,1	Más de 30 años	69,9	112,4	67,4	Hombres	58,7	86,7	94,4	Mujeres	59,2	88,4	89,2	
	SLAD	NOLAD	BRASIL																																																												
2024	2024	2024																																																													
Menos de 24 años	15.762	12.383	26,320																																																												
Entre 24 y 30 años	1.927	1.780	6.317																																																												
Más de 30 años	688	992	2,119																																																												
TOTAL	18.377	15.155	34.756																																																												
Hombres	8.061	8.283	20.518																																																												
Mujeres	10.316	6.872	14.238																																																												
TOTAL	18.377	15.155	34.756																																																												
ROTACIÓN																																																															
Menos de 24 años	47,2	79,1	68,0																																																												
Entre 24 y 30 años	80,5	111,5	80,1																																																												
Más de 30 años	69,9	112,4	67,4																																																												
Hombres	58,7	86,7	94,4																																																												
Mujeres	59,2	88,4	89,2																																																												
	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales		23																																																												



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA								
			SLAD		NOLAD		BRASIL				
			M	F	M	F	M	F			
	401-3 Permiso parental										
		Empleados con derecho a licencia parental	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%		
		Empleados que se tomaron licencia parental	105	517	49	316	202	1.063			
		Empleados que regresaron al trabajo en el período de informe después de que terminara su licencia por paternidad/maternidad	104	431	48	268	202	1.059			
		Empleados que regresaron al trabajo después de finalizar su licencia por paternidad/ maternidad y que aún estaban empleados 12 meses después de su regreso al trabajo	93	378	31	177	125	744			
		Tasas de retención de empleados que tomaron licencia por paternidad/maternidad	59%	75%	61%	74%	62%	68%			
GRI 404 Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	Durante el período de reporte, no contamos con información suficiente para reportar el número promedio de horas de capacitación por género.									24
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición										24
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional										23
TEMA MATERIAL: ACCIÓN CLIMÁTICA											
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material										59-64



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA	
GRI 305 Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	La información correspondiente al año base no está disponible. Te invitamos a consultar el Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sustentable 2023, donde podrás encontrar los datos relevantes. Los factores de emisión para el alcance 1 son en su mayoría, del "Department for Business, Energy & Industrial Strategy" y del Intergovernmental Panel on Climate Change.	60	
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Las emisiones indirectas de GEI se presentan unicamente basadas en el mercado, ya que nuestras metas de reducción se fundamentan en estos datos. La información correspondiente al año base no está disponible. Te invitamos a consultar el Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sustentable 2023, donde podrás encontrar los datos relevantes. Los factores de emisión del alcance 2 y 3 son, en su mayoría, de propiedad privada y gestionados por el consultor a cargo del cálculo de la huella de carbono.	60	
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (Alcance 3)	La información correspondiente al año base no está disponible. Te invitamos a consultar el Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sustentable 2023, donde podrás encontrar los datos relevantes. Los factores de emisión del alcance 2 y 3 son, en su mayoría, de propiedad privada y gestionados por el consultor a cargo del cálculo de la huella de carbono. Las categorías incluidas en el cálculo son: bienes y servicios adquiridos, bienes de capital, actividades relacionadas con energía y combustibles, transporte y distribución aguas arriba, residuos generados en las operaciones, viajes de negocios, traslado de empleados, transporte y distribución aguas abajo, fin de vida útil de productos vendidos, franquicias, e inversiones.	60	
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI		60	
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI		60	
	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)		60	
	305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	Debido a nuestro tipo de operación, no producimos esta categoría de emisiones.		
TEMA MATERIAL: GESTIÓN RESPONSABLE DE LOS RECURSOS				
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		65	



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA	
GRI 302 Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	Los siguientes consumos no forman parte de la actividad de la compañía: calefacción, refrigeración y vapor. No se comercializan electricidad, calefacción, refrigeración ni vapor. Se estimaron los países donde la información era escasa o inexacta. Se emplearon factores de conversión estándar.	62	
	302-2 Consumo energético fuera de la organización	En el período de informe, no consumimos energía fuera de la operación.		
	302-3 Intensidad energética	El tipo de energía considerado en el ratio de intensidad es la electricidad. El ratio considera el consumo de energía realizado dentro de la organización.	62	
	302-4 Reducción del consumo energético		62	
	302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios		62	
GRI 303 Agua y efluentes 2018	303-1 Interacción con el agua como recurso compartido		65	
	303-2 Gestión de impactos relacionados con los vertidos de agua		65	
	303-3 Extracción de agua	Durante el periodo de reporte, no contamos con información suficiente para divulgar esta información. Estamos trabajando para mejorar este indicador en futuros períodos de informes.		
	303-4 Vertido de agua	Durante el periodo de reporte, no contamos con información suficiente para divulgar esta información. Estamos trabajando para mejorar este indicador en futuros períodos de informes.		
	303-5 Consumo de agua	Durante el periodo de reporte, no contamos con información suficiente para divulgar esta información. Estamos trabajando para mejorar este indicador en futuros períodos de informes.		
TEMA MATERIAL: ALIMENTOS SEGUROS Y NUTRITIVOS				
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		48-49	
GRI 416 Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y la seguridad de las categorías de productos o servicios		48	
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Se identificaron hallazgos críticos en 69 restaurantes, los cuales fueron corregidos durante 2024.		



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA
MATERIAL TOPIC: CIBERSEGURIDAD Y PRIVACIDAD DE LOS DATOS			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		46
GRI 418 Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdidas de datos del cliente		46
TEMA MATERIAL: GANADERÍA SOSTENIBLE Y BIENESTAR ANIMAL			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		37-39
TEMA MATERIAL: EMPAQUES Y RESIDUOS			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		65-69
GRI 301 Materiales 2016	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen		69
	301-2 Insumos reciclados		69
	301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado		68
GRI 306 Residuos 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos		66, 67
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con residuos		66, 67
	306-3 Residuos generados	Durante el período de reporte, no contamos con información suficiente para divulgar esta información. Estamos trabajando para mejorar este indicador en futuros períodos de informes.	
	306-4 Residuos desviados de disposición	Durante el período de reporte, no contamos con información suficiente para divulgar esta información. Estamos trabajando para mejorar este indicador en futuros períodos de informes.	
	306-5 Residuos dirigidos a disposición	Durante el período de reporte, no contamos con información suficiente para divulgar esta información. Estamos trabajando para mejorar este indicador en futuros períodos de informes.	
TEMA MATERIAL: MARKETING RESPONSABLE			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		43, 44, 46, 47



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA	
GRI 417 Marketing y Etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios		43	
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	En 2024, registramos 10.933 casos de incumplimiento de normativas o códigos voluntarios relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios a través de nuestros puntos de contacto. Estos casos se gestionaron conforme a las directrices establecidas en el capítulo Compromiso con las familias.		
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing		46	
TEMA MATERIAL: ÉTICA EN LOS NEGOCIOS				
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		17, 18	
GRI 205 Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción		18	
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción		18	
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas		18	
GRI 206 Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia		18	
TEMA MATERIAL: INNOVACIÓN COMERCIAL Y DE PRODUCTOS				
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		41, 42, 45	



Índice SASB

ESTANDAR	CONTENIDO	RESPUESTA	PÁGINA
Gestión de la energía			
FB-RN-130a.1	(1) Energía total consumida (2) porcentaje de electricidad de red (3) porcentaje renovable		62
Gestión del agua			
FB-RN-140a.1	(1) Agua total extraída (2) Agua total consumida, porcentaje de cada una en regiones con estrés hídrico de base alto o extremadamente alto	Durante el periodo de reporte, no contamos con información suficiente para reportar esta información. Estamos trabajando para mejorar este indicador en futuros períodos de informes.	
Gestión de residuos de alimentos y empaques			
FB-RN-150a.1	(1) Cantidad total de residuos, (2) porcentaje de residuos de alimentos, (3) porcentaje desviado de disposición	Durante el período de reporte, no contamos con información suficiente para divulgar estos datos. Estamos trabajando para mejorar este informe en futuros períodos de reporte. Estamos implementando un proyecto en Brasil para recuperar y donar alimentos aptos para el consumo.	
FB-RN-150a.2	(1) Peso total de empaques, (2) el porcentaje hecho de materiales reciclados y/o renovables, (3) el porcentaje que es reciclable, reutilizable y/o compostable		69
Seguridad de los alimentos			
FB-RN-250a.1	(1) Porcentaje de restaurantes inspeccionados por un organismo de supervisión de seguridad alimentaria, (2) porcentaje que ha recibido infracciones críticas		48
FB-RN-250a.2	(1) Número de retiradas de productos, (2) cantidad total de productos alimenticios retirados	En 2024, tuvimos 26 recuperaciones de stock. Esto ocurre cuando se identifica un problema con un producto que hace necesario retirarlo de los restaurantes. Luego, trabajamos con el proveedor en un plan de acción para prevenir que vuelva a suceder.	
FB-RN-250a.3	Número de brotes confirmados de enfermedades transmitidas por los alimentos, porcentaje que resultó en una investigación de los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) de EE. UU.		48



ESTANDAR	CONTENIDO	RESPUESTA	PÁGINA
Contenido nutricional			
FB-RN-260a.1	(1) Porcentaje de opciones de comidas consistentes con las pautas dietéticas nacionales, (2) ingresos provenientes de estas opciones	La información sobre los ingresos de diferentes ofertas de menú es información competitiva que no divulgamos.	
FB-RN-260a.2	(1) Porcentaje de opciones de comidas para niños consistentes con las pautas dietéticas nacionales para niños, (2) ingresos provenientes de estas opciones	La información sobre los ingresos de diferentes ofertas de menú es información competitiva que no divulgamos.	
FB-RN-260a.3	Número de impresiones publicitarias realizadas en niños, porcentaje que promociona productos que cumplen con las pautas dietéticas nacionales para niños	Nuestros anuncios siempre están dirigidos hacia grupos familiares, no hacia niños. Todos nuestros productos cumplen con las pautas nutricionales para niños en los países donde operamos.	
Prácticas laborales			
FB-RN-310a.1	(1) Tasa de rotación voluntaria de empleados de restaurantes, (2) tasa de rotación involuntaria de empleados de restaurantes	La tasa de rotación es información competitiva y confidencial que no revelamos.	
FB-RN-310a.2	(1) Salario promedio por hora, por región, (2) porcentaje de empleados de restaurantes que ganan el salario mínimo, por región	Cumplimos con todas las regulaciones y requerimientos legales relacionados con las condiciones laborales y la compensación en cada país donde operamos.	
FB-RN-310a.3	Monto total de pérdidas monetarias como resultado de procedimientos legales asociados con (1) violaciones de la ley laboral y (2) discriminación laboral	En este informe, reportamos la información completa sobre casos de discriminación. La información financiera asociada es confidencial por su carácter competitivo.	
Gestión de la cadena de suministro y abastecimiento de alimentos			
FB-RN-430a.1	Porcentaje de alimentos comprados que (1) cumplen con los estándares ambientales y sociales de abastecimiento y (2) están certificados según estándares ambientales y/o sociales de terceros		34
FB-RN-430a.2	(1) Porcentaje de huevos que se originaron en un ambiente sin jaulas y (2) porcentaje de carne de cerdo que se produjo sin el uso de jaulas de gestación	Durante el período del informe, no contamos con información suficiente para reportar el porcentaje de carne de cerdo libre de jaulas de gestación adquirida.	37
FB-RN-430a.3	Discusión de la estrategia para gestionar los riesgos ambientales y sociales dentro de la cadena de suministro, incluido el bienestar animal		32-39



Pistrelli, Henry Mañín y Asociados S.A.
26 de mayo 487 C1002ABI
Buenos Aires, Argentina

Tel: (54-11) 4318-1600/4311-6544
Fax: (54-11) 4318-1777/4610-2220
ey.com

INFORME DE CONTADORES PÚBLICOS INDEPENDIENTES SOBRE INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD (Traducción)

A los Señores Directores de
Arcos Dorados Holdings Inc.

1. Identificación de la información objeto del encargo

Hemos sido contratados por Arcos Dorados Holdings Inc. (en adelante "la Sociedad") para realizar un encargo de aseguramiento limitado, tal y como se define en la Resolución Técnica N° 3/ de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE) (en adelante "el encargo"), sobre ciertos indicadores de sustentabilidad (en adelante "los Indicadores") que se detallan en el Anexo 1 de este informe y que están contenidos en el "Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sustentable" correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2024 (en adelante "el Reporte").

Aparte de lo descrito en el párrafo anterior, que establece el alcance de nuestro encargo, no hemos aplicado procedimientos de aseguramiento sobre el resto de la información incluida en el Reporte y, en consecuencia, no expresamos una conclusión sobre esa otra información.

2. Criterios aplicados por la Sociedad

En la preparación y presentación de los Indicadores detallados en el Anexo 1, la Sociedad aplicó en conformidad los estándares GRI establecidos por la Junta de estándares globales de sostenibilidad (GSSB) (en adelante, "los Criterios"), según se indica en la página 5 "Parámetros del informe" del Reporte.

3. Responsabilidades de la Dirección de la Sociedad en relación con los Indicadores

La Dirección es responsable de seleccionar los Criterios, y de presentar los Indicadores de conformidad con esos Criterios, en todos sus aspectos significativos. Esta responsabilidad incluye el diseño, implementación y mantenimiento de controles internos, el mantenimiento de registros adecuados y la realización de estimaciones que sean relevantes para la preparación de los Indicadores, de forma que estén libre de incorrecciones significativas, ya sea debido a fraude o error.

4. Responsabilidades de los contadores públicos independientes en relación con los Indicadores

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una conclusión sobre los Indicadores basada en los procedimientos que hemos realizado y los elementos de juicio que hemos obtenido.

Hemos llevado a cabo el encargo de aseguramiento limitado de conformidad con las normas de la Resolución Técnica N° 37 de la FACPCE contenidas en las secciones V.A. "Otros encargos de aseguramiento en general" y V.F. "Encargo de Aseguramiento del Balance Social" (en lo correspondiente al Reporte), y con los términos de referencia de este encargo acordados con la Sociedad el 18 de marzo de 2025. Dichas normas requieren que planifiquemos y ejecutemos nuestro encargo para expresar una conclusión sobre si tenemos conocimiento de alguna modificación significativa que deba realizarse en los Indicadores a efectos que estén conformes con los Criterios, y para emitir un informe.



- 2 -

No obstante, la ausencia de una metodología o práctica generalmente aceptada para identificar, evaluar y medir información no financiera puede dar lugar a supuestos y criterios diferentes y con ello a valores no necesariamente comparables con los de otras entidades, lo que representa una limitación inherente.

La naturaleza, el momento de aplicación y el alcance de los procedimientos seleccionados dependen de nuestro juicio, incluida la evaluación del riesgo de incorrecciones significativas, ya sea debidas a fraude o error.

Consideramos que los elementos de juicio obtenidos son suficientes y adecuados para fundamentar nuestra conclusión de seguridad limitada.

5. Nuestra independencia

Somos independientes de la Sociedad y hemos cumplido con las demás responsabilidades de ética de conformidad con los requerimientos del Código de Ética del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y de la Resolución Técnica N° 37 de la FACPCE, y tenemos las competencias y la experiencia necesarias para llevar a cabo este compromiso de aseguramiento.

También hemos diseñado y operamos un sistema de gestión de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

6. Descripción de los procedimientos aplicados

En un encargo de seguridad limitada de conformidad con la Resolución Técnica N° 3/ de la FACPCE se obtienen elementos de juicio válidos y suficientes como parte de un proceso sistemático, que incluye obtener un entendimiento de los indicadores del encargo y de otras circunstancias del trabajo, realizar indagaciones principalmente a las personas responsables de la preparación de la información presentada y aplicar procedimientos analíticos y otros procedimientos apropiados, pero en el que los procedimientos tienen un alcance significativamente menor al de un encargo de aseguramiento razonable y, por consiguiente, no nos permite obtener seguridad razonable de que hemos tomado conocimiento de todos los temas significativos que podrían identificarse, motivo por el cual no emitimos una opinión sobre los indicadores.

Aunque hemos tenido en cuenta la eficacia de los controles internos de la Dirección a la hora de determinar la naturaleza y el alcance de nuestros procedimientos, nuestro encargo de aseguramiento limitado no ha sido diseñado para proporcionar seguridad sobre los controles internos, y nuestros procedimientos no incluyeron la comprobación de esos controles.

Nuestros procedimientos incluyeron:

- a) Entrevistas con el personal para comprender el negocio y el proceso de preparación del Reporte,

- b) Entrevistas con el personal clave para comprender el proceso de recopilación, cotejo y reporte de la información sobre los indicadores durante el período de referencia.
- c) Comprobación de que los criterios de cálculo se han aplicado correctamente de acuerdo con las metodologías descritas en los Criterios.
- d) Procedimientos analíticos aplicados a los datos, y pedido de explicaciones a la Dirección sobre las diferencias detectadas.
- e) Identificación y comprobación de las hipótesis en las que se basan los cálculos.
- f) Comprobación, por muestreo, de las fuentes de información subyacente para verificar la exactitud de los datos.

También llevamos a cabo otros procedimientos que hemos considerado necesarios dadas las circunstancias.

Los procedimientos de aseguramiento limitado aplicados no se refieren a períodos futuros y nuestra conclusión sobre los indicadores se refiere únicamente al período descripto.

7. Conclusión

Sobre la base de los procedimientos aplicados, los elementos de juicio obtenidos y la evidencia obtenida, no ha llegado a nuestro conocimiento ninguna cuestión que nos lleve a pensar que los indicadores que se detallan en el Anexo 1 de este informe, incluidos en el Reporte de Impacto y Desarrollo Sustentable de la Sociedad para el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2024, no hayan sido preparados, en todos los aspectos significativos, de conformidad con los Criterios mencionados en la sección "Criterios aplicados por la Entidad".

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

27 de junio de 2025

PISIRELLI, HENRY MARTIN Y ASOCIADOS S.A.
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 1 – F° 13



HERNAN HLEBOWICZ
Socio
Contador Público (U.B.A.)
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 369 – F° 190

Anexo 1

Los Indicadores

La información correspondiente a los indicadores incluidos en el Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sustentable 2024 de Arcos Dorados Holdings Inc., publicado en sus páginas web¹ se presentan en la siguiente tabla:

Estándar	Indicador	Unidad	Valor
GRI	2-6: Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Indicador cualitativo	<p>1. Proveedores Alimento: 227 proveedores Papel y envases: 67 proveedores Centros de distribución: 28 centros</p> <p>2. Operaciones Restaurantes: 2.426, 67+ vs fin de 2023 71% operados por la compañía 29% operados por (sub) franquicias</p> <p>Equipos: 98.615 empleados propios, 63,4% menores de 24 años. 56% mujeres, 44% hombres.</p> <p>Menú: USD 5,8 billones en ventas, +3,3% versus 2023</p> <p>3. Cero Clientes: 4m+ clientes por día</p> <p>Comunidad: 487.335 oportunidades de capacitación y primer empleo formal en 2024</p>
GRI	2-7: Empleados	Numeros	<p>Empleados permanentes totales: SLAD: 15.245 hombres, 21.206 mujeres, total 36.451 NOLAD: 10.731 hombres, 10.518 mujeres, total: 21.249 Brasil: 17.620 hombres, 23.295 mujeres, total: 40.915</p> <p>Empleados a tiempo completo: 64.157 SLAD: 6.221 hombres, 7.237 mujeres, total: 13.458 NOLAD: 7.133 hombres, 6.379 mujeres, total: 13.512 Brasil: 16.076 hombres, 21.111 mujeres, total: 37.187</p> <p>Empleados a tiempo parcial: 34.458 GLAD: 9.024 hombres, 10.909 mujeres, total: 22.933 NOLAD: 3.598 hombres, 4.139 mujeres, total: 7.737 Brasil: 1.544 hombres, 2.184 mujeres, total: 3.728</p> <p>Número total de empleados de todas las regiones: 98.615 Empleados fijos: 100% Empleados temporales: 0 Empleados con horas no garantizadas: 0</p>
GRI	2-23: Compromisos de política	Indicador cualitativo	<p>Los compromisos de política se pueden encontrar en la página 17 del Reporte. Normas de Conducta en los Negocios</p>



			<p>Política de Lugar de Trabajo Seguro y Respetuoso Código de Conducta para Proveedores Declaración Global de Principios contra la Discriminación, el Acoso y las Represalias Declaración Global de Principios sobre la Prevención de Violencia en el lugar de Trabajo.</p>
GRI	2-29: Enfoque para la participación de los grupos de interés	Indicador cualitativo	El enfoque para la participación de los grupos de interés se puede encontrar en el capítulo "Relación con los grupos de interés", en la página 6 del Reporte.
GRI	3-2: Lista de temas materiales	Indicador cualitativo	<p>Los temas materiales se incluyen en la Matriz de Materialidad, en la página 9 del Reporte, y son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ética empresarial 2. Alimentos seguros y nutritivos 3. Packaging y residuos 4. Respeto de los derechos humanos 5. Salud y seguridad ocupacional 6. Gestión eficiente de recursos 7. Abastecimiento responsable 8. Apoyo a la comunidad 9. Marketing responsable 10. Ciberseguridad y privacidad de datos 11. Impulso al empleo joven 12. Cultura y desarrollo interno 13. Ganadería sostenible y bienestar animal 14. Acción por el clima 15. Diversidad e inclusión 16. Innovación de productos y comercialización
GRI	204-1: Proporción de gasto en proveedores locales	Porcentajes y definiciones	<p>Productos locales que se producen y consumen en el mismo país o territorio.</p> <p>Compras locales: 74% Brasil: 81% SLAD: 72% NOLAD: 64%</p>
GRI	205-2: Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Números y porcentajes	<p>Información del cuadro "Curso de Estándares de Conducta Empresarial", página 18.</p> <p>Board of Directors: 11, 100%.</p> <p>Senior Leadership Team: SLAD: 13, 100% NOLAD: 10, 100% Brasil: 6, 100%</p> <p>Staff Corporate: 417, 95% SLAD: 669, 77% NOLAD: 620, 72% Brasil: 760, 95%.</p> <p>Total. Corporate: 428, 98% SLAD: 662, 77%</p>



				<p>NOLAD: 630, 72% BRAZIL: 771, 95%</p>
GRI	302-1: Consumo energético dentro de la organización	MJ	<p>Electricidad Renovable: 302.145.955 kWh / 1.087.725.438 MJ No-Renovable: 301.181.527 kWh / 1.084.253.497 MJ Total: 603.327.482 kWh / 2.171.979.935 MJ</p> <p>Biodiesel Renovable: 780.834 L / 17.425.279 MJ</p> <p>Gasolina No-Renovable: 1.574.557 L / 54.372.760 MJ</p> <p>GLP/Propano No-Renovable: 9.741.223 L / 262.314.551 MJ</p> <p>Gas Natural No-Renovable: 5.296.906 m3 / 206.532.721 MJ</p>	
GRI	302-3: Intensidad energética	MWh/miles de USD	135,0. El tipo de energía considerado en el ratio de intensidad es la electricidad. El ratio considera el consumo de energía realizado dentro de la organización.	111.175,45
GRI	305-1: Emisiones directas de GEI (Alcance 1)	tCO2e		106.506,93
GRI	305-2: Emisiones indirectas de GEI al generar energía (Alcance 2)	tCO2e		5.779.927,09
GRI	305-3: Otras emisiones indirectas de GEI (Alcance 3)	tCO2e		
GRI	403-5: Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Indicador cualitativo	La formación de los trabajadores en salud y seguridad en el trabajo se puede encontrar bajo el título "Seguridad y Bienestar en equipo", en la página 26 del Reporte.	
GRI	403-6: Fomento de la salud de los trabajadores	Indicador cualitativo	El fomento de la salud de los trabajadores se puede encontrar bajo el título "Salud y Bienestar", en la página 30 del Reporte.	
GRI	405-1: Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Porcentaje	<p>Directores: 73% hombres, 27% mujeres. Menores de 30 años: 0% Entre 31 y 50 años: 18% Mayores de 50 años: 82%</p> <p>Equipo de Liderazgo Senior: 76% hombres, 24% mujeres Menores de 30 años: 0% Entre 31 y 50 años: 29% Mayores de 50 años: 71%</p> <p>Gerente de Operaciones y restaurante, y equipo de gerencia: 45% hombres, 55% mujeres. Menores de 30 años: 67% Entre 31 y 50 años: 31%</p>	



Mayores de 50 años: 2%

Staff: 45% hombres, 55% mujeres
 Menores de 30 años: 22%
 Entre 31 y 50 años: 68%
 Mayores de 50 años: 10%

Crew: 44% hombres, 56% mujeres
 Menores de 30 años: 92%
 Entre 31 y 50 años: 7%
 Mayores de 50 años: 1%

GRI	406-1: Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Indicador Cualitativo	Cantidad total de incidentes de discriminación durante el periodo objeto del informe: 340 Cantidad de casos revisados por la organización: 340 Planes de remediación en curso: 15 Cantidad de planes de remediación implementados cuyos resultados hayan sido evaluados a través de procesos de revisión de gestión interna rutinarios: 17 Cantidad de casos no sujetos a acciones: 247
GRI	413-1: Operaciones con la participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	Número	2.234.916 Big Mac vendidos USD 8.680.722 recaudados y donados 100% de las operaciones alcanzadas por campañas para financiar programas que benefician a la comunidad.

* El mantenimiento e integridad de los sitios web de Arca Dorada (ver direcciones web) repositorios del Reporte, es responsabilidad de la Administración de la Entidad. El trabajo llevado a cabo por EY no incluye la consideración de estas actividades y, por lo tanto, EY no acepta responsabilidad alguna por cualquier diferencia entre la información presentada en dicho sitio web y el Encargo contenido en el Reporte sobre el que se efectuó el Compromiso y se emitió la conclusión.



**Coordinado por
Equipo de Impacto Social
y Desarrollo Sostenible**