

**Categoría:** 2- Sustentabilidad - 2.10 Reportes de Sustentabilidad

**Capítulo:** General

**Título del programa:** Reporte de Sostenibilidad 2024: Protagonistas de una historia con propósito

**Compañía:** Loma Negra

**Área que desarrolló el plan:** Asuntos Corporativos junto con el área de Sostenibilidad

**Persona responsable de la presentación del caso:** Natalia Defant

## 1. Introducción: Planteo y diagnóstico

Como parte de la historia que viene construyendo Loma Negra hace casi 100 años en Argentina, se presenta con orgullo el **cuarto Reporte de Sostenibilidad**. Este informe refleja el desempeño en los ámbitos económico, social, ambiental y de gobernanza, alineado con las Metas 2030 para el desarrollo sostenible y elaborado según los más altos estándares internacionales de divulgación de información no financiera (GRI y SASB).

El recorrido hacia este nuevo reporte de sostenibilidad refleja la evolución constante del compromiso de Loma Negra con la gestión responsable y sostenible de su negocio.

A lo largo de estos años, Loma Negra comprendió que la sostenibilidad no es solo un requisito normativo o una tendencia de mercado, sino una condición estratégica que trasciende el negocio: es una forma de potenciar su propósito fundamental de *transformar la vida de las personas impulsando un crecimiento sostenible*.

Cada reporte anterior fue una oportunidad para aprender, consolidar procesos y responder a las crecientes expectativas de clientes, comunidades, colaboradores e inversores. Este nuevo reporte llegó en un contexto más complejo, donde la presión por la transparencia, la medición del impacto ambiental y social, y el alineamiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible son indispensables.

Por eso, esta cuarta edición no solo consolida un diagnóstico profundo, sino que además refleja una madurez creciente en la gestión integral de la sostenibilidad

## 2. Propuesta estratégica

La **propuesta estratégica** de este reporte se basó en un cambio fundamental: su elaboración íntegra desde el interior de la empresa, sin apoyo externo.

Este enfoque permitió que los equipos internos y de áreas diversas asumieran un rol protagonista y comprometido, aportando datos, experiencias y casos reales. De este modo, el reporte ganó en autenticidad, transparencia y profundidad, al reflejar fielmente los avances y desafíos.

Además, este proceso colaborativo generó un sentido de pertenencia y responsabilidad compartida, alineado con la estrategia de sostenibilidad corporativa y el propósito mayor de la compañía. La comunicación fue diseñada de manera integrada, asegurando que los mensajes llegaran tanto al público interno como a clientes y otros grupos de interés.

### 3. Ejecución

El proceso de elaboración de este **cuarto reporte de sostenibilidad** marcó un cambio profundo en la forma de trabajo de Loma Negra. Por primera vez, el documento fue producido íntegramente desde el interior de la empresa, sin el apoyo de consultoras externas, lo que implicó una fuerte articulación entre las áreas de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad, que trabajaron en conjunto para coordinar y consolidar la información proveniente de todas las áreas operativas y administrativas. Este enfoque colaborativo permitió no solo una mayor transparencia y autenticidad en el contenido, sino también un fuerte sentido de protagonismo y responsabilidad interna frente a los objetivos de sostenibilidad.

Para garantizar la veracidad y calidad de la información presentada, el reporte fue auditado externamente por EY, validando 13 indicadores clave conforme a los estándares internacionales de la Global Reporting Initiative (GRI) y el Sustainability Accounting Standards Board (SASB).

En cuanto a la difusión, el reporte fue lanzado de manera estratégica para llegar a todos los públicos relevantes: colaboradores, clientes, proveedores, medios de prensa, inversores y otros grupos de interés. Se utilizó la página web oficial de Loma Negra como plataforma principal, diseñando una landing page exclusiva donde se aloja el Reporte. La estrategia de comunicación abarcó campañas en redes sociales, plataformas y canales de comunicación interna y acciones comunicacionales específicas para maximizar el alcance y la visibilidad del documento.

De este modo, la ejecución del reporte no solo fue un ejercicio de transparencia, sino también una práctica estratégica de construcción colaborativa, validación externa y comunicación efectiva, que fortaleció la cultura de sostenibilidad dentro de la organización y consolidó su posicionamiento en el exterior.

### 4. Resultados y evaluación

El impacto inicial ya se refleja en el interés demostrado por múltiples audiencias y en la integración del reporte como herramienta de consulta habitual para distintas áreas internas.

La publicación en la web de Loma Negra registró **31.024** vistas en español y **671** vistas en inglés. Además se registraron **764** descargas en español y **68** en inglés, evidenciando la relevancia del documento para clientes, inversores y otros públicos. Su difusión en medios especializados y digitales amplió el alcance, posicionando a la empresa como referente en sostenibilidad dentro de la industria. Internamente, la alta participación de colaboradores en la elaboración y la retroalimentación positiva tras el lanzamiento demostraron el éxito del enfoque colaborativo. El

reporte se convirtió en una herramienta frecuente de consulta para diversas áreas, integrándose en presentaciones comerciales, capacitaciones y campañas de comunicación interna y cultura, fortaleciendo así su función estratégica.

## **5. Conclusiones**

Este **cuarto reporte de sostenibilidad** representa un paso fundamental en la consolidación del compromiso de Loma Negra con la sustentabilidad, integrando un propósito genuino de transformar vidas y promover un crecimiento sostenible.

Su construcción interna y colaborativa es una muestra clara de que la sostenibilidad es parte de la cultura de la empresa, y no solo una exigencia externa.

Este documento robusto y transparente es una fuente de confianza y referencia para todos los grupos de interés, aportando valor a clientes, colaboradores, comunidades, inversores y reguladores.

Además, sienta las bases para una mejora continua y para seguir fortaleciendo la cultura sostenible en todos los niveles de la organización, asegurando que Loma Negra esté preparada para enfrentar los desafíos futuros con responsabilidad y liderazgo.