



2025

**Reporte de  
Impacto Social y  
Desarrollo  
Sostenible**





## Contenido

**Acerca de este reporte**

**Somos Arcos Dorados**

**Nuestro equipo**

**Abastecimiento responsable**

**Compromiso con las familias**

**Comunidad**

**Ambiente**

**Indice GRI & SASB**



# Mensaje de bienvenida

Cuando observo todo lo que hemos construido a lo largo de los años, lo que más me entusiasma no es lo que ya hemos logrado, sino la certeza de que estamos muy bien preparados para todo lo que viene. Arcos Dorados nació con la convicción de que operar de manera responsable y generar valor para la sociedad son objetivos inseparables. Y una parte esencial de ese camino es la transparencia, que nos impulsa a compartir de forma genuina nuestros avances, nuestros desafíos y la dirección que estamos tomando. Este informe —la duodécima edición consecutiva que publicamos, cuya información vuelve a ser auditada formalmente— es la expresión más clara de esa convicción.

2025 fue un año muy especial para la compañía. Alcanzamos nuestro restaurante número 2.500 en la región y dimos la bienvenida a la isla de Saint Martin como el mercado número 21 dentro de la geografía de Arcos Dorados. Ese crecimiento nos permite crear más empleos formales, nuevas oportunidades de desarrollo, un mayor impacto socioeconómico y acceso a alimentos de alta calidad para las comunidades que crecen junto a nosotros.

En materia climática, alcanzamos un punto de inflexión. Completamos con éxito varios ciclos de compromisos que habíamos asumido años atrás. Entre ellos, se destacó el primer bono vinculado a la sostenibilidad de la industria de restaurantes de servicio rápido en América Latina, que conectó instrumentos financieros con ambiciosas metas ambientales relacionadas con la reducción de emisiones de carbono. Cumplimos esos

objetivos, e incluso uno de ellos fue alcanzado un año antes de lo previsto.

Es un logro que celebramos con orgullo porque refleja un esfuerzo verdaderamente colectivo: cambios profundos en la forma en que operamos nuestros restaurantes, nuevas eficiencias estructurales, una reducción de nuestro impacto ambiental y una colaboración sostenida con los proveedores clave de nuestra cadena de valor. Todos se benefician de ello.

Nada de esto habría sido posible sin las personas que forman parte de Arcos Dorados. Cerca de 100.000 colaboradores —muchos de ellos jóvenes en su primer empleo formal— son la verdadera fuerza impulsora de esta compañía. Creemos profundamente en nuestro propósito de ayudar a construir sueños y, cada día, abrimos las puertas al empleo de calidad ofreciendo un entorno inclusivo, diverso y respetuoso donde las personas pueden desarrollarse y alcanzar sus metas.

Sabemos que aún queda mucho por hacer. El camino hacia la sostenibilidad es largo, casi interminable. Pero también sabemos que contamos con todo lo necesario para seguir avanzando de manera consistente: más de una década de aprendizaje, un equipo comprometido, las herramientas adecuadas y, sobre todo, la certeza de que vale la pena.

Los invito a recorrer las páginas de nuestro 12.º Informe de Impacto Social y Desarrollo Sostenible con la misma convicción con la que lo elaboramos: la creencia de que cada acción cuenta y de que, juntos, estamos marcando una diferencia.

# ¡Que disfruten la lectura!



**Presidente Ejecutivo  
del Directorio**

**Woods Staton**



# Sobre este reporte

## Parámetros y alcance del informe

Este Reporte fue elaborado de conformidad con los Estándares Universales 2021 de la Global Reporting Initiative (GRI) e incorpora indicadores del Sustainability Accounting Standards Board (SASB) para la industria de restaurantes.

La información presentada abarca el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025 y refleja nuestro avance continuo en la integración de la sostenibilidad en nuestras operaciones y toma de decisiones.

Durante el período reportado, ampliamos nuestra presencia operativa con el inicio de actividades en St. Martin, un nuevo territorio dentro del Caribe. Si bien esta operación fue incorporada al alcance del reporte, debido a su escala limitada no tiene un impacto significativo en la comparabilidad interanual de los datos reportados.

Este informe se publica de manera anual. La edición anterior cubrió el período de doce meses finalizado el 31 de diciembre de 2024. Algunos indicadores seleccionados por la dirección han sido objeto de un encargo de verificación independiente limitado realizado por Pistrelli, Henry Martin y Asociados S.A. (EY Argentina), como se detalla en el informe de verificación que acompaña al presente informe.

### Nuestros mercados

La información del reporte abarca las operaciones de las tres divisiones geográficas de Arcos Dorados en América Latina y el Caribe. El listado completo de las entidades incluidas en su alcance se detalla en el Índice de Contenidos GRI.

#### Brasil

#### Sudamérica (SLAD)

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

#### Centroamérica y caribe (NOLAD)

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



# Cómo nos relacionamos con nuestros grupos de interés

La relación con nuestros grupos de interés es un elemento central en la gestión responsable del negocio. El diálogo continuo nos permite comprender mejor perspectivas diversas, fortalecer vínculos de largo plazo y reforzar nuestra licencia social para operar en las comunidades y mercados donde estamos presentes.

También se integra en los procesos de toma de decisiones. A través de la escucha activa y el intercambio de ideas, podemos identificar riesgos y oportunidades emergentes, anticipar expectativas y alinear nuestras acciones con los intereses de quienes se ven impactados por nuestras operaciones. Este enfoque contribuye al desarrollo de un negocio más resiliente y sostenible en el tiempo.

Para guiar este proceso, aplicamos una metodología interna que identifica y prioriza los grupos de interés según su relación con nuestras actividades y su nivel de influencia sobre el negocio. Para cada grupo, definimos objetivos y mecanismos específicos de participación que promueven una interacción abierta, constructiva y continua, como se detalla a continuación.

## GRUPO DE INTERÉS

## PROPÓSITO DE PARTICIPACIÓN

## MECANISMO DE PARTICIPACIÓN

**Accionistas y entidades financieras**

**Compartir resultados claros y recopilar feedback sobre nuestro desempeño.**

Asamblea General Anual, Estados Financieros, Reporte anual Formulario 20-F, Informes trimestrales Formulario 6-K, encuentros y eventos con inversores, relación con analistas de equity research, Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sostenible, sitio web de Arcos Dorados, redes sociales, sitio web Receta del Futuro y análisis de materialidad.

**Subfranquicias**

**Trabajar en conjunto para mantener los estándares de servicio, calidad y limpieza en todos los restaurantes de nuestra operación.**

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

**Clientes**

**Ofrecer la mejor experiencia de menú y servicio.**

Todos los canales de venta, encuestas a clientes, Puertas Abiertas, Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sostenible, línea de atención al cliente, sitio web de Arcos Dorados, sitio web Receta del Futuro, redes sociales, análisis de materialidad y canales digitales como la App de McDonald's.

**Colaboradores de Arcos Dorados**

**Crear el mejor lugar para trabajar.**

Oportunidades de carrera, encuestas de clima laboral, canales locales de Instagram, red social corporativa, reuniones, mailings, Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sostenible, sitio web Receta del Futuro, redes sociales y análisis de materialidad.

**Proveedores y distribuidores**

**Construir una cadena de valor responsable.**

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

**Comunidad Vecinos u organizaciones sociales**

**Generar oportunidades de desarrollo y crecimiento.**

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

**Entidades gubernamentales**

**Establecer alianzas que impulsen el desarrollo sostenible.**

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



# Enfoque de materialidad

En 2024, realizamos una evaluación integral de doble materialidad para identificar los temas de sostenibilidad más relevantes para nuestro negocio y grupos de interés. El proceso fue diseñado en línea con los Estándares de la Global Reporting Initiative (GRI) y tomando como referencia marcos internacionales emergentes, incluidos los desarrollos vinculados a la Directiva de Reporte de Sostenibilidad Corporativa (CSRD, por sus siglas en inglés) de la Unión Europea. Los resultados de esta evaluación siguen guiando el reporte de nuestros impactos en 2025.

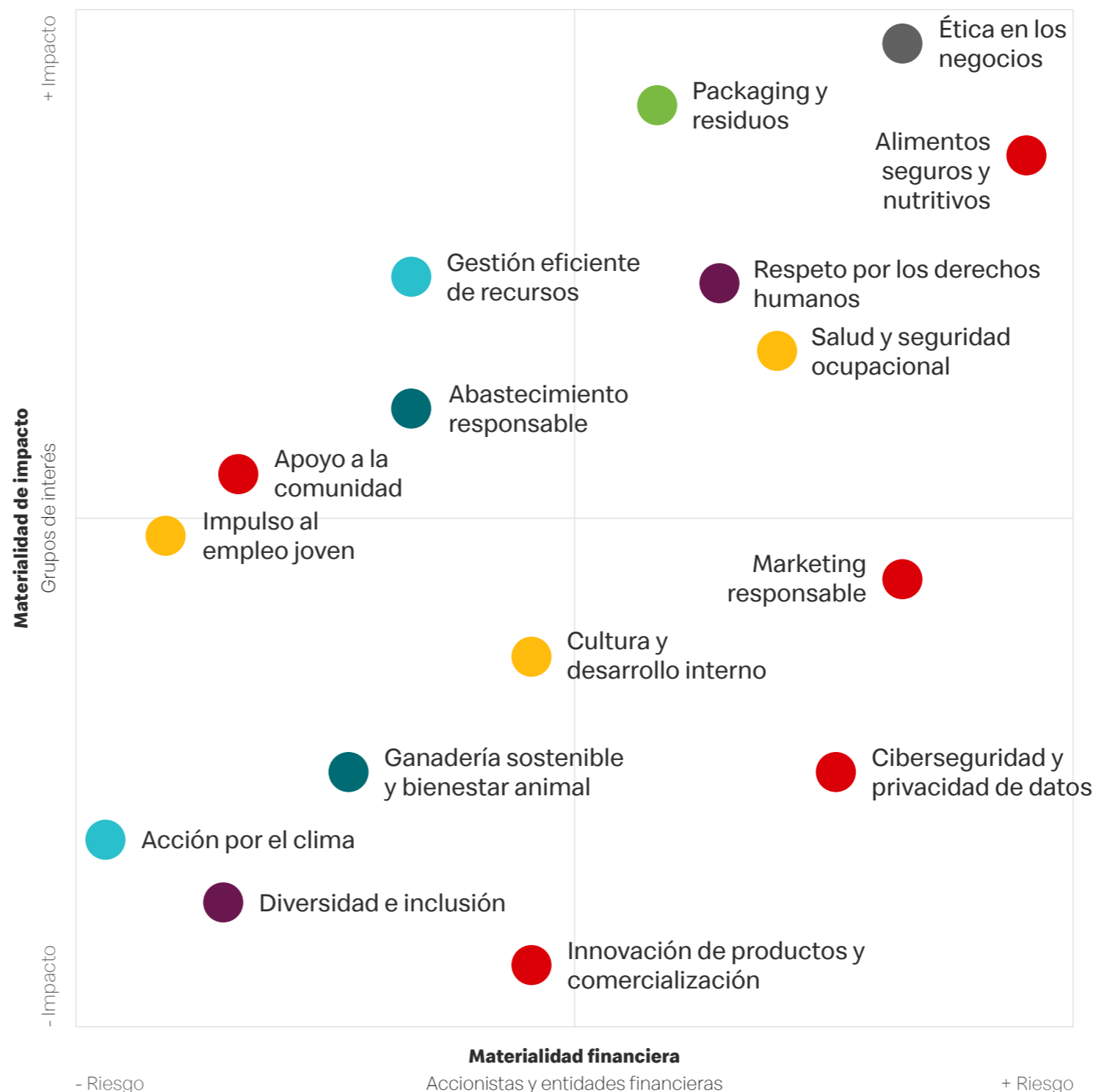
**La materialidad nos permite enfocarnos en lo que realmente importa: aquellos aspectos donde nuestros impactos son más significativos y nuestras decisiones generan una diferencia mayor.**

El análisis aplicó una perspectiva de doble materialidad, combinando la materialidad de impacto (cómo nuestras operaciones, productos y servicios impactan en las personas, el ambiente y la economía) con la materialidad financiera, que evalúa cómo los temas ambientales y sociales pueden influir en la creación de valor a largo plazo.

El proceso integró información cuantitativa y cualitativa, incluyendo un benchmark de la industria, análisis de documentación interna y la participación de grupos de interés. Se recopiló más de 12.400 respuestas a través de encuestas dirigidas a colaboradores, clientes, proveedores, franquicias y representantes de la comunidad, además de aportes de inversores y entidades financieras.

Los hallazgos obtenidos fueron consolidados en una matriz de materialidad, que permitió identificar temas estratégicos, prioritarios y emergentes de sostenibilidad. La lista final de 16 temas materiales fue revisada y validada por el Equipo de Liderazgo y permanece sin cambios para el período de reporte 2025.

Para más información, consultar nuestro Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sostenible 2024.



- PILARES DE LA RECETA DEL FUTURO**
- Empleo joven
  - Familia y bienestar
  - Diversidad e inclusión
  - Abastecimiento sostenible
  - Cambio climático
  - Economía circular



Contenido

Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI&SASB

# Somos Arcos Dorados





## Hitos que vale la pena celebrar

# Celebramos el progreso para construir lo que viene.

El 2025 fue un año de avances que merecen ser celebrados: dimos la bienvenida a Saint Martin, inauguramos nuestro restaurante número 2.500, alcanzamos nuestros compromisos climáticos y ¡mucho más! Cada hito refleja una ejecución consistente y una visión de largo plazo guiada por nuestro propósito.

Con operaciones en 21 países y territorios de América Latina y el Caribe, Arcos Dorados administra más de 2.500 restaurantes. Como la franquicia independiente de McDonald's más grande del mundo<sup>1</sup>, nuestro rol va más allá de operar un negocio de comida rápida. Tenemos el compromiso de liderar de manera responsable, integrando la sostenibilidad en nuestras operaciones, promoviendo la inclusión social y generando oportunidades en toda nuestra cadena de valor.

Impulsados por nuestros valores y la energía de nuestra gente, seguimos transformando el propósito en acción. Este desempeño se refleja en la confianza de nuestros accionistas, que acompañan a Arcos Dorados desde 2011, cuando comenzamos a cotizar en la Bolsa de Nueva York bajo el símbolo ARCO.

<sup>1</sup>en términos de ventas totales del sistema y número de restaurantes.





Contenido

Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI&SASB

# 2.520

Restaurantes • Restaurantes • Restaurantes • Restaurantes •



# Donde el progreso toma forma

Cada etapa de nuestra cadena de valor representa el alcance de un hito y la base para lo que viene. Desde el abastecimiento responsable hasta las comunidades a las que llegamos, nuestra cadena de valor refleja cómo el progreso atraviesa cada eslabón, transformando el propósito en impacto medible.



## 1— Proveedores *Bases sólidas desde el comienzo<sup>1</sup>*

Trabajamos de la mano con nuestros socios para asegurar un abastecimiento confiable y sostenible, con estándares de calidad y una distribución eficiente, para fortalecer los primeros hitos de nuestra cadena de valor.

<sup>1</sup> A excepción de Saint Martin.

### Alimentos

DONDE COMIENZA LA CALIDAD

Los principales ingredientes de nuestro menú: carne vacuna, pollo, papas, productos panificados, café, lácteos y vegetales.

**205 proveedores**  
**267 instalaciones**

### Papel y envases

RESPONSABILIDAD EN CADA DETALLE

Abastecemos de manera responsable los materiales utilizados para entregar, transportar y manipular los alimentos que ofrecemos a nuestros clientes.

**62 proveedores**  
**65 instalaciones**

### Centros de distribución

TODO EN MOVIMIENTO

Espacios donde nuestros socios logísticos almacenan ingredientes y desde donde abastecen a nuestros restaurantes de forma eficaz.

## 2— Operaciones

### Restaurantes

DISEÑADOS PARA SERVIR Y CONECTAR

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

**2.520 restaurantes**  
**+92 vs 2024**



No solo creamos experiencias memorables para quienes disfrutan un delicioso menú, sino que también generamos un impacto positivo en las comunidades donde operamos.



## 2 — Operaciones

Hitos de la experiencia cotidiana

El corazón de nuestro negocio está en nuestro menú, nuestros restaurantes y las personas que dan la bienvenida a nuestros clientes cada día.

### Colaboradores

LAS PERSONAS DETRÁS DE CADA LOGRO

El equipo que convierte cada día en una oportunidad para alimentar personas y construir sueños.

**96.782 colaboradores**



### Menú

ÍCONOS QUE DEFINEN LA MARCA

Productos de calidad y reconocimiento, incluyendo hamburguesas, sándwiches de pollo, Cajita Feliz, bebidas, papas fritas y acompañamientos, postres y McCafé. Todo abastecido de manera responsable.

**USD 6 mil millones en ventas**

+4.7% vs 2024

## 3 — Personas

Valor más allá del restaurantes

### Clientes

PRESENTES DONDE ESTÁN

Ofrecemos una experiencia omnicanal en la que personas y familias pueden disfrutar nuestro menú en restaurantes, AutoMac, delivery, centros de postres y McCafé, respaldados por nuestras plataformas digitales.

### Comunidad

CRECER JUNTO A NUESTROS VECINOS

Nuestro compromiso va más allá de nuestros clientes e incluye a las personas y comunidades alcanzadas por cada uno de nuestros restaurantes.

**351.947 oportunidades de capacitación y primeros empleos formales generados en 2025**



# Una receta para festejar

Nuestra Receta del Futuro reúne los ingredientes que definen cómo creamos valor hoy y cómo nos preparamos para lo que viene. Es nuestro enfoque compartido para generar un impacto positivo en el ambiente, potenciar a las personas y fortalecer las comunidades donde operamos, mientras generamos valor de largo plazo para nuestros grupos de interés.

## Los ingredientes justos, preparados con propósito.

Basada en el cuidado ambiental, la inclusión social y una gobernanza ética, esta estrategia guía nuestras decisiones en todo el negocio. Refleja lo que representamos, cómo operamos cada día y cómo transformamos el propósito en un progreso consistente y medible.

Creemos que los mejores resultados surgen de combinar los ingredientes adecuados con la mejor actitud. Esta receta cobra vida gracias a nuestra gente, inspirada por nuestros valores y guiada por la convicción de que el éxito del negocio y la responsabilidad social se fortalecen mutuamente.

## Nuestros pilares estratégicos

### Empleo joven

Generamos oportunidades de aprendizaje, primeras experiencias laborales y desarrollo profesional, ayudando a jóvenes a desarrollar habilidades que impulsen su crecimiento y empleabilidad.

#### CONTRIBUCIÓN A LOS ODS



### Familia y bienestar

Ofrecemos a las familias una experiencia segura, agradable y de calidad, respaldada por un menú nutritivo e iniciativas que promueven el juego, el aprendizaje y el bienestar integral.

#### CONTRIBUCIÓN A LOS ODS



### Abastecimiento sostenible

Trabajamos para asegurar la calidad de los productos mientras promovemos el cuidado ambiental, el bienestar animal y el desarrollo de cadenas de abastecimiento locales y regionales.

#### CONTRIBUCIÓN A LOS ODS



### Cambio climático

Impulsamos la eficiencia energética, el uso de energías renovables y la gestión responsable de recursos para reducir nuestra huella ambiental en toda la operación.

#### CONTRIBUCIÓN A LOS ODS



### Diversidad e inclusión

Promovemos espacios de trabajo respetuosos e inclusivos donde todas las personas tengan igualdad de oportunidades para crecer, aportar y sentirse valoradas.

#### CONTRIBUCIÓN A LOS ODS



### Economía circular

Promovemos el reciclaje, la reutilización y un uso más inteligente de los recursos para reducir residuos y generar valor compartido para las comunidades y el ambiente.

#### CONTRIBUCIÓN A LOS ODS





## Avanzar junto a la industria

El progreso a escala nunca se logra en soledad. Por eso participamos activamente en asociaciones de la industria, cámaras y espacios de colaboración que reúnen a empresas para compartir conocimientos, alinear esfuerzos e impulsar soluciones comunes.

### NUESTRA PARTICIPACIÓN ACTIVA INCLUYE:

- Mesa Argentina de Carne Sustentable (MACS), Argentina
- Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável (GTPS), Brasil
- Mesa Uruguaya de Carne Sostenible (MUCS), Uruguay
- Compromiso Empresarial para el Reciclaje (CEMPRE), Chile
- Compromiso Empresarial para el Reciclaje (CEMPRE), Uruguay
- Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS), Argentina
- Visión Circular de Responsabilidad Extendida del Productor (ANDI), Colombia
- Red de Empresas por el Desarrollo Sostenible (DERES), Uruguay
- Grupo de Fundaciones y Empresas (GDFE), Argentina

## Calificaciones ESG

# SUSTAINALYTICS

Septiembre 2025

Evalúa la exposición de una compañía a los principales riesgos ESG de su industria y qué tan bien los gestiona.

# 27.8

Riesgo moderado



Evalúa cómo una compañía gestiona los riesgos y oportunidades ESG financieramente relevantes.

# BB





# Conducta responsable en nuestro negocio

La integridad, la honestidad y la equidad son la base de la forma en la que hacemos negocios. Estos valores guían nuestras relaciones con clientes, colaboradores, sub-franquicias, proveedores y la comunidad, fortaleciendo la confianza y promoviendo un crecimiento sostenible y de largo plazo.

Para llevar estos principios a la práctica, desarrollamos un conjunto de políticas y estándares que definen las conductas esperadas y orientan la toma de decisiones en toda la organización. Nuestro marco ético está basado en las Normas de conducta en los negocios y respaldado por políticas operativas que abordan riesgos y comportamientos específicos.

En 2025, fortalecimos este marco mediante la incorporación de una Política Global de Inteligencia Artificial. Además, nos alineamos con políticas clave de McDonald's Corporation que refuerzan nuestro compromiso con prácticas empresariales éticas y responsables.

La supervisión de este marco está liderada por el Comité de Ética, que trabaja en estrecha colaboración con los equipos de Auditoría Interna y Legales para brindar orientación, monitorear el cumplimiento y abordar inquietudes.

Nuestros compromisos se comunican internamente a través de capacitaciones y mensajes periódicos, y externamente mediante la publicación de políticas clave en nuestro sitio web. En el caso de los proveedores, los requisitos éticos están integrados en el proceso de contratación y deben ser aceptados antes de iniciar operaciones con nosotros.

## Normas de conducta en los negocios

Aprobadas por la Junta Directiva, estos estándares aplican a todos los colaboradores y directores. Definen principios fundamentales para la toma de decisiones éticas y el comportamiento responsable hacia clientes, proveedores y comunidades.

[Link externo](#)

## Política de lugar de trabajo seguro y respetuoso

Esta política promueve un entorno laboral seguro, respetuoso, diverso e inclusivo, libre de discriminación, acoso y represalias. Protege a los colaboradores de conductas inapropiadas y fomenta una cultura de dignidad y respeto mutuo.

[Link externo](#)

## Código de conducta para proveedores

Este Código de McDonald's establece expectativas para los proveedores en materia de integridad empresarial, derechos humanos, prácticas laborales, seguridad en el trabajo y gestión ambiental. Su cumplimiento es un requisito para hacer negocios con Arcos Dorados.

[Link externo](#)

\*política de McDonald's

## Declaración global de principios contra la discriminación, el acoso y las represalias

Esta declaración de McDonald's refuerza un enfoque de tolerancia cero frente a la discriminación, el acoso y las represalias en todas las operaciones. Promueve la igualdad de oportunidades, el respeto y un entorno seguro para todos los colaboradores y grupos de interés.

[Link Externo](#)

\*política de McDonald's

## Política de inteligencia artificial

Esta política establece lineamientos para el uso responsable de la inteligencia artificial y tecnologías relacionadas, alineados con los valores de Arcos Dorados y las regulaciones aplicables. Sigue marcos internacionalmente reconocidos, como NIST, ISO y la Ley de IA de la Unión Europea, para gestionar riesgos y garantizar un uso ético.

– Documento de uso interno

## Política de abastecimiento de carne libre de deforestación

Esta política de McDonald's promueve un abastecimiento responsable de carne mediante el impulso de cadenas de suministro libres de deforestación y prácticas ganaderas sostenibles. Incluye compromisos para proteger los bosques, respetar los ecosistemas y mejorar la transparencia en la cadena de valor de la carne vacuna.

– Documento para uso interno

\*política de McDonald's



## Gobernanza de sostenibilidad

La gobernanza de la sostenibilidad corporativa está liderada por la Vicepresidencia de Impacto Social y Desarrollo Sustentable, que supervisa la agenda ambiental y social de la compañía, incluida la preparación y aprobación de este reporte.

La Vicepresidencia reporta directamente al Executive Chairman de la compañía y presenta actualizaciones periódicas sobre los avances y resultados de la estrategia de sostenibilidad a la Junta Directiva. La Junta Directiva, a su vez, cuenta con el apoyo de sus comités para supervisar asuntos financieros, de gobernanza y sociales, asegurando que las consideraciones de sostenibilidad estén integradas en la toma de decisiones al más alto nivel.

El área de Impacto Social y Desarrollo Sustentable está estructurada en torno a tres roles estratégicos de liderazgo enfocados en aspectos clave de la agenda de sustentabilidad y del negocio: abastecimiento, clima e impacto social. Esta estructura se complementa con representantes regionales en las divisiones operativas de NOLAD, SLAD y Brasil, quienes gestionan de manera transversal estas tres áreas de enfoque.

Este equipo trabaja en estrecha coordinación con otras áreas de la compañía para garantizar la alineación entre las prioridades de sustentabilidad, la ejecución operativa y los objetivos de negocio de largo plazo.





	CORPORATIVO	Brasil	SLAD	NOLAD
<b>Curso y Certificación de los Estándares de Conducta Empresarial<sup>1</sup></b>	<b>432</b> Total   92%	<b>786</b> Total   93%	<b>838</b> Total   74%	<b>719</b> Total   77%
<b>Junta Directiva</b>	<b>1</b>   9%			
<b>Equipo de Liderazgo</b>	<b>11</b>   92%	<b>1</b>   100%	<b>3</b>   100%	<b>1</b>   100%
<b>Staff</b>	<b>420</b>   94%	<b>785</b>   93%	<b>835</b>   74%	<b>718</b>   77%
<b>Programa de Fundamentos de Marca</b>	<b>444</b> Total   95%	<b>53.919</b> Total   87%	<b>35.983</b> Total   93%	<b>21.840</b> Total   95%
<b>Equipo de Liderazgo</b>	<b>10</b>   83%	<b>1</b>   100%	<b>3</b>   100%	<b>1</b>   100%
<b>Staff</b>	<b>433</b>   97%	<b>784.9</b>   93%	<b>1.097</b>   97%	<b>881.6</b>   95%
<b>Crew</b>		<b>53.133</b>   87%	<b>34.883</b>   93%	<b>20.957</b>   95%

<sup>1</sup>Los cursos no son aplicables a los miembros de la Crew.

### Línea ética

Contamos con un canal de denuncia seguro e independiente para reportar inquietudes relacionadas con conductas no éticas, incluidos casos de fraude y corrupción. Este canal está diseñado para proteger la confidencialidad, resguardar la información personal y permitir la realización de denuncias de manera anónima.

Es operado por un proveedor externo especializado, encargado de recibir y registrar todos los contactos a través de una plataforma dedicada. Cada reporte es revisado e investigado por el equipo de Auditoría Interna, con supervisión del Comité de Ética para asegurar que las situaciones sean abordadas de manera consistente y adecuada.

[resguarda.com/arcosdorados](https://resguarda.com/arcosdorados)

**0-800 gratuito según el país**

**personalizado por país**

### Conflictos de interés

Se espera que los colaboradores actúen en todo momento en el mejor interés de la compañía. Esto incluye proteger los recursos y la información de la compañía, actuar con transparencia frente a cualquier situación que pueda comprometer la objetividad y tomar medidas oportunas para abordar posibles conflictos de interés.

Cuando surgen dudas o inquietudes, la línea ética ofrece un canal confidencial para brindar orientación, recibir reportes y gestionar posibles incidentes. La resolución de conflictos puede implicar la reasignación de responsabilidades o la interrupción de actividades externas con posibilidad de interferir con una toma de decisiones imparcial.



+120.000

colaboradores en todo el sistema Arcos Dorados



# La Cooltura que nos impulsa a más

Cada hito alcanzado en 2025 es el resultado del compromiso, el talento y la dedicación diaria de los equipos en toda la región. Cuando cada persona crece, aprende o alcanza una meta personal, Arcos Dorados avanza.

Asumimos el compromiso de crear un lugar de trabajo donde todos se sientan valorados, apoyados e inspirados a crecer. Promovemos la igualdad de oportunidades y fomentamos un entorno seguro e inclusivo donde cada persona del equipo pueda prosperar. Nuestra política de lugar de trabajo seguro y respetuoso refuerza una cultura de equidad, respeto y confianza, sentando las bases para una experiencia laboral positiva y motivadora.

Una sólida cultura interna impulsa el compromiso de nuestro equipo y eleva las experiencias que brindamos a nuestros clientes todos los días. Cuando nuestra gente se siente empoderada, da vida a nuestra marca con pasión y propósito.

Trabajamos para garantizar que nuestra Cooltura de servicio se viva en los restaurantes de los 21 mercados donde operamos. Guiada por sus valores, la cultura también se extiende a nuestros equipos de Staff. Estos principios nos unen como una sola compañía y refuerzan nuestro compromiso con la confianza, la transparencia y la colaboración, ayudando a que nuestra gente progrese, nuestro negocio crezca y nuestras comunidades prosperen.



## Humildad

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

## Generosidad

Compartimos generosamente nuestro tiempo, atención, experiencia y conocimiento con los demás.

## Servicio

Independientemente de nuestro rol, nos dedicamos a satisfacer las necesidades de los demás y a llevar felicidad a quienes atendemos todos los días.

## Inclusión

Actuamos con integridad y transparencia, construimos confianza y consideramos cómo nuestras acciones impactan en nuestras comunidades.

## Agilidad

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





Contenido

Somos

**Equipo**

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI&SASB

# Nuestro equipo





Nuestro equipo en cifras

# 96.782<sup>1</sup> colaboradores

**Brasil** 37.899 colaboradores



**SLAD** 36.597 colaboradores



**NOLAD** 22.283 colaboradores



<sup>1</sup> El total de colaboradores difiere del desglose reportado por tres personas que no están asignadas a las operaciones de SLAD, NOLAD o Brasil.



## Una experiencia que construye carrera

Nuestra propuesta de valor para los colaboradores se centra en crear un entorno donde cada uno pueda crecer, sentirse apoyado y construir un futuro profesional lleno de oportunidades. Ofrecemos una combinación de beneficios, condiciones de trabajo flexibles y oportunidades de desarrollo que ayudan a nuestros equipos a equilibrar su vida personal y profesional mientras continúan avanzando.

Nuestro compromiso con las personas se basa en prácticas laborales responsables. Cumplimos con las leyes laborales en cada mercado donde operamos y trabajamos estrechamente con representantes de los trabajadores para garantizar que las condiciones laborales y los acuerdos colectivos estén alineados con las regulaciones y expectativas locales.

Para seguir mejorando la experiencia de los colaboradores, realizamos una Encuesta de satisfacción anual que nos permite comprender los niveles de compromiso e identificar oportunidades de mejora. Cada país define planes de acción específicos a partir de los resultados, y nuestros líderes permanecen activamente involucrados en hacer de Arcos Dorados un gran lugar para trabajar.



# 3

### países obtuvieron reconocimientos de Great Place to Work en 2025

Consultá los capítulos locales para más detalles

# 91,6%

## Índice de satisfacción Crew

# 89%

## Índice de satisfacción Staff



## Beneficios para nuestra gente

Nuestra propuesta de beneficios está diseñada para acompañar a las personas en cada etapa de su recorrido. Alineados con las mejores prácticas regionales y adaptados a cada mercado local, nuestros beneficios responden a diversas necesidades y prioridades en la operación.

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



## Cuando la universidad se encuentra con el propósito

Desarrollar a los equipos va más allá de fortalecer nuestro negocio. Significa crear oportunidades que transforman vidas, refuerzan nuestra cultura y generan un impacto positivo en las comunidades donde operamos. Cada experiencia de aprendizaje ayuda a dar vida a nuestro propósito en el día a día del negocio.

Desde hace 28 años, la Hamburger University (HU) está en el centro de este compromiso. Una institución de excelencia que conecta aprendizaje, innovación y propósito, preparando líderes para inspirar a sus equipos, brindar experiencias excepcionales a nuestros clientes y alcanzar resultados consistentes.

En 2025, fortalecimos esta base al consolidar nuestra plataforma cultural con un fuerte foco en el desarrollo de talento. Este marco nos permitió reforzar nuestra identidad, mejorar el desempeño y continuar preparando a nuestros equipos para enfrentar los desafíos actuales mientras desarrollamos las capacidades necesarias para el futuro. Este nuevo capítulo estuvo marcado por la integración tecnológica, enfoques de aprendizaje innovadores y procesos estratégicos de gestión de talento para las operaciones.

Iniciativas como la expansión del Sistema Digital de Capacitación, los programas de liderazgo y las HU Sessions y Masterclasses reflejan avances concretos en el desarrollo de líderes preparados para el futuro y en la creación de oportunidades de crecimiento sostenibles en toda la región.

### Staff

**28.653,13**  
horas totales de formación

**8,6**  
horas promedio

### Gerentes de operaciones y restaurante, y equipo de gerencia

**383.040,8**  
horas totales de formación

**21,2**  
horas promedio

### Crew

**1.770.274**  
horas totales de formación

**14,7**  
horas promedio

**Vinculamos el desarrollo humano con la sostenibilidad del negocio, fomentando la inclusión, el liderazgo y la innovación en toda América Latina.**



## Diversidad, inclusión y ética como pilares de trabajo

La evolución de la Hamburger University también se refleja en contenidos de aprendizaje actualizados que promueven entornos seguros y respetuosos. En 2025, el curso Lugar de trabajo seguro, respetuoso e inclusivo fue renovado e implementado para todos los colaboradores, con capacitación y orientación práctica sobre diversidad, inclusión, conductas respetuosas y expectativas de comportamiento en el entorno laboral.

El programa brinda herramientas y guías prácticas para impulsar interacciones inclusivas y contribuir a la construcción de entornos seguros en todos los equipos. Esta iniciativa refleja nuestro compromiso con la inclusión y con la creación de espacios donde todos puedan prosperar.

## Acceder a aprendizajes desde las operaciones

A través de nuestro Sistema Digital de Capacitación, impulsamos el acceso al aprendizaje desde el primer día en Arcos Dorados, representando muchas veces la primera experiencia laboral formal para muchas personas. En 2025, lanzamos tres nuevos programas de desarrollo dirigidos a técnicos de mantenimiento, gerentes de restaurante y consultores de operaciones, completando un portafolio de 12 recorridos de aprendizaje que abarcan desde roles operativos hasta liderazgo en operaciones.

Cada programa combina contenidos teóricos, experiencias interactivas y simulaciones que acercan el aprendizaje a la práctica cotidiana. Estos recorridos preparan a los profesionales no solo para alcanzar la excelencia operativa, sino también para actuar de manera responsable, promoviendo prácticas seguras, éticas y sostenibles con un impacto positivo en la sociedad y el ambiente.

**95%** de los participantes afirma aplicar en su trabajo lo aprendido

## De resultados a contribución

Para mantener una visión actualizada de nuestro talento y asegurar la preparación frente a los desafíos futuros, continuamos fortaleciendo nuestros procesos de Gestión de desempeño. Este proceso incorpora el nivel de contribución como un acelerador clave, permitiéndonos evaluar no solo los resultados alcanzados, sino también su impacto en los objetivos estratégicos y el grado de desafío asumido en cada rol.

**100%** de las persona del equipo tuvieron evaluación de desempeño en 2025





# Seguridad en el corazón de nuestra operación

La salud y seguridad ocupacional se gestionan a través de un sistema diseñado para proteger tanto a los colaboradores como a los clientes y garantizar operaciones seguras y confiables en toda la organización.

Las consideraciones de salud y seguridad están integradas en toda nuestra operación, desde el diseño de productos y la selección de equipamiento hasta la construcción y apertura de nuevos locales. Este enfoque integral nos permite gestionar riesgos de manera consistente y aplicar medidas preventivas en cada etapa de la cadena de valor.

Nuestro sistema de gestión de salud y seguridad se guía por el enfoque "Observar, Analizar, Diseñar, Actuar", que respalda la identificación sistemática de peligros, la evaluación de riesgos y la implementación de acciones preventivas y correctivas. Revisamos regularmente nuestros programas y establecemos objetivos de mejora para fortalecer la prevención, reducir enfermedades ocupacionales e incidentes laborales y apoyar la continuidad operativa.

La salud y seguridad ocupacional es una responsabilidad compartida. Al involucrar a todos los colaboradores fomentamos una sólida cultura de seguridad que promueve la responsabilidad, el bienestar y la mejora continua en todas nuestras operaciones.

## La seguridad está presente en cada paso de nuestras operaciones.





## Sistema de gestión de la salud y la seguridad

Estamos comprometidos con proteger la salud y la seguridad de todas las personas que interactúan en nuestras operaciones. Nuestro sistema de gestión de la salud y la seguridad ocupacional alcanza al 100% de nuestros colaboradores, incluidos el Staff corporativo y los equipos de restaurantes, garantizando condiciones de trabajo seguras y saludables en todos los mercados.

El sistema se implementa en cumplimiento con las regulaciones locales de cada país donde operamos y es gestionado conjuntamente por los equipos de People & Culture y Seguridad Ocupacional. Juntos, supervisan programas diseñados para identificar riesgos de manera proactiva, monitorear tareas y prevenir incidentes mediante auditorías e inspecciones periódicas en los lugares de trabajo.

La prevención de riesgos se apoya en una matriz de riesgos estructurada que permite identificar peligros, evaluar riesgos e investigar incidentes. Las herramientas de monitoreo continuo y las inspecciones periódicas en restaurantes fortalecen nuestra capacidad de detectar riesgos potenciales de manera temprana e implementar acciones correctivas oportunamente.

Durante el período del reporte, los incidentes laborales más comunes registrados fueron resbalones y caídas, quemaduras, cortes y afecciones de salud relacionadas con factores ergonómicos. Luego de su identificación, realizamos revisiones para analizar las causas raíz e implementamos medidas preventivas y correctivas para reducir peligros y riesgos.

Estas acciones incluyen ajustes operativos, controles de seguridad y la provisión de elementos de protección personal adecuados. Nuestros equipos técnicos verifican regularmente la implementación efectiva de estas medidas y continúan fortaleciendo los esfuerzos de prevención para reducir los impactos en salud y seguridad sobre nuestra gente.

## Bienestar desde el primer día

Promovemos un enfoque proactivo sobre salud, seguridad y bienestar brindando a nuestra gente el conocimiento, las herramientas y el apoyo necesarios para cuidarse a sí mismos y a los demás en el trabajo. Desde el primer día, todos los colaboradores reciben una orientación clara sobre los estándares de salud y seguridad, contribuyendo a una comprensión compartida de los comportamientos seguros y las responsabilidades en toda la organización.

El aprendizaje desempeña un rol central en la prevención. Todos los nuevos colaboradores participan de una capacitación estructurada que introduce conceptos clave de salud y seguridad ocupacional e integra los requisitos de seguridad en las operaciones diarias. Este recorrido de aprendizaje se refuerza mediante nuestras Guías de capacitación operacional y una certificación de M-Campus en Prevención de riesgos laborales.

La participación y consulta de los colaboradores son fundamentales para fortalecer nuestra cultura de seguridad. A través de capacitaciones, instancias de feedback y diálogo continuo, promovemos la participación activa en la identificación de riesgos, la mejora de prácticas y la promoción de lugares de trabajo más seguros.

Facilitamos el acceso a servicios de salud no ocupacional brindando a los empleados beneficios financiados por la compañía, alianzas con prestadores externos de salud y plataformas digitales que permiten consultas y asistencia remotas. Estos servicios están disponibles únicamente para los colaboradores de nuestras operaciones, con alcances y coberturas adaptados a las regulaciones locales y prácticas de mercado de cada país.

En 2025, continuamos apoyando el bienestar de los equipos a través de iniciativas que promueven la salud física, mental y emocional. Estas incluyeron acceso a servicios de telemedicina, orientación nutricional, apoyo a la maternidad y asistencia para el cuidado infantil en los primeros años, plataformas de bienestar, membresías de gimnasio y recursos de salud mental, complementados en algunos mercados con sesiones de promoción de la salud desarrolladas junto a prestadores médicos.

**94.083**  
**colaboradores**  
**obtuvieron**  
**la certificación**  
**en Prevención de**  
**riesgos laborales**





# Inclusión que fortalece a nuestros equipos

Cuando perspectivas diversas se unen, surgen equipos más fuertes y toman mejores decisiones.

La diversidad y la inclusión son centrales en la forma en que construimos equipos, tomamos decisiones y nos conectamos con la comunidad y clientes. Al crear entornos inclusivos donde diferentes perspectivas son escuchadas y valoradas, fortalecemos la colaboración, impulsamos la innovación y permitimos que las personas den lo mejor de sí.

Nuestra estrategia de diversidad e inclusión se apoya en una estructura de gobernanza que asegura la definición de responsabilidades y la supervisión de las iniciativas en todos los niveles de la organización. El Comité de Diversidad e Inclusión, establecido en 2018, lidera la implementación de la estrategia. A nivel gerencial, la supervisión está a cargo de Marlene Fernández, Vicepresidenta de Relaciones Gubernamentales, mientras que Woods Staton brinda patrocinio y acompañamiento desde la Junta Directiva.

El comité reúne colaboradores de diferentes funciones, niveles jerárquicos y países. Esta estructura transversal impulsa un progreso consistente y una responsabilidad compartida en toda la organización.

El trabajo del comité se enfoca en cinco áreas prioritarias: género, relaciones intergeneracionales, diversidad sexual, salud y bienestar, y personas con discapacidad. A través de redes internas e iniciativas coordinadas, el Comité de Diversidad e Inclusión promueve prácticas cotidianas que convierten la inclusión en acción y aseguran que voces diversas estén activamente representadas.

Nuestro compromiso se refleja en resultados medibles. Desde 2021, incrementamos la promoción de mujeres a roles de liderazgo en toda la organización, implementamos un Código de Conducta para la interacción respetuosa con la comunidad LGBTQI+ y ampliamos el acceso a servicios de bienestar para colaboradores, incluyendo apoyo médico y psicológico online disponible las 24 horas, los 7 días de la semana.



## Una guía práctica para la inclusión de personas con discapacidad

En 2025, desarrollamos y lanzamos una guía enfocada en promover la inclusión de las más de 2.400 personas con discapacidad que trabajan con nosotros. La guía brinda orientación práctica para apoyar a los equipos en la creación de entornos inclusivos, abordando temas clave como la interacción respetuosa, la concientización sobre accesibilidad y prácticas cotidianas que fomentan la igualdad de oportunidades. Diseñada como una herramienta práctica, acompaña a líderes y equipos en la transformación de los principios de inclusión en acciones concretas dentro del trabajo diario.

**2.405**  
personas con discapacidad en nuestro equipo



# Abastecimiento responsable





# Resiliencia desde el origen

## Abastecimiento responsable para proteger la calidad hoy y construir resiliencia para el futuro.

La buena comida comienza con buenas decisiones. Todos los días abastecemos nuestra operación con propósito, priorizando la calidad, la frescura y la inocuidad alimentaria desde el primer paso en nuestra cadena de valor. Al trabajar con proveedores de confianza en toda América Latina, garantizamos que lo que llega a nuestros restaurantes cumpla con los más altos estándares, manteniéndose fiel a los sabores y orígenes locales que nuestros clientes valoran.

El abastecimiento responsable también es una estrategia de negocio. A través de alianzas de largo plazo, apoyo técnico y estándares compartidos, fortalecemos la resiliencia de nuestra cadena de suministro, desarrollando capacidades locales preparadas para responder a los desafíos actuales y acompañar el crecimiento futuro. Este enfoque nos permite gestionar riesgos, asegurar el abastecimiento y reforzar la continuidad de nuestras operaciones.

Al mismo tiempo, nuestras decisiones de abastecimiento ayudan a impulsar el desarrollo donde más importa. Al priorizar proveedores locales, apoyamos el empleo, la transferencia de conocimiento y la inversión en toda la región, contribuyendo a ecosistemas agrícolas e industriales más sólidos. Nuestra huella de abastecimiento refleja este equilibrio en acción: con raíces locales, complementada globalmente y diseñada para ofrecer calidad y resiliencia en cada mercado donde operamos.

NÚMERO DE PROVEEDORES / INSTALACIONES	PROVEEDORES 2025	INSTALACIONES 2025
<b>Papel y packaging</b>	<b>62</b>	<b>65</b>
<b>Alimentos</b>	<b>205</b>	<b>267</b>
<b>Centros de distribución</b>	<b>2</b>	<b>27</b>
<b>Total</b>	<b>269</b>	<b>359</b>

PORCENTAJE DEL PRESUPUESTO DE COMPRAS DESTINADO A PROVEEDORES LOCALES <sup>1</sup>	NACIONAL <sup>2</sup>	IMPORTADO
<b>SLAD</b>	<b>73%</b>	<b>27%</b>
<b>NOLAD</b>	<b>63%</b>	<b>37%</b>
<b>BRASIL</b>	<b>82%</b>	<b>18%</b>
<b>Promedio total</b>	<b>74%</b>	<b>26%</b>

<sup>1</sup>A excepción de Saint Martin.

<sup>2</sup>Los proveedores locales son aquellos que suministran productos nacionales; son productos que se producen y se consumen en el mismo país o territorio.



## Cómo gestionamos el abastecimiento

Desarrollamos un marco de gobernanza que combina estándares compartidos, cumplimiento normativo local y monitoreo continuo del desempeño en toda nuestra cadena de suministro. Este enfoque protege la inocuidad y la calidad alimentaria, al mismo tiempo que fortalece alianzas de largo plazo que respaldan la resiliencia del negocio.

Todos los proveedores deben adherir al Código de conducta para proveedores, cuya aceptación se solicita anualmente. El Código establece expectativas claras sobre integridad empresarial, derechos humanos, estándares laborales y gestión ambiental, incluyendo cuestiones relacionadas con trabajo infantil y forzoso, no discriminación, requisitos de salud y seguridad, y restricciones a la libertad de asociación. El cumplimiento de la legislación local y nacional, así como de los estándares laborales internacionales aplicables, es obligatorio en todos los mercados donde operamos.

**Los estándares compartidos y el monitoreo continuo construyen confianza, calidad y valor a largo plazo.**

El desempeño se monitorea mediante un conjunto de herramientas integradas que brindan una visión consistente en toda la región. Nuestro Supplier Scorecard realiza un seguimiento de indicadores clave como resultados de auditorías, condiciones de calidad en centros de distribución, trazabilidad, incidentes críticos y, para proveedores estratégicos, evaluaciones sensoriales. Esto se complementa con programas continuos de capacitación con entrenamientos para proveedores y equipos internos, así como colaboración con productores locales para fortalecer las cadenas de suministro regionales y desarrollar capacidades compartidas.

Nuestra huella de abastecimiento también refleja el compromiso con prácticas responsables. Durante el período reportado, no se identificaron proveedores dentro de nuestra base activa de abastecimiento con riesgos relacionados a los derechos de los trabajadores.





## Evaluaciones y auditorías en nuestra cadena de suministro

Evaluamos y monitoreamos a nuestros proveedores a través de un marco diseñado para garantizar estándares consistentes en calidad, inocuidad alimentaria, integridad de la cadena de suministro y sostenibilidad. Nuestras evaluaciones abarcan proveedores aprobados de alimentos, envases, logística y servicios que operan dentro del alcance de nuestros programas en todos los mercados donde estamos presentes.

Este enfoque combina auditorías de terceros, interacción directa con proveedores y capacitaciones internas. Revisamos periódicamente los resultados de auditorías sociales y ambientales independientes, realizamos seguimiento de los planes de acción correctiva para abordar incumplimientos, mejorar el desempeño social y ambiental de los proveedores y mantener un diálogo continuo para clarificar requisitos y reforzar expectativas. Al mismo tiempo, nuestros equipos de Supply Chain reciben capacitaciones para identificar, evaluar y escalar potenciales riesgos en derechos humanos, fortaleciendo nuestros procesos de debida diligencia.

Como parte de los programas de auditoría de McDonald's-Arcos Dorados, nuestro marco de auditoría de Responsabilidad Social Corporativa migró en 2025 hacia la auditoría SMETA de 4 pilares de SEDEX. Esta plataforma es reconocida globalmente y es utilizada para evaluar las prácticas éticas, laborales, ambientales y de integridad empresarial de los proveedores.

Esta evolución fortalece nuestra visibilidad sobre la cadena de abastecimiento y mejora nuestra capacidad para identificar riesgos, hacer seguimiento de acciones

correctivas y reforzar el cumplimiento social de manera estructurada y comparable entre mercados.

Además del trabajo con SEDEX, continuamos implementando programas de auditoría consolidados que respaldan la inocuidad alimentaria, la calidad y la consistencia operativa:

### Sistema de Gestión de Calidad de Proveedores (SQMS)

Auditoría anual aplicable a todos los proveedores de alimentos, enfocada en el cumplimiento de los requisitos de inocuidad y calidad alimentaria de McDonald's, incluyendo documentación y sistemas de gestión.

### Buenas Prácticas de Manufactura (GMP)

Auditoría anual no anunciada para proveedores de alto riesgo, realizada por firmas externas, que evalúa las condiciones de producción, procesamiento y almacenamiento de alimentos para garantizar operaciones seguras e higiénicas.

### Calidad e Inocuidad para Envases Descartables (GQSR)

Auditoría anual para proveedores de envases basada en el estándar BRC/IoP, que abarca calidad del producto, inocuidad alimentaria y efectividad de los sistemas de gestión de calidad.

### Gestión de Calidad en la Distribución (DQMP)

Auditoría externa anual que verifica que los centros de distribución cumplan con los requisitos legales y regulatorios de almacenamiento y mantengan prácticas adecuadas de gestión de inventario.

	Instalaciones evaluadas		Nuevas instalaciones evaluadas	Instalaciones con impactos negativos como resultado de la evaluación	Instalaciones con impactos negativos con las que se acordaron mejoras	Instalaciones con impactos negativos con las que se terminó la relación
	Q	%				
<b>Responsabilidad Social en el Lugar de Trabajo (SWA)</b>	418	100%	22	0	0	0
<b>Sistema de Gestión de Calidad de Proveedores (SQMS)</b>	252	100%	22	0	0	0
<b>Auditoría de Buenas Prácticas de Manufactura (GMP)</b>	106	100%	0	0	0	0
<b>Calidad e Inocuidad para Envases Descartables (GQSR)</b>	49	100%	1	0	0	0
<b>Gestión de Calidad en la Distribución (DQMP)</b>	27	100%	0	0	0	0



Contenido

Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI&SASB

# 269

icos • **proveedores estratégicos** • **proveedores estratégicos**



# Al cuidado de la naturaleza y el bienestar animal desde **el origen**

**Promovemos ecosistemas saludables y el bienestar animal para construir sistemas alimentarios resilientes.**

Adoptamos un enfoque integral sobre cómo se producen nuestros alimentos, reconociendo la estrecha conexión entre ecosistemas saludables, bienestar animal y resiliencia a largo plazo de nuestra cadena de valor. Al trabajar junto a proveedores, productores y socios de la industria, nos enfocamos en proteger los recursos naturales, fortalecer los sistemas productivos y apoyar a las comunidades que dependen de ellos.

El bienestar animal es un elemento central de este enfoque. Promover prácticas ganaderas responsables no solo es un compromiso ético, sino también un factor clave para la estabilidad de la cadena de suministro y la calidad de los alimentos. Los altos estándares de bienestar animal contribuyen a sistemas productivos más saludables, reducen riesgos operativos y refuerzan la confianza de consumidores cada vez más conscientes, fortaleciendo tanto nuestro negocio como nuestra marca.

Al mismo tiempo, comenzamos a ir más allá del enfoque tradicional de sostenibilidad hacia prácticas regenerativas que restauran suelos, protegen la biodiversidad y mejoran la salud de los ecosistemas. Estas iniciativas ayudan a fortalecer la resiliencia de los sistemas agrícolas, respaldan resultados más estables en el tiempo y contribuyen a nuestros objetivos climáticos al reforzar la capacidad de los ecosistemas para almacenar carbono y adaptarse desde el inicio de la cadena de valor.

Este enfoque integral conecta el bienestar animal, la protección de la naturaleza y la acción regenerativa como pilares estratégicos que respaldan el abastecimiento responsable, la acción climática y los derechos humanos, al mismo tiempo que ayudan a garantizar la disponibilidad a largo plazo de los ingredientes que definen nuestro menú y negocio.





## Materias primas responsables

Solicitamos el uso de esquemas de certificación reconocidos para garantizar que nuestros estándares se cumplan de manera consistente en materias primas clave. Al cierre del reporte, las certificaciones externas cubren casi el 100% de nuestras categorías estratégicas de abastecimiento, demostrando una amplia implementación de estándares de sostenibilidad de terceros entre nuestros proveedores más importantes.

Nuestros proveedores estratégicos deben contribuir a respaldar la trazabilidad del origen de sus insumos y brindar garantías formales para materias primas críticas como pollo y carne vacuna. Exigimos que el aceite de palma utilizado en nuestra cadena de suministro cuente con certificación RSPO y nos abastecemos de café certificado para todas nuestras bebidas.

Además, impulsamos la producción responsable de soja contenida en el alimento para pollos en regiones prioritarias, requerimos el abastecimiento de carne libre de deforestación en Argentina y Brasil (donde el riesgo es mayor) y exigimos que el pescado cumpla con criterios reconocidos de sostenibilidad, incluyendo la certificación MSC cuando corresponde.



# 100%

**de la carne vacuna adquirida en Argentina y Brasil a proveedores directos es monitoreada para garantizar el cumplimiento de la Política de Abastecimiento de Carne Libre de Deforestación (DFBPP, por sus siglas en inglés) y el Compromiso con los Bosques de McDonald's.**

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



# 100%

**de la soja incluida en el alimento para pollos, cuyo origen declarado se encuentra fuera de los Estados Unidos, está alcanzada por el requisito de la Round Table on Responsible Soy (RTRS).**

Las regiones prioritarias con alta deforestación por producción de soja se encuentran en Argentina (Chaco), Brasil (Amazonas y Cerrado) y Paraguay (Chaco). Arcos Dorados impulsa la producción responsable de soja mediante la adquisición de créditos RTRS (Round Table on Responsible Soy).



# 100%

**del aceite de palma utilizado como ingrediente por los proveedores está certificado bajo los estándares de la Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO).**

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



# 100%

**del café está certificado bajo la certificación Rainforest Alliance.**

Alcanza todo el café, tanto molido como en grano, incluido el descafeinado.



# 100%

**del pescado proviene de poblaciones criadas de manera sostenible. Los proveedores de pescado son responsables de gestionar responsablemente las poblaciones pesqueras, minimizar el impacto de la pesca y conservar el ambiente.**



# 99,64%

**de la fibra utilizada en envases primarios para clientes cuenta con la certificación Forest Stewardship Council® (FSC) o la certificación PEFC.**

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



## Transformar la colaboración en impacto regenerativo

Trabajamos con proveedores seleccionados para explorar y escalar iniciativas que van más allá de la sostenibilidad convencional. Estas colaboraciones se enfocan en agricultura regenerativa, reducción de emisiones y mejora en la gestión de ecosistemas. Traducen la innovación a nivel productivo y agrícola con avances concretos para la cadena de suministro, nuestra estrategia climática y la resiliencia de largo plazo de nuestro negocio.

Los siguientes casos destacan cómo alianzas específicas con productores y agricultores, están ayudando a integrar prácticas regenerativas y de bajo impacto medibles en materias primas clave en América Latina.



### Agricultura regenerativa con McCain ARGENTINA



Junto a McCain, avanzamos en una iniciativa de agricultura regenerativa enfocada en la producción de papa, trabajando con siete operaciones agrícolas locales para adoptar prácticas que mejoran la salud del suelo, potencian la biodiversidad y aumentan la captación de carbono.

El proyecto combinó capacitación técnica, recopilación de datos del campo y evaluaciones independientes basadas en el Marco de agricultura regenerativa de McCain. La iniciativa demuestra cómo las prácticas regenerativas pueden fortalecer la salud de los ecosistemas mientras respaldan la productividad, la estabilidad del abastecimiento y la resiliencia de largo plazo.

Más allá de su implementación local, las papas producidas bajo esta iniciativa de agricultura regenerativa también abastecieron otros mercados de la región, como Brasil, Uruguay y Venezuela, ampliando los beneficios ambientales del proyecto y contribuyendo a la resiliencia de las cadenas regionales de abastecimiento de papa.

**17.000 toneladas de papa producidas bajo prácticas regenerativas en 642 hectáreas**



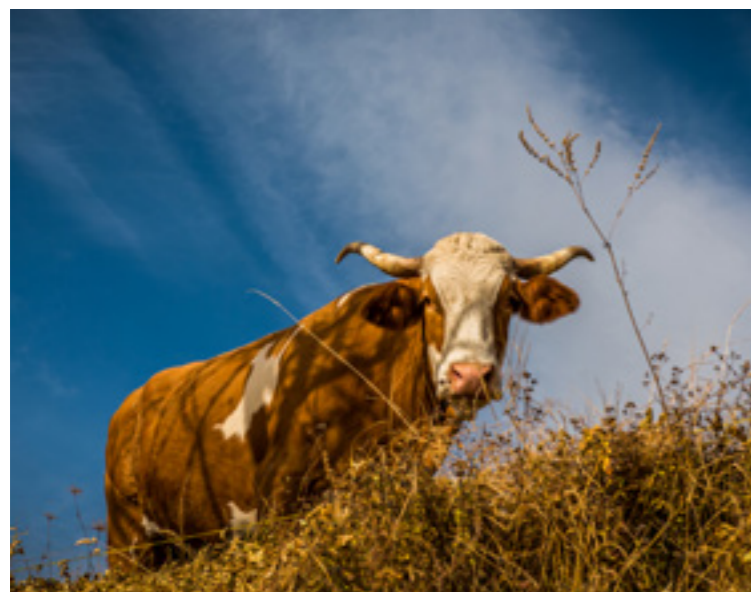
### Restaurar las nacientes del Pantanal en el Cerrado BRASIL



Lanzada en 2025, la Alianza por las Nacientes del Pantanal reúne a WWF-Brasil, Aegea, Arcos Dorados, MBRF y el Pacto Global de Naciones Unidas para restaurar áreas degradadas y promover prácticas responsables de agricultura y ganadería en Mato Grosso y Mato Grosso do Sul. La iniciativa se enfoca en la seguridad hídrica y la conservación de la biodiversidad, al articular al sector privado y productores locales para garantizar la resiliencia climática de este bioma esencial, reconocido por UNESCO como Patrimonio de la Humanidad.

El proyecto avanzó en una cadena de suministro libre de deforestación y conversión, fortaleciendo la trazabilidad y demostrando que este tipo de producción puede escalarse. A través de la participación de productores, el apoyo a la rehabilitación de pasturas y la capacitación de más de 600 participantes, se contribuyó a fortalecer capacidades locales, promover inclusión social y generar nuevas oportunidades de ingresos mediante la restauración de cadenas de suministro de vegetación nativa. En conjunto, estos esfuerzos crearon una sólida base técnica y operativa para la implementación a gran escala de la iniciativa a partir de 2026.

**~20.000 hectáreas de pasturas preparadas para la restauración y futura expansión del proyecto**



**MBRF  
BRASIL**



Gracias a la exitosa implementación de la política de abastecimiento de carne libre de deforestación logramos ejecutar una iniciativa enfocada en reducir emisiones. Respaldo por el monitoreo, se pudieron identificar los campos ganaderos nuevos en nuestro abastecimiento lo que nos permitió integrar carne vacuna baja en carbono en nuestra cadena de suministro con mejores prácticas, reforzando la producción ganadera responsable y el abastecimiento alineado con objetivos climáticos.

**El proyecto generó una reducción de 497.000 tCO<sub>2</sub>e**



**Aceite de girasol sostenible  
ARGENTINA Y ECUADOR**

Junto a nuestro proveedor en Argentina (SEDA S.A.), avanzamos en la producción de aceite de girasol bajo prácticas sostenibles, abordando tanto la etapa agrícola como la de procesamiento. La iniciativa respalda un mejor rendimiento ambiental, mayor eficiencia y calidad consistente, contribuyendo a un abastecimiento más responsable en mercados clave.



**Modelo de abastecimiento diferenciado de carne vacuna junto a MBRF Argentina  
ARGENTINA**

Implementamos un modelo diferenciado de abastecimiento de carne vacuna trabajando con un grupo seleccionado de productores primarios y aplicando un análisis de ciclo de vida completo en su producción. Este enfoque permitió integrar carne producida bajo prácticas sostenibles medibles, fortaleciendo la transparencia, la trazabilidad y la resiliencia a largo plazo de nuestra cadena ganadera.

**6 productos primarios con análisis de ciclo de vida fueron incorporados en el abastecimiento de carne vacuna**



**Proyecto de campo escuela  
ARGENTINA**



Junto a MBRF y Fundación Vida Silvestre Argentina, apoyamos el diagnóstico para identificar un campo que demuestra cómo la producción ganadera puede conservar ecosistemas valiosos manteniendo al mismo tiempo la rentabilidad. La iniciativa busca posicionar a un establecimiento proveedor como referencia práctica de prácticas ganaderas sostenibles dentro de nuestra cadena de valor compartida.



## Gestionar el bienestar animal en nuestra cadena de suministro

El bienestar animal es una parte fundamental para ayudarnos a ofrecer alimentos seguros y de alta calidad. Nuestro enfoque se basa en promover mejores prácticas en toda la cadena de suministro, trabajando estrechamente con proveedores para proteger la salud animal, promover un trato humanitario y fortalecer los sistemas productivos.

Gestionamos el bienestar animal mediante una combinación de indicadores de desempeño, evaluaciones basadas en auditorías y procesos de mejora continua. Junto a nuestros proveedores, nos alineamos con las cinco libertades definidas por la Organización Mundial de Sanidad Animal y promovemos el manejo responsable de animales en todas las etapas de producción. Nuestra estrategia de compras refuerza este compromiso abasteciéndonos exclusivamente de instalaciones incluidas en la Lista de Proveedores Aprobados de McDonald's y participando en programas de patrocinio de proveedores.

Realizamos auditorías obligatorias de terceros impulsadas por firmas independientes bajo protocolos internacionalmente reconocidos. Todos los proveedores de proteína animal están sujetos a auditorías anuales que abarcan Buenas Prácticas de Manufactura, Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC), requisitos de trazabilidad y estándares de salud y bienestar animal en las cadenas de pollo, carne vacuna y cerdo. Los frigoríficos de carne vacuna también son evaluados mediante protocolos específicos de barrera contra Encefalopatía Espongiforme Bovina (EEB).

Estas auditorías siguen lineamientos reconocidos, incluyendo los de la Organización Profesional de Certificación de Auditores de Animales (PAACO, por sus siglas en inglés), impulsando prácticas consistentes y verificadas en toda nuestra red.

También exigimos el cumplimiento de la posición global de McDonald's sobre el uso responsable de antibióticos. Este enfoque respalda la salud y el bienestar animal al tiempo que promueve prácticas productivas progresivas que reducen riesgos, previenen el sufrimiento y fortalecen la resiliencia de largo plazo de la cadena de suministro.

**Estándares claros, auditorías independientes y mejora continua protegen el bienestar animal.**

<sup>1</sup> Excluye Venezuela

### BIENESTAR ANIMAL

**100%**  
Proveedores auditados en prácticas de bienestar animal

**100%**  
Proveedores de carne vacuna que firmaron el compromiso con la Política de Uso Responsable de Antibióticos

**100%**  
Proveedores de carne porcina que firmaron el compromiso con la Política de Uso Responsable de Antibióticos

**100%**  
Proveedores de pollo que firmaron el compromiso con la Política de Uso Responsable de Antibióticos

### Huevos frescos de gallinas libres de jaula

Como parte de la Receta para el Futuro, continuamos avanzando en nuestra transición hacia el abastecimiento de huevos frescos de gallinas libres de jaula en América Latina. Asumimos este compromiso público en 2016, con una meta de mejora para proveedores y un cronograma de implementación para la transición de todo el abastecimiento de huevos frescos.

Hoy, el 95,3% de los huevos frescos servidos en los restaurantes McDonald's de la región provienen de sistemas libres de jaula, demostrando avances medibles frente a esta meta con plazo definido para proveedores. Este resultado refleja un progreso hacia nuestro compromiso y la magnitud de la transformación lograda en nuestra cadena de suministro.

Los sistemas libres de jaula permiten que las gallinas se desplacen libremente y expresen comportamientos naturales, promoviendo estándares más altos de bienestar animal y contribuyendo a un sistema alimentario más sostenible. La transición ya se completó en la mayoría de nuestros mercados continentales. En algunos mercados más pequeños, con volúmenes muy limitados y desafíos logísticos, como Aruba y Curazao, los proveedores operan bajo planes de transición definidos mientras continúa la implementación restante.

Este hito refleja nuestro avance continuo en el fortalecimiento de prácticas de abastecimiento responsable y en la promoción del bienestar animal en todas nuestras operaciones.

**95,3%**  
de los huevos frescos de nuestro menú provienen de sistemas libres de jaula<sup>1</sup>



# Datos y tecnología para **proteger** ecosistemas

Gestionamos el abastecimiento de carne libre de deforestación como una prioridad estratégica, reconociendo que proteger los bosques va de la mano con proteger a las personas, los medios de vida y la resiliencia de largo plazo de nuestra cadena de suministro. Dado que la carne vacuna es un ingrediente clave de nuestro menú, su abastecimiento requiere una supervisión ambiental y social rigurosa en regiones de alto riesgo.

Nuestro enfoque está guiado por la Política de Abastecimiento de Carne Libre de Deforestación de McDonald's, la única política de este tipo en nuestra industria. Este marco está diseñado para prevenir la deforestación, proteger tierras indígenas, garantizar el cumplimiento de las regulaciones ambientales y respetar los derechos humanos en toda la cadena de suministro de carne vacuna.

La política aplica a áreas de abastecimiento de alto riesgo como Argentina y Brasil, donde monitoreamos el 100% de la carne vacuna adquirida a proveedores directos. Para ello, utilizamos tecnología satelital y herramientas de monitoreo remoto, trabajando junto a socios especializados como Proforest y Agrottools para fortalecer la trazabilidad y la supervisión.

A través de mapeo detallado y análisis de datos, monitoreamos criterios ambientales y sociales clave, incluyendo riesgos de deforestación, expansión agrícola en áreas protegidas, vínculos con trabajo forzado o embargos y cumplimiento de requisitos legales de uso de la tierra. Esta información nos permite no solo detectar y abordar riesgos potenciales, sino también trabajar con proveedores mediante capacitaciones y procesos de mejora continua, promoviendo prácticas responsables y decisiones de abastecimiento informadas. Cuando identificamos un proveedor que no cumple con estos estándares y/o no puede o no está dispuesto a cumplirlos, el proveedor es removido de nuestra cadena de suministro.

## Mejores prácticas a través de la acción colectiva

Promovemos el abastecimiento responsable de carne vacuna más allá de nuestras operaciones al participar activamente en foros de la industria, mesas sectoriales y espacios de diálogo público que impulsan estándares compartidos y la mejora continua. A través de estas plataformas, aportamos nuestra perspectiva como operador de servicio de alimentos, representando las expectativas de los consumidores mientras promovemos prácticas de producción más sostenibles y responsables en todo el sector.

En Argentina, somos miembros activos del Comité Ejecutivo de la Mesa Argentina de Carne Sustentable (MACS), mientras que en Brasil participamos de la Mesa Brasileña de Ganadería Sostenible. En Uruguay, formamos parte de la Mesa Uruguaya de Carne Sostenible (MUCS). Nuestra participación a nivel local se alinea y refuerza la misión de la Mesa Global de Carne Sostenible, impulsando avances globales a través de acciones regionales.

A lo largo del año, también participamos en eventos sectoriales para compartir experiencias y promover la transparencia. En Uruguay, participamos en ciclos de diálogo con productores durante Agro en Punta, organizado por MUCS. En Argentina, presentamos nuestra Política de Abastecimiento de Carne Libre de Deforestación en el foro MACS durante la exposición La Rural, junto a socios de la industria.





### 2025 en cifras<sup>1</sup>

# 99,8%

## de la carne vacuna adquirida en Argentina y Brasil cumplió con la Política de Abastecimiento de Carne Libre de Deforestación de McDonald's

**2.42 M**  
de hectáreas/  
mes  
monitoreadas

**5.05 M**  
de animales  
monitoreados

**13.06 K**  
establecimientos  
monitoreados

### BRASIL

**99,9%**  
en cumplimiento  
con la política

**1,07 M**  
de hectáreas/mes  
monitoreadas

**3,24 M**  
de animales  
monitoreados

**5,00 K**  
establecimientos  
monitoreados

### ARGENTINA

**99,4%**  
en cumplimiento  
con la política

**1,35 M**  
de hectáreas/mes  
monitoreadas

**1,84 M**  
animales  
monitoreados

**8,65 K**  
establecimientos  
monitoreados



<sup>1</sup>Informes de cumplimiento año 2025 – Año completo.



## Una voz regional en la COP30

La COP30, realizada en Belém, Brasil, en 2025, puso la atención global sobre una de las regiones más estratégicas del mundo para la acción climática y la producción de alimentos. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático se convirtió en una plataforma clave para conectar compromisos climáticos con soluciones concretas para la agricultura, la ganadería y los sistemas alimentarios que sostienen tanto a las personas como a los ecosistemas.

Como parte de la COP30, Arcos Dorados participó activamente en el Día de Agricultura Sostenible organizado por el Instituto Interamericano para el Diálogo en Casa Diálogo, marcando la culminación de un proceso colaborativo de un año orientado a impulsar prácticas agrícolas y ganaderas más sostenibles y resilientes en toda la región. La iniciativa reunió empresas, organizaciones de la sociedad civil, instituciones académicas y expertos para pasar de la ambición a la acción.

Como parte de la COP30, Arcos Dorados trabajó junto a McDonald's, MBRF, WWF-Brasil, Embrapa y otros actores a través de instancias de diálogo que incluyeron múltiples mesas de trabajo y una amplia participación regional. El objetivo fue identificar soluciones escalables, abordar barreras persistentes y acelerar la transición hacia sistemas alimentarios que equilibren productividad, protección ambiental y responsabilidad social.

Este esfuerzo colectivo resultó en tres estudios estratégicos desarrollados bajo el liderazgo del capítulo Brasil del Instituto Interamericano para el Diálogo, ofreciendo una hoja de ruta práctica para América Latina sobre ganadería sostenible, trazabilidad y agricultura libre de deforestación y conversión. En conjunto, brindan lineamientos accionables para abordar los desafíos ambientales y sociales que moldean el futuro de la producción de alimentos en la región.

El evento también incluyó espacios de diálogo sobre liderazgo. Una conversación entre Woods Staton, Presidente Ejecutivo de Arcos Dorados, y Gunnar Trumbull, profesor de Harvard Business School, exploró cómo las grandes compañías están transformando compromisos climáticos en acciones concretas. En paralelo, Arcos Dorados destacó la importancia de alinear datos, gobernanza e incentivos como pilares esenciales para impulsar cambios duraderos a gran escala.

### La acción climática avanza cuando el diálogo se transforma en soluciones escalables.





Contenido

Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI&SASB

# Compromiso con las familias





# Relevancia, sorpresa y amor por **nuestra marca**

**Innovación  
con propósito.  
Probada,  
medida y  
diseñada para  
liderar.**

En Arcos Dorados, consideramos la innovación como un motor clave de relevancia. Nos permite mantenernos cerca de nuestros consumidores, sorprenderlos con sabores que conectan con sus preferencias y fortalecer el vínculo con la marca en todos nuestros mercados.

Cada nueva iniciativa, sándwich, postre o snack es diseñado con un propósito claro: permanecer presentes en la mente de las personas y seguir ampliando nuestra presencia en las decisiones cotidianas de millones de familias que esperan lo mejor de nosotros.

La innovación no se improvisa. Todos los desarrollos de productos del menú siguen una metodología que llamamos Stage & Gate, liderada por nuestro equipo de Estrategia de alimentos, que promueve un enfoque integral de punta a punta. Este marco reúne una visión 360° del negocio, integrando perspectivas de múltiples áreas para asegurar excelencia operativa, estándares consistentes de calidad e impacto positivo en nuestros clientes.





# Grandes conexiones para **decisiones** de todos los días

**El marketing responsable impulsa decisiones cotidianas fáciles para las familias.**

Marketing cumple un rol central en cómo construimos confianza y nos conectamos con nuestros clientes. Lo abordamos como una responsabilidad que requiere integridad, transparencia y respeto por las comunidades a las que servimos. Cada campaña, mensaje y canal está guiado por estándares éticos claros que reflejan nuestros valores y respaldan relaciones de largo plazo con nuestros consumidores.

Nuestro enfoque está especialmente centrado en las familias, donde la confianza y la claridad son fundamentales. Escuchamos atentamente a madres y padres, quienes constantemente nos transmiten que quieren opciones de menú que puedan ofrecerles a sus hijos con tranquilidad. Ese feedback da forma tanto a nuestras comunicaciones como al desarrollo de nuestro menú, asegurando coherencia entre lo que promovemos y lo que servimos.

Todas las opciones de Cajita Feliz están diseñadas para promover elecciones equilibradas e incluyen grupos de alimentos recomendados como frutas, vegetales y lácteos bajos en grasa. La versión estándar de la Cajita Feliz contiene 600 kcal. Además, cumplen con las guías y estándares nutricionales nacionales aplicables en los mercados donde operamos, reforzando la toma de decisiones informadas y la transparencia para las familias.

El marketing responsable también está integrado en la manera en que innovamos comercialmente. Continuamos expandiendo canales digitales que permiten una interacción más directa y relevante con nuestros clientes, al mismo tiempo que protegemos los datos personales y fomentamos el feedback abierto. Al actuar responsablemente tanto en contenidos como en canales, buscamos facilitar las decisiones cotidianas de las familias.

## Calculadora nutricional

Creemos que contar con información nutricional clara y accesible es fundamental para promover decisiones informadas. Por eso, nuestra Calculadora Nutricional está disponible a través de nuestros sitios web y aplicaciones móviles en el 100% de los mercados donde operamos.

La herramienta permite a los clientes explorar menús locales y acceder a información nutricional detallada de cada producto, incluyendo calorías, carbohidratos, grasas, proteínas y sodio. Basada en valores de referencia de la Organización Mundial de la Salud, también permite comparar estos datos con las necesidades nutricionales diarias, ayudando a los clientes a comprender mejor sus elecciones y alinearlas con sus objetivos personales de salud.





## Alcanzar los Objetivos de la Cajita Feliz

En 2018, McDonald's presentó los Objetivos de la Cajita Feliz para apoyar a las familias en la toma de decisiones equilibradas mediante la promoción de frutas, vegetales y lácteos bajos en grasa. Desde entonces, continuamos fortaleciendo el perfil nutricional de este producto icónico, al alinear las propuestas con los estándares de la Organización Mundial de la Salud y con las expectativas alimentarias en evolución.

El progreso frente a estos objetivos se monitorea y reporta cada dos años en Argentina, Brasil y México, en alianza con la Alliance for a Healthier Generation. Esta colaboración refuerza la transparencia, la rendición de cuentas y la mejora continua en nuestro compromiso con una mejor nutrición para las familias.

### Ofrecer comida balanceada

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

**Alcanzado.**

### Simplificar ingredientes

Se eliminaron sabores artificiales y colores agregados de fuentes artificiales de todas las opciones de Cajita Feliz, sin comprometer la inocuidad, el sabor, la calidad ni el valor de los alimentos.

**Alcanzado.**

### Ser transparentes con la información nutricional de la Cajita Feliz

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

**Alcanzado.**

### Comunicar responsablemente

Todas las opciones de Cajita Feliz publicitadas cumplieron con los criterios nutricionales globales de McDonald's para la Cajita Feliz y continuarán cumpliendo con los compromisos publicitarios locales y regionales aplicables respecto al marketing dirigido a niños.

**Alcanzado.**

### Incrementar la compra de productos que contienen grupos de alimentos recomendados

Aprovechar la innovación y el marketing para ayudar a incrementar la compra de alimentos y bebidas que contienen grupos recomendados dentro de la Cajita Feliz.

**En progreso.**



## Innovación digital diseñada para las familias

La innovación digital continúa siendo un catalizador del crecimiento sostenible en Arcos Dorados. En 2025, fortalecimos aún más nuestro ecosistema digital con una ambición clara: ofrecer mayor valor, experiencias más personalizadas y momentos más relevantes para las millones de familias a las que servimos todos los días.

Nuestra estrategia digital va más allá de la conveniencia. Se enfoca en crear valor de manera responsable ampliando la adopción digital, mejorando la forma en que nos comunicamos con nuestros clientes y diseñando recorridos más eficientes en todos nuestros canales. Estos esfuerzos ayudan a optimizar operaciones, reducir desperdicios y amplificar el impacto positivo en nuestros restaurantes y comunidades.

## Lealtad en el centro, impulsada por una app líder en la industria.

En el corazón de este enfoque se encuentra un ecosistema digital conectado que integra nuestra app y el Programa de Lealtad. Aprovechando los datos generados a través de este ecosistema e integrando capacidades de inteligencia artificial, podemos diseñar experiencias que se adapten a las preferencias individuales, ofreciendo interacciones más relevantes y valor más personalizado para cada cliente.

### Lealtad para conexiones duraderas

Nuestro Programa de Lealtad se convirtió en un pilar clave de relacionamiento con clientes en América Latina. En 2025, ampliamos su alcance, mejoramos las experiencias de acumulación y canje de puntos e incorporamos experiencias exclusivas que incrementaron su impacto general.

Hoy, el programa funciona como un motor estratégico que profundiza nuestra comprensión del comportamiento de los clientes, ayuda a anticipar preferencias y permite ofrecer experiencias memorables. Al ir más allá de las interacciones, el programa fortalece relaciones de largo plazo y transforma visitas cotidianas en experiencias gratificantes.

**27 millones**  
de miembros del Programa de Lealtad

**9**  
mercados con cobertura en el **90% de nuestros restaurantes**

### App para todos los días

La app de McDonald's continúa siendo la aplicación de la industria preferida en la región. No solo funciona como el principal punto de acceso al Programa de Lealtad, sino también como el hogar digital de nuestra marca, integrando conveniencia, personalización e innovación.

La fortaleza de la app amplifica el impacto de nuestro Programa de Lealtad. A través de una integración omnicanal fluida, los clientes pueden descubrir ofertas, canjear recompensas, realizar pedidos y explorar nuevas experiencias en cualquier momento y lugar. A medida que las expectativas continúan evolucionando, la app nos permite mantenernos a la vanguardia ofreciendo recorridos ágiles e intuitivos que se adaptan a necesidades individuales.

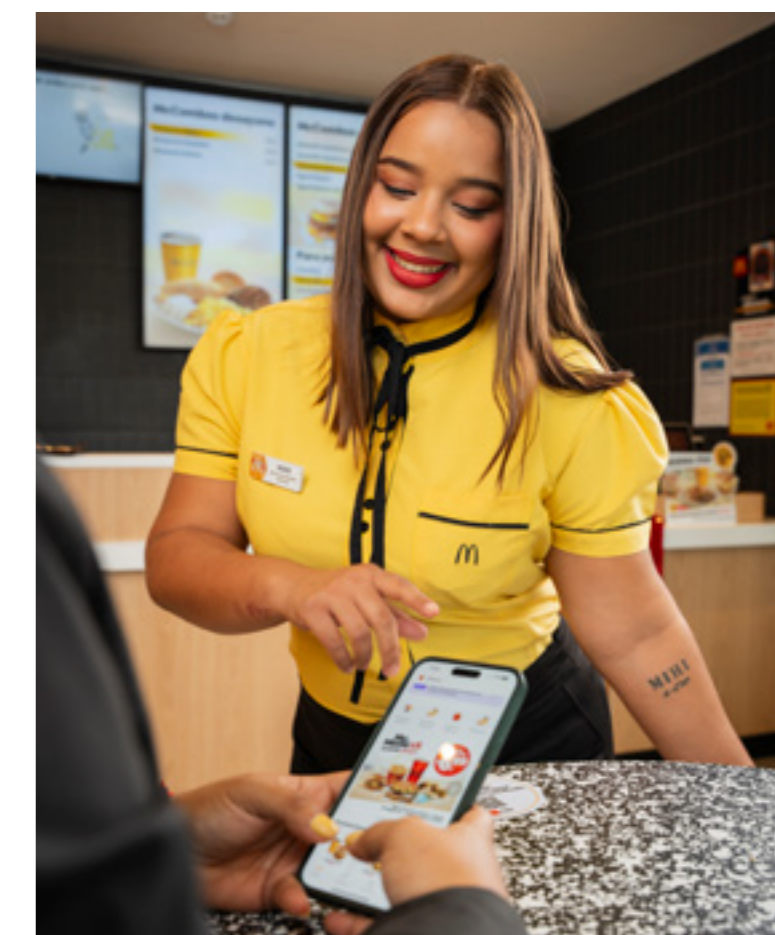
**187 millones**  
de descargas totales

**+6%**  
en frecuencia de compra de clientes

**+23%**  
en valor de vida del cliente

### Personalización para experiencias más inteligentes

Al combinar el uso de la app, datos del Programa de Lealtad, capacidades de CRM y modelos impulsados por inteligencia artificial, ofrecemos comunicaciones y experiencias adaptadas a nuestros clientes. La IA también optimiza la eficiencia operativa mejorando la relevancia de ofertas, prediciendo demanda y apoyando la toma de decisiones en los canales digitales.





## Ciberseguridad para proteger la confianza

Arcos Dorados opera en un entorno altamente digitalizado, gestionando grandes volúmenes de información sensible que abarcan desde datos de clientes hasta sistemas internos clave. En este contexto, la ciberseguridad y la privacidad de los datos no son solo requisitos regulatorios, sino elementos esenciales para proteger la continuidad del negocio, la reputación de la marca y la confianza de nuestros grupos de interés.

Las potenciales amenazas, incluyendo ataques de *ransomware*, filtraciones de datos y vulnerabilidades en la cadena de suministro, podrían interrumpir las operaciones y afectar la confianza. Gestionar estos riesgos requiere, por lo tanto, un enfoque proactivo, estructurado y orientado al negocio.

La ciberseguridad está integrada en nuestro marco de gestión de riesgos corporativos y respaldada por una sólida gobernanza. La Junta Directiva supervisa la gestión de riesgos, mientras que el Comité de Auditoría evalúa riesgos de ciberseguridad y promueve la existencia de procesos adecuados, recibiendo actualizaciones periódicas. La gestión diaria es liderada por el Chief Innovation and Technology Officer (CITO), junto a un equipo dedicado de ciberseguridad que monitorea, detecta y previene amenazas potenciales de forma continua.

## Un marco integral de seguridad para proteger nuestras operaciones y relaciones.

### Marco de gobernanza de ciberseguridad

Mantenemos un marco integral de seguridad para proteger nuestras operaciones y fortalecer nuestras relaciones con los grupos de interés.

Nuestro enfoque de ciberseguridad ha evolucionado desde un modelo centrado en métricas operativas hacia un marco más estratégico basado en Indicadores Clave de Desempeño (KPIs, por sus siglas en inglés) e Indicadores Clave de Riesgo (KRIs, por sus siglas en inglés). Esta evolución permitió una mayor alineación entre las iniciativas de ciberseguridad, los objetivos del negocio y nuestro nivel de tolerancia al riesgo.

Los KPIs se utilizan para monitorear el avance respecto de los objetivos internos y respaldar la mejora continua de nuestro programa de ciberseguridad. Todas las métricas se consolidan en tableros ejecutivos, lo que facilita la toma de decisiones informadas y la priorización eficaz de recursos. Este enfoque refleja nuestro compromiso con un modelo de gobernanza de la ciberseguridad proactivo y basado en la gestión de riesgos.





## Cuidado que escucha y evoluciona

*Customer Care* cumple un rol central en reforzar nuestro compromiso con las familias y en ofrecer experiencias construidas sobre la confianza y la capacidad de respuesta. Al mantenernos cerca de nuestros clientes, podemos comprender mejor sus necesidades, atender inquietudes y fortalecer relaciones de largo plazo.

Los equipos de *Customer Care* interactúan con clientes a través de múltiples canales de contacto, gestionando casos mediante procesos que trabajan en la consistencia, la trazabilidad y la resolución oportuna. En un entorno cada vez más digital, esta capacidad es esencial para mantener altos niveles de satisfacción y confianza.

### Combinamos atención humana con herramientas inteligentes.

En 2025, si bien los canales de contacto y los procesos centrales se mantuvieron consistentes, avanzamos mediante la automatización de flujos de trabajo manuales y la incorporación de herramientas de inteligencia artificial para apoyar a nuestros equipos. Estas mejoras incrementaron la eficiencia de respuesta, permitieron una gestión más ágil de los casos y posibilitaron que los equipos se enfocaran en interacciones más complejas que requieren un abordaje humano.

Más allá de la resolución de incidentes, *Customer Care* genera información valiosa a través de análisis de sentimiento, revisiones de feedback e indicadores de satisfacción. Cada interacción se convierte en una oportunidad para aprender, adaptarnos y mejorar continuamente. Al combinar una atención cercana con herramientas automatizadas, transformamos interacciones cotidianas, en lealtad duradera.

### De la escucha a la resolución

Para asegurar que cada inquietud sea atendida de manera oportuna y efectiva, operamos bajo un marco de resolución claro aplicado en todos los mercados.

Todos los casos son inicialmente revisados por equipos de soporte de Nivel 1 o asistentes virtuales, quienes evalúan la situación y brindan una primera respuesta. Los casos considerados críticos, incluyendo aquellos relacionados con calidad de alimentos, seguridad, higiene, discriminación o presencia de objetos extraños en alimentos, son rápidamente escalados a especialistas locales de Nivel 2.

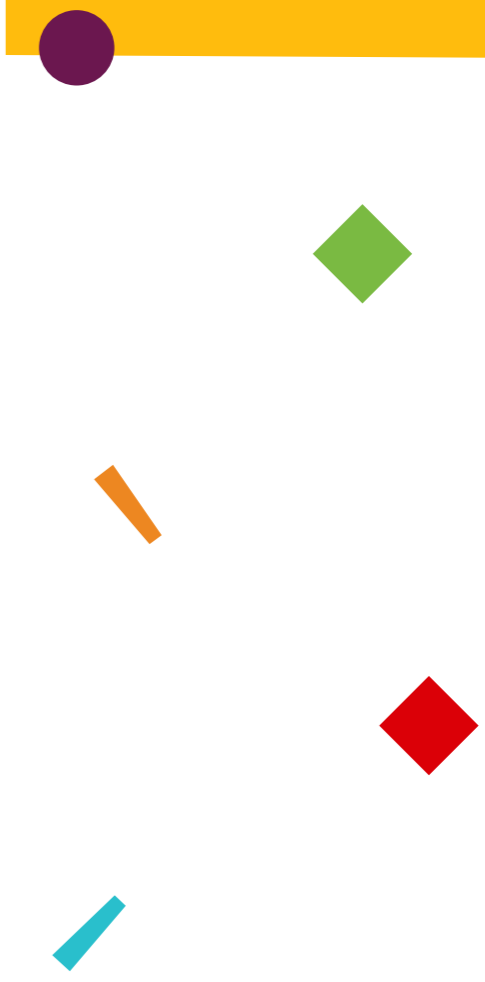
Ambos niveles de soporte operan bajo procedimientos estandarizados y reciben capacitación continua mediante documentación detallada y sesiones presenciales. Esto asegura consistencia en la forma en que los casos son evaluados, gestionados y resueltos, independientemente del mercado.

Cada caso se gestiona de acuerdo a niveles de servicio definidos, con tiempos de resolución ajustados según la urgencia y naturaleza del incidente. Las inquietudes críticas son monitoreadas mediante una herramienta centralizada de seguimiento que brinda visibilidad sobre volúmenes de casos, motivos de escalamiento y estado de resolución en toda la región.

Si bien los mercados conservan flexibilidad para adaptar procesos a requerimientos locales, todos los casos críticos son gestionados por equipos de Nivel 2, con participación de los equipos de Legales, Calidad y Comunicaciones cuando resulta necesario. Este enfoque nos permite responder con rapidez, rigurosidad y responsabilidad, reforzando la confianza en cada interacción.

### Puntos de contacto con clientes

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





# Confianza y seguridad en cada comida

## Sistemas sólidos que promueven alimentos seguros en todos los mercados.

La seguridad alimentaria es un pilar fundamental de nuestro compromiso con las familias. Proteger la salud de los consumidores y garantizar la integridad de los alimentos que servimos es esencial para ofrecer experiencias seguras y consistentes en todos nuestros mercados.

Como la mayor franquicia de McDonald's del mundo y el principal operador de cadenas de comidas rápidas en América Latina y el Caribe, gestionamos diariamente producción y distribución de alimentos a gran escala. Por eso, hacemos de la gestión rigurosa de seguridad alimentaria una prioridad de negocio.

Nuestro enfoque de seguridad alimentaria está diseñado para proteger el bienestar de los consumidores, preservar la confianza en nuestra marca y asegurar el cumplimiento de regulaciones locales, estándares globales y políticas de McDonald's. También cumple un rol clave en resguardar la continuidad del negocio al reducir riesgos operativos, legales y reputacionales, al mismo tiempo que fortalece prácticas de abastecimiento responsable en nuestra cadena de suministro.

El desempeño en seguridad alimentaria es monitoreado mediante un conjunto de indicadores que alcanzan a proveedores, restaurantes, capacitaciones y gestión de incidentes. Estos incluyen resultados de auditorías en proveedores y restaurantes, cumplimiento de controles preventivos y seguimiento de acciones correctivas, así como cobertura de capacitación para empleados y socios.

**100%** de nuestros restaurantes recibieron al menos una visita de seguridad alimentaria realizada por un tercero

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





## Nuestro marco de seguridad alimentaria

Gestionamos la seguridad alimentaria a través de un marco construido sobre estándares globales de McDonald's, requisitos regulatorios locales y procesos de mejora continua. Este sistema impulsa controles en toda nuestra cadena de valor, desde proveedores hasta restaurantes, reforzando alimentos seguros y de alta calidad para cada cliente, todos los días.

# 1

### Estándares claros, responsabilidad compartida POLÍTICAS Y COMPROMISOS

Contamos con una estructura de gobernanza de seguridad alimentaria, con supervisión dedicada en la cadena de suministro, la calidad de productos y las operaciones en restaurantes. Nuestro enfoque se basa en el estricto cumplimiento de los Estándares Globales de Calidad y Seguridad Alimentaria de McDonald's, fundamentados en principios de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC). Estos compromisos son reforzados mediante políticas internas que regulan la aprobación de proveedores y la manipulación de productos y prevención de riesgos, promoviendo alimentos seguros, nutritivos y de alta calidad en todos los mercados.

# 2

### La seguridad comienza en el origen ESTÁNDARES DE PROVEEDORES Y AUDITORÍAS

Aplicamos procesos de calificación y monitoreo de proveedores, incluyendo auditorías de seguridad alimentaria y bienestar animal, cumplimiento obligatorio de nuestro sistema de gestión de calidad de proveedores, con un seguimiento continuo de su desempeño mediante paneles de control internos. A partir de 2025, las auditorías de responsabilidad social bajo el marco de cuatro pilares de SEDEX fortalecieron aún más nuestra supervisión.

# 3

### Ejecución consistente todos los días PROCESOS Y CONTROLES EN RESTAURANTES

Todos los restaurantes operan bajo sistemas de Análisis de Peligros y Puntos Crítico de Control (APPCC) respaldados por controles preventivos como el monitoreo de temperatura, protocolos de sanitización y la prevención de contaminación cruzada. Auditorías regulares internas y de terceros monitorean el cumplimiento y la mejora continua a nivel operativo.

# 4

### Conocimiento que protege CAPACITACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES

La capacitación en seguridad alimentaria y de servicio se brinda anualmente a crews y gerentes de restaurantes, equipos de cadena de suministro y calidad, y proveedores aprobados. Estos programas se complementan con workshops especializados y sesiones de calibración para reforzar la aplicación consistente de estándares y mejores prácticas.

# 5

### Preparados para actuar, listos para responder GESTIÓN DE INCIDENTES Y TRAZABILIDAD

La investigación de incidentes y las acciones correctivas se gestionan mediante protocolos formales y estandarizados dentro de nuestro sistema de gestión de seguridad alimentaria. Nuestros sistemas de trazabilidad permiten identificar y contener rápidamente riesgos potenciales. Los protocolos formales orientan el reporte de incidentes, análisis de causa raíz y acciones correctivas, respaldados por la colaboración entre mercados para promover una implementación consistente y oportuna.



Contenido

Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI&SASB

286.761

• Puertas Abiertas • Visitas de Puertas Abiertas • Visitas de Pue



## Saber más, me encanta

La transparencia es otro aspecto de nuestro compromiso con la calidad y la seguridad alimentaria. A través de nuestro programa Puertas Abiertas, invitamos a familias y clientes a ingresar a nuestras cocinas y experimentar de primera mano cómo se preparan, manipulan y sirven los alimentos, siguiendo los más altos estándares de calidad y seguridad.

Lanzado en 2014, Puertas Abiertas ya recibió a más de 15 millones de personas en toda la región. Durante la visita, los participantes conocen procesos de seguridad alimentaria, calidad de ingredientes, abastecimiento y almacenamiento, preparación de pedidos, capacitación de equipos, iniciativas de sostenibilidad y aspectos clave detrás de los menús más icónicos del mundo.

La experiencia Puertas Abiertas dura aproximadamente 20 minutos y puede solicitarse directamente en el mostrador del restaurante. Las visitas están sujetas a disponibilidad del personal y se programan evitando horarios de mayor operación, promoviendo una experiencia segura e informativa para todos.

# 286.761

## visitas a Puertas Abiertas en 2025

# 98%

## de los participantes calificaron la calidad de los alimentos como muy buena o excelente después de la visita

# 98%

## afirmó que su percepción de la marca mejoró luego de conocer los ingredientes y procesos de seguridad alimentaria



Contenido

Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI&SASB

# Comunidad





# Hacia adelante, juntos

Este año se trató de estar presentes, dar un paso adelante y celebrar lo que pudimos alcanzar juntos. Porque nuestra conexión con las comunidades no es un complemento de nuestro negocio. Es uno de nuestros mayores logros.

En América Latina y el Caribe, nuestros restaurantes forman parte de la vida cotidiana de las comunidades donde estamos presentes. Esa cercanía viene acompañada de una responsabilidad que asumimos con orgullo: contribuir allí donde operamos, responder cuando se necesita apoyo y ayudar a crear oportunidades reales y duraderas.

Pensamos a escala regional, pero actuamos localmente. A través de nuestros programas de impacto social, abrimos puertas al primer empleo formal y a oportunidades de formación para jóvenes, apoyamos a familias en situación de vulnerabilidad y trabajamos junto a aliados locales para abordar desafíos compartidos. Cada iniciativa fortalece vínculos, construye confianza y refuerza nuestro rol como un vecino comprometido.

## Cuando las comunidades se fortalecen, nosotros también.





# Las oportunidades comienzan aquí

En América Latina y el Caribe, acceder a empleo de calidad sigue siendo uno de los principales desafíos para los jóvenes. Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el desempleo juvenil en la región continúa rondando el 20%, reflejando barreras persistentes para acceder al empleo formal, al desarrollo de habilidades y a la empleabilidad de largo plazo.

Vemos esta realidad como un llamado a la acción. Para miles de jóvenes, somos el primer paso hacia el empleo formal y, muchas veces, su primer trabajo.

Este compromiso se refleja en quiénes somos como compañía: en 2025, más del 53% de nuestros colaboradores tenía menos de 24 años y el 92,5% de nuestras nuevas contrataciones corresponden a jóvenes adultos, convirtiendo a la juventud en la fuerza impulsora detrás de nuestras operaciones.

Impulsamos a la próxima generación no solo ofreciendo empleo formal, sino también brindando herramientas y habilidades que perduran en el tiempo para jóvenes y comunidades. A través de programas

<sup>1</sup> A excepción de Saint Martin.

de capacitación, iniciativas educativas y alianzas con ONGs, fortalecemos la empleabilidad y ayudamos a crear caminos que van más allá de nuestros restaurantes.

## 351.947 oportunidades para jóvenes creadas en 2025<sup>1</sup>

### 253.524 personas alcanzadas con oportunidades de inclusión y formación impulsadas por Arcos Dorados y organizaciones aliadas

### 15.042 capacitaciones en MCampus Comunidad

### 71.216 contrataciones

### 12.165 colaboradores capacitados en habilidades blandas





## Mucho más que un primer empleo

No todos los jóvenes parten desde el mismo lugar. En América Latina y el Caribe, muchos de ellos están desvinculados de la educación formal y del empleo estable, enfrentando desafíos personales, sociales y económicos complejos que van mucho más allá de la falta de trabajo.

Para responder a esta realidad, en 2023 lanzamos “Elevando a Potência Jovem”, un programa piloto en Brasil desarrollado en alianza con United Way. La iniciativa fue diseñada para llegar a jóvenes en situación de vulnerabilidad y apoyar su reinserción en la educación y/o en el empleo formal. Lo que comenzó como una prueba local, rápidamente demostró el valor de un enfoque más amplio e integral.

En 2024, el modelo se expandió a México, Colombia y Perú a través de alianzas con organizaciones locales. Para 2025, el programa ya había escalado a 10 países de la región, incluyendo una alianza regional con Junior Achievement Americas para implementar iniciativas similares en Argentina y Ecuador, marcando un hito en alcance e impacto.

Este programa se enfoca principalmente en el desarrollo de habilidades socioemocionales, reconociendo que la empleabilidad no puede abordarse de manera aislada. Muchos participantes enfrentan barreras como falta de documentación básica, responsabilidades de cuidado familiar, maternidad o paternidad temprana o condiciones habitacionales inestables. Abordar estos desafíos requiere tiempo, confianza y apoyo coordinado.

Por eso trabajamos en colaboración con organizaciones del tercer sector que cuentan con conocimiento territorial y sólidas redes comunitarias. Estas organizaciones lideran el proceso de formación y ayudan a identificar y acercarse a jóvenes que muchas veces permanecen invisibilizados para los caminos tradicionales de empleo. Nuestro rol es complementar ese trabajo acercando experiencias concretas del mundo laboral a los participantes.

A través de visitas de Puertas Abiertas, conversaciones con crew y gerentes que comparten sus propias trayectorias laborales, simulaciones de entrevistas, acceso a MCampus Comunidad y mentorías brindadas por nuestros colaboradores, los participantes adquieren herramientas prácticas, confianza y una comprensión más clara de cómo funciona el trabajo formal en la práctica.

Nuestros equipos de People & Culture cumplen un rol clave alineando vacantes disponibles en restaurantes próximos a los hogares de los participantes y trabajando de manera cercana con gerentes de restaurantes y organizaciones aliadas para acompañar a cada joven una vez que se incorpora a nuestro equipo. Este seguimiento es fundamental para ayudarlos a adaptarse, sostener el empleo y continuar construyendo su camino.

Medimos el éxito de estos programas a través de indicadores relacionados con la finalización de los programas y la reintegración de los participantes a la educación formal y/o al empleo. Al cierre de 2025, 10 de los 12 países continentales donde operamos contaban con programas activos, alcanzando una cobertura regional del 83%.

De cara a 2026, nuestro objetivo es consolidar y fortalecer los programas existentes mientras avanzamos hacia una cobertura del 100%, reforzando nuestro compromiso con el crecimiento inclusivo y asegurando que las oportunidades lleguen a quienes más las necesitan.

**+4.000**  
jóvenes alcanzados  
por esta iniciativa



Quería una oportunidad para conseguir mi primer trabajo y la encontré a través de Camino al Empleo. Aprendí a armar mi CV y a conocerme mejor: qué me motiva, cuáles son mis fortalezas y mis debilidades. Me sentí muy emocionado cuando me llamaron para el trabajo. Honestamente, salté de alegría en mi casa. Este trabajo me va a ayudar mucho en el futuro porque me abrirá oportunidades laborales y me enseñará más sobre el mundo del trabajo.

**Sebastián Miracocha**

Quito  
ECUADOR

**Cuando el apoyo va más allá de la contratación, la oportunidad se vuelve sostenible.**





Las alianzas estratégicas con empresas comprometidas son fundamentales para avanzar en los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Nuestra colaboración con Arcos Dorados a través del programa YouthCan! de Aldeas Infantiles ha sido clave para impulsar acciones concretas orientadas a reducir el desempleo juvenil, superar la pobreza y promover la igualdad de oportunidades. El liderazgo y la visión de Arcos Dorados han ayudado a transformar un propósito compartido en resultados tangibles para miles de jóvenes.

Gracias al apoyo sostenido de Arcos Dorados desde 2017, más de 6.000 jóvenes fortalecieron sus habilidades de empleabilidad y muchos lograron insertarse exitosamente en el mercado laboral, transformando sus trayectorias de vida y construyendo un futuro con mayores oportunidades. Este impacto refleja cómo el compromiso corporativo puede generar cambios reales y duraderos alineados con una estrategia de sostenibilidad de alto valor social.



### Jair Porras

Director de programas en YouthCan!  
ALDEAS INFANTILES SOS



Yo solo quería trabajar, pero me costaba porque no tenía armado mi CV y no estaba bien hecho. El programa me pareció increíble y me gustó muchísimo. Me ayudó a armar mi CV y a sentirme más segura, porque soy muy tímida. En la primera parte, sobre conocerse a uno mismo, me di cuenta de que no me conocía tanto como pensaba. Me incentivaron a terminar el secundario y ahora me estoy preparando para aprobar las tres materias que todavía debo.

### Jazmín Miranda

Villa Lugano  
ARGENTINA



Contenido

Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI&SASB

# 2.281

voluntarios • voluntarios • voluntarios • voluntarios • voluntarios



# M CAMPUS

## Potenciar el talento joven

Crear oportunidades va más allá de ofrecer un primer empleo. También significa ampliar el acceso al conocimiento y a habilidades que ayuden a las personas a desenvolverse en un mundo en constante cambio. Con esa convicción, desarrollamos M-Campus Comunidad, una plataforma educativa gratuita y abierta diseñada para apoyar a jóvenes y a la comunidad en general más allá de nuestras operaciones directas.

M-Campus Comunidad ofrece una experiencia de aprendizaje diversa y en constante actualización, con más de 40 cursos certificados avalados por Hamburger University. La plataforma brinda herramientas prácticas en áreas como marketing digital, emprendedurismo, inteligencia emocional, finanzas personales y ciberseguridad, ayudando a las personas a desarrollar capacidades tanto dentro como fuera del ámbito laboral.

En 2025, dimos un paso importante reorganizando todos los cursos disponibles en programas de aprendizaje estructurados. Este nuevo formato facilita encontrar de manera más rápida y simple contenidos alineados con intereses y necesidades individuales, todo en un mismo lugar, de manera gratuita, accesible y abierta para todos.

El aprendizaje a través de M-Campus Comunidad también trasciende la propia plataforma. En 2024, lanzamos el podcast "Expande tu Potencial", que continúa creciendo como un espacio de reflexión e inspiración. Disponible en Spotify, YouTube Music, Amazon Music y Apple Podcasts, la serie reúne voces expertas para explorar temas que están transformando el futuro del trabajo y el aprendizaje.

Uno de los episodios más escuchados en 2025 se enfocó en cómo la inteligencia artificial está transformando la manera en que aprendemos, trabajamos y nos relacionamos. A través de perspectivas de especialistas en educación, tecnología y psicología, el episodio invita a jóvenes, familias y profesionales a reflexionar sobre cómo prepararse hoy para un futuro dinámico, complejo y en constante evolución.

**200.000**  
personas inscritas  
en la plataforma



Esta plataforma me dio la oportunidad de seguir creciendo tanto personal como profesionalmente. Adquirí nuevos conocimientos relacionados con atención al cliente, comunicación y trabajo en equipo. Una lección que no esperaba y que encontré especialmente valiosa fue comprender la importancia de las habilidades blandas en el ámbito laboral.

**Nicole Dijeres Zuñiga**  
COSTA RICA



# Un día que hace la diferencia

Una vez al año, nuestro compromiso con la comunidad y las oportunidades para jóvenes ocupa el centro de la escena. En toda América Latina y el Caribe, nuestros restaurantes se convierten en espacios de acción colectiva durante Gran Día: un día en el que cada Big Mac vendido ayuda a transformar un propósito compartido en impacto significativo.

Conocida como McDía Feliz en Brasil, Gracias de Corazón en Venezuela y Gran Día en los demás países, esta iniciativa reúne clientes, empleados, franquiciados, proveedores y aliados alrededor de una idea simple pero poderosa: transformar una comida en oportunidades.

Todo lo recaudado por la venta de Big Macs en ese día especial se destinan a Ronald McDonald House Global (RMHG, por sus siglas en inglés) y a organizaciones sin ánimo de lucro que trabajan con jóvenes de toda la región. RMHC acompaña a familias con niños que reciben tratamiento médico lejos de sus hogares, ofreciendo un espacio seguro y acogedor donde pueden permanecer cerca de sus seres queridos durante momentos difíciles.

<sup>1</sup>A excepción de Venezuela y Saint Martin.

Al mismo tiempo, Gran Día ayuda a fortalecer programas en cada mercado liderados por ONGs que trabajan con jóvenes, promoviendo educación, empleabilidad y ciudadanía responsable. Estas organizaciones acompañan a jóvenes de entre 16 y 24 años, ayudándolos a desarrollar habilidades, confianza y caminos hacia un futuro más estable.

Nuestro compromiso con estas organizaciones va más allá de las contribuciones económicas. A lo largo del año, realizamos seguimiento activo de los programas apoyados a través de Gran Día, trabajando de manera cercana con ONGs aliadas para monitorear avances, comprender el impacto y asegurar que los recursos se traduzcan en resultados reales y medibles para jóvenes y sus comunidades.

## Cuando las comunidades se unen, las oportunidades se multiplican.

**2.232.859**  
Big Macs vendidas

**USD 8.444.348<sup>1</sup>**  
recaudados y donados

**100%**  
de nuestros restaurantes alcanzados por Gran Día



ARGENTINA | BRASIL | CHILE | COLOMBIA | COSTA RICA  
CURAÇAO | ECUADOR | MEXICO | PANAMA | PERÚ  
PUERTO RICO | URUGUAY | VENEZUELA

### Nuestras ONGs aliadas



ARGENTINA



BRASIL



COLOMBIA



COSTA RICA  
MEXICO



PANAMÁ



CHILE



ECUADOR



URUGUAY



# Un programa que crece junto a nuestra comunidad

Creemos en el poder de la acción colectiva para generar impacto social y ambiental duradero. El voluntariado es una de las maneras en que nuestro propósito cobra vida, movilizamos a nuestros equipos para apoyar causas que se alinean a nuestra Receta del Futuro, relevantes para las comunidades donde operamos.

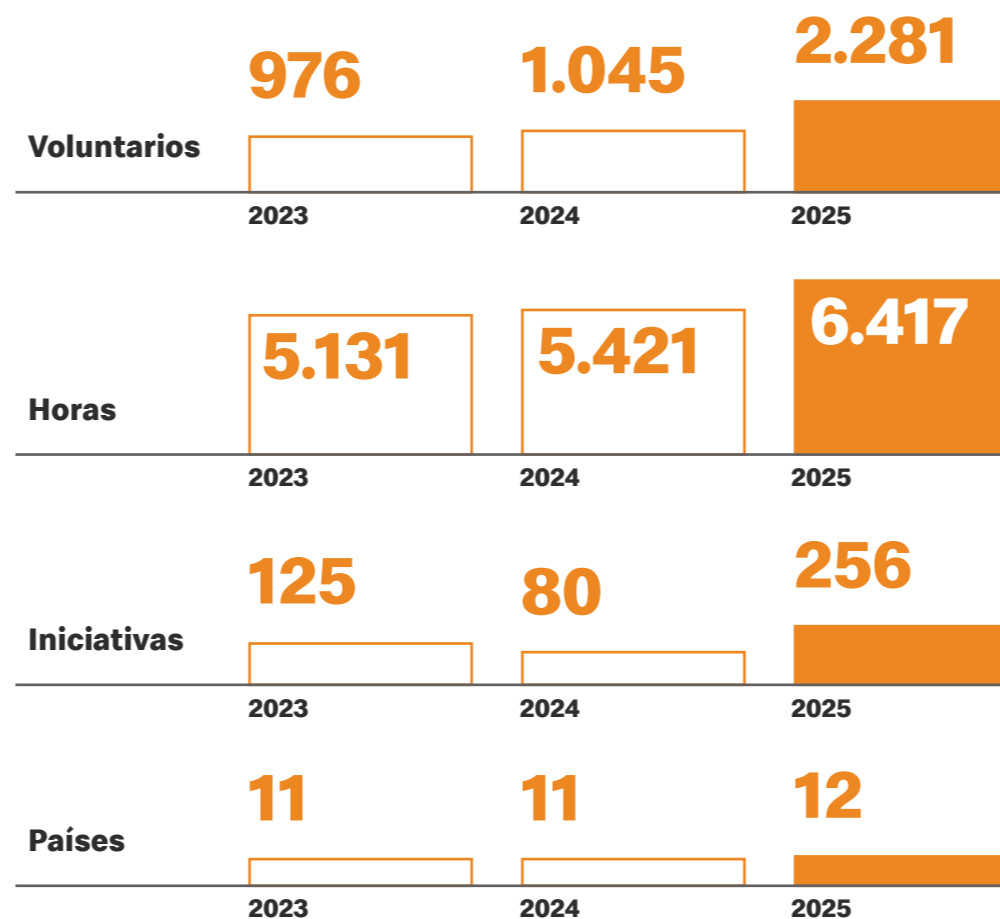
En 2025, nuestro programa de voluntariado alcanzó un nuevo nivel de madurez. Fue un año de consolidación, marcado por el desarrollo de una guía regional de ejecución implementada en todos los restaurantes. Este marco ayuda a los equipos a planificar, organizar y llevar adelante iniciativas de voluntariado con mayor consistencia, claridad e impacto, manteniendo al mismo tiempo capacidad de respuesta frente a necesidades locales.

Estos esfuerzos fortalecen la conexión entre nuestros colaboradores y las organizaciones comunitarias, reforzando un sentido compartido de propósito y compromiso. El voluntariado no solo apoya iniciativas sociales y ambientales locales, sino que también empodera a nuestros equipos para desempeñar un rol activo en la generación de cambios positivos, juntos.

Nuestro enfoque se basa en la colaboración. Al asociarnos con organizaciones locales, escuelas, grupos comunitarios y organizaciones sin fines de lucro, aprovechamos nuestra escala, recursos y conocimiento para amplificar el impacto y contribuir a mejorar la calidad de vida en las comunidades a las que servimos.

Cada año, nuestros equipos también participan del Mes Global de Voluntariado de McDonald's, llevando adelante actividades como limpiezas de playas, distribución de alimentos, iniciativas de capacitación para jóvenes y renovación de escuelas en toda la región. A partir de 2026, todos los restaurantes participarán de esta iniciativa, incorporando aún más el voluntariado en nuestra cultura y convirtiendo la participación en una experiencia compartida entre mercados.

## +180 organizaciones del tercer sector impactadas a través de iniciativas de voluntariado



**Lo que comenzó como iniciativas individuales evolucionó hacia un programa regional. Uno que continúa creciendo año tras año gracias al compromiso de nuestros equipos de trabajo.**



Contenido

Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI&SASB

# Ambiente





# Progreso que se construye **cada día**

Este año marca un hito en nuestro recorrido ambiental. Guiados por nuestro compromiso de construir un futuro más sostenible, seguimos impulsando la acción climática como un elemento central en la forma que operamos y crecemos. Asumimos compromisos y los cumplimos.

La acción climática es un pilar fundamental de nuestra estrategia y forma parte de la manera en que gestionamos nuestros impactos y oportunidades a largo plazo. A lo largo de nuestras operaciones y cadena de valor, trabajamos para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, mejorar la eficiencia energética, promover soluciones circulares e integrar la sostenibilidad en la toma de decisiones cotidiana. Estos esfuerzos están respaldados por objetivos concretos, procesos de gobernanza y una responsabilidad compartida entre los distintos equipos.

Comunicamos nuestro enfoque de gestión ambiental y sus avances, tanto interna como externamente, a nuestros grupos de interés a través de este informe, redes sociales, reuniones específicas y canales de comunicación internos, promoviendo la transparencia y el diálogo continuo.

El cierre de 2025 marcó un momento decisivo en nuestro camino. Durante el período 2022-2025, nuestro bono vinculado a la sostenibilidad conectó nuestras operaciones con compromisos asumidos ante la comunidad financiera. Nos enorgullece comunicar que cumplimos e incluso superamos esos desafiantes compromisos, reflejando una ejecución consistente a lo largo del tiempo y una estrecha colaboración entre mercados y áreas de la organización.

Abordar el cambio climático requiere un enfoque integral y orientado al futuro. Identificamos riesgos y oportunidades, incorporamos consideraciones climáticas en nuestras operaciones e involucramos a nuestra cadena de valor para impulsar avances en prioridades ambientales clave. En este capítulo presentamos cómo gestionamos los impactos relacionados con el clima y otros temas ambientales, así como la manera en que seguimos transformando nuestros compromisos en acciones concretas para respaldar la sostenibilidad de largo plazo de nuestro negocio.

**La acción climática se refleja en las operaciones cotidianas, donde decisiones consistentes y sostenidas contribuyen a mover el negocio hacia adelante.**





# Nuestra huella de carbono<sup>1</sup>

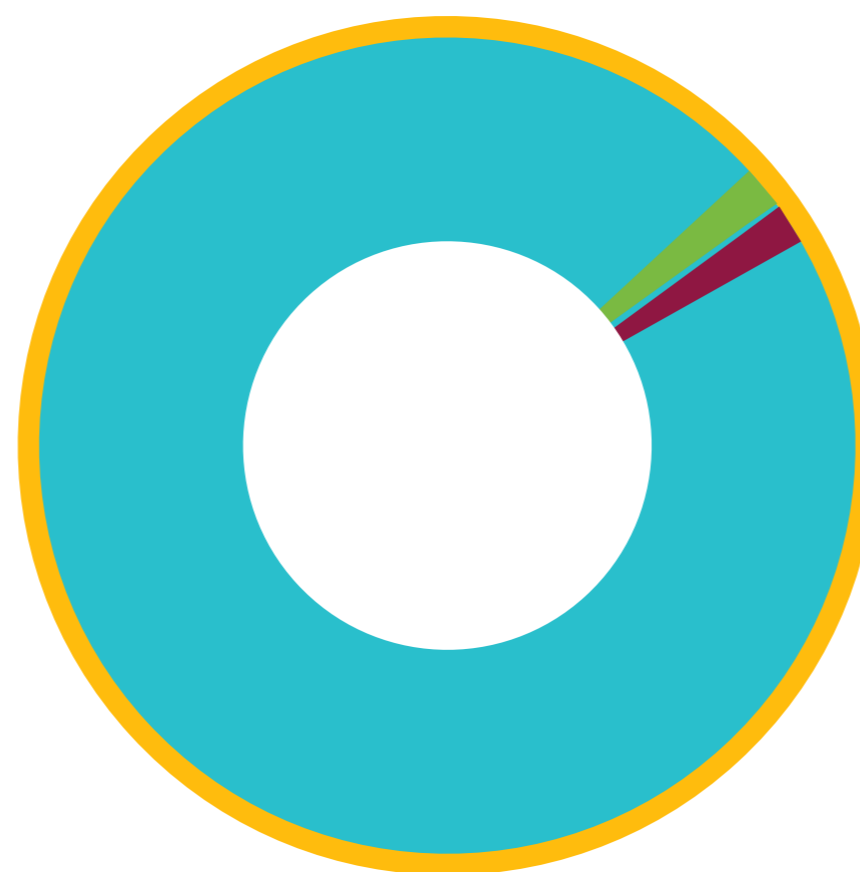
La medición de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero es una herramienta clave para comprender dónde nos encontramos y cómo avanzar. Al monitorear las emisiones a lo largo de nuestras operaciones y cadena de valor, fortalecemos nuestra capacidad para gestionar los impactos relacionados con el clima y respaldar una toma de decisiones informada a lo largo del tiempo.

2025 fue un año de crecimiento y logros. A pesar de haber inaugurado 92 nuevos restaurantes y de haber incrementado los ingresos por ventas en un 5%, Arcos Dorados redujo su huella de carbono total en un 10% en comparación con 2024. Este resultado refleja el impacto de las inversiones continuas en eficiencia operativa, energías renovables y otras iniciativas diseñadas para hacer compatible el crecimiento del negocio con una menor huella ambiental.

Nuestra quinta evaluación de huella de carbono abarcó las operaciones en los 20 países donde operamos e incluyó las emisiones de Alcance 1, Alcance 2 y Alcance 3. Esta evaluación nos permite monitorear tendencias, evaluar el desempeño e identificar áreas prioritarias de acción.

El inventario de emisiones se elabora de acuerdo con metodologías internacionalmente reconocidas del Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol), incluyendo el *Corporate Accounting and Reporting Standard* y el *Value Chain Accounting and Reporting Standard* para las emisiones de Alcance 3. El inventario abarca todos los gases de efecto invernadero relevantes y se consolida utilizando el enfoque de control operacional.

Para reforzar la calidad y la confiabilidad de los datos, el inventario se desarrolla con el apoyo de una consultora internacional independiente, y la huella de carbono cuenta con una verificación independiente limitada. Sobre la base de esta información, implementamos acciones correctivas orientadas a la mejora continua en la mitigación de nuestras emisiones de Alcance 1, 2 y 3, tal como se detalla en la siguiente sección.



**TOTAL**  
**5.421.866**  
**tCO<sub>2</sub>e**

**98.967 tCO<sub>2</sub>e**  
Alcance 1

**101.358 tCO<sub>2</sub>e**  
Alcance 2

**5.221.542 tCO<sub>2</sub>e**  
Alcance 3

**39.087 tCO<sub>2</sub>e**  
Fuera de alcance

**1.190 tCO<sub>2</sub>e**  
Emisiones biogénicas

**1,16 tCO<sub>2</sub>e/miles USD**  
Intensidad

**El seguimiento de las emisiones nos ayuda a comprender nuestro impacto climático y a enfocar los esfuerzos donde pueden generar una mayor diferencia.**

<sup>1</sup> A excepción de Saint Martin.



## De compromiso financiero a impacto positivo

En 2022, emitimos el primer bono vinculado a la sostenibilidad de la industria de restaurantes de servicio rápido en América Latina. Este bono vinculó parte de las condiciones de financiamiento al cumplimiento de objetivos ambientales, incorporando la rendición de cuentas en la forma en que gestionamos y hacemos crecer nuestro negocio.

El bono estableció dos metas climáticas a alcanzar en 2025, tomando como referencia el año base 2021. La primera se centró en una reducción absoluta del 15% de las emisiones de gases de efecto invernadero provenientes de nuestras propias operaciones, correspondientes a los Alcances 1 y 2. La segunda buscó reducir en un 10% la intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero de nuestra cadena de suministro, correspondientes al Alcance 3.

## Al vincular el financiamiento con el desempeño climático, transformamos nuestros compromisos ambientales en resultados de negocio, demostrando que es posible crecer mientras reducimos emisiones y mejoramos la eficiencia.

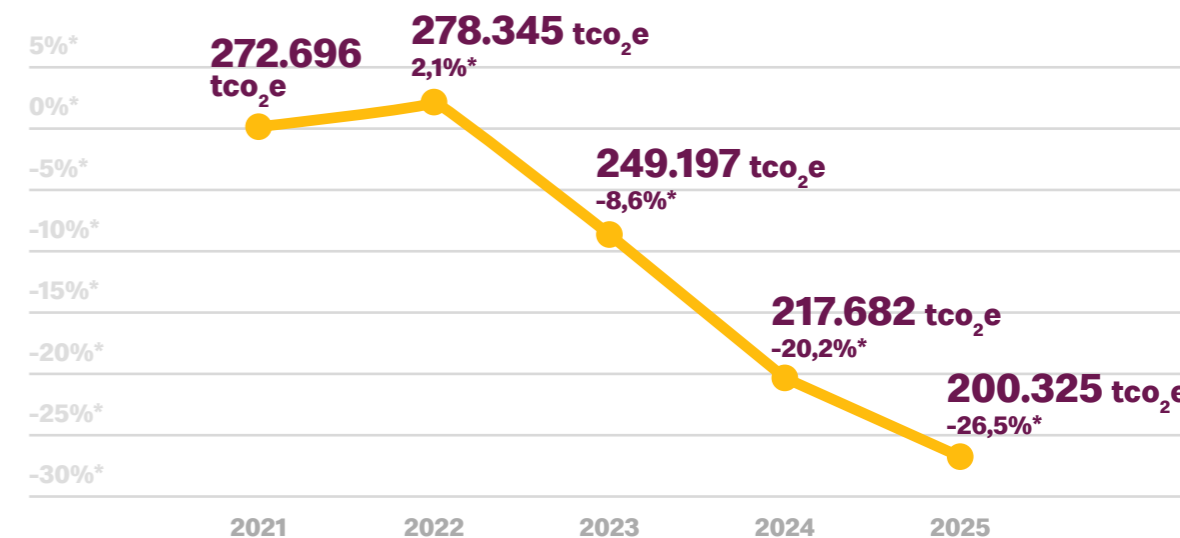
Nos enorgullece comunicar que alcanzamos ambas metas dentro del plazo establecido por el bono. El objetivo de Alcance 1 y Alcance 2 se logró un año antes de lo previsto, en 2024. Este resultado fue impulsado principalmente por la transición hacia energías renovables en nuestras operaciones, complementada por otras iniciativas, como una gestión integral de las emisiones fugitivas provenientes de los sistemas de refrigeración y la transición de nuestra flota corporativa hacia combustibles de menor emisión. Estas acciones no solo permitieron acompañar el crecimiento del negocio manteniendo un sólido desempeño climático, sino que también contribuyeron a mejorar la eficiencia operativa y la gestión de costos a lo largo del tiempo.

El progreso en la meta de Alcance 3 se alcanzó mediante una combinación de iniciativas operativas y acciones desarrolladas junto a nuestra cadena de valor. Trabajamos estrechamente con nuestros sub-franquiados para expandir buenas prácticas en todo el sistema, colaboramos con productores para promover prácticas agrícolas con menor intensidad de carbono, mejoramos la eficiencia logística y fortalecimos la gestión responsable de residuos a lo largo de la cadena de valor.

Los gráficos que se presentan a continuación muestran la trayectoria de reducción de emisiones año tras año en comparación con la línea de base de 2021, evidenciando cómo las iniciativas implementadas permitieron cerrar progresivamente la brecha entre nuestro punto de partida y las metas establecidas para 2025.

### Avance de la meta 1

Reducción absoluta de alcance 1 y 2

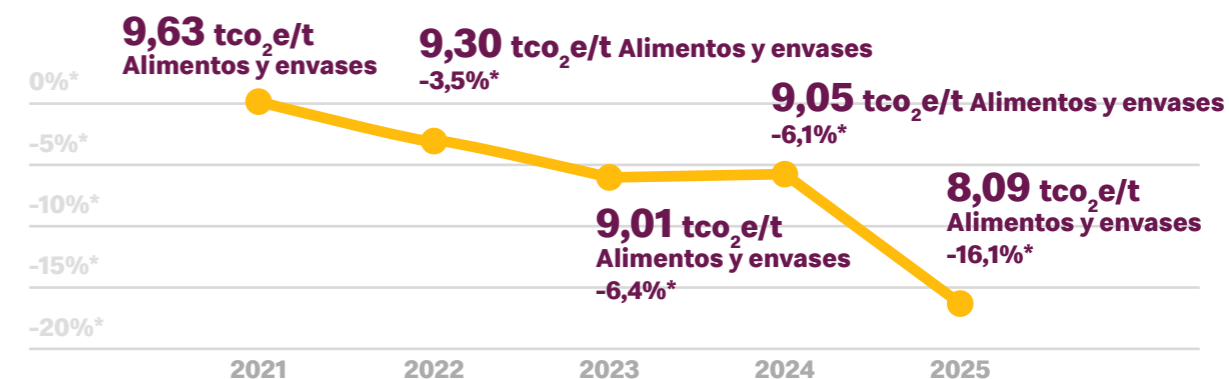


\*Variación respecto de la línea de base de 2021.

### Avance de la meta 2

Reducción de la intensidad del GEI en toda nuestra cadena de suministro

En tCO<sub>2</sub>e /t Alimentos y Envases



\*Variación respecto de la línea de base de 2021.



## Actuar donde se originan las emisiones

### ALCANCE 1

Uno de nuestros logros en 2025 fue demostrar que el crecimiento y la acción climática podían avanzar de la mano. Al tiempo que inauguramos 92 nuevos restaurantes en toda la región, continuamos reduciendo nuestras emisiones de Alcance 1 mediante una combinación de eficiencia operativa e iniciativas específicas de reducción de emisiones.

Estos esfuerzos se centraron en fuentes directas, como los gases refrigerantes y la combustión fija y móvil, que se originaron dentro de nuestras operaciones. Este contexto ofreció oportunidades concretas para generar mejoras medibles.

Una parte significativa de nuestra estrategia de Alcance 1 estuvo orientada a la gestión de los gases refrigerantes utilizados en los sistemas de aire acondicionado y refrigeración de nuestros restaurantes. Nuestro enfoque priorizó la eficiencia operativa mediante la reducción del consumo de refrigerantes y la maximización de su recuperación a lo largo del ciclo de vida de los equipos.

Recuperamos y redistribuimos de manera responsable gases refrigerantes provenientes de equipos con fallas, con especial foco en los restaurantes de las regiones NOLAD y SLAD. Cuando la recuperación fue posible, los gases fueron capturados, limpiados y reutilizados de manera costo-eficiente. Cuando su reutilización no fue viable, los gases se neutralizaron de forma segura para minimizar su impacto ambiental.

Al mismo tiempo, continuamos mejorando nuestro desempeño ambiental mediante la sustitución progresiva de refrigerantes con menor potencial

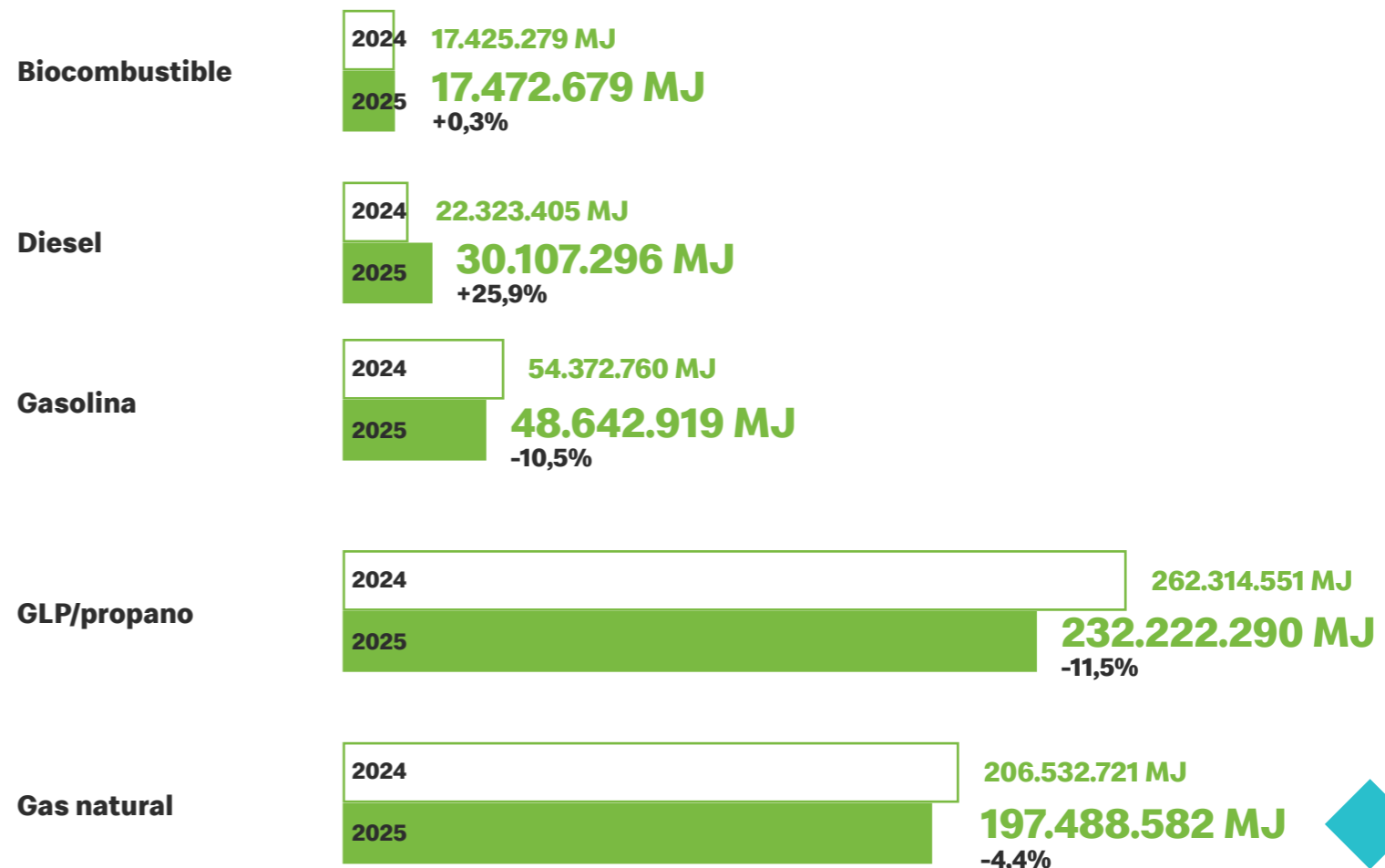
de calentamiento global. Los equipos más antiguos fueron reemplazados por sistemas que utilizan gases de menor impacto, reduciendo las emisiones desde su origen. Brasil lideró esta transición con avances significativos, mientras que Costa Rica también implementó medidas similares como parte de su proceso de renovación de equipos.

Nuestros esfuerzos en Alcance 1 también incluyeron la reducción de emisiones derivadas de la combustión fija. Como parte de nuestra estrategia operativa, reemplazamos equipos que funcionaban con gas por alternativas más limpias. En mercados seleccionados, continuamos inaugurando restaurantes con cocinas totalmente eléctricas, eliminando el uso de gas en la preparación de alimentos y promoviendo un modelo energético más eficiente.

Las emisiones provenientes de la combustión móvil representaron una porción limitada de nuestra huella de Alcance 1, ya que no operamos una flota vehicular de gran escala. Dentro de esta categoría, nuestra principal iniciativa fue la transición gradual hacia vehículos impulsados por biodiésel, que generan emisiones significativamente menores en comparación con el diésel convencional y contribuyen a avanzar de manera incremental en la reducción de este tipo de emisiones.

**Fuimos reconocidos por McDonald's Global con el Global Circle of Excellence Award 2025 por nuestra labor en la reducción de emisiones de gases refrigerantes a gran escala, un logro que refleja el poder del trabajo en equipo y de una acción orientada a generar resultados concretos.**

### Consumo de combustibles<sup>1</sup>



<sup>1</sup> A excepción de Saint Martin.



## Emisiones gestionadas con iniciativas energéticas<sup>1</sup>

### ALCANCE 2

A medida que Arcos Dorados continuó expandiendo su red de restaurantes en 2025, satisfacer una creciente demanda energética mientras avanzaba en sus objetivos climáticos requirió un fuerte foco en la eficiencia. Como parte de nuestra estrategia climática, reforzamos nuestro trabajo para reducir las emisiones de Alcance 2 a través de dos líneas de acción complementarias: mejorar la eficiencia energética en nuestras operaciones y acelerar la transición hacia el uso de energía renovable.

La eficiencia energética es un elemento central de nuestra estrategia de Alcance 2 y un facilitador clave para el crecimiento sostenible. Todos los nuevos restaurantes están equipados con un sistema de gestión energética que monitorea el consumo de electricidad, identifica los equipos con mayor demanda energética y controla su funcionamiento. Este sistema favorece un desempeño más eficiente de los equipos, así como la regulación de la temperatura de los sistemas de aire acondicionado según las necesidades operativas. En algunos mercados, también permite medir el consumo de agua y gas, facilitando ajustes adicionales para optimizar el rendimiento.

### La eficiencia y las energías renovables se complementan para reducir las emisiones de nuestras operaciones.

Al mismo tiempo, continuamos ampliando el uso de energía renovable a través de tres mecanismos, seleccionados en función de su viabilidad técnica, los marcos regulatorios y las condiciones de cada

mercado. En conjunto, estas iniciativas contribuyeron a cubrir las necesidades energéticas de una red de restaurantes en expansión, al tiempo que reducían las emisiones asociadas a la electricidad adquirida.

La generación in situ desempeña un papel fundamental allí donde resulta técnica y financieramente viable. En 2025, México registró la mayor expansión de instalaciones solares en techos, con más de 60 restaurantes equipados con paneles solares. Este avance se sumó a proyectos ya existentes en Colombia, Guadalupe, Chile, Puerto Rico y Costa Rica, donde los paneles solares permiten que los restaurantes generen entre el 15% y el 50% de sus necesidades de electricidad.

También avanzamos en iniciativas basadas en parques solares dedicados en Chile y Brasil. Estos proyectos suministran electricidad renovable directamente a nuestros restaurantes y cuentan con el respaldo de certificados de energía renovable, complementando las instalaciones solares en techos y aumentando la proporción de energía renovable utilizada en nuestras operaciones.

Además, continuamos asegurando el acceso a electricidad renovable mediante acuerdos en mercados mayoristas y compras certificadas. En 2025, Panamá firmó un contrato que permitirá a 13 restaurantes abastecerse con electricidad 100% renovable a medida que evolucione el mercado energético local. Por su parte, Argentina comenzó a abastecer restaurantes con electricidad renovable proveniente de un proyecto de energía solar ubicado en la provincia de San Luis.

<sup>1</sup> A excepción de Saint Martin.

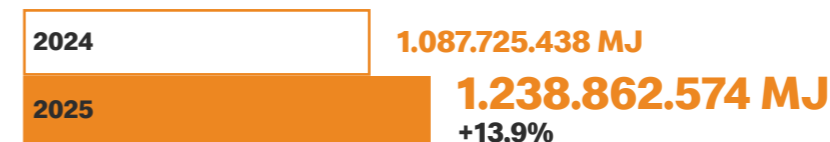
**54%**  
de la energía utilizada en nuestras operaciones es renovable



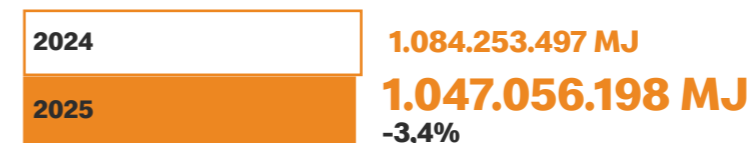
#### Consumo de energía dentro de la organización (MJ)



#### Consumo de energía renovable (MJ)



#### Consumo de energía no renovable (MJ)



#### Intensidad energética





## Reducir la intensidad de emisiones en nuestra cadena de valor

### ALCANCE 3

Reducir las emisiones de Alcance 3 requiere actuar más allá de nuestras operaciones. En 2025, continuamos impulsando iniciativas a lo largo de nuestra cadena de valor para promover prácticas productivas de menor intensidad de carbono, fortalecer la colaboración con sub-franquicias, mejorar la eficiencia logística y ampliar las prácticas de economía circular. Estos esfuerzos se enfocan en aquellas áreas donde las emisiones son más relevantes para nuestro negocio.



### Movilidad y optimización logística

Los socios logísticos son fundamentales para reducir las emisiones indirectas. Martin Brower completó la transición hacia el uso de electricidad 100% renovable en Brasil, reduciendo significativamente las emisiones de Alcance 2 asociadas a sus operaciones. La compañía también incorporó vehículos de menor emisión a su flota, incluido un camión eléctrico que opera en una ruta dedicada al abastecimiento de restaurantes en San Pablo.

Axionlog continuó mejorando la eficiencia de sus centros de distribución mediante la modernización de sistemas de iluminación, infraestructura y equipos de refrigeración con gases de menor impacto ambiental. En Chile comenzó a operar un nuevo centro de distribución más eficiente, mientras que en México las mejoras se enfocaron en incrementar el uso de iluminación natural y optimizar el consumo energético de las instalaciones logísticas.



### Reducción de residuos y economía circular

Disminuir la cantidad de residuos enviados a disposición final es otra herramienta clave para abordar las emisiones de Alcance 3, especialmente las emisiones de metano asociadas a los desechos. Durante el año incrementamos la cantidad de restaurantes que no envían residuos a relleno sanitario, ampliamos programas de compostaje y reciclaje, y desarrollamos proyectos de economía circular en diversos mercados, promoviendo una mejor separación de residuos, la recuperación de materiales y un uso más eficiente de los recursos.

[Leer más](#)



### La acción climática en las sub-franquicias

Las sub-franquicias desempeñan un papel clave en la gestión de las emisiones de Alcance 3 asociadas al consumo de energía en sus operaciones. Durante 2025, varios mercados avanzaron en acuerdos de energía renovable y medidas de eficiencia, transformando una ambición compartida en resultados concretos para todo el sistema.

En Argentina, dos sub-franquicias instalaron paneles solares en sus restaurantes de Neuquén y Tandil, sumándose a Arcos Dorados en la transición hacia energías renovables y demostrando cómo las iniciativas locales pueden acelerar el cambio a gran escala.

En Brasil, impulsados por la estrategia de sostenibilidad de Arcos Dorados, 42 franquiciados del sistema McDonald's, que representan 180 restaurantes distribuidos en siete estados, unieron esfuerzos para invertir en el desarrollo de una planta fotovoltaica compartida. La iniciativa, posible gracias a una alianza con EDP, amplía el acceso a energía limpia y fortalece el compromiso del sistema McDonald's con la agenda climática.

En Chile, un restaurante operado bajo un modelo de joint venture incorporó soluciones de energía renovable en sus operaciones, contribuyendo a reducir emisiones y promoviendo un uso más eficiente de la energía. Esta experiencia demuestra cómo distintos modelos de gestión pueden integrar criterios de sostenibilidad y escalar soluciones alineadas con nuestra estrategia climática.

### Proveedores que impulsan prácticas bajas en carbono

Una parte significativa de nuestras emisiones de Alcance 3 está vinculada a la producción agrícola y al procesamiento de alimentos. Durante el año, profundizamos el trabajo conjunto con proveedores clave para promover iniciativas que reduzcan las emisiones en el campo y mejoren la eficiencia en los procesos productivos.

En el abastecimiento de carne vacuna, continuamos trabajando con MBRF en Argentina, Brasil y Uruguay para fortalecer la trazabilidad y promover esquemas de abastecimiento diferenciados provenientes de productores con perfiles de emisión de menor impacto. Iniciativas como Marfrig Verde+ y Marfrig Cloud mejoran la visibilidad del establecimiento agropecuario y facilitan la identificación de proveedores con menor huella de carbono. Durante el año, los proyectos ganaderos implementados a través de estas iniciativas contribuyeron a reducir 497.616 tCO<sub>2</sub>e, reforzando el papel de la colaboración con proveedores en la descarbonización de la cadena de valor.

En la producción de papa, avanzamos junto a McCain en la implementación de prácticas de agricultura regenerativa. La producción se realizó en Argentina y abasteció a múltiples mercados, siguiendo el protocolo de agricultura regenerativa de McCain. Estas iniciativas son especialmente relevantes dado que las emisiones generadas a nivel de campo representan el componente más significativo de la huella ambiental de nuestro sector.

También continuamos involucrando a proveedores que ya cuentan con metas basadas en la ciencia o que se encuentran avanzando hacia su adopción. El diálogo se centró en la incorporación de energías renovables, mejoras operativas y proyectos de reducción de emisiones en procesos agrícolas e industriales.

Esto incluyó el trabajo conjunto con proveedores de aceites para impulsar iniciativas de eficiencia en el campo y en las operaciones, así como con productores lácteos en Argentina que abastecen productos para helados y McCafé, donde mejoras en productividad y alimentación animal contribuyeron a la reducción de emisiones.

[Leer más](#)



# Diseño con la sostenibilidad en mente

A través de nuestro Programa de Desarrollo y Construcción Sostenible, incorporamos criterios de eficiencia tanto en las nuevas aperturas como en las modernizaciones de restaurantes. Las iniciativas, algunas obligatorias y otras opcionales, se centran en la conservación de la energía y el agua, las prácticas circulares y la generación de impacto positivo en las comunidades.



## Eficiencia energética

Tecnologías inteligentes y equipos de alta eficiencia que reducen el consumo eléctrico en nuestros restaurantes. Desde sistemas avanzados de climatización y refrigerantes de bajo potencial de calentamiento global hasta iluminación LED y sensores de movimiento, cada componente está diseñado para optimizar el uso de energía sin comprometer el desempeño operativo.



## Economía circular

Sistemas integrados de separación de residuos dentro y fuera de los restaurantes. Desde estaciones de reciclaje para clientes y puntos de clasificación externos hasta la recolección de aceite usado y la recuperación de residuos de construcción, estas prácticas ayudan a evitar la disposición final de materiales y promueven un uso más circular de los recursos.



## Eficiencia hídrica

Soluciones que reducen el consumo de agua y promueven su uso responsable en nuestros restaurantes. Desde sistemas de recuperación de agua de lluvia y condensación hasta artefactos de bajo caudal, inodoros de doble descarga y paisajismo con especies de bajo requerimiento hídrico, cada elemento contribuye a optimizar este recurso manteniendo los estándares operativos.



## Impacto en la comunidad

Valor compartido más allá de nuestras operaciones. Desde baños de género neutro hasta cicletteros, espacios amigables para mascotas y cargadores para vehículos eléctricos, cada elemento mejora la accesibilidad y fortalece el vínculo con las comunidades. La comunicación de estas iniciativas también contribuye a involucrar a nuestros clientes y grupos de interés en nuestro camino hacia la sostenibilidad.



# Repensar los residuos, una acción a la vez

Para nosotros, reducir residuos implica rediseñar procesos, recuperar materiales y encontrar destinos más inteligentes para cada recurso que utilizamos. A lo largo de nuestras operaciones trabajamos para mantener los materiales en circulación durante el mayor tiempo posible, minimizando la disposición final y fortaleciendo soluciones circulares.

Dentro de este enfoque, Brasil se destaca como un caso de referencia. Para fines de 2025, 238 restaurantes ya operaban bajo el modelo de cero residuos a relleno sanitario, garantizando que los residuos no reciclables sean derivados a procesos de coprocesamiento para ser utilizados como combustible alternativo en hornos de cemento.

Nuestra estrategia de economía circular también incluye la recuperación de aceite de cocina usado, la implementación de sistemas de logística inversa para cartón, la expansión de programas de compostaje, la donación de excedentes de alimentos y el fortalecimiento de criterios de packaging responsable. Cada iniciativa contribuye a reducir el impacto ambiental y mejorar la eficiencia en el uso de recursos a lo largo de nuestra cadena de valor.

**238**  
restaurantes con cero residuos a relleno sanitario

## Una segunda vida para el aceite de cocina

La recuperación y reutilización del aceite de cocina usado es un componente clave de nuestra estrategia de economía circular. En nuestros restaurantes implementamos sistemas de recolección alineados con las regulaciones locales para garantizar una gestión segura, trazabilidad y recuperación eficiente.

La mayor parte del aceite recolectado se transforma en biocombustibles. Este proceso permite reintroducir el material en la cadena de valor, reduciendo el impacto ambiental y generando valor económico a través del mercado de recuperación de aceites.

**La circularidad a toda velocidad: nuestro aceite usado volvió a la vida como biodiésel para la Fórmula 1 en São Paulo.**



Como Patrocinador Oficial de la Fórmula 1 en América Latina, extendimos este modelo circular más allá de nuestros restaurantes. Gracias a una alianza específica, el aceite de cocina usado recolectado en nuestros locales fue transformado en biodiésel para abastecer parte de los generadores utilizados durante el Gran Premio de San Pablo. Durante el fin de semana de la carrera, también se recuperaron aproximadamente 700 litros de aceite utilizados en nuestro kiosco dentro del evento, que fueron destinados nuevamente a la producción de biodiésel.

**5.229.990,88**  
litros de aceite recuperados

**+19%**  
vs 2024

**10.000**  
litros de biocombustible producidos a partir del aceite recuperado en nuestros restaurantes como parte de la iniciativa de circularidad desarrollada para el Gran Premio de San Pablo de Fórmula 1.





## De vuelta a la caja

Los residuos representan un desafío operativo importante, pero también una gran oportunidad. Sabemos que nuestra red logística desempeña un papel fundamental para gestionarlos de manera eficiente. A través de sistemas de logística inversa, recolectamos cartón y materiales de empaque de nuestros restaurantes para asegurar su reciclaje y reincorporación a usos productivos.

Más allá del reciclaje tradicional, impulsamos iniciativas circulares que permiten que los materiales regresen a nuestra propia cadena de valor transformados en nuevos productos utilizados en nuestros restaurantes, fortaleciendo soluciones de menor impacto y una mayor trazabilidad.

### Packaging circular, de vuelta a donde pertenece.

En México, mediante una alianza con Biopappel, más de 18 toneladas de envases descartados provenientes de 11 restaurantes fueron recicladas y transformadas en bolsas para delivery elaboradas con papel 100% reciclado, reincorporando los materiales a nuestras operaciones.

En Brasil, nuestro programa de logística inversa para vasos de papel, desarrollado junto con BO Packaging e IBEMA, ha recuperado más de 831.522 unidades desde 2023, incluyendo 247.122 vasos durante 2025. Recolectados en 11 restaurantes, estos materiales son enviados a las instalaciones industriales de IBEMA, donde se reciclan y transforman en nuevos envases.



En Puerto Rico, implementamos la iniciativa Robot de Reciclaje en los 94 restaurantes del país. Esta experiencia educativa y lúdica busca incentivar a niños y niñas a reciclar los envases de la Cajita Feliz y aprender sobre el cuidado del ambiente. Los materiales depositados en los puntos de recolección con forma de robot son recuperados por Martin Brower y entregados a IFCO Recycling Inc., donde el cartón es procesado como materia prima para distintas industrias, promoviendo soluciones de economía circular más allá de nuestras operaciones.

También en Brasil impulsamos la circularidad a través de una alianza con Huhtamaki. Durante 2025, 58 toneladas de cartón generadas en nuestros restaurantes fueron reincorporadas como materia prima para la producción de nuevos portavasos, cerrando el ciclo dentro de nuestro propio sistema de packaging.

**1.454 toneladas de cartón recuperadas**

**+55% vs 2024**

**+5 millones de cajas de cartón equivalentes**



Durante más de 20 años, la alianza entre BO Packaging y Arcos Dorados ha demostrado que la innovación sostenible es posible cuando existe una visión compartida. Juntos hemos desarrollado vasos, envases y tapas biodegradables, compostables y reciclables, implementados inicialmente en Chile y con potencial para escalar a nuevos mercados de América Latina.



**Macarena Obach**

Directora de BO Packaging



## Cerrar el ciclo de los alimentos

El compostaje continúa expandiéndose como parte de nuestro enfoque de economía circular. En 2025, Chile y Colombia ampliaron sus iniciativas existentes, incrementando tanto el volumen de residuos orgánicos recuperados como la cantidad de restaurantes participantes, fortaleciendo aún más nuestro enfoque hacia sistemas alimentarios circulares.

Brasil continúa siendo el principal referente. Durante 2025, 76 restaurantes incorporaron sistemas de compostaje en sus operaciones. Entre ellos, tres establecimientos cuentan con sistemas de compostaje in situ, utilizando máquinas especializadas o unidades de compostaje termofílico para gestionar los residuos orgánicos directamente en el restaurante.

El compost generado a través de estas iniciativas se utiliza en huertas locales para cultivar vegetales que se comparten con los colaboradores y se destinan a proyectos comunitarios, creando un vínculo tangible entre la gestión de residuos y la producción local de alimentos.

## Residuos orgánicos transformados en compost que impulsan huertas locales y espacios de aprendizaje comunitario.

El programa también fortalece el vínculo con las comunidades. Cada mes, niños, niñas y jóvenes de escuelas públicas visitan restaurantes en Brasil para aprender sobre sistemas alimentarios circulares y prácticas sostenibles. Solo en 2025, más de 19 escuelas y 700 estudiantes participaron de estas experiencias educativas.

## Mantener los alimentos en circulación

Reducir el desperdicio de alimentos implica identificar ingredientes que han perdido valor comercial, pero que continúan siendo seguros y aptos para el consumo. Al redireccionar estos productos, contribuimos a prevenir el desperdicio alimentario y, al mismo tiempo, apoyar a personas en situación de vulnerabilidad.

En Brasil, a través de programas de donación implementados tanto en restaurantes operados por la compañía como en locales sub-franquiados, recuperamos alimentos y los entregamos a organizaciones sociales, reduciendo residuos y generando valor social.

En 2025, nuestro socio logístico Martin Brower fortaleció este esfuerzo mediante la donación de 32 toneladas de comida a bancos de alimentos como parte de sus prácticas de gestión responsable de inventarios.

**64**  
toneladas de alimentos donadas desde nuestros restaurantes

**510**  
restaurantes participantes en la iniciativa

**385.000**  
raciones equivalentes entregadas

**358**  
organizaciones sociales beneficiadas

## Textiles en movimiento

En Brasil y Chile, los uniformes fuera de uso son recuperados directamente desde los restaurantes mediante un sistema de logística inversa. En Brasil, las prendas recolectadas se envían a nuestro proveedor de uniformes, Ideal Work, donde las telas son recicladas y transformadas en nuevos delantales para McCafé.

**1,53 toneladas**  
de uniformes fuera de uso recuperados

**1.323**  
delantales McCafé producidos

**435**  
toneladas de residuos orgánicos compostados

**135**  
restaurantes con iniciativas de compostaje



En Ideal Work, la sostenibilidad es una parte integral de nuestra estrategia y orienta nuestras decisiones en materia de innovación, operaciones y relacionamiento con clientes. A través de Ecowork, desarrollamos un modelo de circularidad para uniformes que incluye logística inversa, trazabilidad y disposición ambientalmente adecuada, promoviendo la reincorporación de materiales reutilizables a la cadena de producción textil y reduciendo los impactos ambientales. Nuestra certificación ISO 14001 también respalda este compromiso.

La alianza con Arcos Dorados representa un paso significativo para integrar la economía circular en la cadena de valor, contribuyendo de manera concreta al fortalecimiento de los compromisos ASG de la compañía mediante eficiencia, transparencia y creación de valor compartido. En 2025, se recolectaron y gestionaron adecuadamente 1,53 toneladas de uniformes fuera de uso. Seguimos comprometidos con ampliar este impacto, convencidos de que la colaboración es el camino más sólido para construir cadenas de valor más sostenibles y responsables.



**Kátia Silva**  
Ambassador Manager  
ECOWORK



10.268

• toneladas de material reciclado en nuestro embalaje • t



## Cuando la música se encuentra con la circularidad

En toda la región, nuestra presencia en grandes festivales de música fue mucho más que la instalación de operaciones temporales para atender a miles de asistentes. En Argentina, Brasil, Chile y Colombia incorporamos sistemas de gestión de residuos, soluciones de economía circular y acciones de educación ambiental, adaptando nuestros restaurantes y estructuras temporales a los estándares de sostenibilidad de cada evento.

Estas iniciativas combinaron diseños modulares y accesibles, sistemas de separación de residuos en origen, logística inversa, compostaje, recuperación de aceite de cocina usado y programas de donación de alimentos. Al integrar estas prácticas en operaciones temporales, demostramos cómo los eventos masivos pueden convertirse en plataformas concretas para promover la circularidad, el consumo responsable y la conciencia ambiental.

## Fuimos reconocidos con el Premio Caio 2025 por el mayor desempeño en responsabilidad ambiental en Lollapalooza Brasil.

Un factor clave detrás de estos resultados fue el equipo de sostenibilidad presente en cada evento. En todos los mercados, personal especializado apoyó la separación de residuos, orientó a los asistentes sobre las prácticas correctas de disposición y coordinó la recuperación de materiales en el lugar. Más allá del apoyo operativo, estos equipos también desempeñaron un rol educativo, ayudando a traducir nuestros compromisos de sostenibilidad en acciones visibles durante toda la experiencia del festival.

**500 kg**  
de residuos orgánicos compostados  
en Lollapalooza Brasil y Chile

Operación **100%**  
libre de plásticos de un solo uso  
en Estéreo Picnic, Colombia

**1.330**  
litros de aceite de cocina  
usado recuperados en  
Lollapalooza Chile, Brasil  
y Argentina

**+700**  
envases intercambiados  
por cupones mediante  
una iniciativa de máquinas  
de reciclaje  
en Lollapalooza Brasil





## Packaging inteligente

El packaging es esencial para garantizar la seguridad alimentaria, la calidad de los productos y la experiencia de nuestros clientes. Al mismo tiempo, representa una proporción significativa de los materiales que ponemos en el mercado. Nuestro enfoque se centra en mejorar la selección de materiales, incrementar el contenido renovable y reciclado, y diseñar envases que faciliten su recuperación y gestión responsable al final de su vida útil.

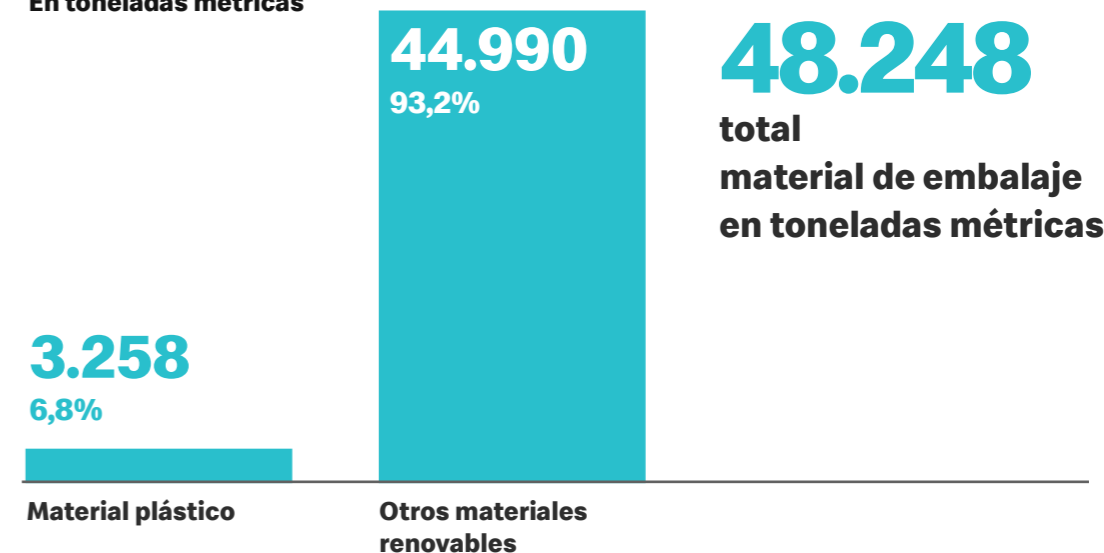
Priorizamos materiales provenientes de fuentes renovables o certificadas y ampliamos el uso de contenido reciclado siempre que las regulaciones de seguridad alimentaria lo permiten. Una proporción creciente de nuestros envases está elaborada con fibras certificadas con gestión forestal responsable. Además, continuamos reduciendo el uso de plástico virgen mediante la sustitución de materiales y la optimización del diseño. El contenido reciclado se incorpora en componentes que no están en contacto directo con los alimentos, en línea con los requisitos regulatorios aplicables.

Desde 2017, hemos reducido los plásticos de un solo uso mediante iniciativas de rediseño de productos y sustitución de materiales, incluyendo la eliminación de determinados artículos plásticos para el consumo dentro de los restaurantes y su reemplazo por alternativas basadas en fibras. Estos cambios contribuyen a disminuir el volumen total de residuos plásticos que generamos.

También trabajamos para mejorar la reciclabilidad simplificando las estructuras de los materiales y alineando los formatos de packaging con los sistemas locales de gestión de residuos. Al monitorear los tipos y cantidades de materiales utilizados, incluidos los plásticos y las fibras renovables, fortalecemos la transparencia y promovemos una gestión más responsable de los recursos a lo largo de nuestra cadena de valor.

### Material de embalaje

En toneladas métricas



**21,3%** de materiales reciclados utilizados en nuestros envases que no están en contacto directo con alimentos

**10.268 toneladas** de materiales reciclados



Contenido

Somos

Equipo

Abastecimiento

Familias

Comunidad

Ambiente

GRI&SASB

# GRI & SASB





# Índice GRI

## Declaración de uso

Arcos Dorados ha elaborado el informe conforme a los Estándares GRI para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025.

## GRI 1 usado

GRI 1: Fundamentos 2021

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA																																								
<b>La organización y sus prácticas de reporte</b>																																											
<b>GRI 2: Contenidos Generales 2021</b>	2-1 Detalles de la organización	Las oficinas ejecutivas principales de Arcos Dorados Holdings Inc. están ubicadas en Río Negro 1338, Primer Piso, Montevideo, Uruguay.																																									
	2-2 Entidades incluidas en el reporte de sustentabilidad de la organización	Adcon S.A.; Administrative Development Company; Aduy S.A.; Alimentos Arcos Dorados de Venezuela C.A.; Alimentos Latinoamericanos Venezuela ALV, C.A.; Arcgold del Ecuador, S.A.; Arcos del Sur, S.R.L.; Arcos Dorados Argentina S.A.; Arcos Dorados Aruba N.V.; Arcos Dorados B.V.; Arcos Dorados Caribbean Development Corp.; Arcos Dorados Colombia S.A.S.; Arcos Dorados Costa Rica ADCR, S.A.; ADCR Inmobiliaria, S.A.; Arcos Dorados Curazao N.V.; Arcos Dorados Development B.V.; Arcos Dorados Guayana Francesa; Arcos Dorados Group B.V.; Arcos Dorados Guadalupe; Arcos Dorados Martinica; Arcos Dorados Panamá, S.A.; Arcos Dorados Puerto Rico, LLC.; Arcos Dorados Restaurantes de Chile Ltda.; Arcos de Valparaíso SpA.; Arcos Dorados Trinidad Limited; Arcos Dorados USVI, Inc. (St. Croix); Arcos Dourados Comércio de Alimentos S.A.; Arcos Dourados Restaurantes Ltda.; Arcos SerCal Inmobiliaria, S. de R.L. de C.V.; Restaurantes ADMX, S. de R.L. de C.V.; Arcos Dorados BraPa S.A.; Compañía de Inversiones Inmobiliarias S.A.; Complejo Agropecuario Cárnico (Cárnicos), C.A.; Arcos Dorados Uruguay S.A.; Gerencia Operativa ARC, C.A.; Compañía Operativa de Alimentos COR, C.A.; Golden Arch Development LLC. LatAm, LLC.; Logistics and Manufacturing LOMA Co.; Management Operations Company; Operaciones Arcos Dorados de Perú, S.A.; Sistemas Central America, S.A.; Sistemas McOpCo Panamá, S.A.; Arcos Dorados Latam LLC; Arcos Mendocinos S.A.; Arcos Dourados Empreendimentos Imobiliários Ltda.; ADC Real Estate SpA; AD Inmobiliaria Colombia S.A.S.; Sociedad de Inversiones CSL Ltd.; AD Real Estate S.A.; Arcos Dorados Cluster B.V.																																									
	2-3 Período de reporte, frecuencia y punto de contacto	<b>Punto de contacto</b>																																									
	2-4 Reexpresiones de información			4																																							
	2-5 Verificación externa			4																																							
<b>Actividades y equipos de trabajo</b>																																											
<b>GRI 2: Contenidos Generales 2021</b>	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales		8-11																																								
	2-7 Empleo	100% de los colaboradores permanentes. No se realizaron supuestos ni estimaciones para recopilar los datos de colaboradores. No hubo fluctuaciones significativas en la cantidad de colaboradores.	20																																								
	2-8 Personas que trabajan en la organización y no son empleadas	3.909 personas contratadas a través de acuerdos con terceros, compuestas por: 2.622 miembros del personal contratados a través de socios externos. 1.287 personas de seguridad contratadas mediante proveedores especializados de servicios de seguridad.																																									
<b>Gobernanza</b>																																											
<b>GRI 2: Contenidos Generales 2021</b>	2-9 Estructura y composición de la gobernanza	La gobernanza de Arcos Dorados está liderada por su Directorio, responsable de supervisar la estrategia y la gestión de la compañía. El Directorio está integrado por once miembros, incluidos siete directores independientes, cuya experiencia combinada en diversos sectores contribuye a una toma de decisiones informada y orientada al largo plazo. El Equipo de Alta Dirección está conformado por 18 ejecutivos responsables de áreas clave como operaciones, finanzas, sostenibilidad, cadena de suministro, marketing, personas y cultura, entre otras disciplinas. El Directorio de Arcos Dorados cuenta con los siguientes comités: Comité de Auditoría: integrado por cuatro directores independientes. Brinda apoyo en la supervisión de auditorías, controles internos, reportes financieros y comunicaciones externas. Comité de Compensaciones y Nominaciones: integrado por tres directores. Es responsable de los nombramientos ejecutivos, la evaluación del desempeño, las compensaciones y los incentivos de largo plazo. Comité de Finanzas: integrado por tres directores. Apoya la definición de la estrategia financiera, las políticas financieras y la asignación de capital.																																									
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>COMPOSICIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA</th> <th>%</th> <th>COMPOSICIÓN DEL EQUIPO DE LIDERAZGO</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Distribución por género</b></td> <td></td> <td><b>Distribución por género</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Masculino</td> <td>73%</td> <td>Masculino</td> <td>82%</td> </tr> <tr> <td>Femenino</td> <td>27%</td> <td>Femenino</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td><b>Distribución por edad</b></td> <td></td> <td><b>Distribución por edad</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Entre 31 y 50 años</td> <td>18%</td> <td>Entre 31 y 50 años</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>Más de 51 años</td> <td>82%</td> <td>Más de 51 años</td> <td>76%</td> </tr> <tr> <td><b>Distribución por género</b></td> <td></td> <td><b>Distribución por región</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Latinoamérica</td> <td>100%</td> <td>Latinoamérica</td> <td>94%</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Europea</td> <td>6%</td> </tr> </tbody> </table>	COMPOSICIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA	%	COMPOSICIÓN DEL EQUIPO DE LIDERAZGO	%	<b>Distribución por género</b>		<b>Distribución por género</b>		Masculino	73%	Masculino	82%	Femenino	27%	Femenino	18%	<b>Distribución por edad</b>		<b>Distribución por edad</b>		Entre 31 y 50 años	18%	Entre 31 y 50 años	24%	Más de 51 años	82%	Más de 51 años	76%	<b>Distribución por género</b>		<b>Distribución por región</b>		Latinoamérica	100%	Latinoamérica	94%			Europea	6%	
COMPOSICIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA	%	COMPOSICIÓN DEL EQUIPO DE LIDERAZGO	%																																								
<b>Distribución por género</b>		<b>Distribución por género</b>																																									
Masculino	73%	Masculino	82%																																								
Femenino	27%	Femenino	18%																																								
<b>Distribución por edad</b>		<b>Distribución por edad</b>																																									
Entre 31 y 50 años	18%	Entre 31 y 50 años	24%																																								
Más de 51 años	82%	Más de 51 años	76%																																								
<b>Distribución por género</b>		<b>Distribución por región</b>																																									
Latinoamérica	100%	Latinoamérica	94%																																								
		Europea	6%																																								




ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA
<b>Gobernanza</b>			
<b>GRI 2: Contenidos Generales 2021</b>	2-10 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	<b>20-F</b>	
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	El Sr. Woods Staton se desempeña como Presidente Ejecutivo del Directorio y ocupa una posición diferenciada de la del equipo ejecutivo de alta dirección de la organización.	
	2-12 Rol del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de impactos		15
	2-13 Delegación de responsabilidad para la gestión de impactos		15
	2-14 Papel del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad		15
	2-15 Conflictos de interés		16
	2-16 Comunicación de preocupaciones críticas	La cantidad de asuntos críticos reportados formalmente al máximo órgano de gobierno no fue relevada durante el período.	
	2-17 Conocimiento colectivo del máximo órgano de gobierno	Los miembros del Equipo de Alta Dirección participan activamente en foros sectoriales, asociaciones y espacios especializados con el fin de mantenerse informados sobre tendencias emergentes y mejores prácticas en materia de desarrollo sostenible.	
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	<b>20-F</b>	
	2-19 Políticas de remuneración	Durante el período reportado, Arcos Dorados no contaba con una política formal de remuneración. La compañía divulga los procesos utilizados para determinar las compensaciones e incentivos en el contenido GRI 2-20.	
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	Como parte de su propuesta de valor para los colaboradores, la compañía ofrece una compensación competitiva diseñada para reconocer y recompensar el desempeño. Su esquema de remuneración combina salarios fijos, incentivos de corto plazo e incentivos de largo plazo, promoviendo la consistencia, la equidad y la alineación con las prácticas de mercado en todos los países donde opera. Los salarios fijos se definen a nivel local en cada país a partir de referencias de mercado, con el objetivo de garantizar la equidad interna y la competitividad para posiciones equivalentes. La gestión salarial se basa en criterios de mérito y procesos de promoción, supervisados por responsables locales y regionales de compensaciones y regulados mediante una matriz de aprobación liderada por el equipo de Auditoría. El Comité de Compensaciones ejerce la supervisión y aprobación final. Los incentivos de corto plazo para los colaboradores elegibles se aplican de manera consistente en todos los mercados, mediante criterios de cálculo claros y estandarizados. Este proceso es administrado por los equipos locales y regionales de compensaciones, bajo la supervisión del Comité de Compensaciones y con aprobación anual de los indicadores de desempeño por parte del CEO, para asegurar su alineación con los objetivos corporativos. Los incentivos de largo plazo para los colaboradores elegibles son aplicables en todos los mercados y establecen las reglas para la gestión de planes de compensación basados en acciones. El Comité de Compensaciones define el marco de políticas, mientras que el equipo Corporativo de Compensaciones es responsable de su implementación. Las decisiones en materia de compensación se revisan periódicamente para asegurar su alineación con la estrategia de negocio, los resultados de desempeño y las condiciones del mercado.	
2-21 Ratio de compensación total anual	La relación de compensación anual es considerada información competitiva confidencial y no es divulgada por la compañía.		
<b>Estrategia, políticas y prácticas</b>			
<b>GRI 2: Contenidos Generales 2021</b>	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible		3
	2-23 Compromisos de política		14
	2-24 Incorporación de compromisos		14, 16
	2-25 Procesos para remediar impactos negativos		16
	2-26 Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes		16
	2-27 Cumplimiento de leyes y reglamentos	La Compañía cumple con todas las leyes y regulaciones aplicables en los países donde opera.	
	2-28 Asociaciones de miembros		13



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA																																								
<b>Participación de los grupos de interés</b>																																											
<b>GRI 2: Contenidos Generales 2021</b>	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés partes interesadas		5																																								
	2-30 Acuerdos de negociación colectiva	<p style="text-align: center;"><b>Porcentaje del total de empleados cubiertos por convenios colectivos</b></p> <table border="1"> <tr><td>Brasil</td><td>100%</td></tr> <tr><td>Argentina</td><td>97%</td></tr> <tr><td>Aruba</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Curazao</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Chile</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Colombia</td><td>81%</td></tr> <tr><td>Ecuador</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Perú</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Trinidad y Tobago</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Uruguay</td><td>97%</td></tr> <tr><td>Venezuela</td><td>76%</td></tr> <tr><td>Costa Rica</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Guayana Francesa</td><td>100%</td></tr> <tr><td>Guadalupe</td><td>100%</td></tr> <tr><td>Martinica</td><td>100%</td></tr> <tr><td>México</td><td>92%</td></tr> <tr><td>Panamá</td><td>84%</td></tr> <tr><td>Puerto Rico</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Saint Croix</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Saint Thomas</td><td>0%</td></tr> </table>	Brasil	100%	Argentina	97%	Aruba	0%	Curazao	0%	Chile	0%	Colombia	81%	Ecuador	0%	Perú	0%	Trinidad y Tobago	0%	Uruguay	97%	Venezuela	76%	Costa Rica	0%	Guayana Francesa	100%	Guadalupe	100%	Martinica	100%	México	92%	Panamá	84%	Puerto Rico	0%	Saint Croix	0%	Saint Thomas	0%	
Brasil	100%																																										
Argentina	97%																																										
Aruba	0%																																										
Curazao	0%																																										
Chile	0%																																										
Colombia	81%																																										
Ecuador	0%																																										
Perú	0%																																										
Trinidad y Tobago	0%																																										
Uruguay	97%																																										
Venezuela	76%																																										
Costa Rica	0%																																										
Guayana Francesa	100%																																										
Guadalupe	100%																																										
Martinica	100%																																										
México	92%																																										
Panamá	84%																																										
Puerto Rico	0%																																										
Saint Croix	0%																																										
Saint Thomas	0%																																										
<b>Temas materiales</b>																																											
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-1. Proceso para determinar temas materiales		6																																								
	3-2 Lista de temas materiales		6																																								
<b>Tema material: Salud y Seguridad</b>																																											
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3 Gestión del tema material		24, 25																																								
<b>GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo 2018</b>	403-1 Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo		25																																								
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes		25																																								
	403-3 Servicios de salud en el trabajo		21, 25																																								
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo		24, 25																																								
	403-5 Formación de los trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		25																																								
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores		25																																								
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante relaciones comerciales		24, 25																																								
	403-8 Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo		25																																								



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA																								
<b>Tema material: Salud y seguridad</b>																											
<b>GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo 2018</b>	403-9 Lesiones por accidente laboral	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>SLAD</th> <th>NOLAD</th> <th>BRASIL</th> </tr> <tr> <th></th> <th>Q</th> <th>Q</th> <th>Q</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="4"><b>Para todos los empleados</b></td> </tr> <tr> <td>Fatalidad laboral</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Lesiones laborales de alta consecuencia</td> <td>72</td> <td>5</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Lesiones laborales registradas</td> <td>2,338</td> <td>545</td> <td>574</td> </tr> </tbody> </table> <p>Durante el período reportado, no se contó con información suficiente para reportar el total de horas trabajadas, las tasas asociadas ni los datos relacionados con personas que no son colaboradores, pero que realizan tareas dentro de las operaciones de Arcos Dorados.</p>		SLAD	NOLAD	BRASIL		Q	Q	Q	<b>Para todos los empleados</b>				Fatalidad laboral	0	1	0	Lesiones laborales de alta consecuencia	72	5	5	Lesiones laborales registradas	2,338	545	574	
		SLAD	NOLAD	BRASIL																							
	Q	Q	Q																								
<b>Para todos los empleados</b>																											
Fatalidad laboral	0	1	0																								
Lesiones laborales de alta consecuencia	72	5	5																								
Lesiones laborales registradas	2,338	545	574																								
	403-10 Dolencias y enfermedades laborales	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>SLAD</th> <th>NOLAD</th> <th>BRASIL</th> </tr> <tr> <th></th> <th>2025</th> <th>2025</th> <th>2025</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="4"><b>Para todos los empleados</b></td> </tr> <tr> <td>Fatalidades por enfermedades laborales relacionadas con el trabajo</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Casos registrables de enfermedades laborales relacionadas con el trabajo</td> <td>20</td> <td>0</td> <td>304</td> </tr> </tbody> </table> <p>Durante el período reportado, no se contó con información suficiente para reportar el total de horas trabajadas, las tasas asociadas ni los datos relacionados con personas que no son colaboradores, pero que realizan tareas dentro de las operaciones de Arcos Dorados.</p>		SLAD	NOLAD	BRASIL		2025	2025	2025	<b>Para todos los empleados</b>				Fatalidades por enfermedades laborales relacionadas con el trabajo	0	0	0	Casos registrables de enfermedades laborales relacionadas con el trabajo	20	0	304					
	SLAD	NOLAD	BRASIL																								
	2025	2025	2025																								
<b>Para todos los empleados</b>																											
Fatalidades por enfermedades laborales relacionadas con el trabajo	0	0	0																								
Casos registrables de enfermedades laborales relacionadas con el trabajo	20	0	304																								
<b>Tema Material: Empleo Joven</b>																											
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3 Gestión del tema material		52, 57																								
<b>Tema material: Respeto por los derechos humanos</b>																											
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3 Gestión del tema material	<p>El respeto por los derechos humanos es un principio fundamental que orienta la forma en que la compañía opera y crece. Este compromiso está integrado en sus valores, en sus Estándares de Conducta Empresarial y en su enfoque para construir un negocio que genere valor a largo plazo, tratando a las personas con dignidad, equidad y respeto. La compañía está comprometida con brindar un entorno de trabajo seguro, inclusivo y respetuoso. Todos los colaboradores reciben capacitación obligatoria sobre acoso, discriminación y violencia en el lugar de trabajo. Además, las nuevas incorporaciones completan un programa de formación en línea basado en situaciones reales y certifican su comprensión de estos principios como parte de su proceso de inducción. Asimismo, espera que sus proveedores mantengan los mismos estándares de respeto y responsabilidad que rigen sus propias operaciones. Todos los proveedores deben cumplir con el Código de Conducta para Proveedores, que prohíbe el trabajo infantil, el trabajo forzoso y las restricciones a la libertad de asociación, y exige el cumplimiento de la legislación laboral local y de estándares laborales reconocidos internacionalmente. Con el objetivo de fortalecer la supervisión de la cadena de suministro, en 2025 la compañía migró su programa de auditorías de Responsabilidad Social Corporativa al marco SMETA de 4 pilares de SEDEX. Este sistema, reconocido internacionalmente, permite evaluar prácticas laborales, salud y seguridad, gestión ambiental e integridad empresarial. Estos procesos, junto con el relacionamiento continuo con proveedores y la capacitación interna de los equipos de cadena de suministro, contribuyen a identificar, monitorear y gestionar potenciales riesgos en materia de derechos humanos. El compromiso con los derechos humanos también se extiende a las comunidades donde opera la compañía. Todas las alianzas con organizaciones no gubernamentales incluyen una cláusula de derechos humanos para asegurar la alineación con sus valores de igualdad, trato justo y trabajo decente. En todas estas iniciativas, la compañía se alinea con la Política de Derechos Humanos de McDonald's Corporation, basada en marcos internacionales reconocidos, como la Declaración Universal de los Derechos Humanos y los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos.</p>																									
<b>GRI 406 No discriminación 2016</b>	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	<p>En 2025, se registraron 300 incidentes relacionados con discriminación y diversidad, todos los cuales fueron evaluados por la organización. Al cierre del período: 250 casos ya no estaban sujetos a acciones adicionales. 3 planes de remediación continuaban en curso. Durante el año se implementaron 39 planes de remediación como parte de los procesos habituales de revisión y gestión interna de la compañía.</p>																									
<b>GRI 408 Trabajo infantil 2016</b>	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil		29																								
<b>GRI 409 Trabajo forzoso u obligatorio 2016</b>	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio		29																								



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA																																									
<b>Tema material: Diversidad e Inclusión</b>																																												
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3 Gestión del tema material	Como parte de su estrategia de diversidad e inclusión, Arcos Dorados implementó la plataforma de comunicación "McDonald's Vio en Mí", orientada a promover la sensibilización, la representación y el sentido de pertenencia dentro de la organización. La iniciativa da visibilidad a las experiencias y trayectorias profesionales de los colaboradores, destacando perspectivas diversas y fortaleciendo una cultura laboral inclusiva. Durante 2025, la campaña se centró en tres prioridades clave de inclusión: Equidad de género, Inclusión de personas LGBTQIA+, Inclusión de personas con discapacidad. Las acciones se desarrollaron en el marco del Día Internacional de la Mujer, el Mes del Orgullo y el Día Internacional de las Personas con Discapacidad, e incluyeron testimonios de colaboradores y comunicaciones de sensibilización diseñadas para promover el respeto, la representación y la igualdad de oportunidades en toda la fuerza laboral.	26																																									
<b>GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades 2016</b>	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">Género</th> <th colspan="3">Edad</th> </tr> <tr> <th>H</th> <th>M</th> <th>-30 años</th> <th>31 - 50 años</th> <th>+50 años</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Directorio</td> <td>73%</td> <td>27%</td> <td>0</td> <td>18%</td> <td>82%</td> </tr> <tr> <td>Equipo senior de liderazgo</td> <td>82%</td> <td>18%</td> <td>0</td> <td>24%</td> <td>76%</td> </tr> <tr> <td>Staff</td> <td>46%</td> <td>54%</td> <td>17%</td> <td>71%</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>Operaciones – gerencia de negocio/restaurante y equipo</td> <td>45%</td> <td>55%</td> <td>62%</td> <td>36%</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Crew</td> <td>45%</td> <td>55%</td> <td>89%</td> <td>10%</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>		Género		Edad			H	M	-30 años	31 - 50 años	+50 años	Directorio	73%	27%	0	18%	82%	Equipo senior de liderazgo	82%	18%	0	24%	76%	Staff	46%	54%	17%	71%	12%	Operaciones – gerencia de negocio/restaurante y equipo	45%	55%	62%	36%	2%	Crew	45%	55%	89%	10%	1%	26
	Género			Edad																																								
	H	M	-30 años	31 - 50 años	+50 años																																							
Directorio	73%	27%	0	18%	82%																																							
Equipo senior de liderazgo	82%	18%	0	24%	76%																																							
Staff	46%	54%	17%	71%	12%																																							
Operaciones – gerencia de negocio/restaurante y equipo	45%	55%	62%	36%	2%																																							
Crew	45%	55%	89%	10%	1%																																							
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	La relación correspondiente es considerada información competitiva confidencial y no es divulgada por la compañía.																																										
<b>Tema material: Abastecimiento responsable</b>																																												
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3 Gestión del tema material		28-39																																									
<b>GRI 204 Prácticas de adquisición 2016</b>	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales		28																																									
<b>GRI 308 Evaluación ambiental de proveedores 2016</b>	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con criterios ambientales		30																																									
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		30																																									
<b>GRI 414 Evaluación social de los proveedores 2016</b>	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales		30																																									
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		30																																									
<b>Tema material: Apoyo a la comunidad local</b>																																												
<b>GRI 3: Material topics 2021</b>	3-3 Gestión del tema material		58, 59																																									
<b>GRI 413 Comunidades locales 2016</b>	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		58																																									
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	Durante el período reportado, no se evaluaron estos impactos sobre las comunidades.																																										



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA																																																												
<b>Tema material: Cultura y clima laboral</b>																																																															
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b> <b>GRI 401 Empleo 2016</b>	3-3 Gestión del tema material		18-23																																																												
	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>SLAD 2025</th> <th>NOLAD 2025</th> <th>BRASIL 2025</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Nuevos empleados</b></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Menos de 30 años</td> <td>20,466</td> <td>14,495</td> <td>29,809</td> </tr> <tr> <td>Entre 31 y 50 años</td> <td>368</td> <td>858</td> <td>3,584</td> </tr> <tr> <td>Más de 50 años</td> <td>39</td> <td>112</td> <td>286</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>20,873</b></td> <td><b>15,465</b></td> <td><b>33,679</b></td> </tr> <tr> <td>Hombres</td> <td>9,346</td> <td>8,387</td> <td>13,755</td> </tr> <tr> <td>Mujeres</td> <td>11,527</td> <td>7,078</td> <td>19,924</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>20,873</b></td> <td><b>15,465</b></td> <td><b>33,679</b></td> </tr> <tr> <td><b>Rotation</b></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Menos de 30 años</td> <td>56.1%</td> <td>66.7%</td> <td>121.5%</td> </tr> <tr> <td>Entre 31 y 50 años</td> <td>21.5%</td> <td>33.3%</td> <td>52.6%</td> </tr> <tr> <td>Más de 50 años</td> <td>18%</td> <td>20.2%</td> <td>37.4%</td> </tr> <tr> <td>Hombres</td> <td>53.3%</td> <td>69.9%</td> <td>89.4%</td> </tr> <tr> <td>Mujeres</td> <td>53.1%</td> <td>60.4%</td> <td>101.8%</td> </tr> </tbody> </table>		SLAD 2025	NOLAD 2025	BRASIL 2025	<b>Nuevos empleados</b>				Menos de 30 años	20,466	14,495	29,809	Entre 31 y 50 años	368	858	3,584	Más de 50 años	39	112	286	<b>Total</b>	<b>20,873</b>	<b>15,465</b>	<b>33,679</b>	Hombres	9,346	8,387	13,755	Mujeres	11,527	7,078	19,924	<b>Total</b>	<b>20,873</b>	<b>15,465</b>	<b>33,679</b>	<b>Rotation</b>				Menos de 30 años	56.1%	66.7%	121.5%	Entre 31 y 50 años	21.5%	33.3%	52.6%	Más de 50 años	18%	20.2%	37.4%	Hombres	53.3%	69.9%	89.4%	Mujeres	53.1%	60.4%	101.8%	
		SLAD 2025	NOLAD 2025	BRASIL 2025																																																											
	<b>Nuevos empleados</b>																																																														
	Menos de 30 años	20,466	14,495	29,809																																																											
	Entre 31 y 50 años	368	858	3,584																																																											
	Más de 50 años	39	112	286																																																											
	<b>Total</b>	<b>20,873</b>	<b>15,465</b>	<b>33,679</b>																																																											
	Hombres	9,346	8,387	13,755																																																											
	Mujeres	11,527	7,078	19,924																																																											
	<b>Total</b>	<b>20,873</b>	<b>15,465</b>	<b>33,679</b>																																																											
	<b>Rotation</b>																																																														
	Menos de 30 años	56.1%	66.7%	121.5%																																																											
	Entre 31 y 50 años	21.5%	33.3%	52.6%																																																											
	Más de 50 años	18%	20.2%	37.4%																																																											
Hombres	53.3%	69.9%	89.4%																																																												
Mujeres	53.1%	60.4%	101.8%																																																												
401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales		21																																																													
401-3 Permiso parental	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th colspan="2">SLAD</th> <th colspan="2">NOLAD</th> <th colspan="2">BRASIL</th> </tr> <tr> <th></th> <th>M</th> <th>W</th> <th>M</th> <th>W</th> <th>M</th> <th>W</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Empleados con derecho a licencia parental</td> <td>100%</td> <td>100%</td> <td>100%</td> <td>100%</td> <td>100%</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Empleados que tomaron licencia parental</td> <td>91</td> <td>635</td> <td>36</td> <td>340</td> <td>5</td> <td>806</td> </tr> <tr> <td>Empleados que regresaron al trabajo durante el período de reporte tras finalizar su licencia parental</td> <td>90</td> <td>603</td> <td>36</td> <td>295</td> <td>5</td> <td>727</td> </tr> <tr> <td>Empleados que regresaron al trabajo tras finalizar la licencia parental y que continuaban empleados 12 meses después de su reincorporación</td> <td>76</td> <td>569</td> <td>34</td> <td>226</td> <td>4</td> <td>447</td> </tr> <tr> <td>Tasa de retención de empleados que tomaron licencia parental</td> <td>84%</td> <td>90%</td> <td>94%</td> <td>66%</td> <td>80%</td> <td>56%</td> </tr> </tbody> </table>		SLAD		NOLAD		BRASIL			M	W	M	W	M	W	Empleados con derecho a licencia parental	100%	100%	100%	100%	100%	100%	Empleados que tomaron licencia parental	91	635	36	340	5	806	Empleados que regresaron al trabajo durante el período de reporte tras finalizar su licencia parental	90	603	36	295	5	727	Empleados que regresaron al trabajo tras finalizar la licencia parental y que continuaban empleados 12 meses después de su reincorporación	76	569	34	226	4	447	Tasa de retención de empleados que tomaron licencia parental	84%	90%	94%	66%	80%	56%													
	SLAD		NOLAD		BRASIL																																																										
	M	W	M	W	M	W																																																									
Empleados con derecho a licencia parental	100%	100%	100%	100%	100%	100%																																																									
Empleados que tomaron licencia parental	91	635	36	340	5	806																																																									
Empleados que regresaron al trabajo durante el período de reporte tras finalizar su licencia parental	90	603	36	295	5	727																																																									
Empleados que regresaron al trabajo tras finalizar la licencia parental y que continuaban empleados 12 meses después de su reincorporación	76	569	34	226	4	447																																																									
Tasa de retención de empleados que tomaron licencia parental	84%	90%	94%	66%	80%	56%																																																									
<b>GRI 404 Formación y enseñanza 2016</b>	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	Durante el período reportado, no se contó con información suficiente para divulgar el promedio de horas de capacitación por género.	22																																																												
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Durante el período reportado, Hamburger University amplió su oferta de aprendizaje y desarrollo mediante programas de liderazgo, clases magistrales sobre gestión estratégica del talento, sesiones de liderazgo centradas en Mentalidad de Crecimiento (Growth Mindset), Inteligencia Emocional y Liderazgo Situacional, así como un Programa de Desarrollo para Líderes de Negocio dirigido a líderes senior. A lo largo de 2025, más de 6.200 colaboradores se graduaron de cursos centrales a través de más de 300 cohortes desarrolladas en 14 países, alcanzando un NPS de 99 y una tasa de satisfacción con la facilitación del 99%. Asimismo, la compañía lanzó McTalent, una plataforma de desarrollo de talento basada en datos e integrada con el Banco de Talento y el Proceso Digital de Promoción Interna (IPP). El programa permite identificar colaboradores con alto potencial, diseñar planes de desarrollo, gestionar la sucesión y promover el crecimiento profesional interno. Durante 2025, 2.313 colaboradores fueron evaluados a través de McTalent, con una tasa de aprobación del 70,9%, fortaleciendo los procesos de desarrollo y promoción basados en el mérito en toda la organización.	21-23																																																												
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional		23																																																												



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA	
<b>Tema material: Acción climática</b>				
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3 Gestión del tema material		61-67	
<b>GRI 305 Emisiones 2016</b>	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Los factores de emisión utilizados para el cálculo de las emisiones de Alcance 1 provienen principalmente del Department for Business, Energy & Industrial Strategy (BEIS) y del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC). 2021 fue seleccionado como año base debido a que la compañía emitió su Bono Vinculado a la Sostenibilidad (Sustainability-Linked Bond) en 2022 para financiar su crecimiento. Las emisiones de Alcance 1 en el año base ascendieron a 151.146 tCO <sub>2</sub> e.	62	✶
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	El valor bruto de las emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (Alcance 2), calculadas según el enfoque basado en la ubicación (location-based), fue de 123.074,94 tCO <sub>2</sub> e. La mayoría de los factores de emisión utilizados para el cálculo del Alcance 2 son de propiedad privada y son gestionados por el consultor responsable del cálculo de la huella de carbono. 2021 fue seleccionado como año base debido a que la compañía emitió su Bono Vinculado a la Sostenibilidad (Sustainability-Linked Bond) en 2022 para financiar su crecimiento. Las emisiones de Alcance 2 del año base totalizaron 121.550 tCO <sub>2</sub> e.	62	✶
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (Alcance 3)	La mayoría de los factores de emisión utilizados para el cálculo del Alcance 3 son de propiedad privada y son gestionados por el consultor responsable del cálculo de la huella de carbono. Las categorías incluidas en el cálculo de las emisiones de Alcance 3 son: Bienes y servicios adquiridos. Bienes de capital. Actividades relacionadas con combustibles y energía. Transporte y distribución aguas arriba. Residuos generados en las operaciones. Viajes de negocios. Traslados de colaboradores. Transporte y distribución aguas abajo. Tratamiento al final de la vida útil de los productos vendidos. Franquicias. Inversiones. 2021 fue seleccionado como año base debido a que la compañía emitió su Bono Vinculado a la Sostenibilidad (Sustainability-Linked Bond) en 2022 para financiar su crecimiento. Las emisiones de Alcance 3 del año base totalizaron 4.590.722,88 tCO <sub>2</sub> e.	62	✶
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI		63	
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI		63	
	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	Debido a la naturaleza de nuestras operaciones, no generamos esta categoría de emisiones.	62	
	305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire			
<b>Tema material: Gestión responsable de los recursos</b>				
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3 Gestión del tema material		64, 65, 68	
<b>GRI 302 Energía 2016</b>	302-1 Consumo energético dentro de la organización	La calefacción, refrigeración y vapor no forman parte de las actividades operativas de la compañía y, por lo tanto, no se incluyen dentro del consumo de energía reportado. Asimismo, la compañía no genera ni comercializa electricidad, calefacción, refrigeración ni vapor. Los datos de consumo energético se recopilan a partir de registros operativos de todos los mercados donde la compañía opera. En aquellos países donde los datos primarios no estaban disponibles, eran incompletos o presentaban inconsistencias, se realizaron estimaciones basadas en información operativa disponible y supuestos estandarizados. Para garantizar la consistencia y comparabilidad entre mercados, se aplicaron factores de conversión estandarizados al calcular el consumo total de energía. Consumo total de electricidad y combustibles: 2.811.852.537 MJ.	64, 65	✶
	302-2 Consumo energético fuera de la organización	Durante el período reportado, no se consumió energía fuera de la organización.		
	302-3 Intensidad energética	El tipo de energía considerado para el cálculo de la intensidad energética es la electricidad. El indicador de intensidad energética contempla únicamente el consumo de energía dentro de la organización.	65	✶
	302-4 Reducción del consumo energético		64, 65	
	302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios		65	
<b>GRI 303 Agua y efluentes 2018</b>	303-1 Interacción con el agua como recurso compartido		68	
	303-2 Gestión de impactos relacionados con los vertidos de agua		68	
	303-3 Extracción de agua	Durante el período reportado, no se contó con información suficiente para divulgar esta información. La compañía está trabajando para mejorar este reporte en futuros períodos de presentación de información.		
	303-4 Vertido de agua	Durante el período reportado, no se contó con información suficiente para divulgar esta información. La compañía está trabajando para mejorar este reporte en futuros períodos de presentación de información.		
	303-5 Consumo de agua	Durante el período reportado, no se contó con información suficiente para divulgar esta información. La compañía está trabajando para mejorar este reporte en futuros períodos de presentación de información.in future reporting periods.		



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA
<b>Tema material: Alimentos seguros y nutritivos</b>			
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3 Gestión del tema material	Arcos Dorados sigue los lineamientos de la Carta Global de Alimentos (Global Food Charter) de McDonald's para orientar la selección de ingredientes y la formulación de productos en todo su menú. Este enfoque se centra en la transparencia de los ingredientes, la consistencia y la calidad, contribuyendo a que los productos cumplan con los estándares de inocuidad alimentaria y respondan a las expectativas cambiantes de los consumidores. Como parte de este compromiso, la compañía continúa simplificando sus recetas mediante la eliminación de colorantes y saborizantes innecesarios y la reducción, cuando es posible, del uso de conservantes artificiales. Cuando la conservación es necesaria, se priorizan alternativas de origen natural y soluciones basadas en procesos, como la congelación y la refrigeración, para mantener la seguridad, calidad y frescura de los productos. Este enfoque respalda el objetivo de la compañía de ofrecer alimentos seguros y de alta calidad, elaborados con ingredientes que los consumidores reconocen y en los que confían.	41, 42, 47-50
<b>GRI 416 Salud y seguridad de los clientes 2016</b>	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y la seguridad de las categorías de productos o servicios		47, 48
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Durante el período reportado, se identificaron hallazgos críticos en el 2,6% de los restaurantes, los cuales fueron completamente gestionados y resueltos durante 2025.	
<b>Material topic: Ciberseguridad y privacidad de los datos</b>			
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3 Gestión del tema material		45
<b>GRI 418 Privacidad del cliente 2016</b>	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdidas de datos del cliente	Durante el período reportado, no se registraron denuncias fundamentadas relacionadas con vulneraciones a la privacidad de los clientes ni con pérdidas de datos de clientes.	
<b>Tema material: Ganadería sostenible y bienestar animal</b>			
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3 Gestión del tema material		32-39
<b>Tema Material: Empaques y residuos</b>			
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3 3-3 Gestión del tema material		69-74
<b>GRI 301 Materiales 2016</b>	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen		74
	301-2 Insumos reciclados		74
	301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado		69-73
<b>GRI 306 Residuos 2020</b>	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos		69
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con residuos		69-73
	306-3 Residuos generados	Durante el período reportado, no se contó con información suficiente para divulgar esta información. La compañía está trabajando para mejorar este reporte en futuros períodos de presentación de información.	
	306-4 Residuos desviados de disposición	Durante el período reportado, no se contó con información suficiente para divulgar esta información. La compañía está trabajando para mejorar este reporte en futuros períodos de presentación de información.	
	306-5 Residuos dirigidos a disposición	Durante el período reportado, no se contó con información suficiente para divulgar esta información. La compañía está trabajando para mejorar este reporte en futuros períodos de presentación de información.	
<b>Tema material: Marketing responsable</b>			
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3 Gestión del tema material		42-46
<b>GRI 417 Marketing y Etiquetado 2016</b>	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios		42
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Durante el período reportado, se recibieron 10.810 casos de incumplimiento relacionados con información de productos y etiquetado a través de los puntos de contacto con la compañía, lo que representa el 0,4% del total de interacciones en 2025 y una disminución del 1,1% en comparación con el año anterior. Todos los casos fueron gestionados de acuerdo con las directrices establecidas en el capítulo Compromiso con las Familias.	
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Durante el período reportado, se recibieron además 111 casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing a través de los puntos de contacto. Todos los casos fueron gestionados conforme a las directrices del capítulo Compromiso con las Familias.	



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA
<b>Tema material: Ética en los negocios</b>			
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3 Gestión del tema material		14-16
<b>GRI 205 Anticorrupción 2016</b>	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Durante el año, se revisaron los posibles riesgos de corrupción en todas las operaciones como parte del marco continuo de ética y cumplimiento. Estas evaluaciones abarcaron todas las operaciones de la región.	
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Los colaboradores en roles administrativos, identificados como de mayor exposición a riesgos relacionados con la corrupción, deben completar una certificación anual sobre los Estándares de Conducta Empresarial. Esta capacitación aborda prácticas de anticorrupción y prevención del lavado de dinero, así como el cumplimiento de regulaciones internacionales clave, incluyendo la Foreign Corrupt Practices Act y los requisitos de la Office of Foreign Assets Control. Adicionalmente, todos los nuevos colaboradores completan el Brand Standards Program dentro de sus primeros tres meses. Este programa refuerza comportamientos respetuosos e inclusivos, promueve la concientización sobre sesgos inconscientes y fomenta un entorno seguro para colaboradores, clientes y la marca McDonald's.	16 
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	During the reporting period, no cases of corruption were identified reinforcing the importance of our preventive approach and the trust placed in our organization by stakeholders.	
<b>GRI 206 Competencia desleal 2016</b>	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Durante el período reportado, Arcos Dorados no tuvo acciones legales pendientes ni concluidas relacionadas con comportamiento anticompetitivo, prácticas de libre competencia o prácticas monopólicas.	
<b>Tema material: Innovación comercial y de productos</b>			
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3 Gestión del tema material	Arcos Dorados gestiona la innovación de productos mediante un proceso estructurado Stage & Gate diseñado específicamente para el desarrollo del menú. Actualizado en 2025, el proceso comprende seis etapas —Descubrir, Definir, Desarrollar, Entregar, Desplegar y Evaluar— a través de las cuales los nuevos productos del menú son evaluados, testeados, validados, lanzados y revisados. Este enfoque integra insights de consumidores, tendencias de mercado, requisitos del negocio y perspectivas de los mercados locales para apoyar la toma de decisiones informadas durante todo el ciclo de desarrollo de productos. El pipeline de innovación de la compañía combina iniciativas de menú a nivel global, regional y local. Los lanzamientos globales y regionales aprovechan tendencias de consumo, momentos culturales y alianzas de marca, mientras que las innovaciones locales se adaptan a las preferencias y gustos específicos de cada mercado. Durante 2025, se destacaron ejemplos de activaciones globales y regionales vinculadas a plataformas de entretenimiento y deportes, así como productos desarrollados localmente, tales como: Tasty ft. Cuarto en Argentina, Signature by Rausch en Ecuador y Colombia, McCrispy Bacon Ranch y McFish en Brasil, McFlurry Ricardito en Uruguay.	41, 42, 44



## Índice SASB

### Estándar del sector: Restaurantes

ESTANDAR	CONTENIDO	RESPUESTA	PAGINA
<b>Gestión de la energía</b>			
<b>FB-RN-130a.1</b>	(1) Energía total consumida (2) porcentaje de electricidad de red (3) porcentaje renovable		64, 65
<b>Gestión del agua</b>			
<b>FB-RN-140a.1</b>	(1) Agua total extraída (2) Agua total consumida, porcentaje de cada una en regiones con estrés hídrico de base alto o extremadamente alto	Durante el período reportado, no se contó con información suficiente para divulgar esta información. La compañía está trabajando para mejorar este reporte en futuros períodos de presentación de información.	
<b>Gestión de residuos de alimentos y empaques</b>			
<b>FB-RN-150a.1</b>	(1) Cantidad total de residuos, (2) porcentaje de residuos de alimentos, (3) porcentaje desviado de disposición	Durante el período reportado, no se contó con información suficiente para divulgar esta información. La compañía está trabajando para mejorar este reporte en futuros períodos de presentación de información.	
<b>FB-RN-150a.2</b>	(1) Peso total de empaques, (2) el porcentaje hecho de materiales reciclados y/o renovables, (3) el porcentaje que es reciclable, reutilizable y/o compostable		74
<b>Seguridad de los alimentos</b>			
<b>FB-RN-250a.1</b>	(1) Porcentaje de restaurantes inspeccionados por un organismo de supervisión de seguridad alimentaria, (2) porcentaje que ha recibido infracciones críticas		47
<b>FB-RN-250a.2</b>	(1) Número de retiradas de productos, (2) cantidad total de productos alimenticios retirados	Durante el período reportado, se registraron 23 recuperaciones de stock.	
<b>FB-RN-250a.3</b>	Número de brotes confirmados de enfermedades transmitidas por los alimentos, porcentaje que resultó en una investigación de los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) de EE. UU.		47
<b>Contenido nutricional</b>			
<b>FB-RN-260a.1</b>	(1) Porcentaje de opciones de comidas consistentes con las pautas dietéticas nacionales, (2) ingresos provenientes de estas opciones	La información sobre los ingresos provenientes de diferentes ofertas del menú es considerada información comercial sensible y competitiva, por lo que no se divulga.	42
<b>FB-RN-260a.2</b>	(1) Porcentaje de opciones de comidas para niños consistentes con las pautas dietéticas nacionales para niños, (2) ingresos provenientes de estas opciones	La información sobre los ingresos provenientes de diferentes ofertas del menú es considerada información comercial sensible y competitiva, por lo que no se divulga.	42
<b>FB-RN-260a.3</b>	Número de impresiones publicitarias realizadas en niños, porcentaje que promociona productos que cumplen con las pautas dietéticas nacionales para niños	Nuestras publicidades están siempre dirigidas a grupos familiares, no a niños. Todos nuestros productos se ajustan a las pautas nutricionales para niños en los países donde operamos.	
<b>Prácticas laborales</b>			
<b>FB-RN-310a.1</b>	(1) Tasa de rotación voluntaria de empleados de restaurantes, (2) tasa de rotación involuntaria de empleados de restaurantes	La relación es considerada información competitiva confidencial y no se divulga.	
<b>FB-RN-310a.2</b>	(1) Salario promedio por hora, por región, (2) porcentaje de empleados de restaurantes que ganan el salario mínimo, por región	La compañía cumple con todas las normativas y requisitos legales relacionados con las condiciones laborales y la remuneración en cada país donde opera.	
<b>FB-RN-310a.3</b>	Monto total de pérdidas monetarias como resultado de procedimientos legales asociados con (1) violaciones de la ley laboral y (2) discriminación laboral	En este informe se divulga información completa sobre los casos de discriminación. Es importante señalar que la información financiera es de carácter comercialmente sensible.	
<b>Gestión de la cadena de suministro y abastecimiento de alimentos</b>			
<b>FB-RN-430a.1</b>	Porcentaje de alimentos comprados que (1) cumplen con los estándares ambientales y sociales de abastecimiento y (2) están certificados según estándares ambientales y/o sociales de terceros		33
<b>FB-RN-430a.2</b>	(1) Porcentaje de huevos que se originaron en un ambiente sin jaulas y (2) porcentaje de carne de cerdo que se produjo sin el uso de jaulas de gestación	Durante el período reportado, no se contó con información suficiente para informar el porcentaje de carne de cerdo libre de jaulas de gestación adquirida.	36
<b>FB-RN-430a.3</b>	Discusión de la estrategia para gestionar los riesgos ambientales y sociales dentro de la cadena de suministro, incluido el bienestar animal		28-39



Piselli, Henry Mañin y Asociados S.A.  
25 de Mayo 402 - C1002ADM  
Buenos Aires, Argentina

Tel: (54-11) 4355-1800/4311-6644  
Fax: (54-11) 4355-1777/4310-3333  
ey.com

## INFORME DE CONTADORES PÚBLICOS INDEPENDIENTES SOBRE INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD (traducción del informe originalmente emitido en idioma inglés)

A los Señores Directores de  
**Arcos Dorados Holdings Inc.**

### 1. Identificación de la información objeto del encargo

Hemos sido contratados por Arcos Dorados Holdings Inc. (en adelante "la Sociedad") para realizar un encargo de aseguramiento limitado, tal y como se define en la Resolución Técnica N° 37 de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE) (en adelante "el encargo"), sobre ciertos indicadores de sostenibilidad (en adelante "los Indicadores") que se detallan en el Anexo 1 de este informe y que están contenidos en el "Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sustentable" correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2025 (en adelante "el Reporte").

Este encargo ha sido realizado por un equipo multidisciplinario que incluye a contadores públicos independientes, sociólogos, ingenieros ambientales y licenciados en ciencias ambientales.

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

### 2. Criterios aplicados por la Sociedad

En la preparación y presentación de los Indicadores detallados en el Anexo 1, la Sociedad aplicó los estándares GRI establecidos por la Junta de estándares globales de sostenibilidad (GSSB) (en adelante, "los Criterios"), según se indica en la página 4 "Acerca de este reporte" del Reporte.

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

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

### 4. Limitaciones inherentes en la preparación de la Información sobre Sostenibilidad

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

### 5. Responsabilidades de los contadores públicos independientes en relación con los Indicadores

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una conclusión sobre los Indicadores basada en los procedimientos que hemos realizado y la evidencia que hemos obtenido.

Member firm of Ernst & Young Global Limited

- 2 -

Hemos llevado a cabo el encargo de seguridad limitada de conformidad con las normas de la Resolución Técnica N° 37 de la FACPCE contenidas en las secciones V.A. "Otros encargos de aseguramiento en general" y V.F. "Encargo de Aseguramiento del Balance Social" (en lo correspondiente al Reporte), y con los términos de referencia de este encargo acordados con la Sociedad el 8 de diciembre de 2025. Dichas normas requieren que planifiquemos y ejecutemos nuestro encargo para expresar una conclusión sobre si tenemos conocimiento de alguna modificación significativa que deba realizarse en los Indicadores a efectos que estén conformes con los Criterios, y para emitir un informe.

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

Consideramos que la evidencia obtenida es suficiente y adecuada para fundamentar nuestra conclusión de seguridad limitada.

### 6. Nuestra independencia

Somos independientes de la Sociedad de conformidad con el "Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluidas las Normas Internacionales de Independencia) del Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores (Código del IESBA, por su sigla en inglés), aplicables a los encargos de aseguramiento en entidades de interés público, junto con los requerimientos que son aplicables a nuestro encargo de aseguramiento establecidos por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y hemos cumplido con las demás responsabilidades de ética de conformidad con esos requerimientos y con el Código del IESBA. Asimismo, tenemos las competencias y la experiencia necesarias para llevar a cabo este encargo de aseguramiento.

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

### 7. Descripción de los procedimientos aplicados

En un encargo de seguridad limitada de conformidad con la Resolución Técnica N° 37 de la FACPCE se obtienen evidencias válidas y suficientes como parte de un proceso sistemático, que incluye obtener un entendimiento de los indicadores del encargo y de otras circunstancias del trabajo, realizar indagaciones principalmente a las personas responsables de la preparación de la información presentada y aplicar procedimientos analíticos y otros procedimientos apropiados, pero en el que los procedimientos tienen un alcance significativamente menor al de un encargo de aseguramiento razonable y, por consiguiente, no nos permite obtener seguridad razonable de que hemos tomado conocimiento de todos los temas significativos que podrían identificarse, motivo por el cual no emitimos una opinión sobre los Indicadores.

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

Los procedimientos que hemos realizado, basados en nuestro juicio profesional, incluyeron:

Member firm of Ernst & Young Global Limited

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

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

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

#### 8. Conclusión

Sobre la base de los procedimientos aplicados y la evidencia obtenida, no ha llegado a nuestro conocimiento ninguna cuestión que nos lleve a pensar que los indicadores que se detallan en el Anexo 1 de este informe y que están contenidos en el Reporte de Impacto y Desarrollo Sustentable de la Sociedad para el ejercicio finalizado el 31 diciembre de 2025, no hayan sido preparados, en todos los aspectos significativos, con base en los Criterios mencionados en la sección "Criterios aplicados por la Sociedad".

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

10 de junio de 2026

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

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



Pistrelli, Henry Martín y Asociados S.A.  
25 de mayo 487 - C1002ABR  
Buenos Aires, Argentina

Tel: (54-11) 4318-1800/4311-6644  
Fax: (54-11) 4318-1777/4510-2220  
ey.com

#### Anexo 1

##### Los indicadores objeto del presente encargo

La información correspondiente a los indicadores incluidos en el Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sustentable 2025 de Arcos Dorados Holdings Inc., publicado en sus páginas web<sup>1</sup> se presentan en la siguiente tabla:

Estándar	Indicador	Unidad	Valor
GRI	2-6: Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Números y porcentajes	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Proveedores:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alimentos: 205</li> <li>• Papel y envases: 62</li> <li>• Centros de distribución: 2</li> </ul> </li> <li>2. Operaciones:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Restaurantes: 2.520, 92%+ vs 2024</li> <li>71% operados por la compañía, 29% operados por (sub) franquicias                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empleados: 96.782 empleados propios, 53% menores de 24 años, 55% mujeres, 45% hombres.</li> <li>• Menú: USD 6 billones en ventas, +4,7 % vs 2024</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>3. Comunidad:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 251.047 oportunidades de capacitación y primer empleo formal en 2025.</li> </ul> </li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribución por región: Brasil: 37.890: 16.538 hombres, 21.351 mujeres SLAD: 36.597: 15.760 hombres, 20.837 mujeres NOLAD: 22.283: 11.243 hombres, 11.040 mujeres</li> <li>• Distribución por tipo de contrato: Tiempo completo: Brasil: 12.890 hombres, 15.995 mujeres, total: 28.885 SLAD: 6.069 hombres, 6.605 mujeres, total: 12.674 NOLAD: 2.477 hombres, 2.931 mujeres, total: 5.408</li> <li>• Tiempo parcial: Brasil: 3.648 hombres, 5.365 mujeres, total: 9.013 SLAD: 9.691 hombres, 14.232 mujeres, total: 23.923 NOLAD: 8.766 hombres, 8.109 mujeres, total: 16.875</li> <li>• Número total de empleados de todas las regiones: 96.782</li> <li>• Empleados fijos: 96.782</li> <li>• Empleados temporales: 0</li> <li>• Empleados con horas no garantizadas: 0</li> </ul>
GRI	2-7: Empleados	Números	

Estándar	Indicador	Unidad	Valor
GRI	2-23: Compromisos de política	Indicador descriptivo	<p>Los compromisos de política se pueden encontrar en el capítulo "Somos Arcos Dorados", sección "Conducta responsable en todo nuestro negocio" del Reporte.</p> <p>Los compromisos de políticas verificadas son: Estándares de Conducta Empresarial; Política de Lugar de Trabajo Seguro y Respetuoso; Política de Inteligencia Artificial; Código de Conducta para Proveedores; Política de Abastecimiento de Carne Bovina Libre de Deforestación; Declaración Global de Principios contra la Discriminación, el Acoso y las Represalias.</p>
GRI	2-29: Enfoque para la participación de los grupos de interés	Indicador descriptivo	<p>El enfoque para la participación de los grupos de interés se puede encontrar en el capítulo "Acerca de este reporte", sección "Cómo nos relacionamos con nuestros grupos de interés" del Reporte.</p>
GRI	3-2: Lista de temas materiales	Indicador descriptivo	<p>Los temas materiales se incluyen en la Matriz de Materialidad, en el capítulo "Acerca de este reporte", sección "Enfoque de materialidad" del Reporte, y son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ética en los negocios</li> <li>Alimentos seguros y nutritivos</li> <li>Packaging y residuos</li> <li>Respeto de los derechos humanos</li> <li>Salud y seguridad ocupacional</li> <li>Gestión eficiente de recursos</li> <li>Abastecimiento responsable</li> <li>Apoyo a la comunidad</li> <li>Marketing responsable</li> <li>Ciberseguridad y privacidad de datos</li> <li>Impulso al empleo joven</li> <li>Cultura y desarrollo interno</li> <li>Ganadería sostenible y bienestar animal</li> <li>Acción por el clima</li> <li>Diversidad e inclusión</li> <li>Innovación de productos y comercialización</li> </ul>
GRI	204-1: Proporción de gasto en proveedores locales	Porcentajes	<p>Productos locales que se producen y consumen en el mismo país o territorio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Compras locales: 74%</li> <li>SLAD: 73%</li> <li>NOLAD: 65%</li> <li>Brazil: 82%</li> </ul>

Estándar	Indicador	Unidad	Valor
GRI	205-2: Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Números y porcentajes	<p>Información del cuadro "Curso de Estándares de Conducta Empresarial":</p> <p>Directores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Corporativo: 1 - 0%</li> </ul> <p>Equipo de liderazgo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Corporativo: 11 - 92%</li> <li>SLAD: 3 - 100%</li> <li>NOLAD: 1 - 100%</li> <li>Brazil: 1 - 100%</li> </ul> <p>Staff:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Corporativo: 420 - 94%</li> <li>SLAD: 838 - 74%</li> <li>NOLAD: 718 - 77%</li> <li>Brazil: 785 - 93%</li> </ul> <p>Total:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Corporativo: 432 - 92%</li> <li>SLAD: 838 - 74%</li> <li>NOLAD: 718 - 77%</li> <li>Brazil: 785 - 93%</li> </ul> <p>Nota: este curso no aplica para la categoría de "Crew members"</p>
GRI	302-1: Consumo energético dentro de la organización	MJ	<ul style="list-style-type: none"> <li>Electricidad: 634,977,436 kWh / 2,285,918,771 MJ</li> <li>Renovable: 344,128,493 kWh / 1,238,802,574 MJ</li> <li>No-Renovable: 290,848,944 kWh / 1,047,086,198 MJ</li> <li>Biodiesel (Renovable): 782,958 L / 17,472,679 MJ</li> <li>Diesel (No-Renovable): 786,297 / 30,107,296 MJ</li> <li>Gasolina (No-Renovable): 1,408,629 L / 48,642,919 MJ</li> <li>GLP/Propano (No-Renovable): 8,623,727 L / 232,222,290 MJ</li> <li>Gas Natural (No-Renovable): 5,064,953 m3 / 197,488,582 MJ</li> <li>Total electricidad y combustibles: 2,811,852,537 MJ</li> </ul>
GRI	302-3: Intensidad energética	kWh/miles de USD	<p>Ratio: 135,7 kWh/miles de USD</p> <p>Parámetro (denominador): ingresos totales</p> <p>El tipo de energía considerado en el ratio de intensidad es la electricidad.</p> <p>El ratio considera únicamente el consumo de energía dentro de la organización.</p>

Estándar	Indicador	Unidad	Valor
GRI	305-1: Emisiones directas de GEI (Alcance 1)	tCO <sub>2</sub> e	<ul style="list-style-type: none"> <li>Valor bruto de las emisiones directas de GEI (alcance 1): 90.907 tCO<sub>2</sub>eq.</li> </ul> <p>Los gases incluidos en el cálculo son los listados en el Protocolo de Kioto.</p> <p>Emisiones Biogénicas: 1.190 tCO<sub>2</sub>eq.</p> <p>El año base se estableció en 2021, dado que el bono vinculado a la sostenibilidad fue emitido en 2022 para financiar el crecimiento. Por lo tanto, 2021 —cuando las emisiones totales ascendieron a 151.145,70 tCO<sub>2</sub>e— se seleccionó como año de referencia previo al incremento de emisiones asociado a las inversiones de expansión, incluidas la incorporación de nuevos restaurantes y equipamiento.</p> <p>Los factores de emisión son en su mayoría, del Department for Business, Energy &amp; Industrial Strategy, y del Intergovernmental Panel on Climate Change.</p> <p>La consolidación de las emisiones se realizó bajo el enfoque de control operacional.</p> <p>Metodología de acuerdo con el Estándar GHG Protocol</p>
GRI	305-2: Emisiones indirectas de GEI al generar energía (Alcance 2)	tCO <sub>2</sub> e	<ul style="list-style-type: none"> <li>Valor bruto de las emisiones directas de GEI (alcance 2) basadas en la ubicación: 123.074,94 tCO<sub>2</sub>eq.</li> <li>Valor bruto de las emisiones directas de GEI (alcance 2) basadas en el mercado: 101.358 tCO<sub>2</sub>eq.</li> </ul> <p>Los gases incluidos en el cálculo son los listados en el Protocolo de Kioto.</p> <p>El año base para el Alcance 2 se estableció como 2021, ya que el Sustainability-Linked Bond fue emitido en 2022 para financiar el crecimiento. Por lo tanto, se seleccionó 2021 —cuando las emisiones de Alcance 2 ascendían a 121.549,66 tCO<sub>2</sub>e— como el año de referencia previo al aumento de emisiones asociado a las inversiones de expansión, incluyendo restaurantes y equipos adicionales.</p> <p>La mayoría de los factores de emisión de son de propiedad privada.</p> <p>La consolidación de las emisiones se realizó bajo el enfoque de control operacional.</p> <p>Metodología de acuerdo con el Estándar GHG Protocol.</p>

Estándar	Indicador	Unidad	Valor
GRI	305-3: Otras emisiones indirectas de GEI (Alcance 3)	tCO <sub>2</sub> e	<ul style="list-style-type: none"> <li>Valor bruto de las otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3): 5.221.542 tCO<sub>2</sub>eq.</li> </ul> <p>Los gases incluidos en el cálculo son los listados en el Protocolo de Kioto.</p> <p>Las categorías incluidas en el cálculo son: bienes y servicios adquiridos, bienes de capital, actividades relacionadas con combustibles y energía, transporte y distribución aguas arriba, residuos generados en las operaciones, viajes de negocios, desplazamientos de empleados, transporte y distribución aguas abajo, tratamiento de fin de vida de los productos vendidos, franquicias e inversiones.</p> <p>El año base para el Alcance 3 se estableció en 2021, dado que el bono vinculado a la sostenibilidad fue emitido en 2022 para financiar el crecimiento. Por lo tanto, 2021 —cuando las emisiones de Alcance 3 ascendieron a 4.590.722,88 tCO<sub>2</sub>e— se seleccionó como año de referencia previo al incremento de emisiones asociado a las inversiones de expansión, incluidas la incorporación de nuevos restaurantes y equipamiento.</p> <p>La mayoría de los factores de emisión de son de propiedad privada.</p> <p>La consolidación de las emisiones se realizó bajo el enfoque de control operacional.</p> <p>Metodología de acuerdo con el Estándar GHG Protocol y el Value Chain Accounting and Reporting Standard (Scope 3).</p>
GRI	403-5: Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Indicador cualitativo	<p>La formación de los trabajadores en salud y seguridad en el trabajo se puede encontrar en el capítulo "Seguridad en el corazón de nuestra operación", sección "Bienestar desde el primer día" del Reporte.</p>
GRI	403-6: Fomento de la salud de los trabajadores	Indicador cualitativo	<p>El fomento de la salud de los trabajadores se puede encontrar en el capítulo "Seguridad en el corazón de nuestra operación", sección "Bienestar desde el primer día" del Reporte.</p>
GRI	405-1: Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Porcentajes	<p><b>Composición directorio</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Distribución por género: 73% hombres, 27% mujeres.</li> <li>Distribución por edad: <ul style="list-style-type: none"> <li>Menores de 30 años: 0%</li> <li>Entre 31 y 50 años: 18%</li> <li>Mayores de 50 años: 82%</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Equipo Senior de Liderazgo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Distribución por género: 82% hombres, 18% mujeres</li> <li>Distribución por edad: <ul style="list-style-type: none"> <li>Menores de 30 años: 0%</li> <li>Entre 31 y 50 años: 24%</li> <li>Mayores de 50 años: 76%</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Staff:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Distribución por género: 46% hombres, 54% mujeres</li> <li>Distribución por edad:</li> </ul>

Estándar	Indicador	Unidad	Valor
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menores de 30 años: 17%</li> <li>• Entre 31 y 50 años: 71%</li> <li>• Mayores de 50 años: 12%</li> </ul> <p><u>Operaciones – Gerencia de negocio/restaurante, y equipo:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribución por género: 45% hombres, 55% mujeres.</li> <li>• Distribución por edad:</li> <li>• Menores de 30 años: 62%</li> <li>• Entre 31 y 50 años: 36%</li> <li>• Mayores de 50 años: 2%</li> </ul> <p><u>CREW</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribución por género: 45% hombres, 55% mujeres</li> <li>• Distribución por edad:</li> <li>• Menores de 30 años: 89%</li> <li>• Entre 31 y 50 años: 10%</li> <li>• Mas de 50 años: 1%</li> </ul>
GRI	405-1: Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Numero	<p>Cantidad total de incidentes de discriminación durante el período objeto del informe: 300</p> <p>Cantidad de casos revisados por la organización: 300</p> <p>Planes de remediación en curso: 3</p> <p>Cantidad de planes de remediación implementados cuyos resultados hayan sido evaluados a través de procesos de revisión de gestión interna rutinarios: 39</p> <p>Cantidad de casos no sujetos a acciones: 250</p>
GRI	413-1: Operaciones con la participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	Porcentaje	100% de las operaciones alcanzadas por campañas para financiar programas que benefician a la comunidad.

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



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