

TODOMODA ISADORA



Reporte de sustentabilidad — 2024



1 Mensaje del Presidente

2 Sobre el reporte

3 Una powerhouse de moda y lifestyle



4 Celebramos el talento



5 Inclusión y empoderamiento de la comunidad

6 Responsabilidad en el abastecimiento y operaciones

7 Índice GRI



Mensaje del Presidente

Querida comunidad,

Presentarles nuestro primer Reporte de sostenibilidad marca un hito fundamental en la historia de la compañía. Es un paso trascendental que no solo refleja el compromiso con el triple impacto, sino también nuestra dedicación a la transparencia, la ética y la responsabilidad en todas nuestras operaciones.

Este reporte llega en un contexto desafiante, que nos impulsa a innovar, a adaptarnos y encontrar nuevas oportunidades de crecer de manera sostenible. La situación económica en Argentina fue un desafío que tuvimos que abordar con impactos directos en nuestras operaciones. A pesar de la volatilidad, logramos adaptarnos y mantenernos firmes en nuestra expansión. Supimos encontrar nuevas formas de optimizar nuestros márgenes y mantener una relación cercana y genuina con las personas que nos eligen.

Por otro lado, las nuevas regulaciones y el creciente interés por el consumo responsable nos impulsaron a evolucionar y reforzar nuestra estrategia de sostenibilidad y tomar medidas que fortalezcan nuestra competitividad en el mundo. Estamos en un sector con grandes desafíos, y al igual que las personas que eligen nuestros productos, creemos en la importancia de hacer negocios cada vez más sostenibles.

Y lo hacemos con los mismos valores de hace más de 30 años. Nuestra historia comenzó en el barrio porteño de Once, en 1995, cuando mi padre, Carlos Castelli, abrió una tienda de accesorios que, sin saberlo, se convertiría en lo que hoy es uno de los mayores grupos de accesorios de moda del mundo. Con el tiempo, no solo nos posicionamos como líderes en Argentina, sino que nuestra mirada internacional nos permitió abrir locales en países como México, Brasil, Perú, Chile y recientemente Colombia, Panamá, Uruguay, El Salvador, Guatemala y Paraguay.

El espíritu de este reporte es contar nuestra historia de años de trabajo y de esfuerzo que nos llevaron hasta acá. Un recorrido lleno de aprendizajes, desafíos y logros que confirman nuestra decisión de seguir incorporando la sostenibilidad en el corazón de nuestra estrategia de negocio. Porque buscamos no solo mejorar nuestras prácticas, sino también ofrecer a nuestros grupos de interés una visión clara y honesta de lo que estamos haciendo para contribuir al desarrollo sostenible.

Nuestra guía es la estrategia *We Are Going*: un plan integral que impulsa nuestro crecimiento mientras promueve un impacto positivo en el ambiente y en las comunidades que nos rodean. La sostenibilidad forma parte de nuestra forma de trabajar y se refleja en cómo diseñamos nuestras colecciones, cómo nos vinculamos con nuestras comunidades, en una comunicación libre de estereotipos y en la experiencia que ofrecemos en nuestras tiendas.

En este camino, en el último año, también abrimos conversaciones con otros líderes del sector a nivel global para intercambiar ideas y explorar posibles sinergias en temas de sostenibilidad. Estamos convencidos de que los desafíos que enfrenta nuestra industria, y la transformación que requiere el sector, sólo pueden abordarse desde la cooperación, el compromiso y el trabajo colectivo. Sabemos que no es un proyecto que se haga de un día para otro. Es un camino lleno de aprendizajes, trabajo en equipo y oportunidades que capitalizar. Hacia allá vamos. En 2025, nos vamos a enfocar en medir nuestra huella de carbono. A corto plazo, evaluar nuestra cadena de suministro y optimizar recursos. En el mediano plazo, impulsaremos proyectos de reducción de emisiones y gestión de residuos. Para llegar a ser un referente global en la industria sostenible de la moda, y transformar la percepción de nuestro sector hacia uno más justo, inclusivo y responsable.

Como empresa familiar, nuestra prioridad siempre va a ser contribuir al bienestar de nuestros equipos, de las personas que nos eligen, y la sociedad en

general. Somos conscientes de que el camino hacia un futuro sostenible es largo. Pero cada paso que damos tiene sentido en la construcción del futuro que queremos habitar.

Por todo lo que logramos y lo que aún nos queda por construir, quiero agradecer a cada persona que leerá este informe. Nos enorgullece el camino recorrido y estamos seguros de que, con el compromiso de quienes forman parte de la compañía, seguiremos impulsando una empresa cada vez más fuerte y responsable.

Gracias por seguir confiando en nuestra compañía.



Martín Castelli

PRESIDENTE DE BLUE STAR GROUP



Sobre el reporte

- ↗ Parámetros del informe
- ↗ Participación de los grupos de interés
- ↗ Análisis de doble materialidad

Parámetros del informe



Presentamos nuestro primer Reporte de sostenibilidad: un informe en el que consolidamos nuestro compromiso con la rendición de cuentas transparente en relación con nuestro impacto económico, social y ambiental.

El reporte fue elaborado en referencia a los Estándares Universales 2021 de la Global Reporting Initiative (GRI) para garantizar una comunicación relevante, comparable y comprensible para todos nuestros grupos de interés.

Los resultados del informe corresponden al período entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2024 y abarcan la totalidad de las operaciones de Blue Star Group, con casa matriz en Avenida del Libertador 6350, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Este primer paso marca el comienzo de un camino lleno de aprendizajes y mejoras, y reafirma nuestro compromiso de seguir construyendo, en equipo, un futuro más sostenible y prometedor.

Por dudas o consultas, nos puedes escribir a sustentabilidad@bsg.global

1

2

3

4

5

6

7

Participación de los grupos de interés

En Blue Star Group valoramos la comunicación abierta y transparente con todas las personas y organizaciones que forman parte de nuestros grupos de interés. Creemos que escucharles y comprender sus expectativas nos ayuda a tomar decisiones que fortalezcan nuestro negocio.

Identificamos los impactos reales y potenciales de nuestras actividades a través del diálogo constante. Así, nos anticipamos a posibles riesgos, implementamos medidas preventivas y maximizamos los efectos positivos de nuestras operaciones.

Utilizamos diversos mecanismos de participación para conectar con nuestros grupos de interés, desde reuniones periódicas y encuestas hasta espacios de colaboración directa. En particular, la encuesta de materialidad es una herramienta clave para identificar y priorizar los temas más relevantes para quienes interactúan con nuestra operación.

Este reporte, por su parte, es un reflejo de cómo gestionamos estos aspectos al informar sobre nuestro compromiso con la evolución constante. A continuación, compartimos detalles sobre los grupos de interés estratégicos y los mecanismos específicos que utilizamos para mantener un diálogo activo y constructivo con cada uno de ellos.

GRUPO DE INTERÉS	PROPÓSITO DE PARTICIPACIÓN	MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN
Proveedores Socios estratégicos que suministran productos, insumos y servicios.	Comprender el impacto de nuestros productos para ofrecer opciones más responsables y de mejor calidad.	Mail. Reuniones. Análisis de materialidad.
Franquiciados Aliados estratégicos para expandir la marca en nuevos mercados.	Entender las expectativas y desafíos de la implementación de nuestras tiendas en nuevas regiones.	Mail. Reuniones. Análisis de materialidad.
Equipo Talentos que impulsan nuestra visión y hacen posible nuestros objetivos.	Ser un lugar de trabajo seguro, diverso e inclusivo.	Encuesta de clima. Análisis de materialidad.
Clientes Personas que eligen nuestros productos para expresar su estilo y potenciar lo mejor de sí.	Mejorar la experiencia de compra y alinear nuestros productos a los valores de quienes nos eligen.	Encuesta de NPS. Formulario para comentarios. Encuesta después de la compra en tienda física y e-commerce. Comentarios en Google. Análisis de materialidad.
Comunidad ONGs, fundaciones e instituciones con las que construimos alianzas para generar un impacto positivo.	Empoderar a las personas de las comunidades e impulsar la transformación social.	Informes de evaluación de proyectos. Análisis de materialidad.

Análisis de doble materialidad

Entendemos que la sostenibilidad es una oportunidad estratégica para fortalecer nuestro propósito y generar valor para todos nuestros grupos de interés. Por ello, en 2024 realizamos nuestro primer análisis de doble materialidad, lo que nos permitió identificar y priorizar los temas clave desde dos perspectivas complementarias:

MATERIALIDAD FINANCIERA

Examina cómo los factores ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) afectan la capacidad de nuestra organización para crear valor económico y financiero en el corto, mediano y largo plazo.

MATERIALIDAD DE IMPACTO

Evalúa cómo nuestras operaciones, productos y servicios influyen en el entorno social, ambiental y económico, tanto a nivel local como global.

Alineado a las recomendaciones de la Global Reporting Initiative (GRI), adaptamos nuestro ejercicio de acuerdo a las nuevas normativas internacionales como la Directiva de Reporte de Sostenibilidad Corporativa (CSRD, por sus siglas en inglés) de la Unión Europea.

Para desarrollar este análisis, seguimos un proceso que combina datos cuantitativos y cualitativos, y que consta de cuatro pasos:

1 Análisis de contexto e Identificación de temas relevantes

Comenzamos por comprender el contexto en el que opera nuestra compañía, considerando la naturaleza de la empresa, su cadena de valor y grupos de interés relevantes.

Realizamos una revisión de estándares internacionales como los lineamientos GRI, SASB y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Asimismo analizamos las principales tendencias globales y sectoriales relevantes para la industria del retail y la moda.

Como resultado, identificamos una serie de temas materiales relevantes para nuestras operaciones.

2 Consulta a los grupos de interés

Para poder recolectar la opinión de nuestros grupos de interés, realizamos una encuesta dirigida a clientes, nuestro equipo de trabajo, representantes de la comunidad, organizaciones proveedoras, franquicias e inversionistas. Allí cada persona calificó los temas identificados de acuerdo al nivel de impacto que consideraban que tenía en el ambiente, las personas y la economía. Además, contaron con un espacio para proveer sugerencias, compartir sus preocupaciones, prioridades y expectativas.

2464
respuestas
obtenidas

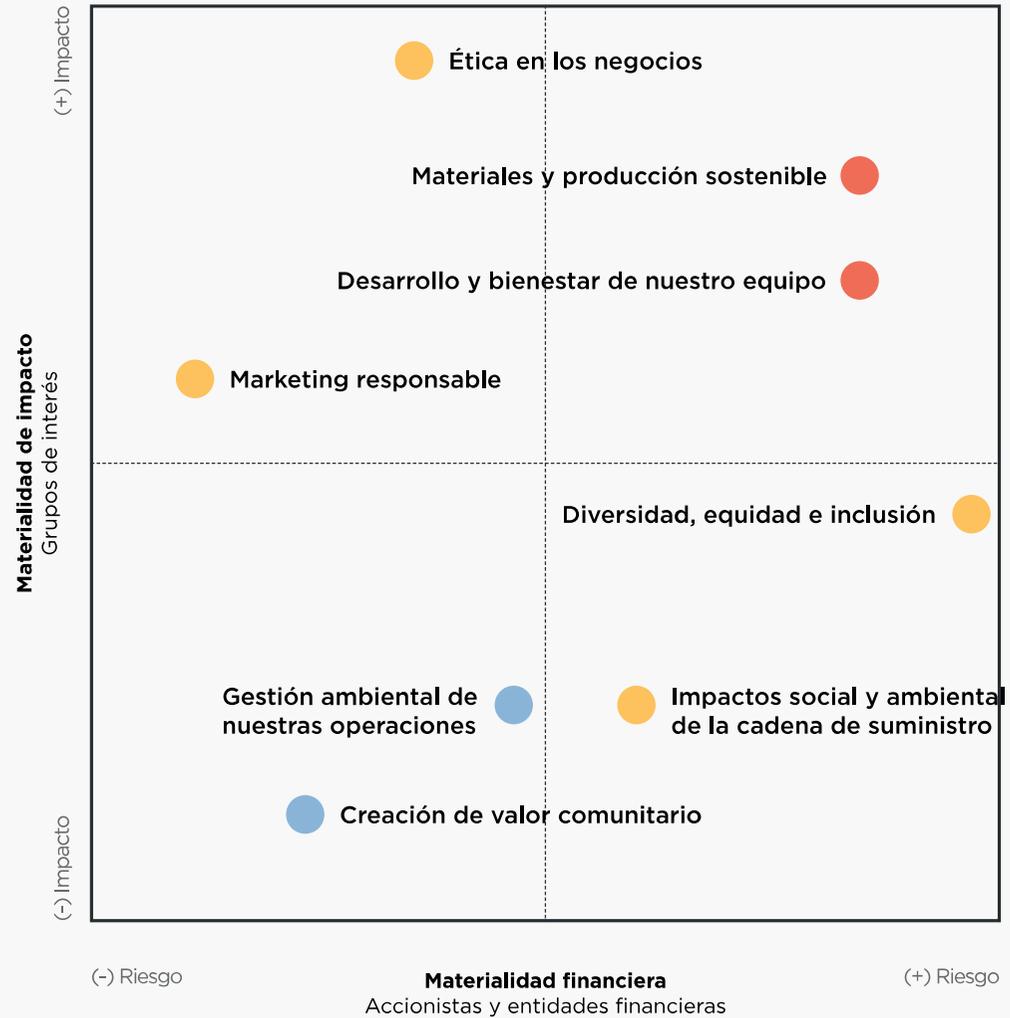
3 Evaluación de riesgos

Realizamos una encuesta de materialidad financiera dirigida específicamente al mundo inversor en donde evaluaron los temas materiales considerando la probabilidad de afectar el rendimiento financiero de la compañía. También contaban con un espacio para dejar sugerencias sobre otros temas de sostenibilidad que deberíamos considerar.

5
respuestas
obtenidas

4 Priorización de temas y resultados

Integramos los resultados de ambas encuestas en una matriz de materialidad que combina la perspectiva de impacto y riesgo financiero para identificar temas de sostenibilidad estratégicos, prioritarios y emergentes. Estos resultados fueron validados por la Dirección.



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7



1
2
3
4
5
6
7

Una powerhouse de moda y lifestyle

- ↗ Somos Blue Star Group
- ↗ We Are Going: nuestra visión de sostenibilidad
- ↗ Gobierno corporativo
- ↗ Ética en los negocios

Somos Blue Star Group

Nuestra historia comienza en 1995 con la apertura de la primera tienda de Todomoda en la Argentina. En 2004, dimos un paso más con la incorporación de Isadora, ampliando nuestra propuesta y consolidándonos como líderes en el segmento de accesorios y lifestyle en el país.



Lo que comenzó como un sueño local, se convirtió en una historia de crecimiento sostenido que nos impulsó a expandirnos más allá de nuestras fronteras.

Hoy, después de años de esfuerzo y compromiso, tenemos tiendas en 11 países de América Latina: Argentina, México, Chile, Perú, Brasil, Paraguay, Colombia, Panamá, Uruguay, El Salvador y Guatemala.

A través de nuestras tiendas físicas y plataformas digitales, llevamos nuestras colecciones a miles de personas, reafirmando nuestro compromiso con la moda accesible e innovadora.

En cada paso que damos nos guía la visión de ser la empresa de accesorios y lifestyle más relevante para el mundo. Día a día trabajamos para poder seguir avanzando con pasión y dedicación, porque creemos que un accesorio es más que una moda; es una forma de expresarnos y de conectar con el mundo.

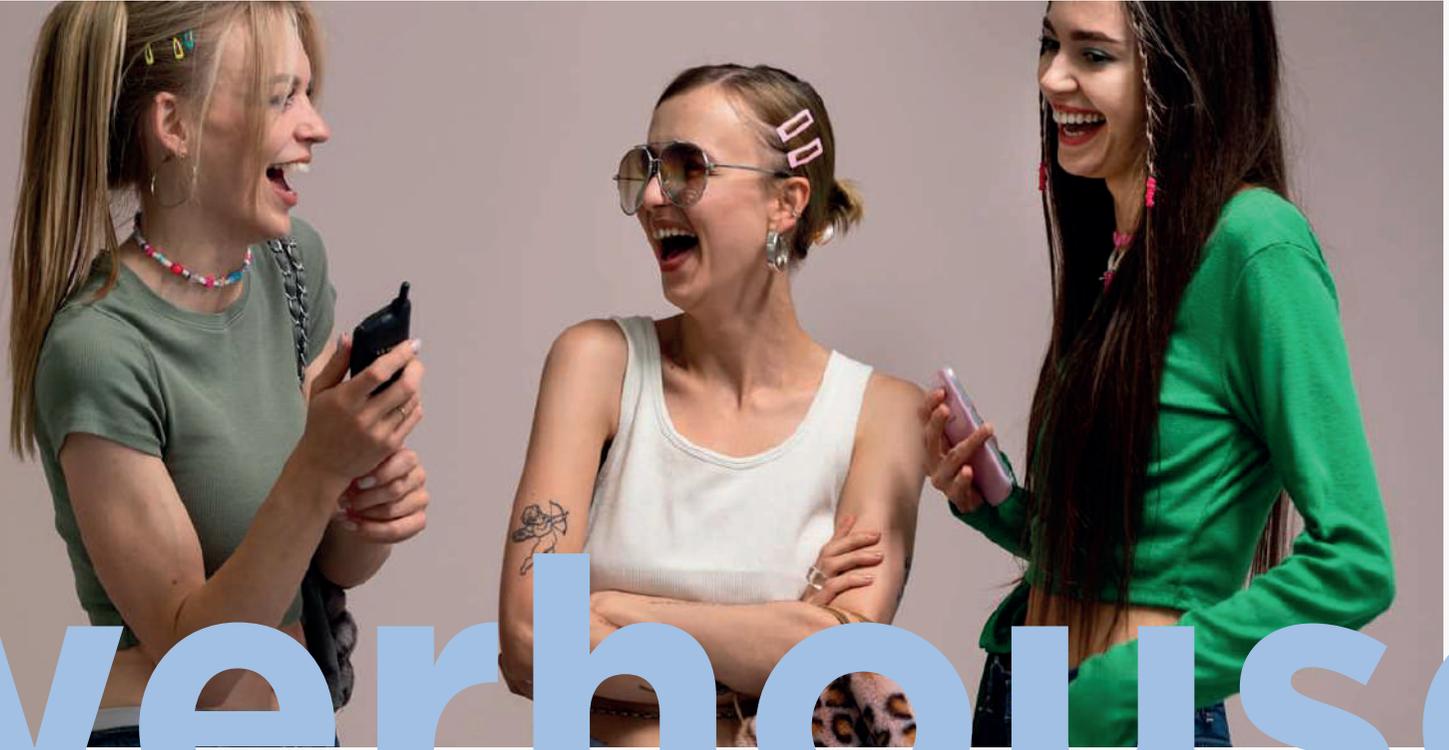
1
2
3
4
5
6
7



Queremos inspirar
y acompañar a las
personas a potenciar
lo mejor de sí mismas.

Marcas que enamoran

Somos una *powerhouse* de marcas líder en el segmento de accesorios y lifestyle. Con más de 800 tiendas físicas y una fuerte presencia digital a través de 12 eShops, nos mueve el compromiso de ofrecer experiencias únicas a quienes nos eligen, donde sea que se encuentren.



powerhouse

TODOMODA

Una marca que inspira y empodera a nuevas generaciones, al promover la búsqueda de la identidad y el estilo propio. Una comunidad que valora la libertad, la conciencia y la amistad.

11 países
+600 tiendas
7 eShops

ISADORA

Diseñamos una experiencia para que las personas puedan relajarse y disfrutar de accesorios de moda y lifestyle que reflejen sus personalidades, potenciando su esencia y haciéndolas sentir bien.

10 países
+200 tiendas
5 eShops

TODOMODABEAUTY

Belleza para lucir y sentirnos bien. Desarrollamos productos que hacen del cuidado personal una experiencia divertida, con ingredientes innovadores y rutinas personalizables para la piel.

1 tienda
+1500 fórmulas únicas
+50 colecciones inspiradoras

ATELIER.

El lugar donde cada objeto es cuidadosamente seleccionado para transformar los espacios. Donde el diseño abraza el hogar, elevando la calidad de vida de quien valora la belleza en cada rincón.

1 tienda
10% productos elaborados con artesanos y artesanas
50% de producción argentina
Provincias de Córdoba, San Luis, Buenos Aires, Salta y Jujuy



Productos que sorprenden

Nos inspiramos en tendencias globales que adaptamos a nuestra personalidad de marca. Creamos colecciones únicas, diseñadas con pasión, creatividad e innovación, para ofrecer productos que conectan y enamoran.

Nos apasiona diseñar productos con detalles únicos, desde prints hasta packagings exclusivos, que transmiten nuestro estilo y visión. Ofrecemos productos que acompañan a las personas en cada momento de su vida, combinando diseño, calidad y funcionalidad. Nuestra oferta incluye una amplia variedad de categorías pensadas para inspirar, complementar estilos y expresar personalidades:

BIJOUTERIE

Diseños únicos que marcan tendencia y aportan el toque perfecto a cualquier look.

MARROQUINERÍA

Desde carteras hasta mochilas, combinamos moda y practicidad en cada pieza.

ACCESORIOS PARA EL CABELLO

Opciones versátiles y creativas para realzar cualquier estilo.

Somos especialistas en cada categoría que desarrollamos, con un enfoque en la calidad y el diseño exclusivo.

ARTÍCULOS DE REGALO

Detalles únicos para sorprender y conectar.

COSMÉTICA

Productos innovadores, sin testeo en animales y diseñados para cuidar la piel y resaltar la belleza natural.

TEXTILES

Accesorios e indumentaria que suman confort y estilo, como pañuelos y otras piezas que complementan el lifestyle de nuestras marcas.

ARTÍCULOS PARA EL HOGAR

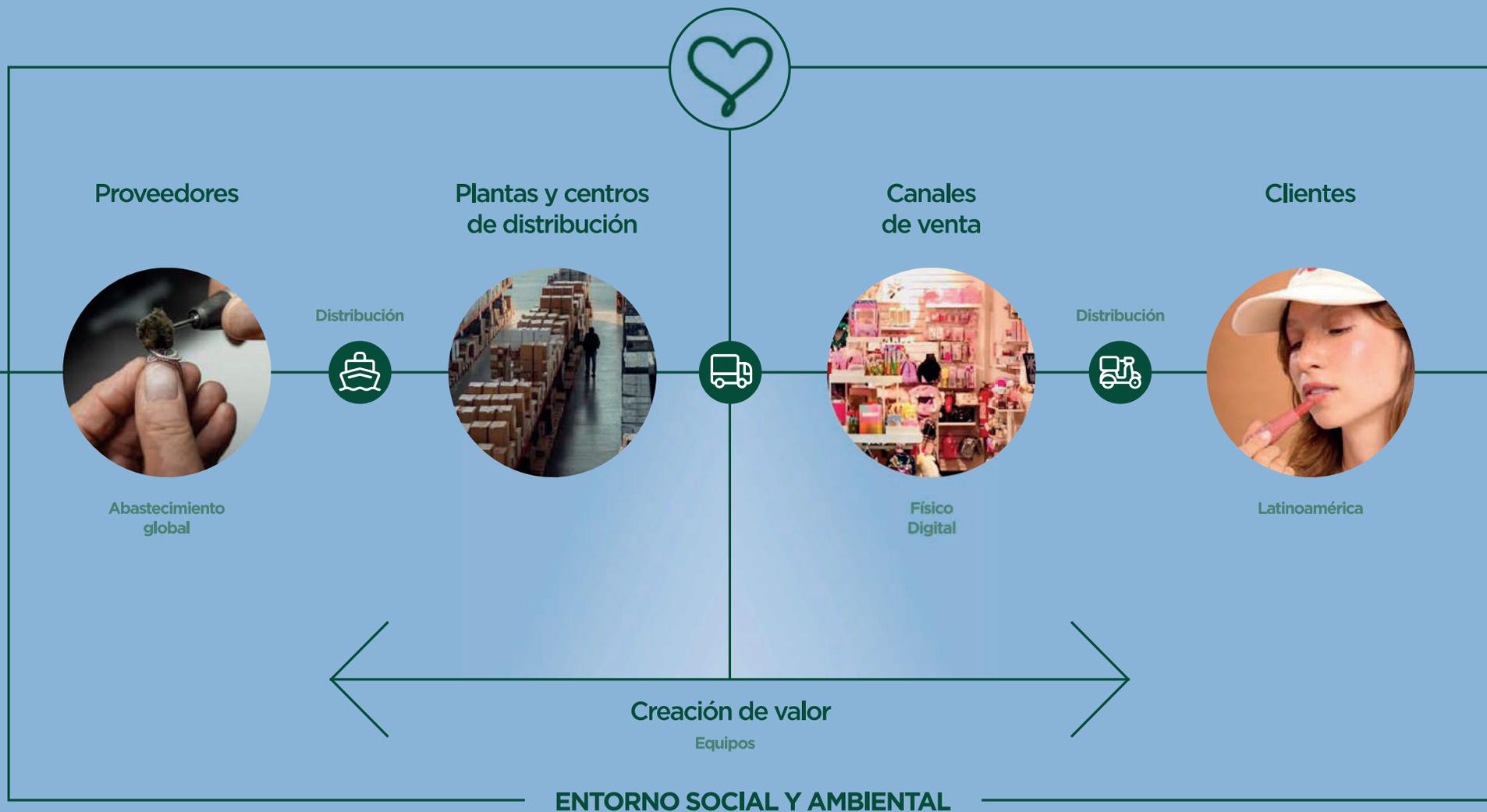
Elementos para aportar calidez y encanto a los diferentes espacios. Cada pieza se destaca por sus colores, estampados y texturas, muchas de las cuales son elaborados de manera artesanal.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Nuestra cadena de valor

Adaptamos nuestras colecciones a los gustos locales, manteniendo nuestra esencia única. Lo hacemos con el desarrollo de una cadena de valor que combina proveedores en Asia y producción en Argentina, para asegurar una oferta de calidad que llegue a nuestras clientas mediante tiendas físicas y online.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7



Nuestros números

+800
tiendas



5
master franquicias

4853
personas en nuestros equipos



+25 M
clientes por año

12
e-shops

Oficinas
No en mapa
+ España
+ China

Máster franquicias

Planta de producción

Centros de distribución

Tiendas
+10
países con presencia BSG



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

we are GOING

Nuestra visión de sostenibilidad

Para ser una empresa relevante en el mundo, no sólo necesitamos pensar en lo que hacemos, sino en cómo lo hacemos.

Nuestro propósito es claro: acercar el diseño y la moda a las personas para que puedan expresar su voz, encontrar momentos de autocuidado y compartir alegrías en cada etapa de sus vidas. Sabemos que el camino para lograrlo es largo, pero asumimos este desafío con el compromiso de generar un impacto positivo. Además, queremos recorrerlo generando valor en nuestras comunidades y siendo más respetuosos con el ambiente.

A ese camino, lo llamamos We Are Going. Una estrategia de sostenibilidad que se inspira en la evolución como proceso continuo. Cada paso que damos es parte de un aprendizaje constante en el que buscamos mejorar en equipo, con organizaciones aliadas y espíritu emprendedor; y en un compromiso genuino con las personas, el planeta y el futuro. Hacia allá vamos.

Un camino de evolución constante para construir un futuro más inclusivo y respetuoso del planeta.

Pilares de acción



COMPLIANCE Y MEJORES PRÁCTICAS

Guías, principios y pautas que fomenten compromisos claros y definan maneras de actuar.



EFICIENCIA RESPONSABLE

Uso responsable de recursos para reducir nuestro impacto ambiental y fortalecer nuestro negocio.



PRODUCTOS MÁS CONSCIENTES

Desarrollo de una oferta confiable y de calidad, teniendo en cuenta su influencia en el entorno y las comunidades.



IMPACTO SOCIAL

Conexión genuina con nuestra comunidad, brindándoles habilidades prácticas e integrándose en nuestro proceso productivo.



GESTIÓN AMBIENTAL

Ser conscientes del cambio climático y de la necesidad de actuar para mitigar su impacto.

1
2
3
4
5
6
7

Alianzas estratégicas

Creemos que colaborar con asociaciones e iniciativas nacionales e internacionales es fundamental para fortalecer nuestro impacto y aportar al desarrollo sostenible. Participamos activamente en organizaciones relevantes para nuestra industria y propósito:



ONU Mujeres

Participamos en el capítulo argentino de la Alianza Sin Estereotipos de la organización de las Naciones Unidas dedicada a promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.



Unión Industrial Argentina (UIA) y UIA Joven

Nos sumamos a estas asociaciones para contribuir al desarrollo de la industria argentina, promoviendo la innovación y el crecimiento empresarial.



Argencon Asociación Civil

Formamos parte de esta organización que busca posicionar a la Argentina como líder en la exportación de servicios basados en el conocimiento.



Asociación Empresaria Argentina (AEA)

Integramos esta organización para colaborar con otros líderes empresariales en la promoción de políticas que impulsen el desarrollo económico y social del país.



Gobierno corporativo

La gobernanza de nuestra organización se fundamenta en los valores y principios éticos que definen la cultura corporativa: responsabilidad, respeto, igualdad, innovación, y la búsqueda de resultados sobresalientes. Estos principios no sólo guían las acciones internas, sino que también aseguran que nuestra compañía mantenga un impacto positivo en nuestro equipo, clientela, comunidades y el ambiente.

Nuestro máximo órgano de gobierno es la Asamblea General de Accionistas. Este órgano designa al Directorio, que incluye a las personas responsables de la Presidencia y Dirección de la compañía, encargadas de la administración de la sociedad.

La nominación y selección del Directorio se rige por el Estatuto de la Sociedad Anónima, que incluye los principios internos para garantizar el correcto funcionamiento de la organización. Este marco legal asegura que los valores y objetivos estratégicos de la compañía se reflejen en su liderazgo.

La Presidencia de nuestro máximo órgano de gobierno cumple también funciones ejecutivas en la organización. Para prevenir posibles conflictos

de interés, promovemos una estricta adhesión al Código de Ética y Conducta, asegurando la transparencia y la integridad en todas las decisiones.

El Directorio se encarga de aprobar estrategias, políticas y códigos claves para la compañía, incluyendo nuestra estrategia de sostenibilidad We Are Going y el Código de Ética. Además, se consideró su opinión en el análisis de materialidad y se le presentaron los resultados consolidados del ejercicio.

El desempeño del máximo órgano de gobierno se evalúa periódicamente, aunque en el período del reporte no contamos con un sistema formal de calificación externa o independiente. Este es un aspecto que buscamos fortalecer en futuros ejercicios, alineándonos con las mejores prácticas de gobierno corporativo para garantizar una supervisión aún más robusta.

Impulsamos una gobernanza sólida para tomar decisiones responsables alineadas a los objetivos del negocio y al desarrollo sostenible.

Estructura de gobernanza

ASAMBLEA DE ACCIONISTAS

Máximo órgano de gobierno encargado de designar al Directorio.

DIRECTORIO

Traza el rumbo estratégico y supervisa el desempeño general de la compañía.

GERENCIAS Y EQUIPOS

Las gerencias lideran las distintas áreas de la compañía y, junto a sus equipos, se encargan de llevar adelante las estrategias definidas junto al Directorio. Son quienes trabajan día a día para que nuestra visión se haga realidad.

Integrantes de la Asamblea de Accionistas y Directorio



Martin Castelli
Presidente



Mariana Castelli
Directora

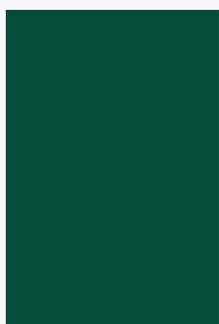


Cecilia Castelli
Directora

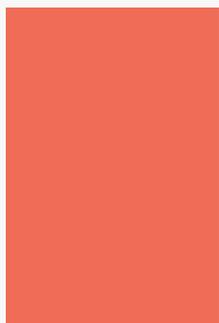


Leandro Caldora
CEO

DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO



50%
Varones



50%
Mujeres

DISTRIBUCIÓN POR EDAD

100%
Entre 30
y 50 años

DISTRIBUCIÓN POR NACIONALIDAD

100%
Argentina

ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA



Nuestros comités

Para asegurar que las decisiones que tomamos sean sólidas y responsables, el gobierno corporativo de Blue Star Group cuenta con tres comités que brindan apoyo en la gestión de temas estratégicos.

- 1 COMITÉ DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS**
Establece, revisa y actualiza nuestras políticas internas y procedimientos operativos.
- 2 COMITÉ DE FINANZAS**
Resguarda la gestión financiera y asegura que asignemos nuestros recursos de forma eficiente y alineada a los objetivos de negocio.
- 3 COMITÉ DE AUDITORÍA**
Encargado de la gestión de riesgos, la transparencia y el cumplimiento normativo.

Gobernanza de la sostenibilidad

La toma de decisiones estratégicas sobre los impactos económicos, ambientales y sociales de nuestras operaciones está a cargo de los comités de la compañía. De esta forma, garantizamos que cada acción que emprendemos refleje nuestros valores y objetivos.

La gestión de los impactos relacionados a la sostenibilidad, por su parte, se delega al Head de Sustentabilidad y la Head de Impacto Social. Estas posiciones reportan directamente al Chief People Officer (CPO), para cuestiones tácticas y operativas, quien reporta al Directorio.

Las personas responsables de la gestión de impactos, además, reportan directamente al Directorio, para evaluar acciones estratégicas. La frecuencia y profundidad de la comunicación entre los altos ejecutivos y el Directorio dependen de la naturaleza de los temas tratados.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Ética en los negocios

Sabemos que el comportamiento ético es un pilar fundamental para el éxito y sostenibilidad del negocio. Nuestro compromiso con la integridad, basado en el Código de Ética y Conducta, nos permite construir una reputación sólida, reforzar la confianza de quienes nos eligen y atraer nuevas oportunidades comerciales.

Creemos que estos principios también contribuyen a promover un clima laboral inclusivo, respetuoso y justo, alineando nuestras acciones con los valores que promovemos. El cumplimiento de las normativas legales y regulatorias, además, nos protege de sanciones, litigios y otros riesgos asociados con prácticas inadecuadas.

Esto no sólo fortalece nuestra credibilidad con clientes, organizaciones proveedoras y accionistas. También nos ayuda a gestionar de manera responsable nuestro impacto social y ambiental.

Para asegurarnos de que nuestros compromisos lleguen a todas las partes involucradas, todos los proveedores deben leer y firmar el Código de Ética y Conducta antes de trabajar con Blue Star Group. Por otro lado, cuando ingresan nuevas personas a la compañía, acceden a la plataforma turecibo, com en la que pueden leer el Código de Ética y Conducta y firmarlo digitalmente. También lo publicamos en la intranet, lo enviamos por e-mail y lo reforzamos con comunicaciones especiales.

Operar con principios éticos claros nos ayuda a prevenir riesgos financieros y de sostenibilidad, además de asegurar integridad y responsabilidad en todo lo que hacemos.



COMPROMISOS CLAVE

- Cumplir con normativas y regulaciones locales e internacionales.
- Promover la transparencia y la responsabilidad.
- Actuar con integridad en todas las relaciones comerciales.
- Fomentar la sostenibilidad como parte del ADN corporativo.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Construir una cultura ética global.
- Fortalecer la confianza en las relaciones comerciales.
- Impulsar la innovación de manera responsable.

Enfoque integral para garantizar la transparencia

En Blue Star Group abordamos la ética empresarial de manera integral. Lo hacemos implementando compromisos, procesos y proyectos que aseguren una operación transparente y responsable.

Para medir la efectividad de estos procedimientos y evaluar su impacto en la operación, utilizamos diversos indicadores y métricas. Analizamos el número de denuncias gestionadas a través de nuestro canal ético y evaluamos la cantidad de litigios legales evitados o resueltos.

Además, monitoreamos el porcentaje de participación en actividades relacionadas con bienestar y ética, así como los niveles de satisfacción laboral, para asegurar un ambiente de trabajo positivo. Estas acciones contribuyen a mantener un clima laboral favorable y alineado con nuestros valores corporativos.

Durante el período del reporte, no registramos acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia. Además, no realizamos contribuciones a partidos políticos en ninguno de los países donde operamos.

Sistema de gestión ético



Canal y gestión de denuncias internas

Contamos con un Canal de denuncias disponible para todas las personas del equipo de Argentina, México, Chile, Perú, Brasil, España y China, accesible desde la pantalla principal de la intranet.

Cada denuncia es registrada y se desarrolla un plan de acción, cuyo progreso y resultados son monitoreados por las personas responsables. Además, buscamos continuamente mejorar estos procesos a través del feedback de los grupos de interés internos. Cada inquietud es analizada y gestionada de acuerdo a la siguiente clasificación.

RELACIONES LABORALES EN OPERACIONES LOCALES

Se notifica al Country Manager correspondiente, quien interviene de forma confidencial para analizar el caso y desarrollar un plan de acción.

GÉNERO

Interviene la Head de Impacto Social para aplicar el Protocolo de Prevención de la Violencia de Género, Intragénero y/o Doméstica, si corresponde.

FRAUDE

La investigación, análisis y resolución están a cargo directo del Gerente de Gobierno Corporativo y Compliance.

CONFLICTOS LABORALES EN CASA MATRIZ

El Chief People Officer lidera el análisis y resolución del caso.

Quienes trabajan en nuestro equipo, además, cuentan con otros mecanismos para buscar asesoramiento o plantear inquietudes. La Gerencia de Gobierno Corporativo y Compliance atiende consultas relacionadas con la implementación de nuestros compromisos. Por otra parte, el equipo de People & Culture está disponible para brindar soporte y guía a nuestros equipos.

Celebramos el talento

- Una cultura llena de energía positiva
- Desarrollo y bienestar de nuestro equipo
- Salud y seguridad en el trabajo
- Un entorno que respira libertad, igualdad y diversidad

Una cultura llena de energía positiva



→ **83%**
del equipo
comprometido
con la
cultura BSG

Como equipo siempre vamos por más. En nuestra cultura se respira energía positiva, diversidad y pasión. Disfrutamos de nuestro trabajo en conjunto, con el impulso de la innovación y la creatividad.

Valoramos la co-creación, reconocemos y celebramos el talento y compartimos conocimientos y valores. Nos desafiamos constantemente a ir más allá en un entorno inclusivo, donde se respira igualdad y diversidad, y nos motiva que cada persona tenga la oportunidad de crecer y evolucionar.

Construir una cultura corporativa sólida nos permite impulsar la productividad, fomentar la colaboración y, sobre todo, promover el bienestar integral de nuestro equipo. Esto se refleja en la calidad de los resultados, en nuestra capacidad para innovar y en el fortalecimiento de nuestra marca empleadora.

Nuestra cultura se basa en valores que son el motor para impulsar cada paso que damos y la guía para seguir creciendo como equipo y compañía. Medimos el sentido de pertenencia a nuestra cultura a través de la encuesta de clima organizacional. Cuando las personas del equipo se sienten motivadas, valoradas y respetadas, se genera un compromiso auténtico, que no solo impacta en el rendimiento individual, sino también fortalece el sentido de pertenencia.

1
2
3
4
5
6
7

Nos apasiona lo que hacemos. Creamos, innovamos y somos conscientes de que un futuro mejor es posible.

Valores culturales



Somos conscientes

Entendemos nuestra responsabilidad con el mundo, promoviendo prácticas sostenibles y decisiones que generen un impacto positivo.



Logramos resultados sobresalientes

Nos enfocamos en superar las expectativas, con excelencia en todo lo que hacemos.



Conectamos emociones

Creamos experiencias que generan vínculos auténticos con nuestra comunidad.



Amamos lo que hacemos

Nuestra pasión se refleja en cada proyecto, cada diseño y cada interacción.



Formamos equipos talentosos

Creemos en el poder del trabajo colaborativo, potenciando las habilidades de cada persona en un entorno diverso y positivo.



Tenemos espíritu innovador

La creatividad y la innovación son parte de nuestro ADN. Nos desafiamos constantemente para hacer las cosas de manera diferente.



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

El equipo en cifras

4853

personas

Personas no empleadas que trabajan en la organización

122

Número total de personas que **no son empleadas** y cuyo trabajo es controlado por la organización

100

Eventuales y aprendices

12

Personal de limpieza

7

Personal de seguridad

3

Personal independiente (freelance, in-house, etc.)

¹ Integrado por personas con responsabilidades globales, distribuidos entre Argentina, España, China, Chile, y Brasil.

91,4%

Mujeres
4478

8,6%

Varones
423



1851
personas
Argentina

1250
personas
México

694
personas
Chile

689
personas
Perú

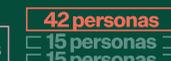
297
personas
Casa matriz¹

42
personas
Brasil

15
personas
España
15
personas
China

TIPO DE CONTRATO

Permanente



Temporal



TIPO DE JORNADA LABORAL

Completo



Parcial



Desarrollo y bienestar de nuestro equipo

En un entorno donde la integración y la colaboración entre equipos diversos son clave para el éxito, invertir en el bienestar de las personas no solo impulsa la motivación y el desempeño, sino que también nos posiciona como una marca empleadora atractiva, alineada con las expectativas de un talento comprometido y de alto potencial.

Nos divertimos trabajando, potenciamos nuestro talento y siempre vamos por más.

Invertimos en el crecimiento personal y profesional de nuestros equipos. Lo hacemos a través de distintas experiencias de aprendizaje que potencian sus habilidades y confianza, e iniciativas que promueven el balance entre la vida personal y laboral. Buscamos que cada persona del equipo alcance su mejor versión para impulsar su motivación y alcanzar el bienestar con su trabajo.

A inicio de año se calendarizan las diferentes iniciativas que promueven el desarrollo y bienestar así como la interacción entre áreas. Estas acciones responden a las necesidades del equipo identificadas en la encuesta de clima así como a fechas o momentos importantes a nivel cultural, que se enfocan en siete ejes de acción.

Creemos en conectar con algo más grande. Por eso, organizamos actividades de voluntariado corporativo que acercan a nuestro equipo a causas sociales importantes. También está la diversión y el esparcimiento: nuestros espacios play zone y los desafíos virtuales están pensados para integrar y desconectar por un rato. Además, siempre apostamos al crecimiento profesional con talleres de liderazgo y capacitaciones que preparan a nuestro equipo para enfrentar desafíos y superarse día a día.



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7



Propuesta de valor interna

Nuestra propuesta de bienestar está diseñada para acompañar al equipo en cada etapa de su vida, distribuida en seis pilares claves. La disponibilidad de estos beneficios puede variar según el mercado y las regulaciones locales aplicables.

Celebrate

Celebramos logros y momentos importantes con días libres por graduación, nacimiento o trayectoria, una caja navideña, gift cards de cumpleaños y kits de bienvenida.

Flex

Promovemos la flexibilidad con beneficios como teletrabajo, días adicionales de vacaciones, la posibilidad de trabajar desde cualquier lugar (*Work from Anywhere*), días libres por cumpleaños, estudio o mudanza, además de iniciativas como *Winter Flex* y *Summer Flex*.

Friend Zone

Fomentamos el sentido de comunidad con beneficios como descuentos exclusivos en nuestras marcas, ferias internas, el programa *BSG Emprende* y acuerdos de afinidad.

Health and Life

Ofrecemos cobertura médica prepaga y acceso a gimnasios.

Family

Iniciativas como *Back to School Kits*, *Family Day* y redes de contención para apoyar a las familias.

Learning

Incentivamos el desarrollo con descuentos en universidades y cursos de idiomas.

Política de compensaciones

Las compensaciones forman parte de la propuesta de valor interna. Nuestro enfoque de gestión se basa en la transparencia, el cumplimiento normativo y el reconocimiento al esfuerzo de las personas del equipo.

La política global de compensaciones fue diseñada por el equipo de People & Culture de Casa Matriz, en colaboración con los equipos locales, para garantizar la justicia interna y la competitividad externa. En su desarrollo se consideró la opinión de grupos de interés relevantes, como personas empleadas, líderes y sindicatos, a través de encuestas, reuniones y análisis de necesidades específicas por región.

El proceso para determinar las compensaciones de cada persona comienza con un análisis detallado de los puestos, identificando y documentando las responsabilidades, competencias, experiencia y requisitos necesarios para cada rol, además de evaluar su relevancia y complejidad dentro de la estructura organizacional.

Luego, realizamos estudios de mercado para recopilar información sobre la compensación ofrecida en nuestro sector, lo que nos permite establecer estructuras salariales competitivas y alineadas con las tendencias. A partir de esta información, definimos bandas salariales que equilibran la mediana de mercado con la equidad interna, asegurando que roles similares reciban remuneraciones justas. Comparativamente, nuestros pagos superan los mínimos legales y acuerdos colectivos.

Las decisiones de ajuste se basan en evaluaciones de desempeño, inflación y tendencias del sector, y son validadas en conjunto con líderes y gerencias. Finalmente, son aprobadas por la alta dirección. Implementamos esquemas de bonos asociados al desempeño general de la compañía, algunos definidos por normativas locales (como en México, Perú y Brasil) y otros como acciones locales que reconocen el esfuerzo y compromiso del equipo.

Este proceso se complementa con una comunicación clara hacia los equipos sobre sus ajustes salariales y revisiones anuales para mantener la competitividad y justicia en un entorno en constante evolución. Los procesos son supervisados por la alta dirección y aprobados por los Country Managers para garantizar alineación con las directrices corporativas y normativas locales.

35,87
relación entre la
compensación anual de
la persona mejor pagada
de la organización y la
compensación total anual
media de todos los equipos

0,04098%
relación del aumento
porcentual en la
compensación total anual de
la persona mejor paga de la
organización con respecto al
aumento porcentual medio en
la compensación total anual
de todos los equipos

Experiencias de aprendizaje

Confiamos en que el aprendizaje es una experiencia transformadora que impulsa el crecimiento personal y profesional. Por eso, diseñamos programas innovadores que conectan las necesidades estratégicas del negocio con las aspiraciones individuales de nuestros equipos, promoviendo su evolución en cada etapa de su carrera.

Nuestros programas ofrecen vivencias que inspiran y empoderan a los equipos

A través de estas experiencias de aprendizaje, impulsamos a nuestros equipos a liderar el cambio, superar desafíos y contribuir activamente al crecimiento sostenible de nuestra compañía.



TIENDA ESCUELA

Experiencia de aprendizaje diseñada para integrar a las personas ingresantes y equipos de retail, promoviendo una adaptación ágil y alineada con nuestros valores y estándares de calidad.



BE VISUAL

Espacio creativo que fomenta el diseño y la presentación visual en tiendas, desafiando a quienes participan a explorar nuevas formas de cautivar a clientes a través de la estética y la atención al detalle.



CX WORKSHOP

Talleres interactivos que transforman la manera en que nuestros equipos conectan con clientes, desarrollando habilidades de interacción y fidelización que aseguran experiencias excepcionales.



TRAINING WEEK Y OPEN LEARNING

Estas iniciativas ofrecen un entorno flexible y dinámico para que cada persona pueda gestionar su desarrollo, combinando aprendizaje autónomo con sesiones colaborativas que potencian el intercambio de ideas y conocimientos.

Programas de reconocimiento

Celebramos el talento, la creatividad y los logros destacados de nuestros equipos a través de programas de reconocimiento global diseñados para inspirar y motivar. Estos son algunos de los principales:

BSG Talent

Reconocemos el desarrollo profesional, trayectoria y logros destacados. Cada mes celebramos historias de éxito que reflejan el crecimiento y compromiso con nuestros valores.

BSG Hits

Premiamos ideas innovadoras, proyectos impactantes y casos de éxito que generan un cambio significativo o contribuyen al crecimiento del negocio. Este reconocimiento destaca iniciativas que marcan un antes y un después.

BSG Star

A través de un enfoque 360°, promovemos una cultura de reconocimiento en tiempo real, felicitando las acciones y actitudes alineadas con los valores de BSG. Cada estrella enviada refuerza el sentido de pertenencia y el impacto positivo.

HITS Store Awards

Porque nuestras tiendas son el corazón de BSG, reconocemos a los equipos que marcan la diferencia. Premiamos a las mejores tiendas de cada país con un viaje a Casa Matriz y reconocimientos sorpresa, fortaleciendo la pasión y el compromiso.

HITS VM Awards

Celebramos la creatividad y excelencia en las exhibiciones de nuestras tiendas. Este premio está dirigido al equipo In store Visual Merchandising, quienes destacan por su diseño e impacto visual, con un reconocimiento especial que incluye un viaje local para compartir y aprender mejores prácticas.

Evaluación del desempeño

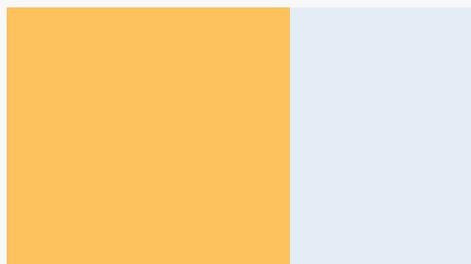
Contamos con un programa de evaluación del desempeño de nuestros equipos. Se trata del Performance Management (PEM), donde cada persona establece objetivos y competencias a desarrollar de manera anual, que se desprenden de la estrategia de negocio y los objetivos del área a la que pertenece.

Empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional

DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO



42%
Mujeres



60%
Varones

DISTRIBUCIÓN POR CATEGORÍA LABORAL

100%
Dirección



100%
Gerentes



100%
Jefatura



98%
Coordinación



96%
Analistas



80%
Asistentes



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Salud y seguridad en el trabajo

Promover la salud y la seguridad en el trabajo es nuestra prioridad y compromiso con los derechos de nuestros equipos. Sabemos que es un catalizador productivo que garantiza entornos confiables, tranquilos y de calidad.

Para su gestión, aseguramos el cumplimiento estricto de las normativas locales de salud y seguridad en cada país donde operamos, adaptándonos a las particularidades legales de cada región.

En Argentina, el 100% de las personas cuentan con cobertura de obra social o medicina prepaga, de acuerdo con la Ley de Obras Sociales N.º 23.660 y la Ley de Medicina Prepaga N.º 26.682. Además, están protegidas por un Seguro de Riesgos del Trabajo (ART), en línea con la Ley de Riesgos del Trabajo N.º 24.557, que garantiza cobertura ante accidentes laborales y enfermedades profesionales.

En México, el 100% de los equipos están protegidos por un sistema de gestión conforme a la legislación vigente, incluyendo cobertura del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) para riesgos de trabajo, enfermedades, maternidad, invalidez y otros beneficios sociales.

En Perú, cumplimos con la Ley N° 29783, asegurando que nuestra política y plan anual abarquen a todo el equipo, incluidas las personas con discapacidad, en todas las funciones y lugares de trabajo. En Chile, nuestro sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo se alinea con el Código del Trabajo, la Ley N°16.744 y el D.S. 76 (2017), garantizando cobertura para accidentes laborales, trayectos y enfermedades profesionales a todas las personas, independientemente de su tipo de contrato.

Ofrecemos beneficios adicionales para reforzar la protección y el bienestar de nuestros equipos. En México, por ejemplo, todas las personas cuentan con un seguro de vida adicional al obligatorio, ampliando su cobertura frente a eventos inesperados. Además, en ese mismo país, las personas del área corporativa cuentan con un seguro privado de gastos médicos mayores, que complementa los servicios del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y asegura atención médica de alta calidad para enfermedades y accidentes.

Promovemos ambientes laborales seguros, alineados con los más altos estándares de protección y cuidado.

Identificación y mitigación de riesgos

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

La identificación de peligros, la evaluación de riesgos y la investigación de incidentes son pilares fundamentales para garantizar un entorno laboral seguro en todos los países donde operamos. Llevamos adelante este proceso con herramientas específicas como matrices y protocolos adaptados a las normativas locales, asegurando un enfoque proactivo y preventivo.

Reconocemos que los impactos en la salud y la seguridad pueden extenderse más allá de las actividades internas de la organización, incluyendo nuestras relaciones comerciales, operaciones y productos. Por ello, implementamos programas, protocolos y servicios diseñados para prevenir y mitigar riesgos significativos en estos ámbitos.

Contamos con una Línea de Denuncia para identificar y abordar conductas que puedan comprometer la salud y seguridad de las personas. Este canal, confidencial y anónimo, permite reportar casos garantizando un proceso transparente y con resolución en un máximo de 20 días.

Durante el período no se registraron lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias ni fallecimientos por accidente laboral, tanto para las personas empleadas como para las no empleadas que trabajan en nuestras instalaciones. Tampoco registramos dolencias y enfermedades laborales para los mismos grupos de personas.

Argentina

Contamos con un cronograma y un plan de Seguridad e Higiene en el Trabajo, cuyo objetivo es garantizar la seguridad, el bienestar y la salud de todas las personas, siguiendo las normas vigentes.

En línea con la Ley de Higiene y Seguridad en el Trabajo N.º 19,587 y su decreto reglamentario N.º 351/79, se llevan a cabo capacitaciones anuales dirigidas a las distintas áreas de la empresa, con el fin de promover un ambiente laboral seguro y reducir riesgos.

Asimismo, se realiza un análisis periódico de las agentes de riesgo presentes en cada sector y se elaboran informes específicos en las tiendas, permitiendo relevar y prevenir posibles accidentes o enfermedades laborales.

Chile

Implementamos una Matriz de Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos alineada al D.S 76 (2017), en colaboración con la Mutual de Seguridad. Allí se detallan las tareas de cada puesto, los riesgos asociados y las medidas preventivas para reducir el riesgo residual. Todos los riesgos y medidas son informados a cada ingresante con un registro firmado como señal de conformidad.

Contamos con un procedimiento de investigación de accidentes, liderado por el Comité Paritario, para identificar causas y tomar medidas correctivas, que van desde la capacitación hasta la modificación de espacios físicos. Los resultados anuales de accidentabilidad son revisados junto con el Comité y el Organismo Administrador, permitiendo ajustar estrategias y realizar mejoras continuas.

Adoptamos una serie de protocolos innovadores y adaptados a la legislación local, como la Atención psicológica temprana (APT), en alianza con la Mutual de Seguridad, o el Modelo de apoyo de contención en crisis (MACC) que ofrece apoyo psicológico inmediato a trabajadores afectados por incidentes traumáticos.

México

El sistema de gestión está alineado con la Ley Federal del Trabajo y normativas específicas como la NOM-030-STPS-2009. Los riesgos son identificados mediante reportes de personas supervisoras y trabajadoras, complementados por investigaciones inmediatas y análisis de causa raíz.

Las evaluaciones periódicas permiten ajustar procedimientos y fortalecer la capacitación del personal. Además, los equipos tienen la posibilidad de reportar peligros o retirarse de situaciones riesgosas notificando a sus supervisoras, garantizando una respuesta ágil y efectiva.

Contamos con manuales y procedimientos oficiales que proporcionan guías de referencia para prevenir riesgos laborales. Estos materiales se complementan con eventos de integración y actividades deportivas, como torneos y carreras, que fomentan la cohesión y el bienestar de los equipos.

Perú

La Identificación de Peligros, Evaluación de Riesgos y Control (IPERC) es actualizada anualmente para cada puesto y espacio de trabajo. Ante la detección de nuevos peligros, se implementan acciones correctivas para minimizar riesgos. En caso de accidentes, se sigue un protocolo que incluye notificación inmediata, atención médica, investigación del incidente y reporte al Ministerio de Trabajo, de acuerdo al DS 005-2012-TR y sus modificaciones.

Realizamos inspecciones y capacitaciones regulares en todas las sedes para identificar riesgos y peligros, minimizando así los accidentes laborales. Además, brindamos seguros particulares, como el Seguro Complementario Trabajo de Riesgo, para trabajadores en áreas de mayor riesgo, incluyendo mantenimiento y personal de Centros de Distribución.

	CANTIDAD	TASA ¹
PARA TODAS LAS PERSONAS EMPLEADAS		
Lesiones por accidente laboral registrables	102	12,9
Horas trabajadas	8,434,055	
PARA TODOS LAS PERSONAS NO EMPLEADAS QUE TRABAJAN EN LA ORGANIZACIÓN		
Lesiones por accidente laboral registrables	2	

¹ Tasa calculada en base a 1,000,000 de horas trabajadas

Servicios de salud

Implementamos una gestión integral de los servicios de salud en el trabajo que busca identificar, prevenir y mitigar riesgos laborales. Nuestro compromiso incluye la realización de exámenes médicos periódicos, programas de capacitación continua, servicios de atención médica especializada y mecanismos de participación activa para quienes trabajan en nuestra compañía, en cumplimiento con la normativa vigente.

Contribuimos al bienestar físico, mental y emocional de nuestros equipos tanto dentro como fuera del entorno laboral.

Además de cumplir con los requisitos legales en cada país, ofrecemos servicios médicos y programas de cuidado de la salud no relacionados con el trabajo. Estas iniciativas buscan promover un equilibrio entre la vida personal y profesional, fomentando hábitos saludables y el acceso a recursos de bienestar para nuestros equipos. A continuación, presentamos las iniciativas específicas implementadas en cada país:

Argentina

SEGURO DE VIDA OBLIGATORIO

El Decreto 1567/74 establece el Seguro Colectivo de Vida Obligatorio (SCVO) para todas las personas en relación de dependencia, garantizando cobertura en caso de fallecimiento.

SEGURO DE VIDA COLECTIVO

Regulado en el Artículo 97 del Convenio Colectivo de Trabajo (CCT) N.º 130/75, brindando protección adicional a las personas.

CONVENIO DE DESCUENTO EN GIMNASIO

Ofrecemos descuentos exclusivos en Sport Club para los equipos de tiendas y staff, promoviendo el bienestar y un estilo de vida saludable.

Chile

SEGURO COMPLEMENTARIO DE SALUD Y CATASTRÓFICO

Cubre el 70% de los gastos médicos no alcanzados por Isapre o Fonasa, y hasta el 100% en casos de enfermedades graves que superen las 100 unidades de fomento. Incluye al personal y sus cargas familiares (cónyuge, conviviente e hijos menores de 24 años).

SEGURO DE VIDA

Cobertura equivalente a 250 unidades de fomento para casos de fallecimiento.

PLATAFORMA DODO

Acceso 24/7 para los equipos y hasta cinco personas adicionales a sesiones virtuales con psicólogos, coaches, médicos, nutricionistas y asesores legales.

PAUSAS ACTIVAS

Actividades semanales organizadas por la Mutual de Seguridad, como ejercicios, yoga y masajes, para el equipo de Staff.

PROMOCIÓN DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE

Cada martes, se entregan frutas al equipo administrativo y del centro de distribución.

CONVENIOS DE DESCUENTO

En gimnasios y clases deportivas, a través de la Caja de Compensación Los Andes.

México

EVENTOS DEPORTIVOS

Se promueve la participación en carreras, torneos de fútbol y otros eventos deportivos dirigidos a diferentes segmentos de la organización.

INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA

En el Centro de Distribución, se dispone de canchas de básquetbol, y se organizan torneos semestrales entre los equipos de trabajo.

CAMPAÑAS INFORMATIVAS

Para equipos administrativos, con información sobre promociones vigentes en seguros de gastos médicos mayores.

Perú

ESSALUD

Seguro médico estatal obligatorio asumido por la empresa para todas las personas contratadas.

EPS GRATUITA

Beneficio adicional ofrecido a los equipos administrativos, que amplía las coberturas de salud.

CONVENIO CON SMART FIT

Facilita el acceso al gimnasio para fomentar la actividad física y un estilo de vida saludable.

1

2

3

4

5

6

7

Un entorno que respira libertad, igualdad y diversidad

La diversidad, la equidad y la inclusión no son sólo principios éticos en nuestra organización, sino la base de un cambio tangible que busca transformar la manera en que las personas viven y trabajan. Entre los pilares de cultura fundamentales de nuestra compañía se encuentra “Somos conscientes”. A través de él, promovemos la igualdad de oportunidades, abrazando la inclusión, la diversidad y empoderando a las mujeres en su camino de crecimiento.

Este compromiso no solo responde a una necesidad social urgente. También crea un impacto positivo tanto para las personas como para el negocio, ampliando nuestro alcance y conectándonos de manera más profunda con nuestro equipo y con quienes eligen nuestros productos.

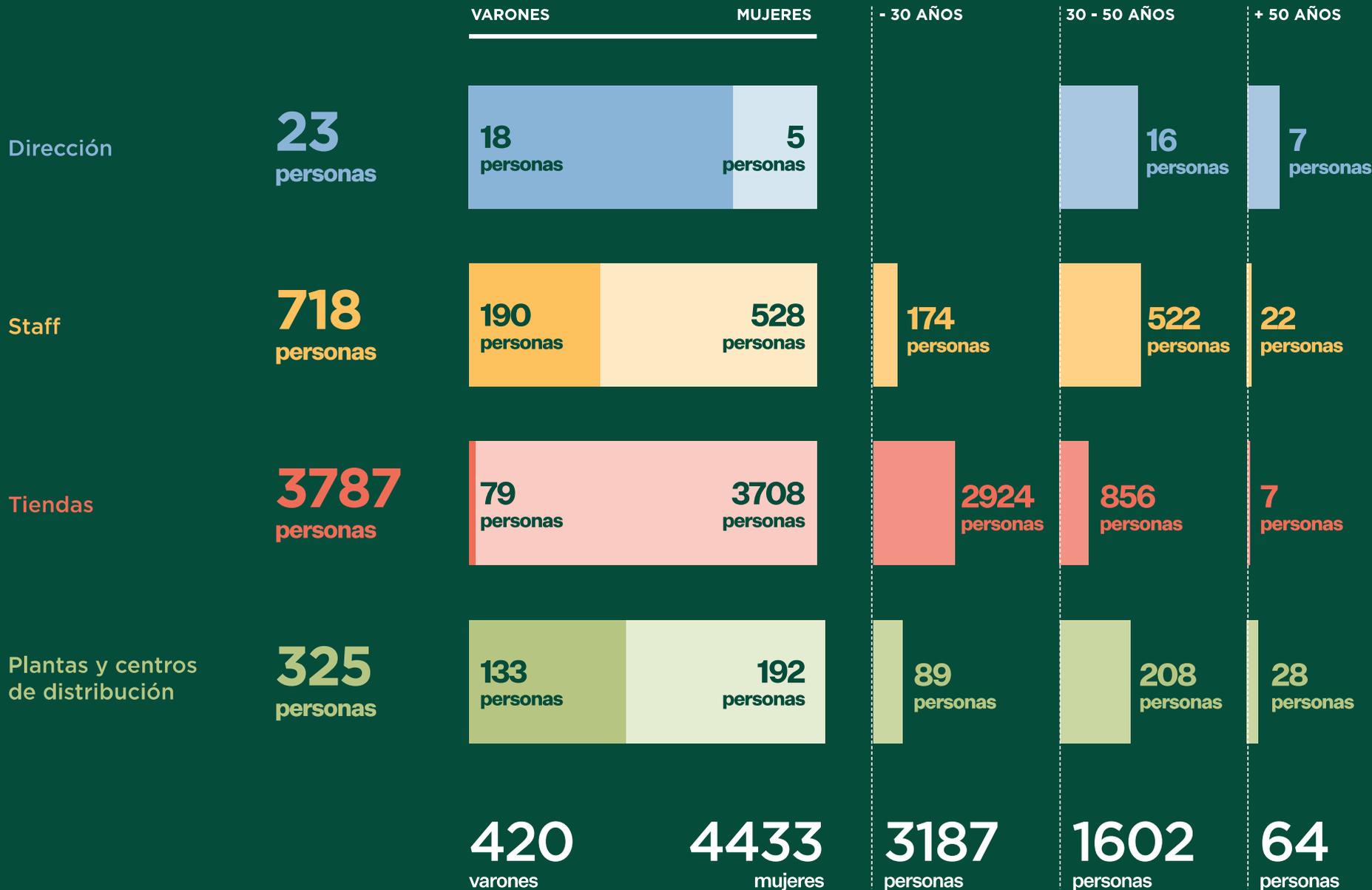
El impacto de esta visión es claro: el 91% de nuestras posiciones de liderazgo están ocupadas por mujeres, un reflejo de la composición de nuestro equipo que se sostiene en los niveles más altos de toma de decisión. Sin embargo, también reconocemos los desafíos: la falta de políticas inclusivas podría perpetuar desigualdades y limitarnos en nuestra capacidad de ser un espacio realmente representativo.

Por eso, contamos con iniciativas como protocolos para situaciones de violencia laboral y doméstica, políticas inclusivas para personas gestantes y no gestantes, licencias adaptadas a procesos adoptivos y acompañamiento en tratamientos de fertilidad.

91%
de las posiciones
de liderazgo
están ocupadas
por mujeres



La diversidad de nuestro equipo



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7



Lucha contra la violencia de género

Según estimaciones de la Organización Mundial de la Salud, 1 de cada 4 mujeres en América Latina experimentó violencia física y/o sexual por parte de su pareja al menos una vez a lo largo de su vida. Para una organización como la nuestra, en la que el 91% de su equipo se identifica como mujer, tenemos el deber de actuar.

En 2020, pusimos en marcha nuestro Protocolo de prevención de la violencia de género, intragénero y/o doméstica con el objetivo de brindar a los equipos de trabajo información, herramientas y concientización que prevengan, eviten y erradiquen este tipo de actos. Además, buscamos acompañar a quienes manifiesten estar atravesando este tipo de situaciones.

Los principios del Protocolo están alineados con la legislación vigente, no solo a nivel nacional sino

también a instrumentos internacionales como la Convención sobre la Eliminación de toda forma de Discriminación Contra la Mujer (CEDAW), la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (BELÉM DO PARÁ) y con el Convenio 190 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Además, contamos con un Protocolo de prevención y erradicación de la violencia laboral para prevenir, evitar y eliminar este tipo de actos, con la descripción de acciones necesarias para la investigación, seguimiento y sanción de esas conductas. Además, facilita el procedimiento para manifestar los casos detectados.

Protocolo de transición de género

Promovemos una cultura inclusiva y equitativa, eliminando cualquier forma de discriminación y desigualdad dentro de la compañía. Por eso, acompañamos y apoyamos a todas las personas del equipo que atraviesen o quieran iniciar una transición de género.

Reconocemos el derecho humano fundamental de toda persona al reconocimiento de su identidad de género, a ser tratada de acuerdo con ella, al libre desarrollo de su persona conforme dicha identidad y, en particular, a ser identificada de ese modo en los instrumentos que acreditan su identidad. A través de la implementación del Protocolo, asumimos el compromiso de garantizar la identidad de género en la organización, siendo un documento esencial para adaptar la cultura organizacional con medidas e instrumentos que favorezcan la inclusión real y efectiva.

No aceptamos ningún tipo de discriminación o persecución a personas con motivo de su orientación sexual, identidad y expresión de género.

Sabemos que cada proceso es único. Por eso, somos flexibles en la aplicación de este protocolo para adaptarse a las necesidades específicas de la persona en transición. A la vez es lo suficientemente específico como para proporcionar una infraestructura coherente que evite la confusión y la posible mala gestión.

Red de contención y denuncias

Nuestra red de contención y canales de denuncia garantizan un entorno laboral libre de violencia o discriminación, basado en la confianza, el respeto y la equidad. Contamos con herramientas que abordan tanto la prevención como la respuesta ante situaciones adversas, como el Protocolo de Acompañamiento.

Diseñado para brindar apoyo integral a quienes atraviesan situaciones difíciles tales como catástrofes climáticas, enfermedades, o situaciones personales críticas, este protocolo pone a disposición una red de contención que proporciona asistencia personalizada en momentos importantes. Nuestro enfoque está centrado en acompañar a cada persona con empatía y soluciones adaptadas a sus necesidades.

Nuestra línea de denuncia, compuesta por canales de comunicación confidenciales, accesibles desde la intranet o a través de una dirección de e-mail específica, anónimos y seguros, funcionan para informar, entre otras cosas posibles situaciones de violencia o discriminación. Su procedimiento se explica en la sección de Ética en los negocios de este reporte.

1
2
3
4
5
6
7



Inclusión en la adaptación familiar

Comprendemos la importancia de acompañar a las personas en cada etapa de sus vidas, especialmente en momentos tan significativos como la evolución de sus familias. Por ello, implementamos iniciativas alineadas con nuestro compromiso con la diversidad, la inclusión y el bienestar:

Licencia en procesos adoptivos

Reconocemos que las familias se forman de diversas maneras, por lo que ofrecemos licencias específicas para acompañar estos procesos.

- 10 días por año para trámites y/o visitas administrativas o judiciales previas a la adopción plena.
- Licencia para la madre tras la confirmación de la adopción
- En casos adoptivos donde la solicitud de licencia sea realizada por el padre o en familias monoparentales se aplicará la Política Licencia por nacimiento.

Políticas inclusivas para personas gestantes y no gestantes

Diseñadas para abordar las necesidades de todas las personas involucradas en un nacimiento, con una perspectiva de diversidad sexual.

- Las personas gestantes pueden añadir a la licencia legal un set de opciones que van desde una licencia extender de 30 días a cargo de la compañía hasta esquema de softlanding de 3 meses.
- Para las no gestantes, además de la licencia legal, ofrecemos una licencia extendida de 15 días más un esquema soft landing

Política por pérdida gestacional

Brindamos apoyo y contención emocional a quienes atraviesan esta experiencia, asegurando el tiempo necesario para procesarla.

Acompañamiento en tratamientos de fertilidad y criopreservación

Facilitamos recursos y apoyo a quienes eligen explorar estas opciones para planificar su futuro familiar.

LICENCIA POR NACIMIENTO O ADOPCIÓN 2024

PERSONAS QUE DISFRUTARON DEL PERMISO

Mujeres	126
Varones	5

PERSONAS QUE REGRESARON AL TRABAJO UNA VEZ FINALIZADO EL PERMISO

Mujeres	114
Varones	15

PERSONAS QUE REGRESARON AL TRABAJO DESPUÉS DE TERMINAR EL PERMISO Y QUE SEGUÍAN SIENDO EMPLEADAS 12 MESES DESPUÉS DE REGRESAR AL TRABAJO*

Mujeres	95
Varones	2

TASAS DE RETENCIÓN DE PERSONAS QUE TOMARON UN PERMISO**

Mujeres	75%
Varones	40%

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Inclusión y empoderamiento de la comunidad

- ↗ Construir un futuro inclusivo
- ↗ Influencia positiva
- ↗ Nuestra comunidad, nuestra inspiración

Construir un futuro inclusivo



En Blue Star Group no solo diseñamos accesorios para potenciar el estilo de las personas, sino que también trabajamos para empoderarlas y llegar a toda nuestra comunidad. Porque para nuestra compañía, cada cliente es parte esencial de nuestra historia.

Desde nuestras estrategias de marketing, donde trabajamos para mostrar representaciones genuinas y reales, hasta iniciativas pensadas para que todas las personas que ingresan a nuestras tiendas sean siempre bienvenidas e incluidas, nuestro compromiso es claro: queremos que cada persona se sienta increíble en cada paso junto a nuestras marcas.

Pero no nos detenemos ahí. Nos apasiona ser parte de su crecimiento: las apoyamos en su educación, empleabilidad y desarrollo de habilidades digitales, y también impulsamos el empoderamiento de los emprendimientos femeninos. Porque creemos en el poder transformador de las mujeres y en la fuerza de nuestra comunidad para favorecer un mundo más inclusivo y sostenible.



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Construimos oportunidades, vínculos y un futuro lleno de posibilidades.

Influencia positiva

Creemos que nuestras campañas tienen el poder de influir positivamente en la comunidad, fortaleciendo la confianza, el sentido de pertenencia y la autoestima de quienes interactúan con nuestras marcas. Este enfoque está guiado por nuestros valores de igualdad, diversidad y responsabilidad social.

El marketing responsable es un motor de cambio.

Buscamos crear cada vez más representaciones auténticas que fortalezcan la confianza y autoestima de las personas. Queremos que cada una encuentre en nuestras campañas un sentido de pertenencia y se sienta parte de la energía positiva de nuestra cultura.

Tomamos el compromiso de evitar la perpetuación de estereotipos y estándares de belleza inalcanzables. Es por eso que trabajamos para que cada acción, mensaje o imagen que compartimos refleje cada vez más estos principios, promoviendo la autenticidad, la inclusión y el respeto por todas las personas.

Realizamos un seguimiento constante de nuestras campañas para evaluar su efectividad en términos de inclusión y diversidad. Realizamos encuestas y analizamos las interacciones en nuestras redes sociales para entender su percepción. Monitoreamos el desempeño de los contenidos para evaluar su alcance y la efectividad de nuestro mensaje inclusivo, permitiéndonos identificar áreas de mejora y fortalecer nuestro impacto positivo.

Compromisos de marketing responsable

Inclusión y diversidad en la comunicación

Nos comprometemos a continuar los esfuerzos por reflejar la diversidad en todos nuestros mensajes y contenidos, asegurando que todas las personas y grupos se sientan representados. Este enfoque se extiende tanto a nuestras campañas internas como externas.

Tono de voz responsable

Adoptamos un tono inclusivo, respetuoso y accesible en todas nuestras comunicaciones. Este tono refuerza los valores de igualdad y diversidad, evitando exclusiones y estereotipos.

Transparencia y autenticidad

Transmitimos mensajes auténticos y transparentes, evitando imágenes manipuladas que distorsionen la realidad, promoviendo la confianza de nuestra audiencia.

Comunicaciones auténticas y diversas

Desarrollamos un Manual de Identidad y Comunicación Inclusiva con directrices claras que aseguran que nuestras imágenes y contenidos reflejen la realidad de nuestras comunidades. Usamos fotografías sin retoques y priorizamos la representación genuina, mostrando personas tal como son, con toda su belleza y singularidad.

Además, nuestra apuesta por la inclusión se extiende al lenguaje. Desde las descripciones de puestos de trabajo hasta los posteos de nuestras campañas, aplicamos normas de redacción inclusiva y accesible que eliminan sesgos y respetan todas las identidades. Porque sabemos que cada palabra cuenta para construir un mensaje que inspire, conecte y represente a todos.

Una experiencia accesible

Queremos que cada persona se sienta bienvenida y cómoda en nuestras tiendas. Por eso, implementamos programas de accesibilidad como las "Horas Tranquilas", diseñadas especialmente para personas neurodivergentes y con Condición del Espectro Autista (CEA). En días y horarios específicos, reducimos los estímulos de luces y música para ofrecer una experiencia sensorial más amigable y tranquila.

Trabajamos en un plan de accesibilidad que incluye la incorporación de rampas, mostradores adaptados y mejoras en la circulación de nuestras tiendas. Estas acciones forman parte de nuestro compromiso de hacer que cada nueva apertura sea más inclusiva, asegurándonos de que todas las personas puedan disfrutar de una experiencia de compra sin barreras. Además, nuestro equipo recibe formación para comprender mejor las necesidades de las personas con discapacidad y brindarles una atención adecuada.

Atención inclusiva y empática

Ofrecemos talleres regulares de comunicación inclusiva y accesible para nuestros equipos de marketing, diseño y recursos humanos. Estas capacitaciones permiten que quienes forman parte de BSG cuenten con las herramientas necesarias para crear mensajes que conecten con autenticidad y respeten la diversidad de nuestras comunidades.

Además, formamos a nuestro equipo en sesgos Inconscientes para ofrecer una atención más inclusiva y empática. Este programa incluye mejorar la atención a personas que pertenecen a grupos diversos, subrepresentados o estigmatizados en la sociedad, y capacitar en sesgos de género, con el objetivo de atender a cada persona según sus intereses y preferencias, sin preconceptos basados en su género.

Queremos que nuestras tiendas sean un espacio seguro donde todas las personas se sientan bienvenidas.

Siempre a tu lado

Escuchamos a quienes nos eligen porque creemos que cada opinión cuenta para mejorar. Por eso, contamos con un Centro de Experiencia del Cliente dedicado a recibir y gestionar reclamos, sugerencias y opiniones. Nuestro enfoque es ágil y está orientado a encontrar soluciones efectivas que no sólo resuelvan los problemas inmediatos, sino que también ayuden a prevenir que vuelvan a ocurrir.

Si alguna persona siente que su experiencia no fue satisfactoria, puede realizar un reclamo y, en

caso de que no se logre una resolución en esta instancia, el caso será elevado al área de Legales para una revisión más profunda.

Para medir el impacto de estas acciones y garantizar la satisfacción de nuestra clientela utilizamos el Net Promoter Score (NPS), una métrica que evalúa la lealtad y satisfacción. En 2024, el NPS acumulado fue de 83,2 para nuestras marcas a nivel global (+1,1 respecto de 2023), un resultado que refleja el compromiso que construimos con nuestra comunidad.

CENTROS DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Todomoda Argentina



Todomoda Perú



Isadora Argentina



Isadora Perú



Todomoda Chile



Todomoda México



Isadora Chile



Isadora México



**lealtad y
satisfacción de
nuestra clientela**
Net Promoter Score

83,2%

Todas las formas de belleza

En Todomoda Beauty, nuestra línea de cuidado y cosmética, reconocemos el impacto de las campañas, shootings y fotografías de productos en la construcción de un ideal aspiracional.

Nos esforzamos en construir una comunicación que refleje nuestros valores de inclusión, diversidad y autenticidad. Como parte de este compromiso, adherimos a la Alianza Sin Estereotipos de ONU Mujeres, reforzando nuestro propósito de evitar representaciones que perpetúen estándares de belleza hegemónicos o excluyentes.

Un pilar fundamental de nuestra estrategia es mantener la autenticidad en cada imagen. En nuestras campañas, no retocamos las pieles de las personas, respetando su apariencia real y destacando la belleza en su diversidad. Además, tomamos una posición clara al no trabajar con influencers que usen filtros de inteligencia artificial en sus contenidos, priorizando la transparencia y la naturalidad en nuestras colaboraciones.

Nos esforzamos por representar una amplia variedad de cuerpos, cabellos, rostros y rasgos que abarquen distintas realidades físicas, culturales, étnicas y de género. Queremos que más personas se sientan representadas en nuestras campañas, promoviendo la autenticidad y conectando con las verdaderas necesidades y aspiraciones de nuestra comunidad.

Creemos que la belleza es diversa, auténtica y accesible, y eso se refleja en cada aspecto de nuestra comunicación.

Nuestra comunidad, nuestra inspiración



100% ←
de operaciones
alcanzadas por
programas con
de participación
de la comunidad

Nuestro compromiso con la comunidad tiene un claro enfoque: contribuir a la transformación de causas sociales que atraviesan a los públicos que acompañamos desde nuestras marcas. Las mujeres y adolescencias son nuestra inspiración para diseñar acciones que contribuyan a su desarrollo y bienestar, siempre con la mirada puesta en un impacto positivo y a largo plazo.

Nuestra estrategia se basa en acompañarlas en cada etapa de su crecimiento a través de iniciativas concretas: apoyo para la prolongación de la trayectoria escolar, programas de primer empleo, inclusión digital, vínculos saludables en la adolescencia y el impulso al emprendedurismo.

Queremos ser agentes activos de la transformación social que nuestras comunidades necesitan, promoviendo la inclusión, la igualdad de oportunidades y el bienestar.

Becas escolares

Como parte de nuestro compromiso con la educación, financiamos los Talleres Educativos de la fundación Uniendo Caminos, que brindan apoyo escolar en el barrio 21-24 de Barracas, Ciudad de Buenos Aires, Argentina. Estos talleres, enfocados en Prácticas del Lenguaje y Matemática, acompañan a chicos y chicas de primaria y secundaria en su desarrollo académico.

Además, durante nuestro Family Day, logramos recolectar más de 200 paquetes de alimentos, destinados a las meriendas que se ofrecen en el espacio de apoyo escolar, fortaleciendo nuestro vínculo con la comunidad y apoyando a quienes más lo necesitan.

+200
paquetes de alimentos
recolectados destinados
a merenderos

165
niñas y niños
alcanzados



Primer empleo

A través de alianzas estratégicas y el compromiso de nuestro equipo, trabajamos para acompañar a jóvenes en situaciones de vulnerabilidad socioeconómica a desarrollar competencias para el mundo laboral.

En Argentina, en colaboración con la Fundación Forge, otorgamos cinco becas para que jóvenes puedan acceder a formación y capacitación laboral. Además, nuestro equipo de Talento participó en un encuentro para brindar orientación sobre procesos de selección, competencias clave y preparación para CVs y entrevistas. En Perú, contratamos a una egresada de Forge para nuestras tiendas, demostrando nuestro compromiso con la integración laboral.

Por tercer año consecutivo, formamos parte del programa de Actividades de Aproximación (ACAP), impulsado por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. A través de este programa, 22 estudiantes del último año del secundario recibieron capacitación de personas voluntarias de nuestro staff, participaron en talleres prácticos y recorrieron nuestro centro logístico para conocer el funcionamiento interno de nuestra operación.

5
becas otorgadas en el programa de formación de Forge Argentina

1
egresada del programa Forge contratada en Perú

22
estudiantes capacitados de la Ciudad de Buenos Aires

Ciencia y tecnología para niñas y adolescentes

Promovemos la participación de niñas y adolescentes en áreas STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas) a través de una alianza regional con Chicas en Tecnología (CET).

Como parte de este compromiso, otorgamos cinco becas para formación en temáticas de ciencia, tecnología e innovación, y participamos en el Festival de Chicas Líderes en Tecnología con un taller sobre el uso de indicadores matemáticos aplicados al negocio de la moda. Además, tuvimos un stand en el que invitamos a las jóvenes a que aplicaran la IA para diseñar campañas de Todomoda y otras herramientas digitales para diseñar productos.

Queremos cerrar la brecha de género en ciencia y tecnología, motivando e inspirando a niñas y adolescentes para que se integren al mundo STEM y sueñen con ser las futuras líderes de la región.

Fuimos anfitrionas del Encuentro de Embajadoras de CET en nuestras oficinas, donde reflexionamos sobre los estereotipos de género en distintas industrias y presentamos el mundo de la moda desde una perspectiva innovadora.

Sumando a este esfuerzo, 18 mujeres líderes de nuestro staff participan del Programa de Mentorías de CET, acompañando a jóvenes en sus primeros pasos laborales y ayudándolas a desarrollar herramientas de carrera y habilidades para el empleo.

5
becas otorgadas a niñas en STEM

18
mujeres líderes de nuestro equipo fueron mentoras de jóvenes profesionales

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Empoderamiento a mujeres emprendedoras

Trabajamos para impulsar el desarrollo de mujeres emprendedoras, brindándoles herramientas y oportunidades para que puedan potenciar sus negocios y alcanzar la independencia económica.

En Argentina, fuimos sponsors del curso completo de Costura Familiar e Industrial de la fundación Media Pila, ofreciendo capacitación profesional a 20 mujeres. Además, entre las egresadas que finalizaron el curso sorteamos herramientas de trabajo, ayudándolas a montar sus propios talleres en casa y explorar nuevas salidas laborales.

También organizamos Ferias de Emprendedoras en nuestras oficinas de Argentina y Perú, en colaboración con tres fundaciones que nos acercaron emprendimientos liderados por mujeres. Estas ferias no solo sirvieron para dar visibilidad a sus negocios y aumentar sus ventas, sino que también fueron espacios de sensibilización para nuestros equipos sobre los desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras.

20
mujeres
alcanzadas
por el curso de
Costura Familiar
e Industrial



Voluntariado

Cada año organizamos una jornada de voluntariado en la que convocamos a todo nuestro staff. Para elegir las actividades de este evento, realizamos un concurso abierto a nuestro personal para que propongan iniciativas solidarias. Recibimos 14 propuestas, de las cuales se seleccionaron tres finalistas a través de una votación interna.

Estas jornadas son una oportunidad para fortalecer los lazos dentro de nuestro equipo, visibilizar los compromisos sociales que tiene el staff con distintas comunidades y, al mismo tiempo, contribuir a la sociedad. Cada acción refleja nuestra visión de generar un impacto positivo en las comunidades donde operamos.

Limpieza de playa PERÚ

En colaboración con la organización Life Out Of Plastic (L.O.O.P), realizamos una jornada de limpieza en la playa San Pedro, en Lurín en el que recolectamos 45 kg de basura. Además de la recolección de residuos, sensibilizamos al equipo sobre la importancia del reciclaje y el cuidado de las playas, destacando cómo la contaminación impacta en la fauna y flora local.

14
personas
voluntarias

45 kg
de basura
recolectada

Alegría para infancias MÉXICO

En alianza con la fundación Deseos Compartidos, llevamos alegría a niños y niñas en hospitales con enfermedades crónicas o degenerativas. Durante la jornada, regalamos juguetes que deseaban mucho y personalizamos tarjetas para acompañar cada regalo. El equipo se involucró emocionalmente con esta acción, y 13 infantes recibieron un gesto de amor y solidaridad en un momento tan difícil.

13
niñas y niños
impactados

Apoyo a comunidades vulnerables ARGENTINA

La jornada solidaria se realizó en el Centro Cristiano de Quilmes, en apoyo a personas en situación de calle y vulnerabilidad social. Las personas voluntarias se encargaron de cocinar viandas para 40 personas en el barrio, equipando la cocina con utensilios necesarios y optimizando el espacio de guardado. Además, se clasificó y almacenó ropa donada, creando dos armarios para facilitar el acceso y organización.

10
personas
voluntarias

40
personas
impactadas

Responsabilidad en el abastecimiento y operaciones

- ↗ Compromiso de principio a fin
- ↗ Abastecimiento responsable
- ↗ Producción con materiales de menor impacto
- ↗ Gestión ambiental de las operaciones

Compromiso de principio a fin



Nuestro compromiso social y ambiental atraviesa cada etapa de nuestra cadena de valor. Desde la elección de materiales hasta el diseño final, ofrecemos accesorios de moda y lifestyle que no solo realzan el estilo, sino que también buscan generar un impacto positivo.

Trabajamos con una red de proveedores confiables en Asia, principalmente en China, India y Vietnam, asegurando prácticas responsables en la producción. Además, en nuestra planta de Argentina, implementamos una gestión eficiente y sostenible de los recursos, garantizando calidad, seguridad y responsabilidad ambiental.

También impulsamos programas que promueven la economía circular, reutilizando materiales y reduciendo residuos. Todo esto para ofrecer productos accesibles y alineados con los valores de nuestras clientas, construyendo juntas un futuro más consciente y sostenible.

Estamos en cada detalle: desde cuidar con quienes trabajamos hasta gestionar el impacto ambiental de producir accesorios que inspiran y empoderan.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Abastecimiento responsable

13%

de inversión en
proveedores locales



Somos ágiles y actuamos con compromiso. Nos adaptamos de manera eficiente a las necesidades de nuestra clientela con una visión responsable. Para ello, creamos una red de abastecimiento global que nos permite estar a la altura de sus expectativas.

Conocer el origen de nuestros productos es una tarea que asumimos con seriedad. El impacto ambiental y social de nuestra cadena de suministro lo gestionamos con ética y transparencia. Por eso, desde 2021, contamos con una oficina en China dedicada a negociar, supervisar y fortalecer las relaciones de nuestras alianzas en Asia.

Sabemos que uno de los desafíos más significativos que enfrentamos son las condiciones laborales en las fábricas de quienes nos proveen de insumos y productos. Para mitigar estos riesgos, solicitamos a cada proveedor que declare las fábricas que utiliza para la manufactura de nuestros productos y que estén auditadas bajo los estándares internacionales Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA) y Business Social Compliance Initiative (BSCI). Además, somos miembros de Sedex, lo que nos permite reforzar nuestro compromiso con la mejora continua de las condiciones laborales.

Estos estándares nos ayudan a valorar el desempeño en términos sociales y ambientales de proveedores de nuestra operación. Pero también nos proporcionan una guía para identificar áreas de mejora y reducir nuestro impacto, consolidando una cadena de suministro más ética y responsable.

De forma complementaria, desarrollamos un sistema interno de análisis, evaluación y calificación anual de fábricas en materia de desempeño social y ambiental. Los resultados de este sistema de puntuación se orientan a complementar la información del área de Compras para la toma de decisiones.

**Adherimos
a estándares
internacionales
para promover
el comercio
responsable
y transparente.**

Debida diligencia en la cadena de suministro

Diseñamos procedimientos para asegurar el cumplimiento de normativas legales, laborales y ambientales en toda nuestra cadena de suministro. Ellos se reflejan principalmente en los procesos de alta y en el cumplimiento de nuestro Código de Conducta para Proveedores.

Para proveedores internacionales, que representan más del 80% de nuestros insumos, hacemos un análisis exhaustivo en conjunto con la consultora Dun & Bradstreet. Revisamos los antecedentes comerciales, crediticios, judiciales e impositivos para asegurarnos de la viabilidad de la relación comercial.

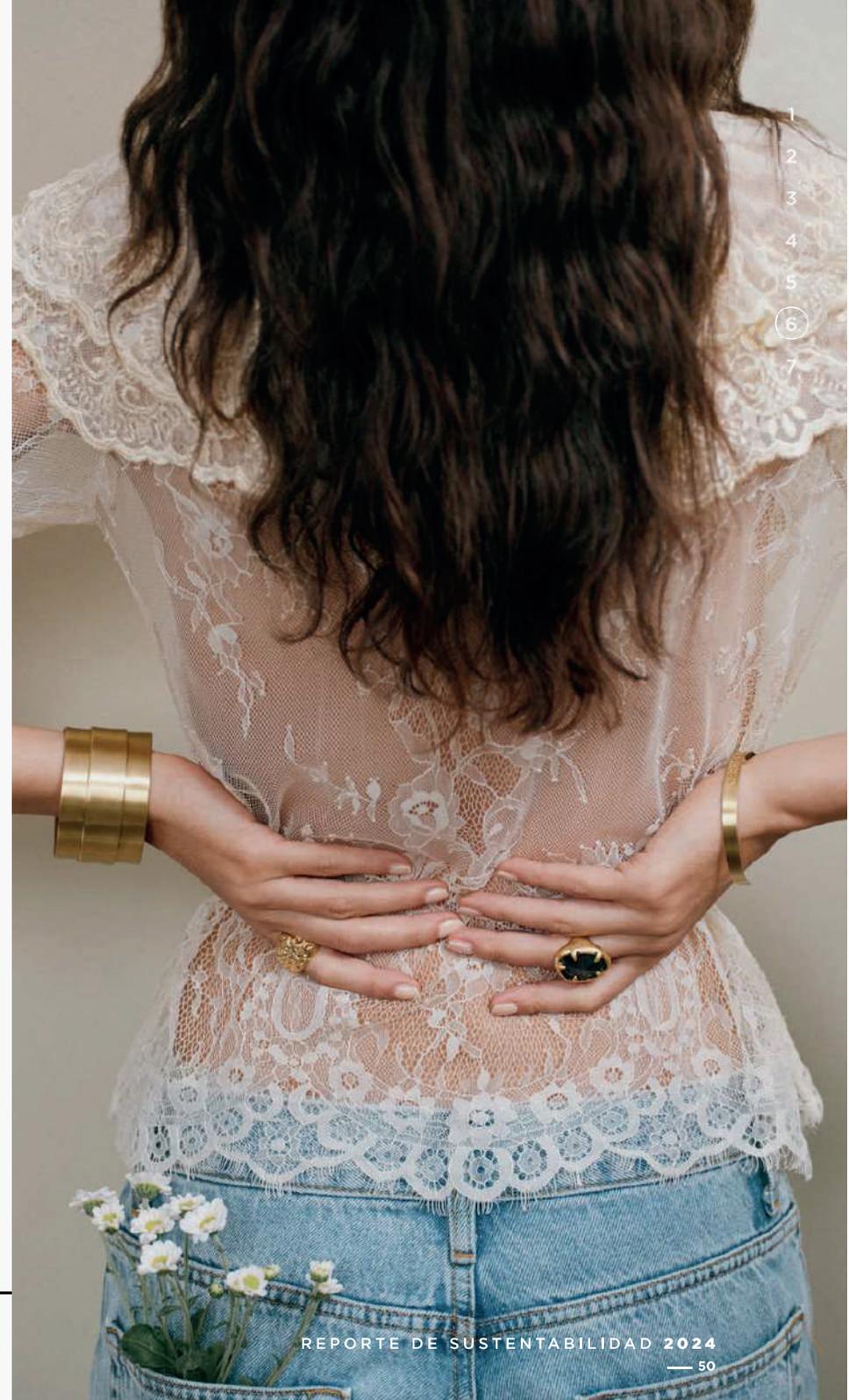
Todos los proveedores estratégicos deben firmar una declaración jurada. Allí, aseguran cumplir con las leyes y regulaciones vigentes de su país, con los estándares que exigimos desde Blue Star Group, con normas ambientales, incluyendo aquellas que puedan ser más exigentes que las locales, y con leyes laborales, como la prohibición del trabajo infantil y forzado, garantizando condiciones de trabajo dignas.

Con los proveedores de Argentina, Perú y México seguimos un enfoque similar, verificando sus datos formales e impositivos. Por ejemplo, en la Argentina hacemos un control mensual a través del sistema NOSIS, que nos brinda información comercial, crediticia y judicial, entre otros datos relevantes. En caso de que un proveedor no cumpla con nuestros estándares, podemos pedir un plan de acción correctiva y, si no se implementa, suspender o terminar la relación comercial.

100%
de nuevos proveedores
evaluados y
seleccionados de
acuerdo a criterios
ambientales y sociales

15
nuevos proveedores
evaluados en relación
a sus impactos
ambientales y sociales

0
proveedores
identificados con
impactos negativos



Trabajamos junto
a nuestra cadena
de suministro para
garantizar la alineación
a nuestros valores.



Inclusión en el origen

Creemos en el poder de las oportunidades para transformar realidades. Por eso, trabajamos para que el origen de nuestros productos sea también una plataforma para impulsar emprendimientos de la economía social, apoyando a quienes más lo necesitan y generando un impacto positivo en las comunidades.

Derivamos terminaciones de productos a talleres textiles que emplean a personas en situación de vulnerabilidad, a través de programas como San Cayetano, IDEL y Tejiendo Redes en Argentina. Estas terminaciones incluyen el encartonado de medias y gomitas de pelo de tela, la costura de pompones y flecos en gorros y bufandas, y la costura de etiquetas.

Esta colaboración no solo contribuye al desarrollo social de estas comunidades, sino que también fue esencial para obtener el Sello de Compras con Impacto, otorgado por la Red de Impacto Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. A través de esta alianza, hemos logrado generar una facturación de más de USD 14,000¹ a Unidades Productivas Sociales, reafirmando nuestro compromiso con la inclusión laboral y el fortalecimiento de la economía local.

Además, organizamos una ronda de compras para insumos de oficina, artículos de librería y regalos empresariales en nuestras oficinas, con el objetivo de dar visibilidad y nuevas oportunidades a emprendedores, cooperativas y empresas sociales.

Impacto para construir un futuro más inclusivo desde el origen.

¹ Se tomó de referencia la cotización del dólar del Banco Central de la República Argentina el 30 de diciembre de 2024.

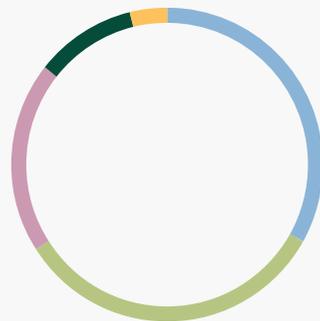
Producción con materiales de menor impacto

Cada temporada introducimos una amplia gama de productos en el mercado, lo que nos desafía a minimizar los impactos ambientales asociados con la fabricación, los materiales utilizados y la disposición final tanto del producto como de su packaging.

En línea con nuestro compromiso, establecimos objetivos específicos vinculados con el origen orgánico o reciclado de los materiales con los que hacemos los productos de nuestra oferta. Además, todo el packaging de papel y cartón que utilizamos proviene de proveedores certificados por el estándar FSC, garantizando su origen sostenible.

Para las polybags, implementamos una política estricta que exige a nuestros proveedores el uso de plásticos reciclados, como polipropileno o polietileno reciclados. Durante 2024, reforzamos esta iniciativa solicitando cartas de compromiso y los certificados de la Global Recycled Standard (GRS) o de la Recycled Claim Standard (RCS) de sus proveedores, asegurando la trazabilidad y el cumplimiento de estos estándares.

Material utilizado



1.255.097 kg
Textiles | 33,25%

1.232.357 kg
Plásticos | 32,65%

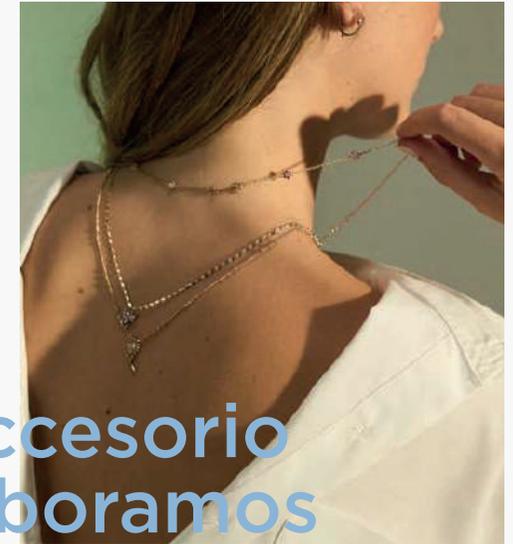
736.469 kg
Metales | 19,51%

388.452 kg
Papel y cartón | 10,29%

162.483 kg
Otros | 4,30%

3.774.860 kg
Total

Cada accesorio que elaboramos tiene una historia. En Blue Star Group trabajamos para que el capítulo sobre sus materiales y producción tenga un menor impacto.



Productos We Are Going

¿Cómo incorporamos criterios de menor impacto en el desarrollo de productos? A través de la línea We Are Going, establecemos objetivos específicos para cada categoría de producto dentro de nuestras marcas para aumentar la proporción de materiales de menor impacto ambiental.

Clasificamos un producto como parte de nuestra línea We Are Going cuando al menos el 30% de su composición proviene de materiales de menor impacto como reciclados u orgánicos. Asimismo, estos productos deben ser fabricados por proveedores que cumplan con altos estándares de sostenibilidad y posean las certificaciones correspondientes.

Acciones para avanzar hacia una producción más responsable, reduciendo el impacto ambiental y fomentando un modelo de negocio más sostenible.

Todos los productos de la línea We Are Going tienen al menos un

30%

de su composición proveniente de materiales de menor impacto, como reciclados u orgánicos.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Compromiso con la biodiversidad y el cuidado animal

Entendemos que cada decisión que tomamos impacta no solo en nuestras clientas, sino también en el entorno natural y las especies que lo habitan. La biodiversidad está en riesgo debido a la deforestación, el uso insostenible de recursos y las prácticas que perjudican a los animales. Por eso, trabajamos para garantizar que nuestros productos respeten y protejan la vida en todas sus formas, desde los bosques que son el pulmón del planeta hasta los animales que merecen vivir libres de crueldad.

Para cuidar los recursos naturales, hemos adoptado el estándar FSC® (Forest Stewardship Council®) en todo el papel, cartón y madera que utilizamos. Esto significa que nuestros materiales provienen de bosques gestionados de manera responsable, donde se respeta el equilibrio ecológico y se protege la biodiversidad.

Nuestro compromiso se extiende al bienestar animal con la certificación cruelty-free de PETA (People for the Ethical Treatment of Animals). Todos nuestros productos de belleza y cuidado personal son elaborados sin pruebas en animales, demostrando que es posible crear productos innovadores y de calidad sin comprometer la vida de los seres vivos.

Nos llena de orgullo ser parte de un movimiento global que promueve la ética y el respeto hacia los animales y los bosques del planeta.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7



Gestión ambiental de las operaciones



Gestionamos el impacto ambiental de nuestras operaciones para marcar la diferencia en la lucha contra el cambio climático. Nos enfocamos en iniciativas que nos ayuden a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, a optimizar el consumo de agua y energía y a gestionar los residuos de manera responsable, tomando acción directa en las áreas donde más podemos influir.

Uno de nuestros principales puntos de impacto está en la planta de producción ubicada en Barracas, Buenos Aires, Argentina, donde concentramos esfuerzos para hacer una diferencia real. Al mismo tiempo, no perdemos de vista nuestra red de centros de distribución y tiendas, con un impacto ambiental importante. Allí, trabajamos en iniciativas locales que nos permiten probar y aprender para luego escalar buenas prácticas al resto de la cadena.

Mirando hacia adelante, en 2024 asumimos un compromiso fundamental: medir nuestra huella de carbono. Este paso no solo nos ayudará a entender el impacto total de nuestras operaciones, sino que será la base para construir una estrategia de descarbonización efectiva, alineada con las expectativas de nuestro negocio, reguladores y nuestras metas de sostenibilidad.

Cuidar el planeta es un desafío y una oportunidad que abrazamos con decisión.

Uso eficiente de recursos

El impacto de las actividades de nuestra planta en el agua es bajo por su mínima incidencia en el proceso productivo y porque la Ciudad Autónoma de Buenos Aires no enfrenta una situación de estrés hídrico. Por eso, nuestros objetivos y metas relacionados con este recurso se alinean con las políticas públicas locales. Si bien no contamos con un caudalímetro para cuantificar el volumen exacto de agua utilizada, trabajamos en conjunto con las autoridades locales y nuestros proveedores para asegurar el cumplimiento de las normativas ambientales.

El agua que utilizamos es extraída de la red de servicio público provista por AySA, cuya fuente es el Río de la Plata. Se consume en diversos procesos, principalmente en sanitarios, para el teñido de productos en el sector de tintas y en la generación de vapor para calderas.

El agua utilizada en los sanitarios se destina a la red cloacal de AYSA, donde es tratada antes de ser vertida al Río de la Plata. El efluente industrial del teñido se vierte a una cámara de toma de muestra sin tratamiento previo, siempre con resultados dentro de los límites normativos, con destino a la red cloacal. El rechazo de la caldera también es vertido a la red pluvial sin representar un impacto significativo.

Los criterios para los vertidos de agua fueron determinados siguiendo las guías establecidas por la Resolución 555/12 del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de la Argentina, que regula los límites de vertidos industriales. Para la gestión interna de la calidad del agua, nos basamos en los estándares definidos por la Disposición 79179/90 Anexo A, del mismo ministerio, que establece los parámetros y métodos de análisis de calidad del agua para los efluentes industriales.

En cuanto al consumo energético, todas nuestras plantas y centros de distribución se abastecen de la red eléctrica pública de las localidades donde operamos. Durante 2024, avanzamos en la medición de la huella de carbono de nuestras operaciones, lo que nos permitirá conocer con mayor precisión los consumos energéticos de nuestras tiendas, oficinas y centros operativos.

Actualmente estamos trabajando en la consolidación de los datos de consumo energético de 2024, que nos permitirá incorporar esta información en las próximas ediciones del reporte, incluyendo también los datos correspondientes a 2025.

782.477
kWh
consumo energético
en plantas y centros
de distribución

Distribución por origen de consumo eléctrico

46,6%
Argentina

27,3%
Planta de producción
Argentina

23,6%
México

1,9%
Chile

0,4%
Brasil

0,3%
Perú

1

2

3

4

5

6

7



Gestión de residuos

Impulsamos la gestión responsable de los desechos de nuestras operaciones. Las principales fuentes de residuos están asociadas a scrap de productos fallados, obsoletos o remanentes de ventas; residuos textiles provenientes de la producción en las fábricas; mobiliario y equipos electrónicos obsoletos; plásticos derivados del packaging que llega a las tiendas; y cartón en los centros logísticos.

En la fábrica ITS, estamos buscando formas de acumular y donar los textiles sobrantes a organizaciones que puedan reutilizarlos. En los centros logísticos, por su parte, vendemos los cartones no reutilizables a la misma empresa a la que compramos cajas recicladas, fomentando la circularidad en nuestro proceso.

En Argentina, en colaboración con la cooperativa Puro Scrap, reciclamos más de 5500 kg de residuos, incluyendo chatarra electrónica, plásticos, madera, vidrio y cartón, asegurándonos de que no terminen en vertederos. Además, los residuos generados de forma habitual en nuestro centro logístico en ese país, son retirados por Contenedores Hugo, con quienes trabajamos para garantizar el cumplimiento de las normativas ambientales y la correcta gestión de los residuos.

kg
de residuos
reciclados

5501

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Iniciativas positivas

Economía circular

CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

En las tiendas, nuestra principal preocupación es la gestión del plástico, ya que actualmente se mezcla con la basura común. Por eso, nos sumamos a la estrategia de economía circular de la Ciudad de Buenos Aires, buscando sinergias para mejorar la gestión de residuos generados en nuestras tiendas, con la intención de replicar este modelo en el resto del país y otros mercados, adaptándonos a las particularidades locales.

Reducción de plástico

MÉXICO

En línea con nuestra estrategia de reducción de plástico, implementamos proyectos como la compra de una máquina cortadora de cartón en forma de panal de abeja en el centro logístico de México que reemplaza el plástico burbuja para proteger los productos en los envíos. La idea es replicar este proyecto de reutilización de cartón en otros mercados. Esta forma de cortar el cartón ayuda a que con menos material ocupe más volumen y proteja los productos. Además se adapta mejor a cualquier espacio.

E-commerce

ARGENTINA, MÉXICO, PERÚ Y CHILE

En nuestros eShops, sustituimos el plástico burbuja por papel cortado en forma de panal de abeja y la cinta de embalar por cinta de papel. Además, la bolsa de los productos es compostable.



1

2

3

4

5

6

7

Política de donaciones

Para prevenir la generación de residuos y gestionar su impacto, adoptamos diversas medidas orientadas a la circularidad. Implementamos una política interna de donaciones para materiales que aún tienen valor y que pueden ser reutilizados por ONGs e instituciones.

La persona que tiene residuos que pueden ser gestionados como donación, completan un formulario y el área de Impacto Social coordina la entrega de manera ágil. Esta política permitió donar artículos como útiles escolares, ropa de trabajo, mobiliario, equipos electrónicos, productos remanentes de ventas y muestras textiles, entre otros.

11
solicitudes de donaciones desde la implementación de la política

Restaurar para compensar: una alianza con impacto

Avanzamos en nuestro camino hacia una gestión ambiental más responsable con acciones concretas que amplifican nuestro impacto positivo. Por eso, nos aliamos con Seamos Bosques, una organización de triple impacto dedicada a restaurar ecosistemas nativos.

La restauración de bosques no solo es una iniciativa positiva para capturar carbono, sino también una herramienta poderosa para cuidar la biodiversidad, conservar el suelo, proteger fuentes de agua y fortalecer el entramado comunitario local. Con esta visión, apoyamos la regeneración de la Selva de Yungas, uno de los ecosistemas de mayor biodiversidad de Argentina, ubicado en el noroeste del país.

Entre el año 2022 y 2023, sumamos 436 árboles a este proyecto y proyectamos la plantación de 771 más hasta 2025, alcanzando un total de 1207 árboles nativos. Estas especies ya capturaron 19,84 toneladas de CO₂ equivalente, con un potencial

de captación de 1046,4 toneladas a lo largo de su vida. Esta medición se realiza con una curva de captura específica desarrollada por Seamos Bosques para el ecosistema de las Yungas.

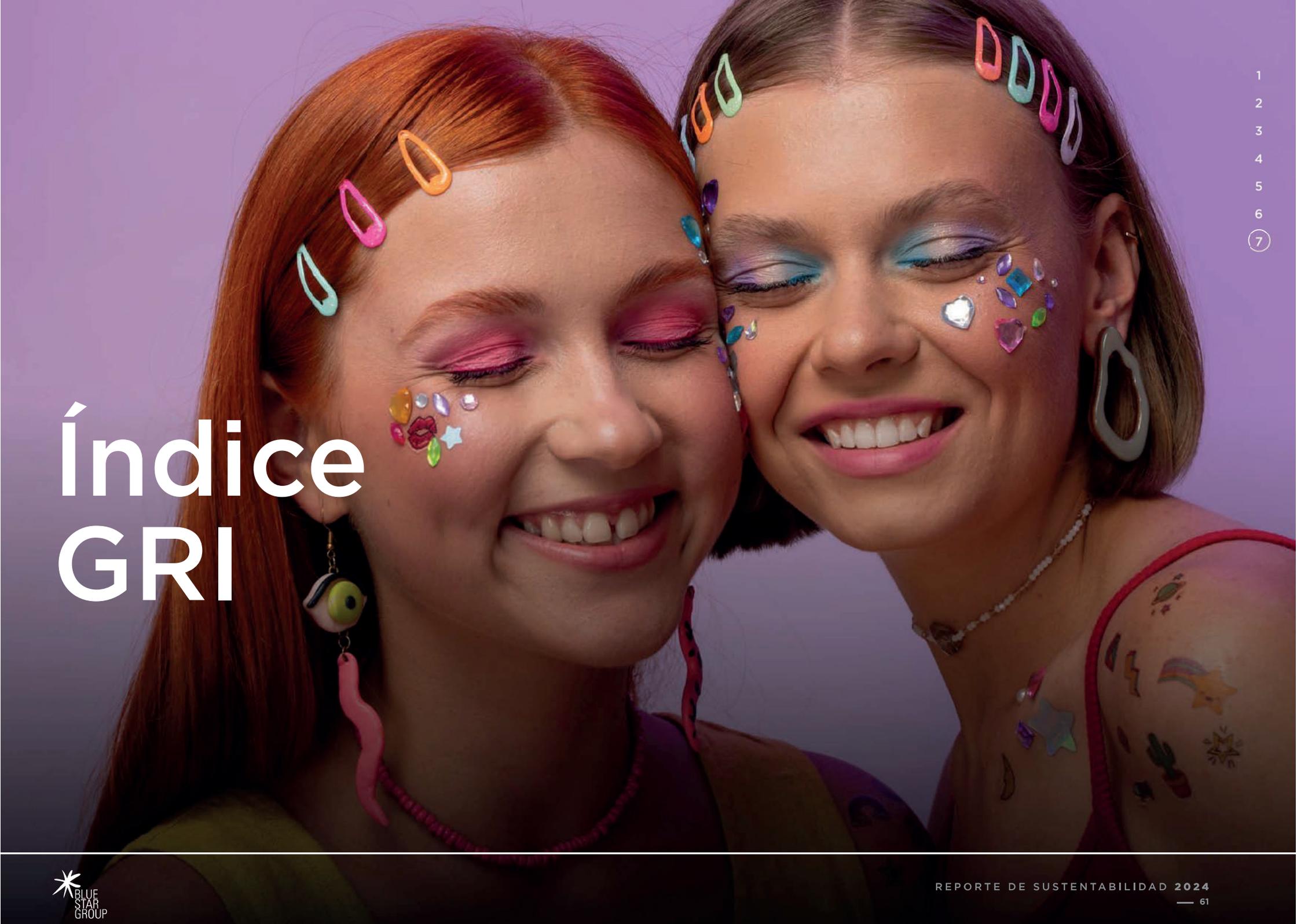
Esta iniciativa, que ya alcanza las 277 hectáreas de bosque restaurado, forma parte de las acciones que implementamos para generar un impacto social y ambiental positivo en los países donde tenemos operación. Pero refleja algo más profundo: la convicción de que un futuro más sostenible se construye con decisiones conscientes, colaboración y responsabilidad compartida.

436

árboles nativos
plantados en la Selva de las Yungas

19,84 t CO₂e

capturadas
por los árboles plantados



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Índice GRI

Índice GRI

1

2

3

4

5

6

7

Declaración de uso

BLUE STAR GROUP ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero y 31 de diciembre de 2024 utilizando como referencia los Estándares GRI.

GRI 1 utilizado

GRI 1: Fundamentos 2021

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PÁGINA
La organización y sus prácticas de reporte			
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-1 Detalles de la organización	Nombre legal: Blue Star Group S.A. Naturaleza de propiedad y forma jurídica: Sociedad Anónima Dirección de la sede principal: Av libertador 6350, CABA Países en los que opera: Operaciones propias: Argentina, Chile, Perú, Brasil, México. Master franquiciados: Uruguay, Paraguay, Panamá, Colombia, El Salvador y Brasil. Oficinas corporativas: España y China	
	2-2 Entidades incluidas en el reporte de sustentabilidad de la organización	Las entidades alcanzadas por este reporte son Blue Star Group S.A. (Argentina), Visión 101 S.A. (Argentina), Blue Star Chile Spa (Chile), Bijou Chile Spa (Chile), Bijou Perú SAC (Perú), Bijou México SA (México), Blue Star Group España SA (España), Uniti Platform S.A. (España), Blue Star Group Business China (China), BSG Bijou Brasil Comércio Varejista (Brasil).	
	2-3 Período de reporte, frecuencia y punto de contacto	En el período del reporte cada entidad contó un balance financiero independiente con años fiscales diferentes. A fines de comparación y estandarización de la información, el presente reporte integró datos de todas las entidades al 31 de diciembre de 2024.	5
	2-4 Actualización de la información		5
Actividades y equipos de trabajo			
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales		10-15

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA										PÁGINA
		Argentina	México	Perú	Chile	Brasil	España	China	Casa matriz	Total	%	
	2-7 Empleo											26
		Mujeres	1754	1119	633	636	36	13	12	230	4433	91,35%
		Varones	97	131	56	58	6	2	3	67	429	8,6%
		Total	1851	1250	689	694	42	15	15	297	4853	
		%	38,14%	25,76%	14,20%	14,30%	0,87%	0,31%	0,31%	6,12%		
		Distribución de por tipo de contrato y país										
		Contratos permanentes										
		Mujeres	1480	960	308	636	36	13	12	230	3675	
		Varones	95	111	20	58	6	2	3	67	362	
		Contratos temporales										
		Mujeres	274	159	325	0	0	0	0	0	758	
		Varones	2	20	36	0	0	0	0	0	58	
		Total	1851	1250	689	694	42	15	15	297	4853	
		Distribución de por tipo de jornada laboral y país										
		Tiempo completo										
		Mujeres	536	1111	350	636	36	13	12	229	2923	
		Varones	81	131	45	58	6	2	3	67	393	
		Tiempo parcial										
		Mujeres	1218	8	283	0	24	0	0	1	1510	
		Varones	16	0	11	0	0	0	0	0	27	
		Total	1851	1250	689	694	42	15	15	297	4853	
	2-8 Personas que trabajan en la organización y no son empleadas											26
Gobernanza												
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-9 Estructura y composición de la gobernanza											18, 19
	2-10 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno											18
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno											18
	2-12 Rol del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de impactos											19
	2-13 Delegación de responsabilidad para la gestión de impactos											19
	2-14 Papel del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad											19
	2-15 Conflictos de interés											18
	2-16 Comunicación de preocupaciones críticas	Durante el período del informe no se han registrado preocupaciones críticas comunicadas al máximo órgano de gobierno de la organización.										
	2-17 Conocimiento colectivo del máximo órgano de gobierno											19

1
2
3
4
5
6
7

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PÁGINA
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno		18
	2-20 Proceso para determinar la remuneración		29
	2-21 Ratio de compensación total anual		29
Estrategia, políticas y prácticas			
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible		3
	2-23 Compromisos de política		20, 21
	2-24 Incorporación de compromisos		20, 21
	2-25 Procesos para remediar impactos negativos		21
	2-26 Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes		21
	2-27 Cumplimiento de leyes y reglamentos	Durante el período del informe no se registraron casos significativos de incumplimiento de leyes y reglamentos, por las cuales se hayan recibido sanciones no monetarias.	
	2-28 Asociaciones de miembros		17
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	Al cierre del informe, el 78,88% de las personas del equipo estaban cubiertas por convenios colectivos de trabajo.	
Temas materiales			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-1. Proceso para determinar temas materiales		7
	3-2 Lista de temas materiales		8
Gestión ambiental de nuestras operaciones			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		56-59
GRI 302: Energía 2016	302-1: Consumo energético dentro de la organización		57
GRI 303: Agua y Efluentes 2018	303-1: Interacción con el agua como recurso compartido		57
	303-2: Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua		57
GRI 306: Residuos 2020	306-1: Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos		58, 59
	306-2: Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos		58, 59
Diversidad, equidad e inclusión			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		34-43

1
2
3
4
5
6
7

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PÁGINA
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1: Diversidad en órganos de gobierno y empleados		19, 35
	405-2: Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Distribución por categoría laboral	%
		Dirección	84,02
		Gerencia	104,16
		Jefatura	117,59
		Coordinación	96,15
		Analista	63,78
Asistente	94,92		
GRI 406: No discriminación 2016	406-1: Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	En 2024, gestionamos 57 denuncias a través de nuestro canal ético. Entre los tipos de denuncia más frecuentes, encontramos que el 42% correspondieron a acoso laboral, el 32% a maltrato laboral, el 9% a discriminación laboral, el 5% a acoso sexual, el 5% a mal uso de herramientas, el 3% a fraude, el 2% a robo y el 2% a otros casos. Al final de este reporte el 100% de los casos fueron evaluados y resueltos.	
Desarrollo y bienestar de nuestro equipo			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		27-33
GRI 401: Empleo 2016	401-2: Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales		28
	401-3: Permiso parental		37
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1: Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo		31, 32
	403-2: Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes		32
	403-3: Servicios de salud en el trabajo		33
	403-4: Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo		32
	403-5: Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		32
	403-6: Fomento de la salud de los trabajadores		33
	403-7: Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales		31, 32
	403-8: Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo		31
	403-9: Lesiones por accidente laboral		32
	403-10: Dolencias y enfermedades laborales		32

1
2
3
4
5
6
7

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PÁGINA
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-2: Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición		29
	404-3: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional		30
Creación de valor comunitario			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		44-46
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1: Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		44
Marketing responsable			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		39-43
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1: Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	Durante el período del informe, evaluamos el impacto en la salud y seguridad del 13% de las categorías de nuestros productos.	
	416-2: Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Durante el período del informe, registramos 29 casos de incumplimiento de las normativas relativas a los impactos en la salud y seguridad de nuestros productos. Del total, 23 fueron en Argentina, cinco en Perú y uno en Chile. Ninguno de los casos dieron lugar a multas, sanciones o advertencias.	
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-3: Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Durante el período del informe, no hemos registrado casos de incumplimiento de normativas o códigos voluntarios relacionados con comunicaciones de marketing.	
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1: Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Durante el período del informe, registramos 60 reclamos relativos a violaciones de la privacidad del cliente por parte de autoridades regulatorias: 51 fueron registradas en Perú, seis en Argentina y tres en Chile. Además, identificamos un caso de filtraciones, robos o pérdidas de datos de clientes.	
Materiales y producción sostenible			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		53-55
GRI 301: Materiales 2016	301-1: Materiales utilizados por peso o volumen		53
Ética en los negocios			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		20, 21
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-3: Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Durante el período del informe no hemos registrado casos de corrupción.	
GRI 206 Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia		21
GRI 415 Políticas Públicas	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos		21

1
2
3
4
5
6
7

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PÁGINA
Impacto social y ambiental de la cadena de suministro			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		48-52
GRI 204: Prácticas de adquisición 2021	204-1: Proporción de gastos en proveedores locales		49
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1: Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales		50
	308-2: Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		49, 50
GRI 408: Trabajo infantil 2016	408-1: Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil		50
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016	409-1: Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio		50
GRI 414: Evaluación social de proveedores	414-1: Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales		50
	414-2: Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		49, 50

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7



BLUE STAR GROUP

Cdad. Autónoma de Buenos Aires

0810-220-1000

bsg.global

Coordinación: Sostenibilidad

Redacción y diseño: *done!*

© 2024

