INFORME DE DE GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD 2025

isimo mercado



Informe de Sostenibilidad 2025



Indice



Carta del Gerente General
- crecimiento, ahorro y sostenibilidad para el futuro de Ísimo.

Pag. 03



Gobierno Corporativo
- Estructura directiva.
- Gestión y sostenibilidad.
- Ética y transparencia.
- Riesgos y cumplimiento.
- Grupos de interés.

Pag. 04



Modelo de Sostenibilidad
- Doble Materialidad 2025.
- Niveles de Gestión.
- Alineación con ODS.

Pag. 05



Gestión Comercial y Marcas Propias
- Mercado y categorías.
- Campañas y fidelización.
- Marcas Propias.

Pag. 06



Expansión
- Apertura de tiendas por región.

Pag. 07



Nuevos Negocios
- Canales virtuales, domicilio y ventas institucionales.

Pag. 08



Aspectos Legales y Cumplimiento Normativo
- Protección al consumidor y datos personales (Habeas Data).
- Cumplimiento laboral y propiedad intelectual / licencias de software.

Pag. 08



Cultura Organizacional y Talento Humano
- Estrategia de gestión humana y formación continua.
- Programa Talento Silver y bienestar laboral.

Pag. 09



Responsabilidad Social y Gestión Ambiental
- Alianzas estratégicas y lucha contra el hambre (Red ABACO).
- Desarrollo local e iniciativas comunitarias.
- Gestión de residuos, economía circular y reducción de plástico.

Pag. 10



Evolución Financiera, Logística y Transformación Tecnológica
- Resultados de ventas y comportamiento del mercado.
- Innovación en infraestructura de frío y cadena de suministro.
- Integración tecnológica (WMS, Celes, Siesa).

Pag. 13

Juntos construimos un futuro más responsable, inclusivo y sostenible.







01. CARTA DEL GERENTE GENERAL DE TIENDAS ÍSIMO

En 2022 iniciamos un camino con una convicción: las familias colombianas merecen encontrar productos de buena calidad a precios que les permitan cuidar su presupuesto. Como parte del Grupo Empresarial Olímpica, en Tiendas Ísimo hemos trabajado desde entonces para ofrecer una alternativa de compra cercana y confiable, que responda a sus necesidades cotidianas.

Construir una empresa en el sector de descuento duro exige comprender a quienes nos eligen, cumplir nuestra promesa de ahorro y coordinar una operación en la que cada decisión cuenta. Detrás de los productos en nuestras góndolas hay personas, relaciones y procesos que debemos fortalecer para responder a la confianza de nuestros clientes.

Con este informe compartimos los principales resultados de nuestra gestión en 2025 y los avances en la incorporación de la sostenibilidad al negocio. Invitamos a nuestros clientes y demás grupos de interés a conocer el trabajo que hace posible nuestra operación, más allá de lo que ven en las tiendas.

Durante 2025 ampliamos nuestra presencia y pusimos en marcha canales virtuales de comercialización, incluido el servicio de domicilios mediante alianzas con plataformas como DiDi, Rappi y Mercado Libre. También consolidamos alianzas con cajas de compensación, entre ellas Comfama y Colsubsidio, para ampliar las opciones de acceso y los beneficios para nuestros clientes.

Fortalecimos nuestras marcas propias y trabajamos en la eficiencia de la operación, con el propósito de mantener nuestra propuesta de ahorro y construir las condiciones para crecer de manera sostenible.

Somos una empresa joven y reconocemos la responsabilidad que implica nuestro crecimiento. Por eso, buscamos integrar la sostenibilidad en la forma en que gestionamos el negocio. Aprovechar mejor los recursos, prevenir el desperdicio, fortalecer la cadena de abastecimiento y contribuir a las comunidades son tareas vinculadas con la continuidad y el futuro de Tiendas Ísimo. En 2025 avanzamos en la identificación de los asuntos sociales, ambientales y de gobierno corporativo que deben orientar nuestros esfuerzos y apoyar la toma de decisiones.

Hacia adelante, seguiremos trabajando para impulsar las ventas mediante el fortalecimiento de las marcas propias y la diversificación del portafolio. También continuaremos buscando eficiencias logísticas y tecnológicas que contribuyan a consolidar nuestra posición en el mercado y avanzar hacia la rentabilidad del negocio.

Agradecemos a nuestros colaboradores por su compromiso diario; a nuestros proveedores y aliados, por acompañarnos en la construcción de esta empresa; y a nuestros accionistas, por su confianza y visión de largo plazo. A nuestros clientes, gracias por elegirnos y permitirnos ser parte de sus decisiones de compra.

Tenemos mucho por construir. Nos guía el propósito de llevar nuestra promesa de ahorro a más familias y consolidar una empresa que crezca con responsabilidad, genere oportunidades y contribuya al desarrollo del país.

Cordialmente,

Sergio José Barake Kappaz
Gerente General
Tiendas Ísimo



Agradecemos a nuestros colaboradores por su compromiso diario; a nuestros proveedores y aliados, por acompañarnos en la construcción de esta empresa; y a nuestros accionistas, por su confianza y visión de largo plazo.

Sergio José Barake Kappaz

02. GOBIERNO CORPORATIVO

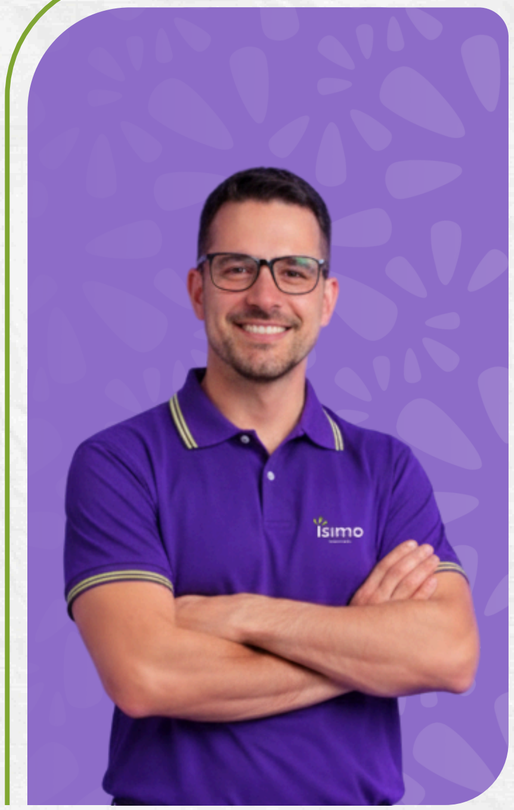
El gobierno corporativo de Tiendas Ísimo comprende las instancias de dirección, administración y fiscalización, así como los principios que orientan la toma de decisiones y la relación con sus grupos de interés.

Estructura de dirección y administración.

La Asamblea General de Accionistas es el máximo órgano de dirección de la sociedad. Entre sus funciones se encuentran reformar los estatutos, aprobar los estados financieros de cierre de ejercicio y elegir al representante legal y Revisor Fiscal, conforme a las competencias previstas en los estatutos sociales.

La administración y la representación judicial y extrajudicial están a cargo del representante legal principal, con dos suplentes. Para desarrollar la operación, cuenta con el apoyo de la alta gerencia. La Gerencia General y la Gerencia Ejecutiva son integrantes de la alta dirección y la estructura operativa de gobierno comprende la Asamblea, la Gerencia y la Revisoría Fiscal.





Dirección del negocio y sostenibilidad

La alta dirección está a cargo de la ejecución de las decisiones y estrategias aprobadas por la Asamblea, la gestión responsable de los recursos y el fortalecimiento del control interno, el cumplimiento y la gestión de riesgos. También establece que las decisiones empresariales deben considerar el crecimiento económico, el bienestar social y el cuidado ambiental.

Este marco incorpora objetivos ambientales, sociales y económicos, entre ellos el uso eficiente de los recursos, la gestión de residuos, el desarrollo del talento humano, las relaciones responsables con las comunidades y la sostenibilidad de la cadena de suministro.

Ética y prevención de conflictos de interés

Contamos con un Código de Ética como instrumento que recoge los principios y estándares de conducta para colaboradores, accionistas, proveedores y contratistas. Los valores institucionales señalados son pasión, integridad, innovación, practicidad y agilidad.

Las reglas sobre conflictos de interés contemplan la revelación oportuna de situaciones reales o potenciales y la abstención de participar en las actividades o decisiones correspondientes. Asimismo, prevén su evaluación por las instancias competentes y establecen criterios de transparencia para las relaciones con accionistas y partes vinculadas.

Gestión de riesgos y mecanismos de control

También contamos con una Gerencia de Gestión de Riesgo y Control con funciones de identificación, evaluación y mitigación de riesgos, auditoría de procesos y seguimiento a las recomendaciones. La identificación y el reporte de riesgos también corresponden a las gerencias y a los líderes de proceso. La Revisoría Fiscal ejerce la fiscalización independiente y comunica las irregularidades y los hallazgos relevantes a las instancias correspondientes. El Comité de Riesgos y Auditoría está para apoyar a la Asamblea en la gestión de riesgos y la evaluación del control interno.

Cumplimiento y protección de la información

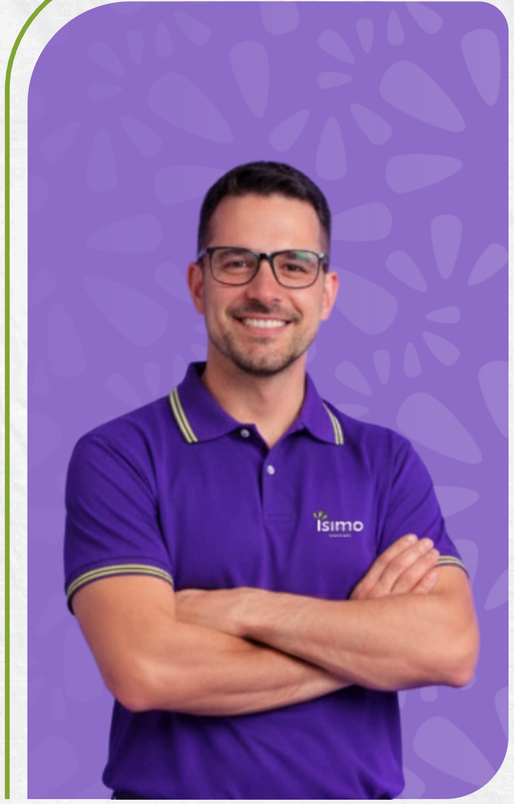
La compañía cuenta con un Manual SAGRILAFT y un Programa de Transparencia y Ética Empresarial, y describe las funciones del Oficial de Cumplimiento en la prevención del lavado de activos, la financiación del terrorismo y el soborno transnacional. También identifica un responsable de protección de datos personales y seguridad de la información, encargado de promover el cumplimiento de los lineamientos aplicables y la gestión de los riesgos asociados al tratamiento, almacenamiento, acceso y divulgación de la información.

Relación con los grupos de interés y seguimiento

El marco de buen gobierno recoge compromisos con accionistas, proveedores, colaboradores, clientes y comunidades. Estos incluyen el acceso a información para la toma de decisiones, el trato equitativo, la contratación responsable, el respeto de los derechos laborales y la atención a las necesidades y expectativas de los clientes y del entorno.

La supervisión del cumplimiento del Código de Buen Gobierno se atribuye a la Asamblea General de Accionistas. El documento, el cual está publicado en la página web de Tiendas Ísimo, prevé mecanismos de reclamación para los accionistas, difusión interna y externa y una revisión mínima cada dos años.





03. MODELO DE SOSTENIBILIDAD

En Tiendas Ísimo entendemos la sostenibilidad como parte de la gestión del negocio y de nuestra propuesta de valor para las familias colombianas. Buscamos integrar criterios ambientales, sociales, de gobernanza y económicos en las decisiones que tomamos sobre nuestros productos, la operación y las relaciones con nuestros grupos de interés.

El análisis de doble materialidad realizado en 2025 constituye uno de los principales insumos de este enfoque. A partir de sus resultados, el modelo presentado en mayo de 2026 organiza las prioridades de sostenibilidad en cuatro niveles vinculados con la forma en que la compañía crea valor: cliente, producto, operación y organización. Su construcción también consideró el plan de negocio 2026, el autodiagnóstico del Sello de Sostenibilidad ICONTEC y referentes internos del grupo empresarial.

Prioridades identificadas en 2025

El análisis de doble materialidad contó con la participación de accionistas, proveedores, colaboradores, clientes y comunidad mediante diálogos, encuestas y talleres. Este ejercicio permitió identificar los asuntos relevantes para la sostenibilidad del negocio y para los impactos de la compañía en la sociedad y el medio ambiente, considerando los riesgos y las oportunidades asociados.

Como resultado, se priorizaron cinco temas materiales: negocios sostenibles, gestión de la cadena de abastecimiento, gestión del talento humano, cambio climático, y economía circular y empaques. Los resultados fueron comunicados a los grupos de interés en diciembre de 2025, junto con el compromiso de avanzar en su integración a la estrategia y a la operación.

La presentación del modelo recoge, además, asuntos complementarios de gestión: innovación y tecnología, ecoeficiencia operacional, gestión empresarial y gobierno corporativo, ciberseguridad y seguridad de la información, seguridad y salud en el trabajo, gestión del desperdicio de alimentos y relacionamiento con comunidades.

Cuatro niveles
para orientar la gestión

Preferencia del cliente
Este nivel busca que más clientes elijan, regresen y recomienden a Tiendas Ísimo, mediante una experiencia de compra simple, cercana y confiable, que integre las tiendas físicas y los canales digitales. Comprende la cercanía al cliente, el servicio, el conocimiento de sus necesidades y la fidelización, como elementos que contribuyen a la sostenibilidad financiera del negocio.

Capacidad para crecer con confianza
El cuarto nivel busca fortalecer las capacidades humanas, éticas, tecnológicas y de gestión que permiten dar continuidad al negocio y crecer con transparencia. Comprende el talento, la formación y la cultura organizacional, la salud, seguridad y bienestar laboral, la ética y el cumplimiento, así como la ciberseguridad, la protección de datos y la gestión de riesgos.

Propuesta de valor accesible y de calidad
El modelo orienta la gestión hacia una oferta de productos relevante, disponible y segura, con precios competitivos. En este nivel se incluyen la calidad y seguridad del producto, la disponibilidad y el surtido eficiente, así como el desarrollo de marcas propias y la innovación del portafolio para responder a las necesidades de nuestros clientes.

Orientación para el desarrollo del modelo
Los cuatro niveles permiten relacionar las prioridades de sostenibilidad con decisiones concretas del negocio y orientar la selección de iniciativas y la asignación de recursos. La presentación vincula estos niveles con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2, 3, 8, 9, 10, 12 y 16, como referentes para su desarrollo.

Operación eficiente y responsable
Este nivel conecta la productividad con la responsabilidad ambiental y la gestión de la cadena de abastecimiento. Sus focos comprenden la logística, los inventarios, la gestión responsable de proveedores y el uso eficiente de los recursos y la energía. También incluye la reducción de mermas y del desperdicio de alimentos y la gestión integral de residuos, para apoyar nuestra promesa de precio, calidad y disponibilidad.

04. GESTIÓN COMERCIAL

Nuestra operación corroboró su compromiso con el ahorro de las familias colombianas. El modelo de hard discount prosigue su consolidación como la alternativa preferida por los consumidores. En efecto, nuestra Compañía se posiciona en el séptimo lugar entre las cadenas de mayor alcance en el país, con una penetración de hogares de 10% y cuota de **mercado de alrededor de 1.3%.**

Algunos datos sobresalientes de nuestra operación comercial se detallan enseguida: Las categorías más relevantes en la venta fueron leche líquida, cerveza y aguas, además de frutas y verduras, pasabocas y papel higiénico, todas dentro del top 10.

Lanzamiento de la campaña de **awareness de marca "En ÍSIMO**, tu mercado facilísimo", que se convirtió en la imagen de la marca, comunicando las ventajas de la proximidad de nuestras tiendas para el consumidor moderno que cada vez tiene menos tiempo para ir al supermercado.

Puesta en marcha de la campaña comercial "Tu Mercado Baratísimo", con descuentos mensuales en productos de alta sensibilidad al precio, integrados al programa de fidelización y datos de clientes, conocido como **"ISIMO MÁS".**



- Implementación de la campaña “Pare y Compare”, que propició la comparación de precios por unidad de medida (PUM) entre las marcas nacionales líderes y el precio de nuestras marcas propias, favoreciendo la brecha de precios bajos para aquellas marcas que solo se encuentran en tiendas ISIMO.

- Codificación de ciento cincuenta (150) artículos de marcas comerciales líderes, que coadyuvaron al mejor desarrollo del portafolio.

MARCAS PROPIAS

En el año continuamos con la ampliación del surtido y se comercializaron doscientos treinta (230) nuevos productos con la mejor relación calidad – precio.

Entre los productos de mejor desempeño en ventas se destacaron los lanzamientos del detergente líquido Dr Aqua; la leche entera Tetra Lelé de 900 ml, y el aceite de 3 litros Savoria. Terminamos el año con 32 marcas propias activas y 429 referencias

MARCAS PROPIAS 2025

MARCAS ACTIVAS: 32 (Totales)
SKUs LANZADOS : 429

Ambera	- Ambera	80
Pure Valley	- Pure Valley	76
Felicia	- Felicia	52
SAVORIA	- Savoria	48
NASHI	- Nashi	42
CORTE LOCAL	- Corte Local	40
Lelé	- Lelé	38
DrAQUA	- Dr Aqua	31
CRON-CHU-DOS	- Cronchudos	30
Ruta Andina	- Ruta Andina	26
Golosito	- Golositos	26
TRITON	- Tritón	25
Ebi	- EBI	25
La Comitiva	- La Comitiva	17
Soffy	- Soffy	15
BenOral	- Bel Oral	12
TRIPLE E	- Triple E	11
Don Serrano	- Don Serrano	10
Cremery	-Cremery	10
Oddie	- Oddie	9
Serenity	- Serenity	9
Gente del Maiz	- Gente del Maiz	7
	Navidad	7
NAUTILIUM	- Nautilium	7
	- Vehemente	5
Doña Otilia	- Doña Otilia	4
Ilo & Lelo	- Ilo&Lelo	4
Nona	- De la Nona	3
Canasta Selecta	- Canasta Selecta	3
Ferrara	- Ferrara	3
Hazzella	- Hazzela	2
	- Artisans	1

En diciembre las marcas propias representaron el 49% de las ventas.

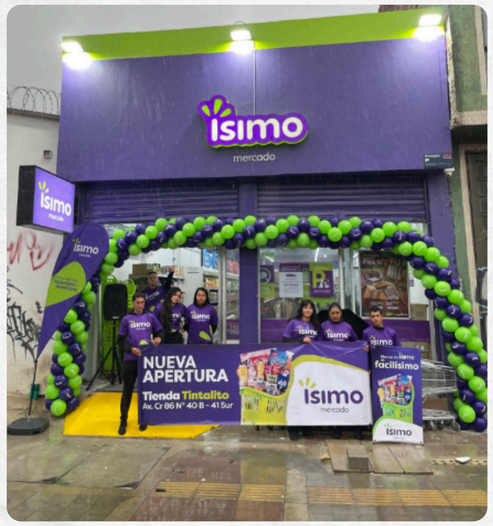
05. EXPANSIÓN

Inauguración de 57 tiendas en Bogotá y Cundinamarca 27 tiendas, Antioquia 15 tiendas. Atlántico 9 tiendas, Santander 3 tiendas Tolima 2 tiendas, Bolívar 1 tienda

Aperturas destacadas:

- Apertura Ísimo Tintalito
- Isimo Suba las Florez
- Isimo Cañaveral
- Ísimo Rondon







06.NUEVOS NEGOCIOS

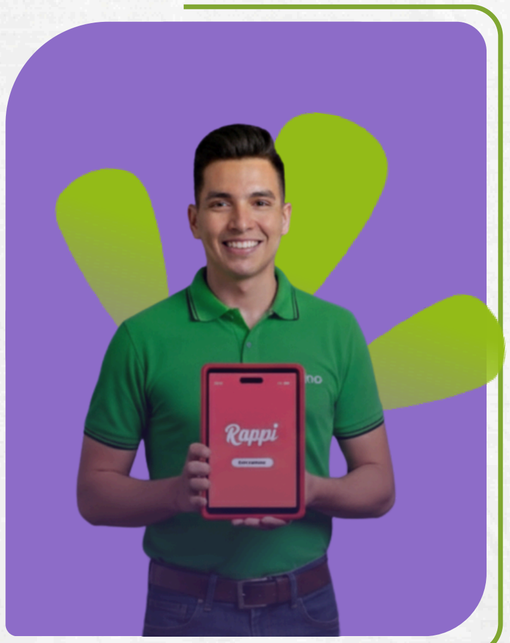
En 2025 el área de inteligencia de negocios (B&A) y Fidelización desempeñó un rol estratégico, centrando sus acciones al fortalecimiento de la toma de decisiones basadas en datos, la mejora de la experiencia del cliente y el desarrollo de nuevos canales y oportunidades de negocio.

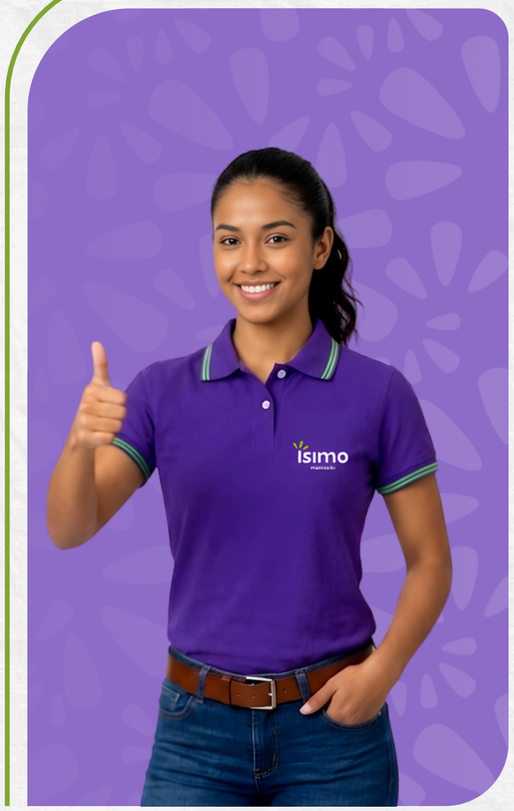
Con respecto a canales digitales de ventas y nuevos negocios se diseñaron e implantaron canales virtuales de comercialización, tales como el servicio a domicilio mediante alianzas con **plataformas como Didi, Rappi y Mercado Libre.** También se consolidaron alianzas estratégicas con cajas de compensación, entre ellas Comfama y Colsubsidio, ampliando los mecanismos de acceso y beneficio para los clientes.

En este mismo frente, se creó el Bono Virtual Ísimo para venta institucional y se estructuró el proceso de venta institucional para las marcas propias del negocio.

Todos los esfuerzos de la Compañía están orientados a potenciar las ventas mediante un mayor enfoque en marca propia y la diversificación del portafolio.

Así mismo, se seguirán buscando eficiencias logísticas y tecnológicas para consolidar una posición sólida en el mercado.





07. ASPECTOS LEGALES

Protección al Consumidor

La Sociedad ha dado cabal cumplimiento a las disposiciones de la Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor) y a las instrucciones impartidas por la Superintendencia de Industria y Comercio. Se ha priorizado la atención oportuna a las reclamaciones de los consumidores y el ajuste constante de las prácticas comerciales para garantizar la protección de sus derechos, incorporando la protección contra cláusulas abusivas en contratos de adhesión.

Protección de Datos Personales (Habeas Data)

En cumplimiento de las Leyes Estatutarias 1581 de 2012, 1266 de 2008 y sus decretos reglamentarios, Plan B Investments S.A.S ha robustecido su programa de gestión de datos personales. Se ha dado aplicación al principio de responsabilidad demostrada o "accountability", implantando medidas apropiadas y efectivas para acreditar el cumplimiento de la normativa. Durante 2025, se adelantaron auditorías y programas de formación para asegurar que todo tratamiento de datos de clientes, proveedores y empleados se realice de manera lícita, leal y transparente, con fines determinados y explícitos.

Cumplimiento Laboral y de Seguridad Social

La Compañía ha cumplido de manera integral con sus obligaciones laborales, garantizando el pago oportuno de salarios, prestaciones sociales y aportes al Sistema de Seguridad Social Integral. Así mismo, se ha preservado la continuidad a la implementación y mejora del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), en línea con la normatividad vigente.

Libre Circulación de Facturas y Propiedad Intelectual

En acatamiento del parágrafo 2 del artículo 87 de la Ley 1676 de 2013, los administradores certifican que la Sociedad no ha entorpecido la libre circulación de las facturas emitidas por sus proveedores. Adicionalmente, y de acuerdo con el artículo 47 de la Ley 222 de 1995, se informa que la Sociedad ha observado el estado de cumplimiento de las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor.

CUMPLIMIENTO DE NORMAS SOBRE DERECHOS DE AUTOR

En consonancia con lo prescrito en el inciso 4 del artículo 1 de la Ley 603 de 2000 y regulaciones complementarias, la Sociedad ha cumplido integralmente con todas las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor.

Los sistemas SIESA (Sistemas de Gestión Empresarial), EVAPOS, EVACENTRAL, Plataforma Google Workspace, GÓNDOLA, Geo Victoria, Subrik, Autocad, CELES, Microsoft Office y Plataforma Magneto Empleos, cuentan con las debidas licencias de funcionamiento, al igual que Windows 11 Pro, motores de Base de Datos, Antivirus HP Wolf Security, Tenant de Microsoft y Active Directory, están amparados por licencias corporativas y OEM. También los sistemas empleados para el desarrollo de software interno, así como las herramientas usadas, disponen de las debidas licencias o son de código abierto ("open source").

La utilización de los productos de software está respaldada por licencias y contratos que se ejecutan de manera adecuada. Así mismo, se tiene un inventario actualizado de equipos de hardware y software.



08. CULTURA ORGANIZACIONAL Y TALENTO HUMANO



El área de Talento Humano consolidó su rol estratégico como habilitador del crecimiento, la continuidad operativa y la sostenibilidad del negocio, acompañando el proceso de expansión, fortaleciendo la cultura organizacional, mitigando riesgos laborales y legales, y desarrollando capacidades clave en los equipos. La gestión estuvo centrada en resultados medibles, eficiencia operativa, cumplimiento normativo, y la mejora de la satisfacción de los colaboradores.

Se implementaron nuevos beneficios corporativos, fortaleciendo la propuesta de valor al colaborador.

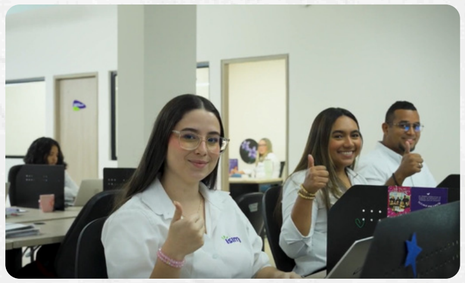
Algunos logros para destacar: Se ejecutaron **218 acciones de formación**, con una **satisfacción promedio de 4,8/5**, impactando a **más de 1.000 colaboradores**, contribuyendo al fortalecimiento de competencias clave para la operación.

Durante el año se lanzó el programa Talento Silver, orientado a la atracción, retención y aprovechamiento de la experiencia, promoviendo la transferencia de conocimiento y la sostenibilidad del negocio.









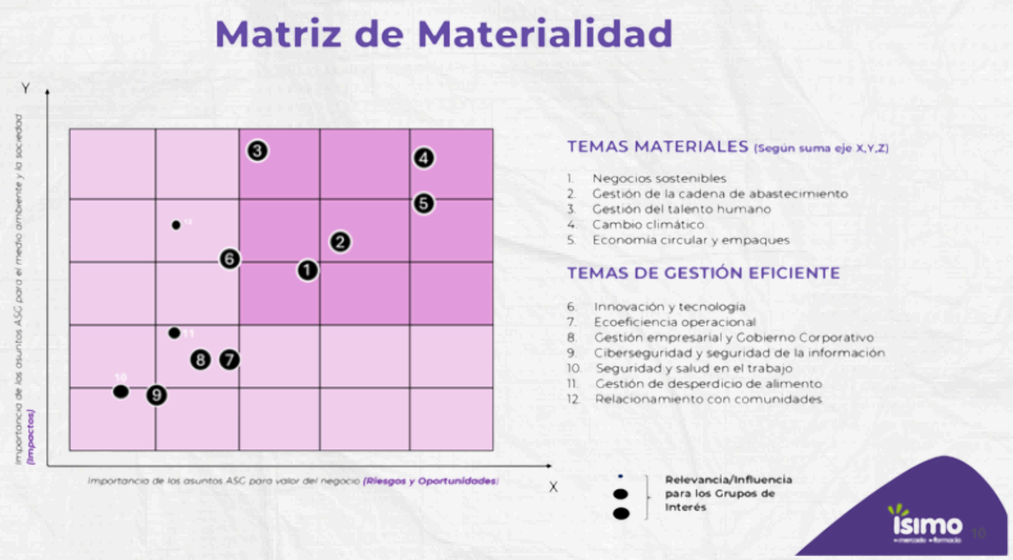
Desarrollamos capacidades clave en los equipos

09. SOSTENIBILIDAD

Alineamos el crecimiento del negocio con un impacto positivo en el entorno social y ambiental. Entendemos que nuestra eficiencia como detallista es intrínsecamente sostenible al optimizar procesos, reducir desperdicios y dar valor a las comunidades donde operamos.

Como parte del compromiso con la sostenibilidad, la transparencia y el relacionamiento responsable con sus grupos de interés, en diciembre de 2025 la Compañía comunicó formalmente los resultados del **Análisis de Doble Materialidad 2025** a accionistas, proveedores, colaboradores, clientes y comunidad.

A través de este comunicado, se socializaron los principales hallazgos del ejercicio, destacando los **cinco temas materiales priorizados:** negocios sostenibles, gestión de la cadena de abastecimiento, gestión del talento humano, cambio climático y economía circular y empaques, los cuales orientarán la estrategia de sostenibilidad y la gestión corporativa en los próximos años.



Entendemos que nuestra eficiencia como detallista es intrínsecamente sostenible

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Donación de **9.702 unidades de productos (alimentos y otros)** para atender a la población damnificada y desplazada por la crisis humanitaria de la región de Catatumbo, en articulación con la Red de Bancos de Alimentos.

Incorporación como asociados a la Red de Bancos de Alimentos de Colombia – ABACO –, confirmando nuestro compromiso con la responsabilidad social empresarial y la lucha contra el hambre.

Continuación de la iniciativa **"Con tu aporte cambias vidas"**, que consiste en un mecanismo sencillo y transparente para que los clientes participen con aportes dinerarios, mediante el redondeo voluntario de sus vueltas, y adicionalmente, Ísimo aporta directamente cincuenta centavos por cada peso donado por nuestros clientes.

Respaldo, en alianza con ABACO (Asociación de Bancos de Alimentos), a diferentes iniciativas tales como:



- Fortalecimiento Programa REAGRO: Cofinanciamiento de un camión en Bucaramanga para la recuperación y distribución de frutas y verduras y su posterior donación a familias vulnerables. Se logró aumentar el rescate, al pasar de 9.600 kg a 48.000 kg mensuales, beneficiando a más de 7.778 personas en la región.
- Dotación y adecuación de un espacio que garantiza la adecuada manipulación de alimentos y oferta de servicio de alimentación a 50 niños, de lunes a viernes, durante 12 meses.
- Desarrollo de una propuesta de fortalecimiento productivo y comercial con la unidad artesanal Rosquitas de Chorrera, ubicada en el corregimiento de La Chorrera, municipio de Juan de Acosta (Atlántico), orientada al desarrollo de proveedores locales y a la formalización de economías territoriales, con la donación de un horno industrial, al igual que el acompañamiento técnico y transferencia de conocimiento para el ingreso y consolidación del producto en el canal retail.



Trabajamos unidos para construir un entorno de respeto y oportunidad, para todos.

Nuestra convicción es contribuir a un mundo más humano, justo y sostenible.

Entrega de 3.000 mercados en el marco de la campaña “En Navidad hazlo facilísimo”, en alianza con la Red de Bancos de Alimentos y Noticias Caracol, beneficiando a comunidades vulnerables en ciudades como Barranquilla, Cartagena, Ibagué, Santa Marta, Zipaquirá, Bucaramanga, Medellín y Bogotá.

Habilitación de todos los puntos de venta para el recibo de donaciones en la campaña Vamos Pa’lante, en alianza con Universidad de los Andes y la W Radio, aportando $1 por cada peso que donaron los clientes, alcanzando más de $30.000.000.

Donación de 66,31 toneladas de alimentos, representada en 1.101.203 raciones de comida.













GESTIÓN AMBIENTAL

- Desarrollo del Análisis de Doble Materialidad como parte del proceso conducente al obtener el Sello de Sostenibilidad ESG Verified certificado por Icontec.

- Capacitación a nuestros colaboradores en temas ambientales y de sostenibilidad, incrementando la conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y el reconocimiento de la responsabilidad frente al impacto de nuestras actividades.



- Implementación del modelo de economía circular, para lograr la adecuada gestión de residuos aprovechables provenientes del proceso de abastecimiento, con lo cual evitamos la llegada de 1222,74 toneladas de residuos para disposición final a rellenos sanitarios, impidiendo la emisión de 1928,64 toneladas de CO_2 equivalente (CO_2e).

- También implementamos acciones para reducir el consumo de plástico, entre ellas la promoción de bolsas reutilizables, la adopción de jornadas de sensibilización y la incorporación de bolsas elaboradas con resina 100% reciclada proveniente del posconsumo nacional en todas nuestras tiendas.

- Adhesión al plan colectivo de envases y empaques empAtica. En la misma línea garantizamos que nuestras botellas de plástico de la nueva marca de bebidas NASHI, cumpla con los requisitos de uso de plástico reciclado en las botellas PET, incorporando un 20% de resina reciclada certificada en su composición.

10. EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO

En el cuarto trimestre (octubre – diciembre) las ventas avanzaron 36.21%, con lo cual los ingresos operacionales de 2025 crecieron 4.66%.

En el último mes del año, la venta promedio diaria se incrementó 20.6% en comparación con el año anterior. Así mismo, las transacciones diarias avanzaron 8.46%, que confirma una mayor afluencia de clientes, como consecuencia de ubicaciones estratégicas; una novedosa propuesta de valor fortalecida por la ampliación del portafolio de marcas propias cada vez más innovadoras y cercanas al consumidor, y las nuevas tiendas.





Portafolio de Productos y Expansión de Marca Propia

En el período fortalecimos nuestra propuesta de valor con el lanzamiento de 230 productos de marca propia, bajo la premisa de ofrecer la mejor relación de Calidad y Precio. Para elevar la experiencia de compra, dotamos al 20% de nuestras tiendas con infraestructura de frío para carnes frescas (203 neveras) y fruver (237 neveras).

Logística y Transformación Tecnológica

El negocio ha consolidado una infraestructura inteligente y escalable diseñada para asegurar un sólido crecimiento a través de dos (2) ejes clave:

Inteligencia y Eficiencia Logística: La integración tecnológica de las plataformas Celes + Siesa, adicionada a la implementación del Warehouse Management System (WMS) en seis (6) centros de operación, ha automatizado el ciclo de cadena de suministro, optimizando su productividad y preservando el indicador de agotados por debajo del 5%.

Tras la puesta en marcha del WMS, los indicadores de productividad de alistamiento regional presentaron una tendencia positiva en cada uno de los Cedis. El promedio general alcanzó 127 cajas por hora al cierre de enero que representa una mejora del 25% respecto al inicio del proyecto. Este incremento permitió gestionar un 51% más de cajas despachadas, optimizando el recurso humano con una reducción del 5% en la plantilla de auxiliares. El Cedi de Barranquilla llegó a 151 cajas por hora al cabo de un (1) año de operación del proyecto.

Capacidad Instalada y Red de Frío: Actualmente se cuenta con cuatro (4) cavas estratégicas (Bogotá, Medellín, Barranquilla e Ibagué) y una flota propia de 45 vehículos especializados, bajo la modalidad de Renting.

Alcance del informe. *Esta es una versión de divulgación pública de los principales hitos del ejercicio 2025. Las cifras operativas, sociales y ambientales proceden del Informe de Gestión 2025 de Plan B Investments S.A.S., presentado por el Gerente General de la Compañía en la reunión ordinaria de la Asamblea General de Accionistas.*



isimo

mercado