

# 2

## Sostenibilidad, alianzas y diálogo.



## 2.1 ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

**Temas materiales** Desempeño económico, emisión de gases: liberación de sustancias a la atmósfera. Impactos económicos indirectos, agua y efluentes

**Contenidos GRI** 2-12, 2-23, 2-25, 3-3, 201-2, 203-2

**Contenidos SASB** RT-CH-110a.2, RT-CH-140a.2, RT-CH-140a.3

**LA PRODUCCIÓN SOSTENIBLE DE FERTILIZANTES RESULTA FUNDAMENTAL PARA EL DESARROLLO DE SISTEMAS AGRÍCOLAS QUE ESTÉN A LA ALTURA DE LAS NECESIDADES SOCIALES, AMBIENTALES Y ECONÓMICAS DE LA HUMANIDAD, EN POS DE LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS Y LA SEGURIDAD ALIMENTARIA.**

Nuestra **Estrategia de Sostenibilidad** está alineada con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas**, los **Principios de Agricultura Sostenible y Empresas** y los **Principios del Pacto Global de Naciones Unidas**. Todas las áreas planifican y desarrollan sus acciones cotidianas y sus proyectos de largo plazo en forma congruente con estos objetivos, para cumplir **nuestro propósito: nutrir la tierra de forma sostenible.**



Durante 2024 seguimos trabajando en la integración de las iniciativas estratégicas corporativas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Establecimos metas 2030 alieneadas con los ODS que consideramos prioritarios de acuerdo a nuestro propósito y para nuestros grupos de interés, tomando como base el año 2019. Estas metas son:



**Multiplicar x 10** las ventas de fertilizantes con eficiencia mejorada.



Reducir un **50 % el efluente líquido y 30 % el consumo específico de agua** (m<sup>3</sup> agua/t).



Alcanzar un **30 % de mujeres en nómina** y un **25 % de posiciones de liderazgo cubiertas por mujeres**

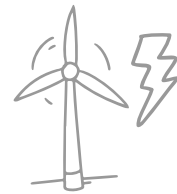
Reducir **30 % las emisiones alcance 1 y 2 de gases de efecto invernadero** por tonelada de producto (urea).



Reducir **10 % el consumo específico de energía del proceso** (electricidad y gas natural) por tonelada de Urea.



Adquirir **100% de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables**



|                  |   |
|------------------|---|
| <b>META 2030</b> | <b>Multiplicar x 10 las ventas de fertilizantes con eficiencia mejorada</b> |
| <b>Año base</b>  | 2019  |



| KPI                   | 2024   | 2023   | 2022   | 2021  | 2020   | 2019  | Variación % 2024/2019 |
|-----------------------|--------|--------|--------|-------|--------|-------|-----------------------|
| <b>Ventas (t/año)</b> | 18.821 | 13.873 | 10.736 | 8.395 | 11.722 | 9.605 | +96                   |

|                  |   |
|------------------|---|
| <b>META 2030</b> | <b>30% de reducción del consumo específico de agua (m³ agua/ton Urea)</b> |
|                  | <b>50% de reducción de efluente líquido descargado</b>                    |
| <b>Año base</b>  | 2019  |



| KPI                    | 2024                   | 2023      | 2022      | 2021              | 2020      | 2019      | Variación % 2024/2019 |
|------------------------|------------------------|-----------|-----------|-------------------|-----------|-----------|-----------------------|
| <b>CEA<sup>1</sup></b> | 6,35                   | 6,57      | 6,05      | 8,18 <sup>3</sup> | 6,77      | 6,86      | -7,4 %                |
| <b>ELD<sup>2</sup></b> | 3.389.759 <sup>4</sup> | 2.647.272 | 2.142.696 | 2.687.940         | 3.279.744 | 3.269.232 | +3,7 %                |

<sup>1</sup> CEA: consumo específico de agua, m³ agua/t Urea.

<sup>2</sup> ELD: efluente líquido descargado, m³.

<sup>3</sup> En 2021 tuvo lugar una parada programada de planta (PPP) para mantenimiento de casi sesenta días de duración. Si bien en ese período el consumo de agua bajó, en consecuencia también lo hizo la producción, por lo que el resultado final fue un mayor CEA respecto de años sin PPP.

<sup>4</sup> El aumento de la descarga de efluente fue producto de un notable empeoramiento de la calidad del agua cruda, el cual conllevó un aumento de la tasa de ensuciamiento de equipos de proceso y la necesidad de realizar más y más frecuentes lavados.



|                  |  |
|------------------|--|
| <b>META 2030</b> | Alcanzar un 30% de mujeres en nómina                             |
|                  | Alcanzar un 25% de posiciones de liderazgo cubiertas por mujeres |
| <b>Año base</b>  | 2019   |



| KPI                        | 2024 | 2023 | 2022 | 2021 | 2020 | 2019 | Variación % 2024/2019 |
|----------------------------|------|------|------|------|------|------|-----------------------|
| <b>MN<sup>1</sup>, %</b>   | 26   | 24   | 23   | 21   | 19   | 18   | --                    |
| <b>PLCM<sup>2</sup>, %</b> | 17   | 15   | 15   | 19   | 18   | 2    | --                    |

<sup>1</sup> Mujeres en nómina.

<sup>2</sup> Posiciones de liderazgo cubiertas por mujeres.

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>META 2030</b> | Reducir 30% las emisiones alcance 1 y 2 de gases de efecto invernadero por tonelada de producto (urea) |
| <b>Año base</b>  | 2019   |



| KPI                | 2024  | 2023  | 2022  | 2021  | 2020  | 2019  | Variación % 2024/2019 |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----------------------|
| <b>Alcance 1</b>   | 0,576 | 0,618 | 0,556 | 0,774 | 0,632 | 0,57  | +1,05 %               |
| <b>Alcance 2</b>   | 0,010 | 0,013 | 0,017 | 0,024 | 0,041 | 0,047 | -75 %                 |
| <b>Alcance 1+2</b> | 0,587 | 0,631 | 0,573 | 0,797 | 0,674 | 0,617 | -4,9 %                |

<sup>1</sup> En todos los casos, emisiones intensivas (t CO<sub>2</sub>/t Urea producida).

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>META 2030</b> | Reducir 10% el consumo específico de energía del proceso (electricidad y gas natural) por tn urea (Planta Bahía) |
|                  | Adquirir 100% de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables   |
| <b>Año base</b>  | 2019   |



| KPI   | 2024  | 2023  | 2022  | 2021  | 2020  | 2019  | Variación % 2024/2019 |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----------------------|
| <b>Intensidad energética<sup>1</sup></b>    | 25,30 | 26,33 | 24,97 | 28,65 | 27,36 | 27,35 | -7,50 %               |
| <b>EE fuentes no renovables<sup>2</sup></b> | 24%   | 27%   | 30%   | 34%   | 71 %  | 84 %  | --                    |
| <b>EE fuentes renovables. <sup>2</sup></b>  | 76%   | 73%   | 70%   | 66%   | 29 %  | 16 %  | --                    |

<sup>1</sup> MMBTU/t Urea.

<sup>2</sup> Energía eléctrica comprada, no incluye la autogenerada en planta.

Convencidos y comprometidos con los [Objetivos de Desarrollo Sostenible](#), los [Principios de Agricultura Sostenible y Empresas](#) y los [Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas](#), continuaremos trabajando para alcanzar y superar nuestras metas estratégicas alineadas a nuestra **Estrategia de Sostenibilidad**.

## 2.2 PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES

La ONU calcula que para 2100 la población mundial podría ser de 10.000 millones de habitantes aproximadamente.

La agroindustria deberá, entonces, alimentar a una población creciente, en un mundo donde:

- el 70 % del planeta está cubierto por agua, de la cual **solamente el 3 % es dulce y es 0,3 % es apta para consumo humano;**
- solo el **12 % de la tierra es apta para el cultivo y la producción de alimentos;**
- más de **700 millones de personas** pasaron hambre en 2024 (más de 280 millones, hambre aguda);
- **2.200 millones de personas no poseen acceso a agua potable.**

Producir más y mejores alimentos preservando la naturaleza y sus recursos es el desafío. Y en PROFERTIL transformamos el desafío en propósito:

### NUTRIR LA TIERRA DE FORMA SOSTENIBLE

La introducción de fertilizantes, en particular, de la Urea, permitió incrementar la productividad de las tierras cultivables, ayudando al mismo tiempo a prevenir la deforestación y a acumular materia orgánica en el suelo, aumentando la absorción de dióxido de carbono de la atmósfera.

Sin embargo, un uso excesivo o incorrecto de fertilizantes puede tener consecuencias negativas sobre los ecosistemas y la salud de las personas. ¿Cómo incrementar entonces la producción de alimentos sin aumentar la emisión de gases de efecto invernadero o la contaminación de cuerpos de agua?

En Profertil, trabajamos para cumplir nuestro propósito: acercar a los productores y a toda la cadena agrícola la mejor tecnología para nutrir los cultivos y producir alimentos cuidando el suelo, uno de los principales recursos productivos del país.



*Trabajamos incansablemente para contribuir a la sostenibilidad de los sistemas de producción agrícola y garantizar la disponibilidad de alimentos.*  
**Marcos Sabelli, gerente general**

Promovemos las buenas prácticas agronómicas, apoyadas en el principio conocido como **4R: Right Source of Nutrients at the Right Rate and Right Time in the Right Place** (fuente correcta de nutrientes, en la cantidad correcta, en el momento correcto y en el lugar correcto). Para ello, nuestro equipo de expertos agrónomos trabaja codo a codo con clientes y asesores agropecuarios.

Una de nuestras metas 2030, alineadas con los Objetivos para el Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, es consolidar el uso de nuestro producto eNeTotal Plus, Urea con inhibidor de ureasa, que permite una mayor incorporación del nitrógeno a los cultivos, y reduce significativamente su pérdida por volatilización y la emisión de gases de efecto invernadero.

Además, desarrollamos nuestros procesos y operaciones con foco en la mejora continua, protegiendo la salud y seguridad de nuestra gente y de las comunidades donde operamos, protegiendo el medio ambiente y actuando con prudencia financiera como línea rectora de nuestras decisiones.

Bajo el lema **“Vida para nuestra tierra”**, estamos transitando una transformación que nos posiciona, dentro del sector agroindustrial, como una empresa sostenible, comprometida con la producción y el uso responsable de fertilizantes, para obtener más y mejores alimentos para una población mundial en constante crecimiento.

La búsqueda de **fuentes alternativas de aprovisionamiento de agua** para uso industrial, la **recuperación y reúso de los efluentes**, el **aumento del consumo de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables**, la **evaluación de tecnologías verdes** para los procesos productivos, el **aumento de producción de fertilizantes de eficiencia mejorada** (incluyendo el estudio de factibilidad del uso de nanotecnología), el **fomento de un entorno seguro, diverso e inclusivo** para nuestros colaboradores y la **generación de alianzas con actores claves de la comunidad** son algunos ejemplos de nuestro compromiso con la sostenibilidad, como queda reflejado en las Metas 2030.

En nuestro proceso productivo, buscamos innovar para generar mejoras en el uso de los recursos naturales. Nuestra meta es lograr una producción cada vez más sostenible. Para ello, planificamos y llevamos a cabo importantes mejoras, tendientes a optimizar la utilización de los

recursos que son materias primas de nuestros productos y procesos (gas, energía, agua).

Las principales inversiones y acuerdos de la historia de Profertil han ido en ese sentido y están relacionadas con la actualización constante de nuestra tecnología, en un marco de la mejora continua. Hoy somos casi 400 colaboradores desarrollando de manera sostenible nuestras tareas para continuar abasteciendo de nutrientes los campos de nuestro país.

En 2024, continuamos trabajando para la ejecución del proyecto +Urea. Este proyecto nos permitirá llevar a más del doble nuestra producción actual de Urea y Amoníaco y, además, cumplir nuestras Metas 2030, logrando:

- **minimizar las emisiones de alcance 1 y 2** por tonelada de producto;
- **menor consumo de energía del proceso** (electricidad y gas natural) por tonelada de producto;
- **reducir el vertido de efluentes;**
- **disminuir el consumo de agua cruda** por tonelada de producto.

Continuamos analizando alternativas tecnológicas para la producción de Amoníaco a partir de hidrógeno verde, una de las fuentes de energía limpia más prometedoras, producido a partir de electrolizadores alimentados con energía eléctrica proveniente de fuentes renovables.

Los proyectos +Urea y de **Amoníaco verde** refuerzan nuestro compromiso con el desarrollo sostenible.

Continuamos incrementando el consumo de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables en reemplazo de fuentes fósiles, logrando una disminución constante de nuestras emisiones de alcance 2, otra de nuestras Metas 2030.

Compartiendo con AAPRESID un mismo compromiso con una agricultura sostenible, y convencidos de la importancia de medir la huella de carbono base de la producción agropecuaria para comenzar a desarrollar un programa de adaptación, mitigación y mejoras en los manejos de los sistemas productivos, en 2024 firmamos un nuevo convenio con objetivos a 3 años, en donde no solo

se medirá la huella de carbono en los sistemas de siembra directa (SSD) y en los cultivos que los integran según la región de pertenencia, sino que también se van a identificar las principales fuentes de emisión, desarrollar estrategias de manejo para mitigar la huella de carbono y, a través de distintos medios, transferir el conocimiento generado.

De cara al futuro, otro de nuestros principales desafíos es mantener índices de excelencia y mejorarlos. En ese sentido, trabajamos en la capacitación constante de nuestro personal, en la incorporación permanente de tecnología y también en el asesoramiento para la aplicación de nuestros productos en el campo. Además, realizamos acciones ligadas al cuidado del ambiente con las comunidades vecinas a la planta y terminales, especialmente en lo que refiere al cuidado del suelo en zonas urbanas a través de los programas vinculados con la huerta.

Emprendimos un camino lleno de desafíos en el mundo de la innovación y la tecnología agropecuaria, y seguiremos creciendo con nuestro objetivo claro: construir un futuro sostenible. Seguiremos recorriendo este camino junto a nuestra gente y a las comunidades en las que es-

tamos presentes para mejorar la eficiencia del uso de los nutrientes y del agua, optimizar el uso de la tierra y generar más y mejores alimentos.

La cultura organizacional es el conjunto de valores, creencias y prácticas que configuran el modo en que las personas deben comportarse e interactuar, cómo deben tomarse las decisiones y cómo deben llevarse a cabo las actividades laborales dentro de una organización. Y del mismo modo en que permanentemente buscamos mejorar nuestros procesos, en Profertil aprendemos de nuestras experiencias, de nuestros aciertos y errores para mejorar nuestra cultura organizacional. Por eso en 2024 llevamos adelante y completamos cinco Proyectos de Evolución Cultural (PEC), en los que participaron empleados de todas las gerencias y jerarquías: Simplificación de Procedimientos, Revisión del Modelo de Liderazgo, Proyectos Transversales en Células con Sponsor, Matriz de Comunicación de Mandos Medios y Renovación de Espacios de Trabajo.

**Desafíos a futuro**



**Crecer en el mercado de fertilizantes de eficiencia mejorada,** en forma alineada a nuestras Metas 2030.



**Incrementar el número de mujeres en nómina y en posiciones de liderazgo,** para alcanzar la Meta 2030 de diversidad e inclusión.



**Continuar con el Programa Construyendo Compliance,** profundizando las relaciones con nuestra cadena de valor.



## 2.2.1 GESTIÓN DE RIESGOS CORPORATIVOS Y DE SOSTENIBILIDAD

**PARA PROFERTIL, LA GESTIÓN DE RIESGOS ES UN EJERCICIO EVOLUTIVO QUE REQUIERE UN ENFOQUE INTEGRADO Y QUE CONSIDERA EL BIENESTAR DE TODOS NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS**

El Equipo Ejecutivo lidera el proceso de gestión de riesgos, que se actualiza periódicamente, evaluando la criticidad de cada riesgo en función de su impacto y probabilidad de ocurrencia. Esto nos permite detectar las acciones de mitigación que deben ser implementadas de forma periódica.

Nuestro modelo de gestión de riesgos relaciona sinérgicamente las estrategias corporativas y de sostenibilidad, alineando los objetivos estratégicos y metas de sostenibilidad con la identificación y mitigación de riesgos, fortaleciendo así la toma de decisiones y la protección de los intereses de la empresa y las partes interesadas.

Así, hemos identificado riesgos ambientales, sociales y de gobernanza, para cuya gestión hemos implementado o estamos diseñando los correspondientes planes de mitigación o adaptación:

### RIESGOS AMBIENTALES

- Gestión de carbono
- Regulaciones ambientales
- Escasez de agua o gas
- Incidentes severos
- Riesgo climático

### RIESGOS SOCIALES

- Atracción de talento
- Paradas no programadas

### RIESGOS ECONÓMICOS Y DE GOBERNANZA

- Relación de precio fertilizante/grano
- Relación de precio gas/Urea
- Nuevos competidores
- Ciberseguridad
- Liquidez y tipo de cambio
- Uso de barcos extranjeros
- Compliance
- Actualización productiva
- Bloqueo de planta por conflicto propios o ajenos

## 2.2.2 GESTIÓN DE ACTIVOS Y CONFIABILIDAD

Como parte de nuestra Estrategia de Gestión de Activos Físicos, permanentemente evaluamos su desempeño a lo largo de su ciclo de vida con el objetivo de identificar desvíos y modos de falla, desarrollar y mantener actualizados los programas de mantenimiento preventivo-predictivo, mejorar el Mantenimiento correctivo y capitalizar las lecciones aprendidas.

**NUESTRA ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE ACTIVOS APUNTALA LOS RESULTADOS EN NUESTRA GESTIÓN DE ASPECTOS ECONÓMICOS, AMBIENTALES Y SOCIALES**

Para ello, contamos con equipamiento e instrumental de última tecnología, y diversas metodologías como FMEA (análisis de modos de fallas y efectos), RBI (inspección basada en el riesgo), RCM (mantenimiento centrado en la confiabilidad) y RCA (análisis de causa raíz).

De este modo, minimizando la probabilidad de fallas, protegemos la salud y seguridad de los trabajadores, prevenimos incidentes ambientales, maximizamos el desempeño de los procesos y la producción, y optimizamos la gestión de costos operativos y de mantenimiento.

## 2.3 GRUPOS DE INTERÉS

**TEMAS MATERIALES** Relación con la comunidad e inversión social

**CONTENIDOS GRI** 3-3, 2-29

**CONTENIDOS SASB** RT-CH-210a.1

**A LO LARGO DE LOS AÑOS, CONSOLIDAMOS UN DIÁLOGO ESTRUCTURADO, SISTEMÁTICO, ORDENADO Y PERIÓDICO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS, QUE NOS PERMITE OBTENER UNA PERCEPCIÓN REAL DEL ENTORNO, RETROALIMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y FORTALECER LOS VÍNCULOS.**

De manera continua, realizamos actividades con nuestros grupos de interés. El enfoque principal es conocer las expectativas de cada uno, para generar líneas de acción y dar respuesta, en la medida de lo posible, a sus requerimientos y necesidades. Los resultados nos sirven de retroalimentación para gestionar nuestras actividades diarias, proceso del que participan las diferentes áreas de la compañía y el propio Directorio. El análisis de esta información y el conjunto de datos son considerados al aprobar los planes de gestión anuales. En el análisis de temas relevantes, también, utilizamos los comentarios recibidos para incluirlos en este Reporte de Sostenibilidad.

### 2.3.1 COMITÉ DE COMUNICACIONES INTEGRADAS

Está conformado por las gerencias de Comercial; Personas, Cultura y Tecnología; Asuntos Corporativos, y los respectivos sectores de Marketing, Comunicaciones Internas y Comunicación Digital y de Prensa. Las tareas más relevantes de este comité son:

- Generar planes de comunicación y acciones.
- Asegurar la respuesta e interacción en las redes sociales de la compañía.
- Asegurar una reacción rápida y eficiente, para generar respuestas específicas.

A partir de la Estrategia de Comunicaciones Integradas nos planteamos el objetivo de liderar la estrategia de comunicación digital, vinculada a la sostenibilidad, el asesoramiento a productores y clientes, y las obras de reconstrucción de Bahía Blanca e Ingeniero White, en clubes deportivos, escuelas y jardines.

### 2.3.2 CANALES DE COMUNICACIÓN Y DIÁLOGO

A través de diferentes canales de comunicación y diálogo —sobre la base de metodologías cualitativas y cuantitativas—, recabamos información sobre las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés, que luego son procesadas y volcadas en informes. Esta información se presenta al Equipo Ejecutivo para la toma de decisiones, instancia en la cual se definen esos pasos.



## 2.3.2 CANALES DE COMUNICACIÓN Y DIÁLOGO

A través de diferentes canales de comunicación y diálogo —sobre la base de metodologías cualitativas y cuantitativas—, recabamos información sobre las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés, que luego son procesadas y volcadas en informes. Esta información se presenta al Equipo Ejecutivo para la toma de decisiones, instancia en la cual se definen esos pasos.

| GRUPO DE INTERÉS   | QUIÉNES LO COMPONEN  | PRINCIPALES HERRAMIENTAS DE ESCUCHA   | PRINCIPALES TEMÁTICAS ABORDADAS  | PRINCIPALES RESULTADOS 2024   | HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN Y DIÁLOGO  |
|--|--|---|--|---|---|
| <b>Accionistas</b>   | YPF SA y Nutrien Inc.  | Reuniones trimestrales del Directorio y el Equipo Ejecutivo de Profertil.   | Se tratan los temas principales de cada Gerencia que hacen a la marcha de la compañía. También, se revisa la evolución de los planes estratégicos anuales y quinquenales.  | Aprobación y grado de cumplimiento de los objetivos corporativos anuales, presentados por el Equipo Ejecutivo.  | - Página web institucional<br>- Redes sociales<br>- Reporte de Sostenibilidad   |
| <b>Colaboradores</b>   | Todas las personas que trabajan en relación de dependencia, independientemente de la categoría, el área o la función.  | - Encuesta de Bienestar y Compromiso<br>- Reuniones de Comunicación Corporativa<br>- Línea de Reporte de Irregularidades  | Bienestar, clima organizacional, valores y compromiso, cultura, liderazgo, condiciones de salud y seguridad, sostenibilidad y proyectos futuros, entre otros.  | Se realizó una medición y se observaron valores muy similares a 2018 (última toma de encuesta de clima), donde el bienestar organizacional tuvo una favorabilidad del 83 % y un compromiso del 83 %.  | - Instagram interno<br>- Cartelera digital<br>- Intranet (Pronet)<br>- Revista interna<br>- Boletines y mailing<br>- Micro de videos<br>- Página web institucional<br>- Redes sociales<br>- Reporte de Sostenibilidad   |
| <b>Proveedores</b>   | Todos los socios comerciales que conforman nuestra cadena de suministro, tanto proveedores de bienes o servicios como, también, las personas que realizan tareas dentro de nuestras instalaciones. | - Encuesta cuantitativa sistemática. Muestra: 274 casos. Se realiza desde 2005.   | Percepción general de la empresa, expectativas sobre el modo de vinculación, canales de comunicación e información requerida, posicionamiento de la compañía desde la perspectiva de este público (NVS).                                 | Las calificaciones respecto a la confianza que inspira la empresa, el compromiso con la comunidad y con el sector agropecuario, junto con la capacitación en el buen uso de los productos, subieron respecto al año anterior, superando la puntuación de 9 (en escala de 1 a 10). El valor total que aporta ser proveedor de Profertil quedó evaluado como "excepcional" (NVS).   | - Estudio cualitativo. Entrevistas en profundidad<br>- Estudio cualitativo. Focus Group<br>- Web <a href="http://www.checkpagos.com.ar">www.checkpagos.com.ar</a><br>- Página web institucional<br>- Redes sociales<br>- Reporte de Sostenibilidad  |
| <b>Clientes</b>  | Clientes y socios comerciales de Profertil, que colaboran con nuestros canales de distribución mayorista, minorista y comercio exterior.   | Encuesta cuantitativa sistemática anual del segmento Distribuidores. Muestra: 62 casos. Se realiza desde 2002.  | Satisfacción de clientes de este segmento, actitud frente a la sostenibilidad y adopción de buenas prácticas, principales atributos de marca, fortalezas y oportunidades de mejora. Posicionamiento de la empresa (NVS).                 | Las calificaciones por parte del segmento de este segmento, se mantienen en todos los atributos consultados, excepto para aquel vinculado con la confianza y la transparencia, en este caso se observa un aumento en la calificación. El valor total que aporta tener vínculo comercial con la empresa quedó categorizado como excelente (NVS).   | - Estudio cualitativo. Entrevistas en profundidad<br>- Mts de aplicación (jornadas técnicas)<br>- Jornadas a campo<br>- Profertil Excelencia<br>- Boletines técnicos<br>- Portal de la red<br>- Divulgación de información técnica en revistas especializadas del sector<br>- Página web institucional<br>- Redes sociales<br>- Reporte de Sostenibilidad   |
|  |  | Encuesta cuantitativa sistemática anual del segmento Cuentas Nacionales. Muestra: 38 casos. Se realiza desde 2002.  | Satisfacción de clientes de este segmento, fortalezas y oportunidades de mejora.   |   |   |
| <b>Productores agropecuarios y asesores técnicos (cliente final)</b> | Productores agropecuarios con los cuales trabajamos a lo largo de todo el país.  | Encuesta cuantitativa sistemática anual. Muestra: 200 productores de trigo y maíz de todo el país. Se realiza desde 2002.   | Uso de fertilizantes, actitud frente a la sostenibilidad, grado de adopción de buenas prácticas y tecnología, perfil de los productores argentinos, dificultades que enfrentan en su tarea diaria y percepción general sobre la empresa. | Los productores agropecuarios valoran fuertemente el aporte de los fertilizantes estabilizados para el cuidado del medio ambiente. Además, surge de las mediciones un interés en medir la huella de carbono, así como también encontrar estrategias para el uso eficiente de los fertilizantes. En cuanto a imagen institucional, este público otorgó mejor calificación a la dimensión de liderazgo.   | - Estudio cualitativo. Entrevistas en profundidad<br>- Boletines técnicos<br>- Programa El Triguero 2.0<br>- Programa Maicero<br>- Mts de aplicación (jornadas técnicas)<br>- Miting<br>- Jornadas a campo<br>- Web específica con biblioteca virtual<br>- Divulgación de información técnica en revistas especializadas del sector<br>- Campañas publicitarias en medios masivos, dirigidas al sector agropecuario<br>- Congresos del sector agroindustrial: A todo Trigo, Congreso Maizar; Congreso AAPRESID, Congreso AACREA (cada 4 años); Simposio Fertilizar (cada 2 años), Congreso Argentino de Ciencias del Suelo<br>- Página web institucional<br>- Redes sociales<br>- Reporte de Sostenibilidad |
| <b>Comunidad local</b>   | Las comunidades de Bahía Blanca y de Ingeniero White, además de las asociaciones civiles con las cuales articulamos.   | Encuesta cuantitativa sobre percepción sobre RSE en Ingeniero White. Muestra: 200 casos con cuotas representativas de sexo y edad. Se realiza desde 2018.   | Percepción sobre el compromiso con la comunidad de la empresa y las expectativas sobre el modo de vinculación y difusión de información.   | Mejora la valoración del vínculo de la comunidad vecina con la empresa. Profertil sigue en primer lugar en la calificación por generar un aporte al desarrollo local.   | - Estudios cualitativo. Focus Group<br>- Programa Creciendo en Comunidad<br>- Mesa de Proyectos<br>- Campañas publicitarias "La Tierra Tira" y "Consejos para tu Huerta"<br>- Programa de Visitas a Planta<br>- Difusión de información no publicitaria en medios masivos (gacetillas de prensa, entrevistas periódicas, PNT, etc.)<br>- Página web institucional<br>- Redes sociales<br>- Reporte de Sostenibilidad  |
|  |  | Encuesta cuantitativa anual en la comunidad de Bahía Blanca. Muestra: 400 casos con cuotas representativas de sexo y edad. Se realiza anualmente desde el año 2000.   | Grado de conciencia ambiental de la población, percepción sobre el sector agropecuario y los fertilizantes, percepción general de la empresa, calidad de vida, intereses y expectativas de la comunidad vecina.                          |   |   |
| <b>Sociedad</b>  | Población general de Argentina, de ciudades municipales, provinciales, nacionales y regionales.  | Encuesta cuantitativa anual a la Opinión Pública Nacional. Muestra: 800 casos. 40 % AMBA, 60 % principales ciudades del país. Se realiza de manera anual desde 2020. Adicionalmente, se realiza un booster para encuestar conocedores de Profertil: 329 casos.                | Grado de conciencia ambiental de la población, percepción sobre el sector agropecuario y los fertilizantes, grado de conocimiento e imagen de la empresa.  | Este grupo de interés asocia fuertemente a los fertilizantes con mejor calidad y mayor cantidad de alimentos. Además, los fertilizantes siguen en el último lugar del ranking de preocupaciones ambientales. La imagen institucional evoluciona de manera positiva. Los atributos que registran más mejora son: buen lugar para trabajar, referente de novedades tecnológicas en el sector, y promoción y capacitación en el buen uso de sus productos. | - Campañas publicitarias "La Tierra Tira" y "Consejos para tu Huerta"<br>- Programa de Visitas a Planta<br>- Difusión de información no publicitaria en medios masivos (gacetillas de prensa, entrevistas periódicas, PNT, etc.)<br>- Página web institucional<br>- Redes sociales<br>- Reporte de Sostenibilidad   |
|  |  | Escucha activa de diferentes públicos con los que se vincula Profertil a través de una plataforma de seguimiento de comentarios en RRSS ( <i>social listening</i> ).  | Reconocimiento de la marca. Evolución de percepciones y conductas sostenibles.   |   |   |
| <b>Autoridades públicas</b>  | Autoridades públicas municipales, provinciales, nacionales y regionales.   | Encuesta cuantitativa sistemática anual. Muestra: 50 funcionarios de diferentes ámbitos. Se realiza desde 2012.   | Percepción general de la empresa, expectativas sobre el modo de vinculación, canales de comunicación e información requerida.  | Para las autoridades públicas encuestadas, los fertilizantes no están entre las preocupaciones sobre el ambiente más relevantes y, además, asignan una valoración positiva al uso de estos en la producción de alimentos. Por otro lado, asignaron, en promedio, un 8,66 a la frase "Profertil es una empresa importante para el país" (en escala de 1 a 10).   | - Estudio cualitativo. Entrevistas en profundidad<br>- Visitas Guiadas a Planta, especiales para autoridades públicas<br>- Campañas publicitarias en medios masivos de comunicación<br>- Página web institucional<br>- Redes sociales<br>- Reporte de Sostenibilidad  |
| <b>Instituciones empresariales y del sector agropecuario</b>         | Organizaciones a través de las cuales potenciamos nuestro crecimiento y nuestro compromiso con el desarrollo sostenible.   | Encuesta cuantitativa sistemática anual. Muestra: 50 representantes de instituciones. Se realiza desde 2006. Durante el 2023 se decidió realizar un estudio cualitativo a través de entrevistas en profundidad. Se llevaron a cabo con 10 representantes de Cámaras           | Percepción general de la empresa, expectativas sobre el modo de vinculación, canales de comunicación e información requerida.  | Para este público, los fertilizantes, bien usados, son una solución y no un problema. Hay un fuerte involucramiento de las cámaras con la sostenibilidad. Con respecto al vínculo, hay muchos indicadores que muestran que es muy positivo. Con relación a la imagen institucional, ven a Profertil como una empresa líder, asociada a la agroindustria, al sector de agroalimentos   | - Estudio cualitativo. Entrevistas en profundidad<br>- Reuniones periódicas<br>- Boletines técnicos<br>- Presencia en congresos y eventos del sector<br>- Campañas publicitarias en medios masivos de comunicación<br>- Página web institucional<br>- Redes sociales<br>- Reporte de Sostenibilidad   |
| <b>Medios de Comunicación</b>  | Prensa general y especialistas en agroindustria.   | Encuesta cuantitativa sistemática anual. Muestra: 96 periodistas locales y nacionales. Se realiza desde 2006. En 2023 se llevó adelante un estudio cualitativo, basado en entrevistas en profundidad con periodistas agropecuarios. Se realizaron un total de 10 entrevistas. | Percepción general de la empresa, expectativas sobre el modo de vinculación, canales de comunicación e información requerida.  | Con respecto a la sostenibilidad, todos los entrevistados se muestran interesados en la problemática y le dan un lugar destacado. Consideran a los fertilizantes como imprescindibles a pesar de posibles efectos nocivos.<br><br>Todos tienen una excelente imagen y valoración del trabajo de relacionamiento que hace Profertil<br><br>Destacan la accesibilidad y cercanía.   | - Estudio cualitativo. Entrevistas en profundidad.<br>- Programa de Visitas Guiadas para periodistas<br>- Reuniones y acciones de Relacionamiento.<br>- Comunicación directa a través de gacetillas de prensa.<br>- Campañas publicitarias en medios masivos de comunicación.<br>- Celebración Día del Periodista.<br>- Página web institucional.<br>- Redes sociales.<br>- Reporte de Sostenibilidad   |
| <b>Instituciones académicas y docentes del sector agropecuario</b>   | Instituciones académicas de todos los niveles y, en particular, las vinculadas al sector agropecuario.   | Encuesta cuantitativa sistemática. Muestra: 50 docentes de carreras vinculadas al sector agropecuario de diferentes universidades del país. Se realiza desde 2013.  | Percepción general de la empresa y sus productos, expectativas sobre el modo de vinculación e información requerida.   | Crece la cantidad de docentes del sector agropecuario que incluyen temáticas de sostenibilidad en los contenidos de sus materias. Un 70 % de docentes que respondieron la encuesta asocian los fertilizantes únicamente, con palabras positivas.  | Estudio cualitativo. Entrevistas en profundidad<br>- Divulgación de información técnica en revistas especializadas del sector<br>- Boletines técnicos<br>- Tutoriales de Triguero y Maicero en YouTube, en el canal ProfertilAgro<br>- Mts de aplicación (jornadas técnicas)<br>- Jornadas a campo<br>- Presencia en congresos del sector<br>- Página web institucional<br>- Redes sociales<br>- Reporte de Sostenibilidad  |

### OTROS CANALES DE COMUNICACIÓN

[www.profertil.com.ar](http://www.profertil.com.ar)

**Teléfonos:**

0291 459 8000 (institucional)

0800 666 7763 (atención comercial)

**LÍNEA DE CONDUCTA ÉTICA**

**24.703**  
SEGUIDORES

**6.800**  
SEGUIDORES

**4.650**  
SUSCRIPCIONES

**16.321**  
SEGUIDORES

**37.678**  
SEGUIDORES

**2.932**  
SEGUIDORES

**3.657**  
DESCARGAS DEL PODCAST

### INCORPORAMOS UNA HERRAMIENTA QUE PERMITE MONITOREAR EN TIEMPO REAL LOS TÓPICOS Y MENCIONES DEL ECOSISTEMA DIGITAL, VINCULADOS A LA COMPAÑÍA

Trabajamos en la implementación de una herramienta de escucha activa que nos permite monitorear los tópicos y menciones del ecosistema digital, en tiempo real. A través de la plataforma Brandwatch, podemos monitorear la conversación digital vinculada a la compañía, a temáticas al negocio, y/o la comunidad/es en la/s que operamos.

## 2.4 ALIANZAS Y RECONOCIMIENTOS

Contenido GRI 2-28

### PARTICIPAMOS DE 23 INICIATIVAS DE COCREACIÓN DE VALOR ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL, EN POS DE UNA AGRICULTURA SOSTENIBLE

Nos comprometemos con diferentes iniciativas, a la vez que trabajamos junto a diversas cámaras y asociaciones sectoriales de la industria, para desarrollar nuestra actividad y potenciar el crecimiento responsable de las comunidades y de los negocios. Nuestras principales alianzas son:

| Organización   | Participación en el órgano de gobierno | Participación en grupos de trabajo o comité | Aportes |
|--|--|---|---------|
| Asociación Argentina de Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola (AACREA)     |  | X   | X       |
| Asociación Argentina de Productores en Siembra Directa (AAPRESID)                      |  | X   | X       |
| Asociación Argentina de Trigo  |  | X   | X       |
| Asociación Civil Fertilizar  | X                                      | X   | X       |
| Asociación de Consumidores Industriales de Gas de la República Argentina (ACIGRA)      | X                                      |   | X       |
| Asociación de Recursos Humanos Argentina (ADRHA)                                       | X                                      | X   | X       |
| Asociación Grandes Usuarios de Energía Eléctrica de la República Argentina (AGUEERA)   | X                                      |   | X       |
| Asociación Internacional de Fertilizantes (IFA)  | X                                      | X   | X       |
| Asociación Petroquímica Latinoamericana (APLA)   | X                                      | X   | X       |
| Cámara de Actividades Portuarias y Marítimas   |  | X   | X       |
| Cámara de Concesionarios y Permisionarios del Puerto de Bahía Blanca (CCPPBB)          | X                                      | X   | X       |
| Cámara de la Industria Química y Petroquímica (CIQyP)                                  | X                                      | X   | X       |
| Cámara de Permisionarios y Concesionarios del Puerto de San Nicolás                    | X                                      | X   | X       |
| Cámara de Puertos Privados y Comerciales   |  | X   | X       |
| Cámara Industrial de Agroquímicos y Fertilizantes de la Argentina (CIAFA)              | X                                      | X   | X       |
| Club IFREI - Centro Conciliación Familia y Empresa del Instituto Argentino de Empresas |  | X   | X       |
| Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS)                     |  | X   | X       |
| Consortio H2Ar   |  | X   |         |
| Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Sostenibilidad (IARSE)                 |  |   | X       |
| Instituto Petroquímico Argentino (IPA)   | X                                      | X   | X       |
| Pacto Global de las Naciones Unidas (PGNU - Red Argentina)                             |  |   | X       |
| RED Diversidad en Instituto Petroquímico Argentino (IPA)                               |  | X   |         |
| Unión Industrial de Bahía Blanca (UIBB)  | X                                      | X   | X       |

## 2.4.1 PARTICIPACIONES

**CONSTRUIR VÍNCULOS CON ACTORES CLAVES DE NUESTRA CADENA PRODUCTIVA ES FUNDAMENTAL PARA NUTRIRNOS DE OPINIONES DIVERSAS, APRENDIZAJES EXTERNOS Y CONOCIMIENTO.**

- **Congreso “A todo trigo”**

Desarrollado en Mar del Plata, es el congreso más importante de Latinoamérica sobre trigo, cebada y otros cultivos de invierno.

- **Congreso Maizar “Liberemos nuestro talento colectivo”**

Participamos de esta actividad dedicada a la difusión del conocimiento actual sobre la plaga del *Dalbulus maidis*, con los mejores expertos en el tema. También se analizaron las posibilidades de transformación de esta cadena, que tanto puede incrementar su contribución a la generación de divisas, el desarrollo productivo y el arraigo regional.

- **CDA, Congreso de Distribuidores del Agro**

Estuvimos presentes en la segunda edición del Congreso de Distribuidores del Agro, espacio de encuentro para los principales distribuidores de insumos agrícolas.

- **Reunión anual de la Asociación Internacional de Fertilizantes (IFA)**

Participamos en la reunión anual de la Asociación Internacional de Fertilizantes (IFA,) en Singapur. Durante el evento, resaltamos nuestro compromiso con la seguridad alimentaria, la sostenibilidad y la innovación en la industria de los fertilizantes.

- **Fertilizer Latino Americano 2024 (Miami, USA)**

Evento donde convergieron más de 700 profesionales del sector, de más de 50 países y representando a más de 360 organizaciones, para formar redes, negociar y explorar las últimas tendencias y oportunidades del mercado.



> CDA, Congreso de Distribuidores del Agro



> IFA Singapur

> Fertilizer Latino Americano 2024

• **Congreso AAPRESID 2024**

Participamos del taller “Huella de carbono de sistemas productivos en siembra directa”, realizado por primera vez en la provincia de Buenos Aires.

*“Para nosotros, es un orgullo participar de los espacios que organiza AAPRESID, dado que estamos convencidos de que el trabajo en red, conversando sobre la salud del suelo, es clave para la sostenibilidad de los procesos productivos agronómicos”.*

**Mirta Toribio, jefa de Investigación y Desarrollo**



> Congreso AAPRESID

• **Programa Fortalecer Redes**

Iniciativa diseñada para potenciar y fortalecer a las organizaciones de la sociedad civil (OSC). Fue impulsada por el LAB público-privado de GDFE y RIL, la Compañía Mega, Dow, la Fundación Pampa Energía, TGS, Unipar, Profertil y la Unión Industrial de Bahía Blanca en alianza con la Municipalidad de Bahía Blanca.

Fue pensado como una instancia para mejorar progresivamente las redes de colaboración público-privadas. Durante el 2024, se han llevado adelante diversas actividades y talleres que buscaron fortalecer las capacidades de las OSC y generar sinergias entre sectores.

El acompañamiento a las OSC se realizó a través de instituciones y profesionales especialistas en la materia, con experiencia en la asistencia técnica al sector social.

Más de 80 OSC de Bahía Blanca participaron en al menos una capacitación



> Programa Fortalecer Redes



> Programa Fortalecer Redes



• **4º Encuentro de Sostenibilidad de APLA (Asociación Petroquímica Latinoamericana)**

Estuvimos presentes en este encuentro que reunió a profesionales de la sostenibilidad de todo el continente, para hablar sobre la agroindustria y su aporte a la producción sostenible de alimentos. En un planeta donde el 70 % de su superficie está cubierta por agua, pero menos del 3 % es dulce y solo el 0,3 % es apta para consumo humano, y donde apenas el 12 % de las tierras son aptas para producir alimentos, el desafío de alimentar a una población proyectada en 10.000 millones de personas para 2100 es enorme. En este evento compartimos cómo, desde nuestro lugar, trabajamos para que la agroindustria sea parte activa de la solución.



• **5º Congreso de Energías Renovables**

También dijimos “presente” en este evento organizado por la Universidad Tecnológica Nacional, Universidad Nacional del Sur, Universidad Nacional del Sudoeste, el Colegio de Ingenieros y el Departamento de Ingeniería Eléctrica y Computación (UNS). Fue un espacio de diálogo entre personas e instituciones relacionados con las energías sustentables y la eficiencia energética. Allí compartimos nuestra experiencia en el uso de energías renovables dentro de nuestro proceso y sobre cómo gestionamos de forma eficiente nuestros consumos energéticos.



## 2.4.2 PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS RECIBIDOS

En los últimos años, fuimos reconocidos con diferentes premios y reconocimientos que nos llenan de orgullo.

En la edición 2024 de los Premios Eikon a la Excelencia en la Comunicación Institucional, Profertil resultó ganadora de cuatro estatuillas:

- **Eikon Oro** en categoría “Campaña Web” para el caso “Más accesibilidad, más inclusión: ¡Mejoramos la experiencia de usuario en nuestra web!”. Esta iniciativa se basa en la incorporación de un plug-in que permite adaptar el contenido del sitio a las necesidades de cada visitante: mayor contraste, lectura en voz alta, tipografía para dislexia, entre otras funcionalidades.
- **Eikon Plata** en la categoría “Campaña Social Media” para “Profertil en TikTok: ¡Sembrando semillas para un futuro más sostenible!”, la red social de la compañía que busca acercar contenidos de valor a las generaciones más jóvenes.
- **Eikon Plata** en la categoría “Eventos” por la presentación del convenio con YPF Luz, que garantiza la provisión del 100 % de la energía eléctrica de origen renovable necesaria para el funcionamiento de nuestro complejo productivo.
- **Eikon Azul** en la categoría “Sustentabilidad en Educación” por el rediseño de nuestro Programa de Huertas. Esta iniciativa busca generar espacios de formación para instituciones educativas con el fin de generar más y mejores alimentos.



Por otro lado, en un nuevo certamen del **Foro Ecuménico Social**, Profertil recibió la distinción al Mejor Reporte Social de Empresas de la Argentina por su Reporte de Sostenibilidad 2022. El Foro Ecuménico Social entrega estas distinciones desde el año 2002 con el objetivo de reconocer a aquellas empresas que demuestren un comportamiento ético y beneficien a la comunidad.

