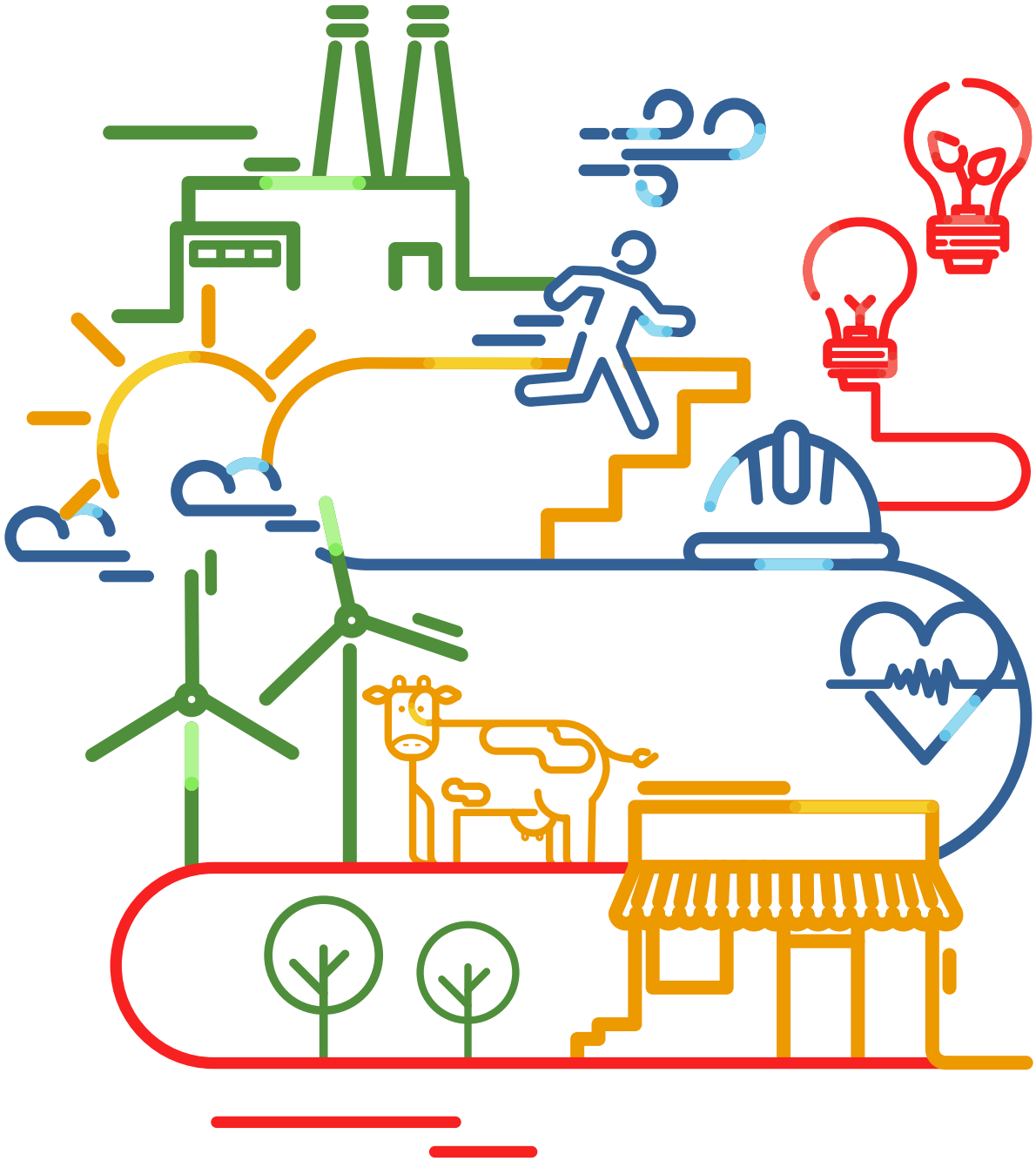
INFORME DE SUSTENTABILIDAD 2019



Sigma

TABLA DE CONTENIDO

03 Carta del Director

05 Perfil Institucional

09 Enfoque Sustentable

15 Salud y Nutrición

31 Valor Compartido

43 Bienestar

53 Medio Ambiente

69 Ética y Gobierno Corporativo

74 Acerca de este informe

75 Índice de Contenidos GRI

Acerca de Sigma

Trabajamos día a día para cumplir nuestro propósito: ofrecer los alimentos favoritos a cada comunidad.

Cultura Sigma

Sigma es una compañía global líder en la industria de alimentos, con un amplio portafolio de marcas con valor agregado, altamente reconocidas y consideradas líderes en diversas categorías y segmentos de mercado.

Estamos enfocados en la innovación y el desarrollo ágil de nuevos productos para satisfacer la creciente demanda de los consumidores en cada uno de nuestros mercados. Invertimos continuamente en análisis del consumidor para conocer sus preferencias y robustecer nuestra oferta.

Contamos con una trayectoria de exitosas fusiones y adquisiciones que ha sido clave para ejecutar sinergias significativas. Nuestra presencia global nos permite compartir mejores prácticas en nuestras operaciones y optimizar nuestros niveles de productividad y plataformas de distribución.

Principios

Deleitamos a nuestros consumidores
Mejoramos la vida de nuestros consumidores creando y ofreciendo sus alimentos favoritos.

Innovamos juntos
Exploramos y aprendemos para crear nuevas oportunidades que generen valor.

Logramos resultados con integridad
Logramos los mejores resultados trabajando con ética y de manera extraordinaria.

Nuestro estilo de liderazgo inspira
Guiamos a nuestros colaboradores motivando e impulsando el desarrollo de su potencial.

Impulsamos el bienestar
Fomentamos la calidad de vida de nuestra gente y comunidades promoviendo acciones sostenibles.

Somos Sigma

Sigma Alimentos, S.A. de C.V., pertenece a Grupo ALFA. Desde 1980, hemos sumado lo mejor de cada empresa que se une a Sigma, para llevar a nuestros consumidores alimentos que se han convertido en sus favoritos. Gracias a que trabajamos como una sola compañía y un solo equipo con una cultura en común, hoy somos más de 45,000 colaboradores en 18 países, vendiendo más de 1.8 millones de toneladas de alimentos al año.

CARTA DEL DIRECTOR

Durante 2019, nos planteamos nuevos retos en materia de sustentabilidad. Como resultado de un profundo ejercicio de reflexión en el que participaron todas nuestras geografías, y alineados con el marco de trabajo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, lanzamos nuestras Metas de Sustentabilidad 2025. De esta manera, **nos comprometemos a continuar trabajando para crear mayor valor en las comunidades en las que operamos, ser más productivos en el aprovechamiento de los recursos, mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y promover estilos de vida saludables.**

Durante nuestro segundo Foro Global de Sustentabilidad, compartimos los resultados, avances y retos de nuestros cuatro pilares de acción de nuestra Estrategia de Sustentabilidad: Salud y Nutrición, Valor Compartido, Bienestar y Medio Ambiente. Asimismo, este evento nos ayudó como plataforma de diálogo para la generación de ideas e iniciativas en los que todos los colaboradores pueden contribuir para alcanzar nuestras metas.

Buscando avanzar en el pilar de **Salud y Nutrición**, presentamos el nuevo Modelo de Innovación Sigma, diseñado para reunir el conocimiento y la experiencia que tenemos en todas las geografías bajo un lenguaje común, que nos permita impulsar el ingenio de nuestros colaboradores. Con el propósito de responder de manera efectiva a las tendencias del mercado, impulsar nuestro crecimiento y brindar productos más sustentables, tan solo en el año lanzamos más **de 100 productos que pertenecen a Salud y Nutrición.** Asimismo, organizamos la primera edición de Tastech by Sigma, nuestro programa global de aceleración en colaboración con startups y scaleups que buscan desarrollar nuevas tecnologías, promover alimentos del futuro e implementar modelos de negocio disruptivos para nuestra industria.

En Sigma buscamos impulsar **Valor Compartido** a lo largo de nuestra cadena de valor. Durante el año trabajamos en equipo con nuestros proveedores para construir alianzas que promuevan el desarrollo sustentable mutuo. A través del Programa de Desarrollo de Proveedores, hemos impulsado a más del 85% de nuestros proveedores en México para participar dentro del sistema de la Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (GFSI, en inglés). En nuestras comunidades nos sumamos de manera frontal a los esfuerzos globales para erradicar el hambre a través de nuestros programas de donación de alimentos. En octubre de 2019, en el marco del Día Mundial de la Alimentación, realizamos por primera ocasión una jornada global de voluntariado en la que participaron más de 600 colaboradores de 10 países para recaudar y entregar alimentos a diferentes asociaciones; y desde el 2015, hemos logrado donar más de 90 millones de porciones acumuladas a través de asociaciones y bancos de alimentos.

En Sigma nos caracterizamos por ser la suma de un equipo global y diverso, el **Bienestar** de nuestros colaboradores es fundamental para el éxito de nuestra compañía. En Sigma, fomentamos el aprendizaje continuo como un medio para impulsar su desarrollo y al mismo tiempo estar preparados para implementar exitosamente nuestra estrategia de negocio. En 2019, brindamos más de 890,000 horas de capacitación a nivel global a nuestros colaboradores. Adicionalmente, fomentamos entre nuestros colaboradores la importancia de mantener un estilo de vida saludable y sustentable que ayude a mejorar su calidad de vida. En 2019 logramos mejorar nuestros indicadores de seguridad ocupacional en 80% de los países donde tenemos operaciones y registramos una reducción anual de 14% en la tasa de accidentes.

Para impulsar el crecimiento sustentable de nuestro negocio, monitoreamos el **desempeño ambiental** de nuestras operaciones de forma constante y generamos nuevos proyectos de ecoeficiencia. Desde el 2015 hemos logrado una reducción del 12% de nuestras emisiones de CO_2 por tonelada producida. Asimismo, durante el año trabajamos arduamente en el desarrollo de nuevas opciones de empaque que contribuyan a robustecer una economía circular. En Bélgica, nuestra marca Aoste lanzó un empaque que sustituye 60% del plástico con cartón sustentable. En España, somos la primera compañía en el sector alimentario con certificación ECOSENSE, que garantiza que reincorporamos PET reciclado en la fabricación de las bandejas de pizza. También, trabajamos en incorporar material reciclado a nuestros empaques, garantizando la inocuidad del producto, logrando evitar más de 4,700 toneladas de plástico virgen a lo largo del 2019. Además, para avanzar en nuestro compromiso de cuidar el medio ambiente más allá de nuestras operaciones, en México nos adherimos a ECOCE, asociación civil sin fines de lucro, creada por la industria de productos de consumo para impulsar el manejo adecuado de residuos de envases y empaques.

Agradezco a todos los colaboradores por su dedicación y esfuerzo, sin duda los logros alcanzados durante el año son prueba de los valores que hemos cultivado como compañía. Estamos conscientes que para alcanzar los objetivos que nos planteamos necesitamos de la participación y colaboración de todos nuestros grupos de interés, para así continuar construyendo un Sigma que cree valor a largo plazo y de forma sustentable.

Te invito a leer nuestro Informe de Sustentabilidad 2019 y compartirnos tus comentarios y sugerencias sobre cómo podemos continuar construyendo un mejor mundo.

Saludos,

Rodrigo Fernández Martínez
CEO Sigma

PERFIL INSTITUCIONAL

Categorías de productos:
Carnes frías, carnes maduradas, lácteos y otras categorías.

Tipo de clientes
Canal Moderno: Autoservicio y tiendas de conveniencia.
Canal Tradicional: Detalle (misceláneas, tiendas de la esquina, y medio mayoreo) y mercados especiales (mayoristas, minoristas y distribuidores).
Canal Foodservice: Hoteles, restaurantes, cines, comedores industriales.

+7,900 Vehículos

+100 Países donde llegan nuestros productos

18 Países con operaciones

11 Marcas con ventas >US$100 millones

2 Centros de investigación

70 Plantas de Producción

210 Centros de distribución

+45,000 Colaboradores

+60 Nacionalidades

1.8 Millones de toneladas de alimentos vendidas

+640,000 Puntos de venta

US$6,500 Millones en ventas netas

NUESTRA HISTORIA

Menú Interactivo

Operaciones en 18 países:

México, EEUU, España, Francia, Italia, Bélgica, Holanda, Portugal, Alemania, Rumania, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua, Honduras, Perú, El Salvador, Ecuador y República Dominicana

- **Fusiones y adquisiciones**
- **Convenios comerciales**
- **Crecimiento orgánico**

1980 — alfa — Adquirimos distribución en MX

1985 — FUD, SAN RAFAEL, CHIMEX

1989 — Desinvertimos en rastros

1992 — Yoplait

1993 — La Villita, Oscar Mayer

1997 — San Antonio

1998 — Exportación a Guatemala

1999 — TANGAMANGA

2002 — Exportación a EEUU, Del Prado, ZAR

2003 — VITTA, Checo, Café Olé

2004 — Galicia, CHEN, Sosua — Entramos al mercado de pizza

2005 — NocheBuena

2006 — NAYAR, Yoplait en CAM

2007 — Tassa, La Chona

2008 — Bernina, BRAEDT, LONGMONT, Seminole Oklahoma

2009 — La Vaca que ríe

2010 — BAR S

2012 — Supremo, HIDALMEX

2013 — Sigma foodservice, MONTEVERDE

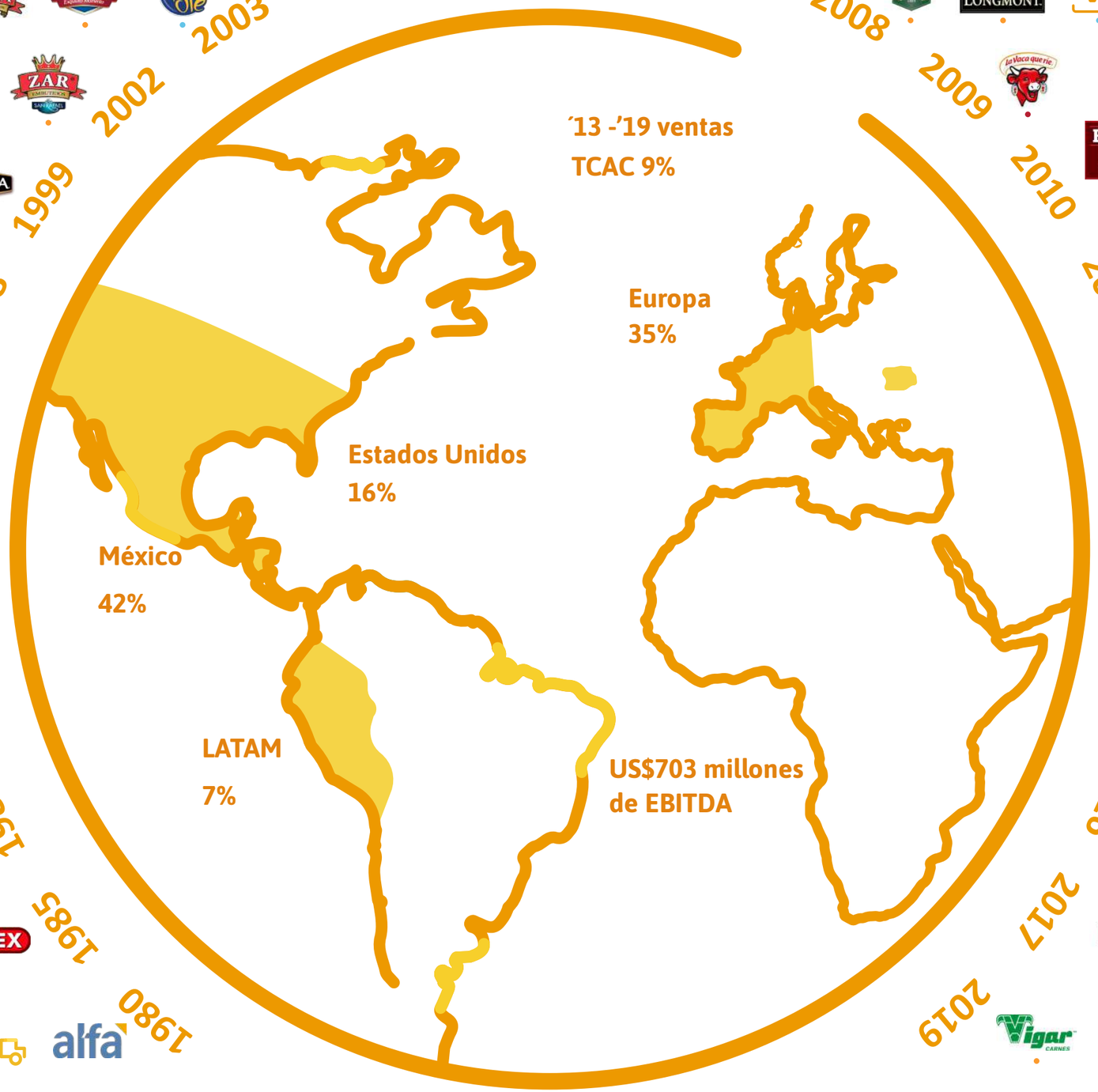
2014 — Laska, JURIS, CAMPOFRIO FOOD GROUP

2015 — DON DIEGO, PACSA, HERSHEY

2016 — Campofrío — Productos en México, RJ

2017 — caroli, Otto Kunz

2019 — Vigar CARNES



ENFOQUE SUSTENTABLE

Comunidad de Sustentabilidad Sigma

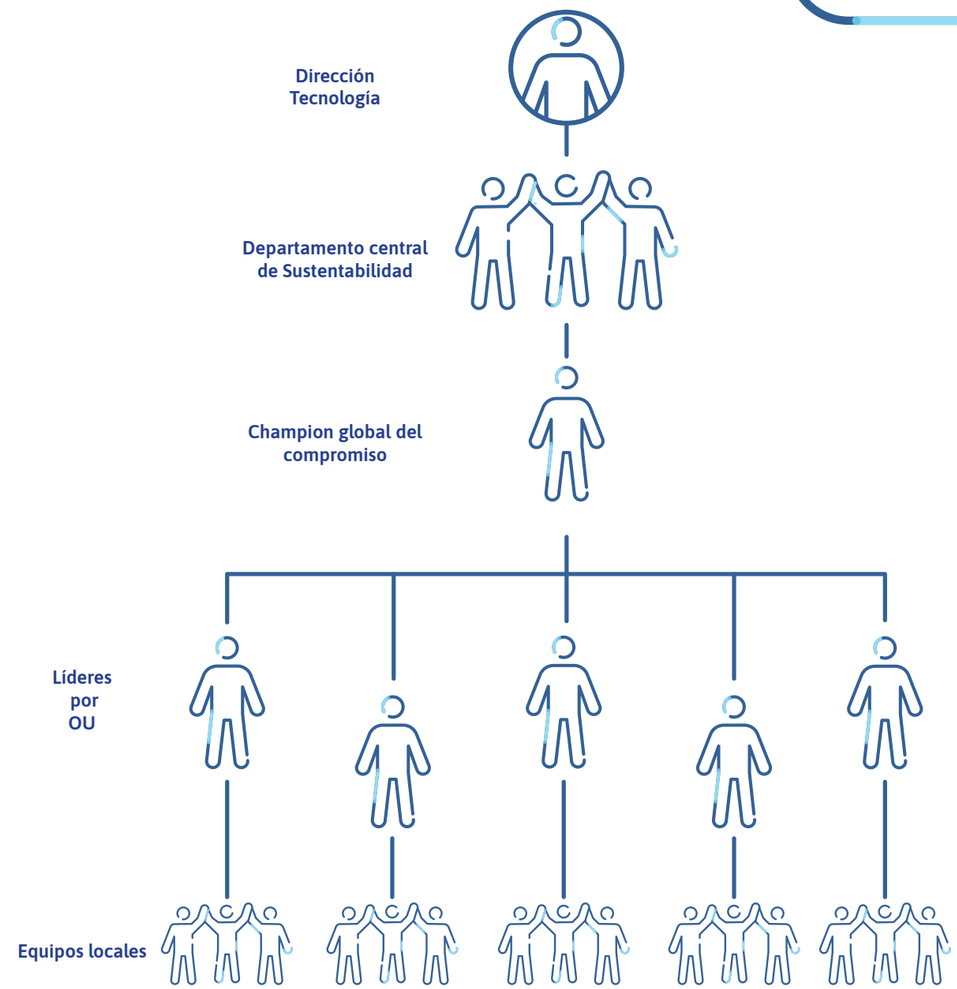
La Comunidad de Sustentabilidad Sigma, creada en 2018, está conformada por un equipo multidisciplinario de más de 160 expertos y colaboradores de nuestra Oficina Central y todas nuestras Unidades Organizacionales.

El líder de la Comunidad es el Director Global de Tecnología, quien forma parte del Comité Ejecutivo de Sigma. Su rol es ser promotor de la sustentabilidad a lo largo de toda la empresa e impulsar las iniciativas que nos lleven al cumplimiento de nuestras metas.

El Departamento Central de Sustentabilidad es responsable de definir la Estrategia de Sustentabilidad y los lineamientos y guías para implementarla. También está encargado de monitorear y comunicar a nuestros grupos de interés el desempeño de Sigma en términos ambientales, sociales y económicos.

La Comunidad de Sustentabilidad Sigma es responsable de gestionar las Metas 2025. Al frente de cada una de las Metas se encuentra un Champion Global, un ejecutivo con amplia experiencia encargado de llevar la Estrategia de Sustentabilidad a la práctica. Para que todos aporten al logro de las Metas, cada Champion trabaja con líderes de cada Unidad Organizacional encargados de desplegar con sus equipos iniciativas a nivel local.

A través de sistemas de gestión interna y reuniones periódicas, la Comunidad de Sustentabilidad Sigma monitorea y evalúa el avance de la compañía e identifica casos de éxito y mejores prácticas para replicar. El trabajo de la Comunidad se guía por la Política Global de Sustentabilidad, la cual alinea a las operaciones y establece los criterios para el crecimiento sustentable en el largo plazo.



La participación de todos es fundamental

En 2019, llevamos a cabo nuestro segundo Foro Global de Sustentabilidad, un espacio donde participan colaboradores de todas nuestras geografías para aprender sobre distintas iniciativas y la forma en la que pueden sumarse al logro de los objetivos de Sigma en materia de sustentabilidad. Asimismo, realizamos el segundo Reto de Sustentabilidad en todas nuestras Unidades Organizacionales con el objetivo de crear conciencia entre los empleados y sus familias, impulsar una cultura de sustentabilidad y adoptar de forma proactiva los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

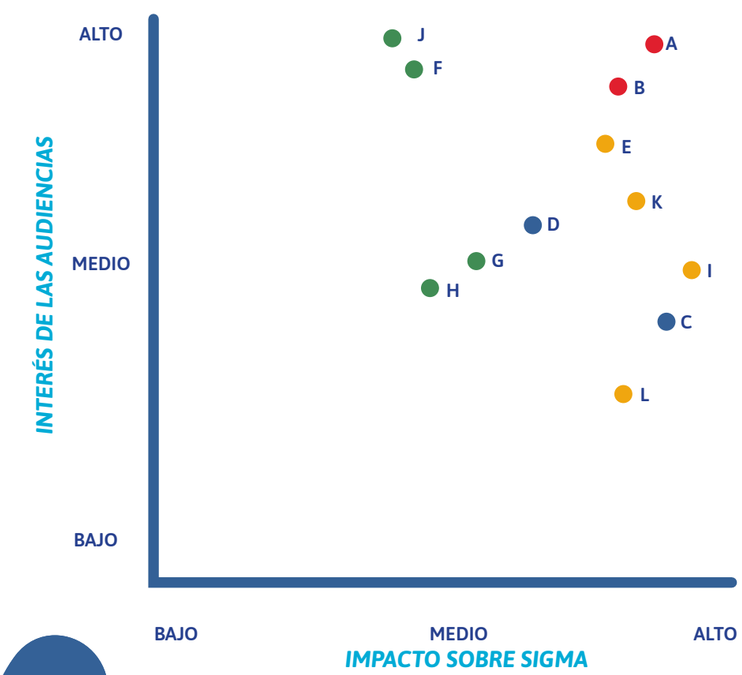
Análisis de Materialidad

En 2017, realizamos un análisis de materialidad que nos permitió identificar los temas más relevantes para Sigma en materia de sustentabilidad, con base en nuestras prioridades de negocio y los distintos grupos de interés.

Los resultados del análisis de materialidad fueron un insumo fundamental para la construcción de la Estrategia de Sustentabilidad de la compañía, así como para la definición de nuestras Metas 2025.

Identificar los temas prioritarios nos permite balancear nuestra visión, gestionar nuestra Estrategia de Sustentabilidad de forma efectiva y construir relaciones de largo plazo con nuestros grupos de interés basadas en el diálogo sobre nuestros logros y retos.

Matriz de materialidad



Aspectos materiales

A. Calidad y seguridad de los alimentos
B. Alimentos saludables y nutritivos
C. Seguridad y salud ocupacional
D. Cultura y ambiente laboral
E. Cumplimiento
F. Agua
G. Emisiones a la atmósfera
H. Residuos
I. Gestión de la cadena de valor
J. Energía
K. Desempeño económico y creación de valor
L. Satisfacción del cliente y diversidad de elección para el consumidor

Estrategia de Sustentabilidad

En Sigma, guiados por nuestra Estrategia de Sustentabilidad, incorporamos nuestra cultura de innovación y criterios de sustentabilidad en la toma de decisiones y procesos de gestión de nuestras operaciones. A través de nuestros cuatro pilares estamos mejor preparados para formar parte de la solución a los retos globales que enfrentamos como sociedad.

Buscamos inspirar a nuestros colaboradores para alcanzar resultados tangibles y participar de forma proactiva en los asuntos donde podemos hacer una mayor contribución de largo plazo. Concentrarnos en las oportunidades más relevantes para nuestra compañía y nuestros grupos de interés, nos permite mejorar nuestras operaciones, impulsar el cambio y cumplir nuestro propósito.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Nuestras Metas 2025 nos inspiran y habilitan para hacer una aportación significativa a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU y reafirman nuestro compromiso con cada uno de los distintos grupos de interés.

Nuestros pilares de acción:

Salud y Nutrición
Promovemos estilos de vida saludables a través de nuestra oferta de productos innovadores y de alta calidad.

Valor Compartido
Creamos valor económico a través de nuestras prácticas estratégicas y lo compartimos para fomentar el desarrollo y fortalecimiento de nuestra cadena de valor.

Bienestar
Buscamos establecer condiciones que motiven y faciliten a las personas a adoptar hábitos que mejoren su calidad de vida.

Medio Ambiente
Nos enfocamos en reducir nuestro impacto ambiental, utilizando los recursos naturales de una manera más eficiente.

Nuestras Metas de Sustentabilidad al año 2025

En 2018 establecimos un conjunto de Metas de Sustentabilidad al año 2025 que nos permiten hacer de nuestra Estrategia de Sustentabilidad una realidad en el día a día de nuestra operación.

En Sigma buscamos involucrar a todos nuestros colaboradores en el desarrollo de una compañía que, a la par de impulsar la rentabilidad de nuestro negocio, crea mayor valor compartido para las comunidades que servimos, es más productiva en el aprovechamiento de los recursos, mejora la calidad de vida de nuestros colaboradores y promueve estilos de vida saludables.

Nuestras Metas 2025 son una hoja de ruta para enfocarnos en las iniciativas que agregan mayor valor para nuestra organización y nuestros grupos de interés, un elemento esencial para nuestra Estrategia de Sustentabilidad. Creemos que contar con metas definidas nos permitirá impactar positivamente la manera en que gestionamos y planeamos nuestro crecimiento.

2025 SUSTAINABILITY COMMITMENTS Sigma

Estamos comprometidos con la Sustentabilidad

- 2.8% de nuestras ventas globales procedentes del portafolio de Salud y nutrición y Confianza y sustentabilidad.
- Más de 90% de nuestro portafolio global de productos de paquetería con información nutrimental en las etiquetas.
- 100% de las plantas adquiridas hasta el 2018 con una certificación avalada por la GFSI.
- 22% de reducción en la tasa de accidentes en nuestras operaciones respecto a 2018.
- 11% de aumento en el número de horas de capacitación promedio por colaborador respecto a 2018.
- 10% de nuestros colaboradores participando en actividades de voluntariado.
- Convertirnos en una empresa cada vez más inclusiva.
- Donar al menos 25,000 toneladas de alimentos a través de organizaciones que combaten el hambre, respecto a 2015.
- Impulsar que el 80% de nuestra compra de las categorías de cárnicos, soya y lácteos, provenga de proveedores que busquen robustecer las prácticas de sustentabilidad en sus operaciones.
- Crear y fortalecer relaciones productivas con nuestros distintos grupos de interés.
- 20% de reducción en el consumo de agua en nuestras plantas, por tonelada de alimento producida respecto a 2018.
- 20% de reducción en las emisiones de CO_2 relacionadas a nuestras plantas y flota de transporte propia, por tonelada de alimento producida respecto a 2015.
- 67% de consumo de energía eléctrica más limpia y renovable en nuestras plantas.

SALUD Y NUTRICIÓN

Promovemos estilos de vida saludables a través de nuestra oferta de productos innovadores y de alta calidad.

US$22 millones
invertidos en investigación y desarrollo y más de 200 científicos innovando nuestros productos

59 plantas
con la certificación GFSI

Nutrition facts

Página web de Nutrición
disponible para grupos de interés con información útil

A través de las iniciativas de este pilar contribuimos a los ODS: Cero Hambre, Salud y bienestar e Industria, innovación e infraestructura.

2 HAMBRE CERO
3 SALUD Y BIENESTAR
9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

23% de reducción
de decomiso en Foodservice

8 startups
en piloto en la primera edición de Tastech by Sigma

+120 productos
lanzados en las plataformas de Salud y Nutrición y Confianza y Sustentabilidad

La innovación es fundamental para cumplir nuestro propósito

Estamos comprometidos a mejorar la calidad de vida y nutrición de los consumidores, además de trabajar activamente para contribuir a afrontar los retos de salud relacionados con la alimentación. Trabajamos en ello ofreciendo los alimentos favoritos a cada comunidad donde tenemos presencia, cumpliendo con los más altos estándares de calidad y brindando información para que los consumidores mantengan una dieta balanceada.

Contamos con un amplio portafolio de productos que satisface las necesidades y requerimientos nutricionales de las familias, así como organizaciones que preparan platillos para el consumidor final. Para entregar la mejor propuesta de valor, nos apoyamos en estudios de mercado, foros e indicadores de satisfacción, los cuales nos permiten conocer las preferencias de los consumidores. De esta forma, respondemos a las nuevas tendencias de alimentación a través de una filosofía de innovación con sentido.

Esto significa que, atendemos las cambiantes preferencias del mercado, y además de contar con productos indulgentes, nos aseguramos de desarrollar fórmulas con beneficios nutricionales mejorados.

Contamos con un equipo compuesto por más de 200 especialistas, dos centros de investigación y seis plantas piloto, que brindan servicios integrales a nuestras Unidades Organizacionales para el desarrollo de nuevos productos, incluyendo análisis sensorial, investigación en nutrición y desarrollo de empaques.

Nuestra Política de Innovación nos ayuda a capitalizar oportunidades para servir a nuevos mercados. Además de facilitar herramientas para monitorear las tendencias, la Política contribuye a alinear metodologías a lo largo de la organización y promover sinergias e intercambio de mejores prácticas entre nuestras Unidades Organizacionales.

La innovación a lo largo de nuestra organización nos permite cumplir nuestro propósito: ofrecer los alimentos favoritos a cada comunidad.

Nuevo Modelo de Innovación Sigma

La innovación mantiene a nuestras marcas en la mente de los consumidores y nos permite garantizar nuestro crecimiento y la creación de valor de largo plazo para nuestros diferentes grupos de interés.

En 2019 lanzamos un nuevo Modelo de Innovación, diseñado para impulsar el ingenio de nuestros colaboradores, crear espacios de intercambio y discusión y reunir el conocimiento, la experiencia y los aprendizajes que tenemos en todas las geografías. El Modelo aporta un lenguaje común, así como procesos y métricas estandarizadas para asegurar que trabajamos como un solo Sigma. Buscamos aprovechar nuestro talento colectivo y las ventajas que tiene ser una compañía global en beneficio de nuestros clientes y consumidores.

El nuevo Modelo está integrado por cinco Plataformas de Innovación, desarrolladas para responder de manera efectiva a las tendencias del mercado y aprovechar el posicionamiento de nuestras marcas para impulsar el crecimiento de la compañía. Como parte de las ambiciones del nuevo Modelo, nos hemos planteado como meta que el portafolio de productos de Salud y nutrición y Confianza y sustentabilidad alcancen el 2.8% de nuestras ventas totales en el año 2025.

Plataformas de Innovación Sigma

Salud y nutrición: impulsamos el bienestar de los consumidores.

Confianza y sustentabilidad: creamos productos que cuidan el medio ambiente.

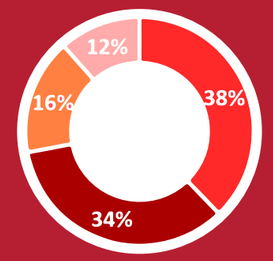
Indulgencia: brindamos una experiencia especial de placer al comer.

Tradición y origen: celebramos la identidad cultural y la nostalgia.

Conveniencia: solucionamos requerimientos de alimentación en situaciones específicas.

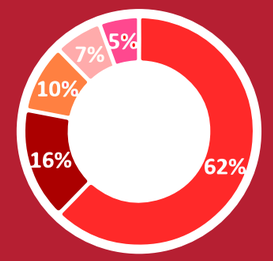
Más de 500 lanzamientos de productos en 2019

Lanzamientos por Unidad Organizacional



- Latam
- Europa
- México
- Estados Unidos

Lanzamientos por Categoría de Producto



- Carnes frías y maduradas
- Yogurt
- Queso, crema y untables
- Comidas preparadas y bebidas
- Proteínas alternativas

2025 SUSTAINABILITY COMMITMENTS

Compromiso al 2025:
2.8% de nuestras ventas globales procedentes del portafolio de Salud y nutrición y Confianza y sustentabilidad.

Menú Interactivo

Lanzamientos destacados Salud y Nutrición 2019

Queso crema deslactosado Monteverde
LATAM

Yoplait Max Protein
MX

Burger Vegetariana Campofrío
EUR

All Natural Appetaggio's Fiorucci
EEUU

Oportunidades para revolucionar nuestra industria

Tastech by Sigma es el primer programa de aceleramiento que Sigma pone en marcha a nivel mundial para colaborar estratégicamente con startups y scaleups de alto impacto en el sector de alimentos y bebidas, buscando que sean innovadoras, con un enfoque en tres verticales:

1. Amazing Tech
Tecnologías de automatización en procesos clave como: servicio a clientes, distribución, trazabilidad, conocimiento del consumidor basado en big data o predicción de costos de materia prima.

2. Future Food
Desarrollo de alimentos e ingredientes que fortalezcan el portafolio de productos de la empresa, atendiendo los desafíos y tendencias de los próximos años.

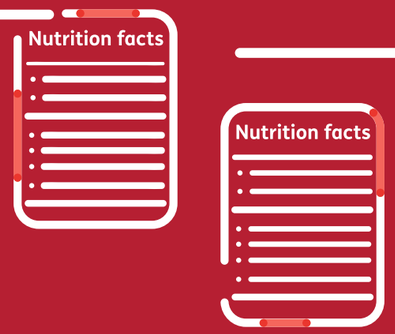
3. New Opportunities
Nuevos modelos de negocio y oportunidades en materia de producción, red de distribución, logística y mercadotecnia, entre otras.

Tras un proceso de búsqueda, se recibieron más de 120 aplicaciones de las cuales 12 fueron seleccionadas para presentar su propuesta de valor ante el comité directivo de Sigma. Fueron ocho startups finalistas que avanzaron a una etapa de pruebas piloto de cuatro meses, en los cuales los emprendedores recibieron apoyo económico, acceso a la infraestructura de la empresa, implementaron sus ideas en alguna de las instalaciones de Sigma alrededor del mundo y recibieron mentorías especializadas a cargo de directivos de Sigma.

Tastech By Sigma

Primera edición Tastech by Sigma
+20 países
+120 aplicaciones
8 startups en piloto

Para mayor información y participar en futuras ediciones de Tastech by Sigma, visita:
www.tastechbysigma.com



Brindamos al consumidor información nutricional clara y transparente

Sabemos que los consumidores buscan estar mejor preparados para tomar decisiones de compra informadas sobre los alimentos que adquieren. Además, en distintos países donde operamos, se están impulsando cambios a los sistemas de etiquetado para la industria de los alimentos, que contribuyen a ofrecer mejor información a los consumidores.

Para reforzar la preferencia por nuestras marcas, trabajamos continuamente para robustecer la información nutrimental que incluimos en las etiquetas de nuestros productos. Realizamos una comunicación alineada con la normatividad local, con la finalidad de que los consumidores conozcan los ingredientes y el valor nutricional de los alimentos que ofrecemos. Asimismo, trabajamos como un solo Sigma para aprovechar el conocimiento y experiencia de nuestra red global de profesionales de distintas áreas.

Continuando con estos esfuerzos, nos hemos planteado como meta al año 2025, ofrecer información nutrimental en nuestros productos de paquetería, en todas aquellas Unidades Organizacionales donde aún no es obligatoria, con el fin de anticiparnos a las regulaciones locales y lograr que más del 90% de nuestro portafolio global de paquetería declare información nutrimental en sus empaques. Al cierre de 2019, logramos que en el 64% de nuestro portafolio que no exige etiquetado contara con esta información.

Cumplimiento con la normatividad

A través de nuestra Política de Nutrición buscamos garantizar, en cada país donde operamos, el cumplimiento y adaptación a las regulaciones en materia de información nutrimental en las etiquetas de los productos, así como el apego a códigos internacionales en las localidades que no cuentan con un estándar de etiquetado. También participamos de manera proactiva en el proceso de innovación de los sistemas de etiquetado, buscando aportar nuestra experiencia para ofrecer, a lo largo de nuestra industria, información de calidad.

Página web de nutrición

Durante el 2019 trabajamos en el desarrollo de una página web dentro del sitio de Sigma en dónde se encuentran recetas, guías alimentarias, infografías sobre temas relevantes, una herramienta para hacer un plan alimenticio, entre otros contenidos que favorecen llevar un estilo de vida saludable.

Visita la página en:
https://nutrition.sigma-alimentos.com/

Información Nutricional
Declaración nutrimental por 100 g

Contenido energético	88kcal (371k J)
Proteínas	17.9 g
Grasa (lípidos)	0.8 g
Grasa saturada	0.3 g
Carbohidratos (Hidratos de carbono)	2.2 g
Azúcares	1.7 g
Fibra dietética	0.4 g
Sodio	800 g

San Rafael Selección Natural, LATAM

2025 SUSTAINABILITY COMMITMENTS

Compromiso al 2025:
Más de 90% de nuestro portafolio global de productos de paquetería con información nutrimental en las etiquetas.

Comprometidos con la educación nutricional

En Sigma buscamos construir una relación cercana con nuestros clientes y consumidores a través de innovadoras herramientas de comunicación y educación nutricional.

Para llegar a más personas con información relevante, lanzamos una nueva sección en nuestra página institucional de Sigma, enfocada en la promoción de dietas balanceadas. A través de esta herramienta, disponible en inglés y español, los consumidores pueden descubrir deliciosas y nutritivas recetas que son fáciles de preparar, tener acceso a una calculadora de salud, construir un plan personalizado de alimentación, aprender sobre el sistema de porciones y recibir recomendaciones sobre estilos de vida saludables. Para conocer nuestro nuevo sitio web de nutrición, visita https://nutrition.sigma-alimentos.com/

Continuamente, creamos y aprovechamos nuevos espacios de interacción con los consumidores, presentando los beneficios nutricionales de nuestros productos. Por ejemplo, en 2019, formamos parte de la primera edición de la campaña México Ponte Bien, liderada por la organización The Consumer Goods Forum. A través de nuestros expertos en nutrición, nuestra participación se enfocó en invitar a los consumidores a conocer la utilidad de la información nutricional para tomar decisiones de alimentación, así como dar a conocer el rol que tiene cada grupo de alimentos en el consumo de una dieta balanceada.

Para recibir más información sobre nuestros productos, los consumidores pueden comunicarse con nuestros colaboradores en los Centros de Servicio a Clientes. En México, atendimos más de 60,000 consultas de consumidores en 2019, a través de nuestra línea telefónica, correo electrónico y redes sociales.

Nutrition facts

Recetas para no olvidar

En España, lanzamos el libro Recetas para no olvidar, con el objetivo de promover, a través de la cocina tradicional, la autonomía de los adultos mayores que presentan algún tipo de patología neurodegenerativa. Además de distribuirlo en más de 2,000 centros y residencias de mayores, hemos realizado más de 40 talleres prácticos de cocina donde se logran reforzar diferentes funciones cognitivas.

Colaboración internacional

Trabajamos en colaboración con más de 20 empresas de nuestra industria en el programa FReSH (Food Reform for Sustainability and Health) del WBCSD (World Business Council for Sustainable Development), con el propósito de desarrollar, implementar y escalar nuevas soluciones de alimentación a nivel global.

FReSH wbcsd

Los más altos estándares de calidad e inocuidad

En Sigma ofrecemos alimentos preparados bajo los más altos estándares de calidad. Nos basamos en nuestro Manual Global de Calidad para garantizar que aplicamos los criterios de calidad más estrictos en todos nuestros procesos y a lo largo de nuestra cadena de valor.

Nuestras plantas cuentan con distintas certificaciones locales e internacionales que avalan la excelencia en su desempeño. Para asegurar que se mantienen actualizadas, nos planteamos como meta para el año 2025 que el 100% de las plantas en operación en 2018 cuenten con una certificación avalada por la Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (GFSI, en inglés), la acreditación de inocuidad con mayor reconocimiento a nivel global. Al cierre del 2019, logramos un avance del 85%, con un total de 59 plantas certificadas. En el año, sumamos la certificación de ocho nuevas plantas.

Para lograr esta meta, nos apoyamos en nuestra Política de Inocuidad, la cual, además de incorporar en nuestras operaciones las regulaciones locales e internacionales y un Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP, en inglés), se encuentra alineada con estándares reconocidos por la GFSI.

Nuestra responsabilidad con los clientes y consumidores inicia desde el abasto de la materia prima y se extiende hasta la distribución final de los productos. Para garantizar la calidad e inocuidad de nuestra cadena de valor, solicitamos a nuestros proveedores de insumos que cuenten con una certificación avalada por la GFSI. Además, a través de nuestra Política de Calidad, integramos aspectos adicionales a nuestra gestión, incluyendo sistemas de evaluación sensorial y procedimientos de servicio al cliente.

La GFSI se ha convertido en el principal y más reconocido movimiento global promotor de la cultura de inocuidad y el suministro seguro de alimentos. Consiste en un esfuerzo multisectorial de colaboración, compuesto por los principales expertos mundiales en seguridad alimentaria de empresas comercializadoras, productoras y de servicios de alimentación, incluidos los proveedores de insumos, así como organizaciones internacionales, gobiernos, academia y compañías que brindan servicios a la industria alimentaria.

En Sigma, además de buscar contar con certificaciones avaladas por el GFSI en todas nuestras plantas, aportamos nuestro liderazgo para impulsar el crecimiento de dicha certificación en beneficio de la competitividad de nuestra industria.

Proveedores

Desde hace más de 10 años facilitamos a nuestros proveedores acceso a capacitaciones, auditorías asequibles y nuestra guía, para que logren certificarse bajo esquemas del GFSI.

Industria

Participamos, junto con un equipo de 20 empresas convocadas por el GFSI para construir el documento de posición del organismo sobre la cultura de inocuidad en la industria de alimentos.

Coordinación

Sigma lideró el grupo de trabajo del GFSI en México y contribuyó a su integración en la normatividad mexicana bajo un modelo de colaboración que posteriormente se replicó en otros países.

Público

Continuamente participamos en conferencias alrededor del mundo para impulsar la importancia de los sistemas y certificación de inocuidad en nuestra industria.

2025 SUSTAINABILITY COMMITMENTS

Compromiso al 2025:
100% de las plantas adquiridas hasta 2018, con una certificación avalada por la GFSI.

Acabar con el desperdicio de alimentos

En Sigma, estamos conscientes de la importancia de optimizar el uso de los recursos, cuidando la rentabilidad del negocio y aprovechando los alimentos al máximo para evitar su desperdicio.

• Eficiencia en la operación
Al operar nuestras plantas bajo los más altos estándares de calidad, logramos incrementar la eficiencia y minimizar el desperdicio de alimentos en el proceso productivo.

• Políticas robustas
Nuestra Política de Huella de Procesos contribuye a monitorear y evaluar los procesos productivos de nuestras plantas.

• Mejora continua
Constantemente desarrollamos proyectos diseñados para reducir o eliminar la merma de alimentos en nuestros procesos productivos.

• Planeación de la demanda
Elaboramos robustos planes de operación para ajustar los niveles de producción a las proyecciones de la demanda.

• Tecnología de empaques
Usamos empaques que destacan por su función esencial de proteger el estado óptimo y las propiedades de los alimentos, además trabajamos en que sean amigables con el medio ambiente.

• Donaciones
Contamos con un extenso proceso de control que nos permite aprovechar los alimentos, donándolos a distintas asociaciones en caso de que no los hayamos comercializado, garantizando la calidad del producto.

Proyectos de mejora

Estamos comprometidos con reducir nuestro decomiso de alimentos por lo que buscamos compartir mejores prácticas en nuestras plantas, durante el 2019 se destacaron 2 proyectos:

- 40% menos decomiso de salchichas en una de nuestras plantas en México.
- 35% menos decomiso de salchichas en una de nuestras plantas en Europa.

Menos decomiso

A lo largo del año se trabajó arduamente para evitar el decomiso de alimentos en nuestras operaciones. Nuestros negocios de Foodservice, LATAM y Estados Unidos, se destacaron al lograr reducir este indicador en un 23%, 9% y 5% respectivamente.

VALOR COMPARTIDO

Creamos valor económico a través de nuestras prácticas estratégicas y lo compartimos para fomentar el desarrollo y fortalecimiento de nuestra cadena de valor.

+360 ganaderos
beneficiados a través del programa Fomento Lechero

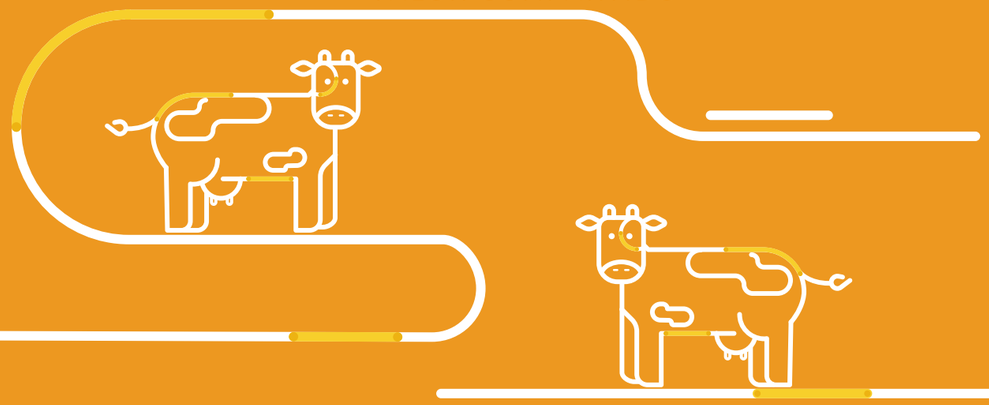
+200,000 contactos
al año en el Centro de Atención a Clientes en México

US$46 millones
destinados a programas de sustentabilidad

+70,000 refrigeradores
instalados desde 2014 a través del programa Cliente Excelente en México

A través de las iniciativas de este pilar contribuimos a los ODS: Hambre Cero, Trabajo decente y crecimiento económico y Producción y consumo responsables

+16 millones
de raciones de alimentos donadas, lo que equivale a más de 2,700 toneladas de alimento



Impulsamos el desarrollo de nuestra industria

En Sigma, nos comprometemos a multiplicar los beneficios de una industria que opera bajo los más altos estándares internacionales.

Para nosotros es fundamental que nuestros proveedores tengan certificados que validen la calidad de sus productos. Con esto, además de robustecer nuestro proceso de abasto, contribuimos también a que nuestros proveedores sean cada vez más competitivos, cumplan con estándares más estrictos, fortalezcan sus operaciones y logren adoptar prácticas más sustentables.

Participamos en conferencias, congresos y cámaras para fomentar la aplicación de las mejores prácticas y el intercambio de conocimiento en nuestra industria. Al involucrarnos en la implementación de los más robustos sistemas de calidad e inocuidad del sector, nos ganamos la confianza de nuestros clientes y logramos la preferencia de los consumidores por nuestras marcas y productos.

En México, por ejemplo, mantenemos desde hace más de 10 años un rol activo en fomentar las mejores prácticas en nuestra cadena de suministro, a través de nuestro Programa de Desarrollo de Proveedores. A la fecha, hemos logrado que más del 80% de nuestros proveedores en el país, además de cumplir con la normatividad local, se encuentren dentro del sistema de la Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (GFSI, en inglés); mientras que en Costa Rica, impulsamos la sustentabilidad en 40 fincas lecheras con el propósito de mitigar el cambio climático y proteger los ecosistemas.

10 años de nuestro Programa de Desarrollo de Proveedores en México

- 50 Becas de Capacitación GFSI para proveedores.
- 4 Foros de Capacitación GFSI para proveedores.
- Colaboración con el Clúster Agroalimentario de Nuevo León para proveer descuentos en la certificación GFSI.
- Colaboración con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) para mejoramiento de operaciones de nuestros proveedores.
- Colaboración con Nacional Financiera (NAFINSA), Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica (COMPITE) y Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA) para financiamiento en procesos de certificación GFSI de nuestros proveedores.

2025 SUSTAINABILITY COMMITMENTS

Compromiso al 2025:
Impulsar que el 80% de nuestra compra de las categorías de cárnicos, soya y lácteos, provenga de proveedores que busquen robustecer las prácticas de sustentabilidad en sus operaciones.

Programa Bandera Azul Ecológica

En Costa Rica, aprovechamos el distintivo Bandera Azul Ecológica para impulsar la sustentabilidad de 40 fincas lecheras. El programa premia el trabajo voluntario enfocado en la protección de los ecosistemas y la mitigación del cambio climático, incluyendo iniciativas que promueven el uso racional de los recursos, la elaboración de abonos orgánicos y la reducción del gasto energético.

Prácticas sustentables en nuestra cadena de abasto

Conscientes que nuestra responsabilidad con la sustentabilidad va más allá de nuestras operaciones, trabajamos junto con nuestros proveedores para construir alianzas que promuevan el desarrollo sustentable mutuo.

Para conocer las prácticas de sustentabilidad en nuestra cadena de abasto, en 2018 lanzamos nuestra primera Encuesta Global de Abastecimiento Sustentable. En total participaron más de 600 proveedores de los distintos países donde operamos, quienes compartieron información alineada con los cuatro pilares de nuestra Estrategia de Sustentabilidad.

Con los resultados de la encuesta, tenemos la visión de continuar fomentando y homologando las mejores prácticas de sustentabilidad en nuestra cadena de abasto, así como incorporar nuevos criterios de sustentabilidad en nuestras decisiones de compra y proceso de selección de proveedores.

Como meta al año 2025, nos hemos planteado impulsar que el 80% de nuestra compra de las categorías de cárnicos, soya y lácteos, provenga de proveedores que busquen robustecer las prácticas de sustentabilidad en sus operaciones.

Fortalezas de sustentabilidad de nuestros proveedores
Resultados de la Encuesta Global de Abastecimiento Sustentable

Salud y nutrición	Valor compartido	Bienestar	Medio ambiente
Sistemas de calidad	Gestión de inventarios	Capacitación para colaboradores	Gestión del consumo de energía eléctrica
Sistemas de trazabilidad	Participación en cámaras	Indicadores de seguridad ocupacional	Gestión del consumo de combustibles
Certificaciones de origen	Auditorías de terceros	Mecanismos de quejas y sugerencias	Gestión de residuos
Sistema HACCP	Análisis de satisfacción del cliente	Análisis de clima organizacional	Programas de reciclaje
Información nutrimental	Gestión de riesgos	Programas comunitarios	Gestión de las descargas de agua

Comunidad de Abasto Sigma

En 2015, formamos la Comunidad de Abasto Sigma, en la que participan colaboradores de los departamentos de compras y calidad de todas nuestras Unidades Organizacionales. En 2019 este grupo de trabajo se encargó de estudiar los resultados de la Encuesta Global de Abastecimiento Sustentable para aprender sobre las iniciativas de sustentabilidad más robustas que nuestros proveedores implementan en sus operaciones, así como las áreas que se encuentran en desarrollo.

Fomento Lechero

En México, a través del programa Fomento Lechero, que tiene 25 años en funcionamiento, incentivamos el desarrollo de pequeños productores a través de asesoría técnica especializada. Este programa apoya a más de 360 productores de leche de vaca y cabra en Jalisco, Nuevo Léon y Coahuila; quienes a su vez benefician con trabajo a más de 600 familias. Los vínculos de confianza que hemos desarrollado, nos permiten impulsar su crecimiento y al mismo tiempo robustecer nuestra cadena de abasto de esta importante materia prima.

Donación de alimentos a la comunidad

A nivel mundial se estima que más de 820 millones de personas pasan hambre. A través de la donación de alimentos, tenemos la oportunidad de sumarnos directamente a los esfuerzos globales por erradicar este reto.

Cada año establecemos nuevas alianzas con bancos de alimentos y asociaciones que nos permiten donar productos de forma más eficiente en beneficio de las comunidades más vulnerables.

Nos hemos planteado como meta donar 25,000 toneladas de alimentos en una década. Entre 2015 y 2019 hemos donado un total de 15,600 toneladas, equivalente a más de 90 millones de porciones acumuladas, lo que nos mantiene en el camino para alcanzar nuestro objetivo.

México
Apoyamos la nutrición de miles de familias mexicanas que viven en las comunidades más necesitadas del país, haciendo donaciones a BAMX, una red conformada por distintos bancos de alimentos, que representa un modelo de rescate alimentario eficiente para el combate del hambre y la desnutrición de la población más vulnerable del país.

Europa
Sigma Europa firmó un acuerdo con la Federación Europea de Bancos de Alimentos (FEBA), con el objetivo de combatir el hambre y la malnutrición. Nuestra Unidad Organizacional en Europa se comprometió a establecer una dotación anual al FEBA, además de ampliar los programas locales de donaciones en los mercados donde operamos.

Día mundial de la Alimentación

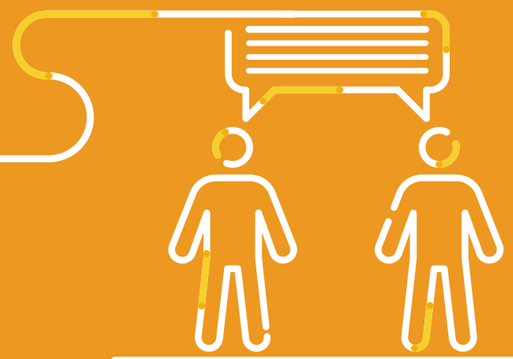
En el marco del Día mundial de la Alimentación, organizamos por primera vez en Sigma, un voluntariado global con la participación de más de 600 colaboradores.

Donaciones

A través de asociaciones y bancos de alimento, en 2019, logramos donar más de 2,700 toneladas de alimento, equivalente a más de 16 millones de raciones.

2025 SUSTAINABILITY COMMITMENTS

Compromiso al 2025:
Donar al menos 25,000 toneladas de alimentos a través de organizaciones que combaten el hambre, respecto a 2015.



Formamos relaciones de confianza con nuestros clientes

En Sigma estamos comprometidos con ofrecer a nuestros clientes el mejor servicio y atención personalizada. Buscamos crear relaciones de largo plazo con ellos, ya que son el canal para llegar a los consumidores finales. En conjunto con nuestros clientes, llegamos a más de 640,000 puntos de venta en más de 100 países y llevamos día con día alimentos preferidos localmente a millones de personas alrededor del mundo.

Somos conscientes de que exceder las expectativas de nuestros clientes es esencial para lograr los resultados comerciales que nos planteamos. A través de distintos canales de comunicación, mantenemos un diálogo abierto con ellos, lo que nos permite comprender mejor sus necesidades, inquietudes y sugerencias, así como informarles sobre nuestros productos, servicios y programas.

Nuestros clientes

- **Canal Moderno**
Autoservicio y tiendas de conveniencia.
- **Canal Tradicional**
Detalle y mercados especiales.
- **Canal Foodservice**
Hoteles, restaurantes, cines, comedores industriales.

Programa Cliente Excelente - México

Hace ocho años creamos en México el Programa Cliente Excelente para apoyar el desarrollo de nuestros clientes en el Canal Tradicional a través de distintos elementos estratégicos de valor agregado, incluyendo equipamiento, servicio y reconocimientos.

- +70,000 refrigeradores de última generación instalados de 2014 a la fecha en las tiendas de nuestros clientes que, además de modernizar el punto de venta y asegurar la disponibilidad de productos de valor para el consumidor, usan menos energía respecto a los refrigeradores tradicionales.

- +3,000 dudas de nuestros clientes resueltas en 2019, a través de los distintos canales de comunicación disponibles en nuestro Centro de Servicio, que incluyen redes sociales, WhatsApp, correo electrónico y vía telefónica.

- +55,800 reconocimientos entregados en 2019 a nuestros clientes en el Canal Tradicional.

2025 SUSTAINABILITY COMMITMENTS

Compromiso al 2025:
Crear y fortalecer relaciones productivas con nuestros distintos grupos de interés.

Centro de Atención en México

A través de nuestro Centro de Atención a Clientes en México, atendemos cualquier inquietud que nuestros clientes y consumidores puedan tener. Tan solo en 2019, registramos más de 200,000 contactos, obteniendo un 97% de satisfacción.

Participación activa

Además de participar activamente en más de 100 asociaciones, locales e internacionales, contribuimos con los requerimientos de información de nuestra cadena de valor, incluyendo el CDP, antes llamado Carbon Disclosure Project.

Grupos de interés

Contamos con canales de comunicación personalizados que nos permiten mantener un diálogo efectivo con nuestros accionistas, colaboradores, consumidores, clientes, proveedores, comunidades, autoridades, asociaciones y ONG.

Grupo de interés	Compromisos	Canales de comunicación
Accionistas	Generar mayor valor a largo plazo.	Asamblea de accionistas ALFA, reportes trimestrales, sitio web, redes sociales, buzón de transparencia.
Colaboradores	Atraer al mejor talento y fomentar su bienestar, desarrollo y motivación.	Intranet, reportes trimestrales, buzón de transparencia, encuesta de clima organizacional, Programa de Atención a Empleados, sitio web, boletín.
Consumidores	Deleitarlos con un portafolio de productos innovador y nutritivo.	Centros de contacto, grupos de enfoque, encuesta de satisfacción, sitio web y redes sociales.
Clientes	Exceder sus expectativas a través de propuestas de valor, compartir nuestras mejores prácticas.	Centros de contacto, Programa Cliente Excelente, encuesta de satisfacción, sitio web y equipo de ventas.
Proveedores	Mantener una relación de colaboración duradera basada en el beneficio mutuo.	Programas de evaluación y capacitación, centros de contacto, sitio web y redes sociales.
Comunidad	Garantizar operaciones seguras y sustentables y participar activamente en su desarrollo.	Sitio web, redes sociales, buzón de transparencia, centros de contacto, eventos.
Autoridades	Cumplir la normatividad y generar alianzas para el desarrollo sustentable.	Asociaciones, cámaras y reuniones.
Asociaciones y ONG	Participar y colaborar efectivamente para crear grupos científicos e industriales.	Foros de la industria, reuniones, participación en comités, redes sociales y sitio web.

Asociaciones Globales

112 Asociaciones: Nivel Global

Industria Alimentaria 49

AL		Federación de la Industria Cárnica Alemana (BVDF)
BE		VLAM
		Agencia de Innovación y Emprendimiento (VLAIO)
	*	Asociación Belga de Ciencia y Tecnología Cárnica (BAMST)
	*	Federación Belga de la Industria Alimentaria (FEVIA)
	*	Federación Belga de Productos Cárnicos (FENAVIAN)
	*	Flanders Food, Plataforma de Innovación en la Industria Alimentaria
		FEBEV
EEUU		Instituto Norteamericano de la Carne (NAMI)
ES		Organización Interprofesional del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC)
		Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España (ANICE)
	*	DEPORCIL
	*	Fundación Alimentum
		Fundación Española de la Nutrición (FEN)
	*	CEOE
EUR		Centro de Enlace de la Industria de Procesamiento de Carne de la UE (CLITRAVI)
		FoodDrinkEurope
FR	*	Federación Francesa de la Industria Cárnica (FICT)
	*	Asociación Nacional de la Industria Alimentaria (ANIA)
		USRICT
HO		Federación Holandesa de la Industria Alimentaria (FNLI)
	*	Asociación Holandesa de la Industria Cárnica (VNV)
INT		Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD)
		Reforma Alimentaria para la Sostenibilidad y la Salud (FReSH)
		Global Food Safety Initiative (GFSI)
IT	*	Asociación de la Industria de la Carne y Salami (ASSICA)
	*	Consorcio de Mortadella de Bologna
		Unión de la Industria de Parma
		Instituto de la Calidad de Parma
	*	Consorcio de Jamón de Parma
		Consorcio de Jamón de S. Daniele
	*	(UNICEB)
MX		Asociación Mexicana de Bancos de Alimentos (AMBA)
	**	Asociación Nacional de Establecimientos TIF (ANETIF)
		Cluster Agroalimentario de Nuevo León, A.C.
	**	Cámara Nacional de Industriales de la Leche (CANILEC)
	**	Consejo Mexicano de la Carne
PO	**	Asociación Portuguesa de los Industriales de Carnes (APIC)
LATAM		Asociación de la Industria Cárnica del Salvador (ASICARNE)
		Asociación Salvadoreña de Porcicultores (ASPORC)
	**	Cámara Costarricense de Embutidores y Procesadores de Carne
	*	Cámara Nacional de los Productores de Leche de Costa Rica
	**	Asociación de Fabricantes de Embutidos de República Dominicana
		Junta Agroempresarial
		Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas, Ecuador
		Asociación de Porcicultores de Ecuador
		Asociación de Fabricantes de Alimentos Balanceados de Ecuador
		Comité Consultivo de la Carne de Ecuador
		Agrocalidad de Ecuador

Industria General 33

EUR		Agencia Europea de Seguridad y Salud en el Trabajo (EU-OSHA)
		AME
MX		Asociación Nacional de Transporte Privado (ANTP)
		Consejo Nacional Agropecuario (CNA)
	**	Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA)
	**	Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo
		Confederación de Cámaras Industriales
LATAM		Sociedad Nacional de Industrias de Perú
		Cámara de Comercio Peruana - Alemana
		Asociación Peruana de Empresas de Consumo Masivo
		Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI)
		Cámara de Comercio e Industria del Salvador
		Cámara Americana de Comercio del Salvador
		Cámara de Comercio Salvadoreña Mexicana (CASALMEX)
		Gobierno de El Salvador, PROESA
	*	Cámara de la Industria Alimentaria de Costa Rica (CACIA)
		Instituto Nacional de Normalización de Ecuador
		Cámara de la Industria y Comercio de Costa Rica-México (CICOMEX)
		American Chamber of Commerce in Costa Rica (AMCHAM)
		Asociación de Industrias Región Norte de República Dominicana
		Cámara de Comercio y Producción de Santiago, RD
	**	Cámara de Comercio Dominico-Mexicano
		Cámara Americana de Comercio en RD
		Asociación de Industria de la República Dominicana
		Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, Ecuador
		Cámara Binacional de Comercio Ecuador-México
		Cámara de Comercio de Latacunga
		Cámara Empresarial Mexicana Nicaragüense (CAMEXNIC)
		Asociación de Distribuidores de Productos de Consumo de Nicaragua
		Cámara de Comercio Industrias de Tegucigalpa, Honduras (CCIT)
		Cámara de Industrias y Producción Quito
		Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha
		Cámara de Industriales y Empresarios de Cotopaxi

Investigación y Educación 16

BE	+	Universidad de Liège
	+	Universidad de Ghent
EEUU	+	Programa de Enlace Industrial del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT ILP)
		Universidad Estatal de Oklahoma
ES	+	Alimentación y Ciencia (ALICIA)
	+	Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentaria (IRTA)
	+	Universidad de Burgos
EUR	+	Instituto Danés de Investigación de la Carne
HO	+	Universidad de Maastricht
MX	+	Centro de Competitividad en CAINTRA
	*	Centro de Ingeniería y Desarrollo Industrial (CIDESI)
	+	Cluster Biotecnológico del Estado de Nuevo León, A.C.
	+	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT)
	+	Instituto Politécnico Nacional (IPN)
	+	Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey
	+	Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL)

Mercadotecnia Responsable 8

AL	***	Asociación de Marca de Alemania (Markenverband)
ES	*	PROMARCA
	*	Asociación Española de Anunciantes (AEA)
IT		Unión de Industriales y Empresas (UNINDUSTRIA)
		Asociación Italiana de Anunciantes (AITA)
		Unione Parmense degli Industriali
PO		Asociación Portuguesa de Anunciantes (APAN)
		CENTROMARCA

Desarrollo Organizacional 6

FR	OPCA of Food Industries, Agricultural Cooperation and Food Retail
BE	Fevia (Belgian Food Industry Federation)
MX	ATECO
	COPARMEX
	Movimiento Congruencia
	CONMEXICO

Abreviación de regiones:
AL - Alemania, BE - Bélgica, EEUU - Estados Unidos, EUR - Europa, ES- España, FR- Francia, HO - Holanda, INT - Internacional, IT - Italia, MX - México, PO - Portugal, LATAM - Latinoamérica

Simbología de nivel de participación:
* = Miembro del Consejo, ** = Vicepresidente del Consejo, *** = Presidente del Consejo, + = Convenio de Investigación, Sin simbología = Miembro de la Asociación

BIENESTAR

Buscamos establecer condiciones que motiven y faciliten a las personas a adoptar hábitos que mejoren su calidad de vida.

A través de las iniciativas de este pilar contribuimos a los ODS: Salud y bienestar, Educación de calidad, igualdad de género, trabajo decente y crecimiento económico y reducción de las desigualdades.

3 SALUD Y BIENESTAR · 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD · 5 IGUALDAD DE GÉNERO · 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO · 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

US$14 millones

invertidos en programas de bienestar

+90,000 personas

beneficiadas a través de instituciones, bancos de alimentos y programas de desarrollo

+600 voluntarios

participando en la primera edición de "Global Food Day"

+18 horas

de entrenamiento, en promedio para cada uno de nuestros colaboradores

14% de reducción

de accidentes respecto a 2018

Una empresa cada vez más inclusiva

Los colaboradores son fundamentales en el éxito de nuestra compañía. Por ello, trabajamos continuamente para ofrecer las condiciones que les permitan desarrollar su potencial al máximo, comprometiéndonos a brindar las mismas oportunidades de crecimiento para todos.

Sabemos que los equipos más efectivos y productivos están conformados por integrantes que aportan diferentes perspectivas, experiencias y entornos únicos. En Sigma promovemos un ambiente de trabajo inclusivo, en donde colaboradores de más de 60 nacionalidades convivan con respeto, empatía y tolerancia.

En 2019 lanzamos a lo largo de nuestras Unidades Organizacionales, un plan de acción diseñado para crear conciencia, remover barreras e impulsar el potencial de los diferentes grupos de talento en nuestra compañía. A través de esta iniciativa, buscamos continuar avanzando en nuestra meta de convertirnos en una empresa cada vez más inclusiva.

Algunas iniciativas de concientización implementadas en 2019:

- Sesiones a ejecutivos de la compañía.
- Creación de una Red de Inclusión de Mujeres en EEUU.
- Promoción de iniciativas STEM (ciencia, tecnología e ingeniería).
- Sesiones de escucha activa sobre las percepciones de las personas.
- Comunidad en línea enfocada en diversidad e inclusión para LATAM.

Horarios flexibles

Creemos que ofrecer esquemas de trabajo flexibles ayuda a promover el balance entre la vida laboral y familiar, la colaboración y la productividad. Es por esto que en nuestras oficinas corporativas hemos implementado un nuevo modelo de trabajo, que se adapta a los diferentes estilos de vida.

Comunicación 360°

Para escuchar a nuestros colaboradores y mantenerlos informados, realizamos foros de comunicación, en los que nuestros colaboradores tienen la oportunidad de hacer preguntas y compartir inquietudes con nuestro equipo directivo, además de conocer los principales logros, retos y avances a nivel global.

2025 SUSTAINABILITY COMMITMENTS

Compromiso al 2025:
Convertirnos en una empresa cada vez más inclusiva.

Impulsamos el aprendizaje continuo

Estamos convencidos de que el aprendizaje continuo es un medio para impulsar el desarrollo de nuestros colaboradores, al mismo tiempo que nos permitirá estar preparados como compañía para implementar exitosamente nuestra estrategia de negocio.

Para cumplir con este compromiso, brindamos espacios de capacitación y de entrenamiento a lo largo de nuestra organización, buscando constantemente incrementar las oportunidades de desarrollo personal y profesional para nuestros colaboradores.

En 2019 invertimos US$2.2 millones en programas de capacitación, que nos permitieron brindar 18.3 horas de entrenamiento en promedio a cada uno de nuestros colaboradores, un incremento de 1.2% respecto al año anterior. Este resultado nos mantiene en el camino para alcanzar nuestra meta al año 2025 de aumentar 11% el número de horas de capacitación promedio por colaborador, respecto a 2018.

Futuros talentos
Nuestro programa Talento Joven permite a recién graduados rotar por distintas áreas de la compañía, con el propósito de potencializar su desarrollo.

Herramientas en línea
A través de la Universidad Virtual Sigma, proveemos cursos y talleres que tienen como objetivo fortalecer y desarrollar nuevas habilidades personales y profesionales.

Educación profesional
Otorgamos becas para licenciaturas y posgrados que permiten a los colaboradores seguir con sus estudios en universidades de prestigio.

Desarrollo personal
El programa de Formación Humana Sigma promueve la superación y el desarrollo personal. En 2019, participaron más de 5,000 colaboradores en ocho países.

Mejores supervisores
Nuestros programas de capacitación para jefes y supervisores con personal a su cargo incluyen manejo de grupos, liderazgo y gestión humana.

Otros cursos
Otros cursos que ofrecemos a nuestros colaboradores incluyen ventas, seguridad ocupacional, idiomas y metodologías para dar y recibir retroalimentación.

Desarrollo personal y profesional

El programa de Formación Humana opera en 8 países: Costa Rica, El Salvador, Estados Unidos, Guatemala, México, Nicaragua, Perú y República Dominicana, promoviendo la superación y el desarrollo personal. En 2019 participaron más de 5,000 colaboradores.

Menú Interactivo

2025 SUSTAINABILITY COMMITMENTS

Compromiso al 2025:
11% de aumento en el número de horas de capacitación promedio por colaborador respecto a 2018.

Comprometidos con el bienestar de nuestras comunidades

Nuestras actividades de voluntariado permiten a los colaboradores involucrarse productivamente en el entorno social, además de crear vínculos de trabajo y confianza con las comunidades vecinas. Al contar con plantas en 18 países, trabajamos como un solo Sigma para que nuestros colaboradores sean agentes de cambio y participen activamente en el desarrollo local de las comunidades donde vivimos y operamos.

En octubre de 2019, en el marco del Día Mundial de la Alimentación, realizamos por primera ocasión en la historia de nuestra compañía, una jornada global de voluntariado coordinada entre todas nuestras Unidades Organizacionales. En total, participaron más de 600 colaboradores de 10 países y 40 ciudades, que recaudaron y entregaron alimentos a diferentes asociaciones y bancos de alimentos.

Inspirados en el éxito de esta jornada global, nos hemos planteado la meta al año 2025 de involucrar al menos al 10% de nuestros colaboradores en actividades de voluntariado, en beneficio de un mayor número de comunidades y personas. Durante 2019, un 2.6% de nuestra plantilla total de colaboradores participó en diversas actividades de voluntariado.

Para lograr nuestra meta, continuaremos aprovechando la creatividad de nuestros colaboradores, que proponen nuevas iniciativas de voluntariado en diversos temas como actividades de reforestación, rehabilitación de zonas naturales y trabajos de limpieza, así como el mantenimiento y mejoramiento de escuelas y espacios públicos. Además, continuaremos beneficiando a comunidades vulnerables a través de la donación de alimentos.

En 2010, se creó en México, Mano con Mano, un fondo para apoyar a los colaboradores que han sufrido pérdidas materiales a causa de desastres naturales. El fondo es un esfuerzo actual, que se compone de las donaciones de empleados y de la compañía. Hasta el momento hemos atendido más de 300 casos y hemos podido extender este beneficio a otras regiones en Latinoamérica.

Voluntariado interno

Más de 1,190 colaboradores de nuestras distintas Unidades Organizacionales, participando en diversas actividades de voluntariado como “Global Food Day”, reforestación, limpieza de basura, limpieza de humedales y playas, y conservación de tortugas.

Reto de Sustentabilidad

Más de 700 colaboradores en el segundo Reto de Sustentabilidad, adoptando los ODS a su vida y regresando a la comunidad en actividades como donativos, cuidado de biodiversidad y acciones caritativas.

2025 SUSTAINABILITY COMMITMENTS

Compromiso al 2025:
10% de nuestros colaboradores participando en actividades de voluntariado.

La salud y seguridad laboral de nuestros colaboradores es nuestra prioridad

El bienestar de todos los colaboradores es de suma importancia para Sigma. Queremos que todos regresen a sus hogares seguros y saludables al final de cada jornada laboral.

Además de contar con equipos y protocolos diseñados para la prevención de accidentes, supervisamos de cerca la seguridad de nuestros procesos y capacitamos continuamente a nuestros colaboradores para que puedan cuidar su integridad y la de sus compañeros. Nos apoyamos en nuestra Política de Seguridad para implementar operaciones más seguras y nos apegamos a nuestro Procedimiento de Administración de Accidentes e Incidentes para identificar nuestras áreas de oportunidad y monitorear la tasa y severidad de los accidentes.

Como resultado de nuestras iniciativas, en 2019, logramos mejorar nuestros indicadores de seguridad en 80% de los países donde operamos y registramos una reducción de 14% en la tasa de accidentes respecto al año anterior, lo que nos mantiene en camino para alcanzar nuestro compromiso al año 2025 de una reducción de 22% en este indicador, respecto a 2018.
De igual forma, fomentamos entre nuestros colaboradores la importancia de mantener un estilo de vida saludable que ayude a mejorar su calidad de vida a través de una dieta equilibrada, el manejo del estrés, la salud mental y la activación física. Por ejemplo, con nuestros programas eChallenge y Club Balance, nuestros colaboradores lograron acumular 113,000 kilómetros recorridos en 2019, más de 2.5 veces la circunferencia del planeta. Además, en 2019, sumamos 120 eventos de activación física, 100 ferias de la salud y 200 eventos de desarrollo social a lo largo de nuestras operaciones. Para implementar estas actividades contamos con un equipo de especialistas que además ofrece atención médica básica en nuestros sitios.

En suma, durante 2019, invertimos US$7.4 millones en iniciativas a favor de la salud y seguridad de nuestros colaboradores.

Inversión en seguridad

Comprometidos con nuestros colaboradores y su integridad física, en 2019, a nivel global, invertimos más de US$7.4 millones en programas de salud y seguridad laboral, impartiendo cursos, talleres y equipo de protección.

Menos accidentes

Gracias a la definición del plan Implementación de las 12 Mejores Prácticas, obtuvimos una reducción del 14% en la tasa de accidentes de 2019 respecto al año 2018.

2025 SUSTAINABILITY COMMITMENTS

Compromiso al 2025:
22% de reducción en la tasa de accidentes en nuestras operaciones respecto a 2018.

MEDIO AMBIENTE

Nos enfocamos en reducir nuestro impacto ambiental, utilizando los recursos naturales de una manera más eficiente.

72 sitios
operando con energía eólica, de los cuales 16 son plantas de producción, evitando anualmente +73,000 toneladas de CO_2

10 Plantas
en Europa avanzando en el programa Vertido Cero

A través de las iniciativas de este pilar contribuimos a los ODS: Agua limpia y saneamiento, Energía asequible y no contaminante y Producción y consumo responsables.

6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

+113,000 m³
reducidos de agua contra el año anterior

US$10 millones
invertidos en programas de medio ambiente

+4,700 toneladas
de plástico virgen evitadas al incorporar materiales reciclados en nuestros empaques

Mejora continua en la gestión ambiental

Para impulsar el crecimiento sustentable de nuestro negocio, monitoreamos continuamente el desempeño de nuestras operaciones y generamos nuevos proyectos de ecoeficiencia enfocados en reducir nuestra huella ambiental. Nuestra Política de Medio Ambiente sirve de guía para optimizar la gestión de los recursos a lo largo de nuestra extensa red de operaciones, que incluye 70 plantas y 210 centros de distribución en 18 países, así como una de las flotas de distribución refrigeradas más grandes en México y Latinoamérica.

Hemos desarrollado evaluaciones técnicas y análisis comparativos internos que nos ayudan a identificar áreas de oportunidad específicas, así como los planes de acción necesarios para cumplir nuestros objetivos de corto y largo plazo en cada sitio de operación. Acompañamos este esfuerzo con plataformas de información e indicadores clave que nos permiten robustecer nuestra gestión y asegurar la mejora continua en el desempeño ambiental de nuestras operaciones. Además, a través de programas de capacitación y campañas de comunicación, incentivamos la participación de todos nuestros colaboradores para alcanzar una mayor eficiencia.

Nuestras plantas están sujetas a leyes y regulaciones de protección al medio ambiente en los países en donde operamos. Además de estar siempre atentos respecto a los avances en materia de regulación, buscamos cumplir con estándares internos de operación, trabajando como una sola compañía para intercambiar e implementar mejores prácticas internacionales a lo largo de nuestras operaciones.

Prácticas sustentables a lo largo de nuestra cadena de valor

Investigación	Producción	Centros y red de distribución	Punto de venta y comunidad
Buscamos desarrollar soluciones de empaque que reduzcan el impacto ambiental.	Ecoeficiencia Uso de energía más limpia Reciclaje de los residuos de la operación Manejo y tratamiento del agua	Optimización de rutas Vehículos de alta eficiencia y uso de combustibles alternos Captación de agua de lluvia	Uso de refrigeradores eficientes Campañas de reforestación

Gestión responsable del agua

El agua es fundamental en nuestro proceso productivo. En Sigma contamos con iniciativas que nos permiten garantizar el uso óptimo de este recurso a lo largo de toda nuestra operación.

En nuestros productos, el agua es un ingrediente esencial, por lo que nos aseguramos de contar con los más estrictos criterios de calidad en su abasto, garantizando en todo momento el cumplimiento de nuestros estándares de higiene e inocuidad.

En nuestros sitios de operación, implementamos continuamente proyectos diseñados para reducir el consumo de agua en los procesos productivos y en el lavado de equipos, a través de inversión en nuevas tecnologías, mantenimientos preventivos y revisiones rutinarias. En 2019 logramos una disminución anual en el consumo de agua de 0.7% por tonelada producida, lo que equivale al consumo promedio de 210 familias estadounidenses durante un año. Para reforzar nuestro compromiso, nos hemos planteado como objetivo al año 2025 reducir el consumo de agua en 20% por tonelada de alimento producida, en las plantas adquiridas al cierre del 2018.

Trabajamos como un solo Sigma para documentar el conocimiento que generamos y fomentar la colaboración activa de nuestros equipos de trabajo en los distintos países donde operamos. Por ejemplo, gracias al intercambio de mejores prácticas, en 2019 nuestra Unidad Organizacional de Latinoamérica alcanzó anticipadamente su meta de reducción de consumo de agua planteada a 2020.

Al final del ciclo de aprovechamiento, operamos plantas de tratamiento de agua que nos permiten hacer una gestión adecuada en su descarga de acuerdo a lo establecido por las normas y, cuando es conveniente, reusamos el agua tratada en procesos secundarios.

En 2019 invertimos más de US$1.5 millones en el mejoramiento y construcción de plantas potabilizadoras y de tratamiento de agua. Actualmente operamos sistemas de tratamiento distribuidas en todas las geografías donde operamos. Además, en dos centros de distribución en México, contamos con sistemas de captación y almacenaje de agua de lluvia que utilizamos para tareas básicas como el lavado de vehículos y en los sanitarios.

Reducción de agua

Gracias a nuestros esfuerzos durante el 2019, logramos reducir 113,000 m³ de agua, respecto al consumo del 2018 en nuestras operaciones globales.

Ultrafiltración de agua

En 2019 en planta Occidente de México, instalamos un sistema de tratamiento terciario de agua a base de filtros y membranas de ultrafiltración y ósmosis inversa que remueven sólidos y sales. Esta inversión nos permite reusar 21,000 m³ de agua anuales para la operación de condensadores.

2025 SUSTAINABILITY COMMITMENTS

Compromiso al 2025:
20% reducción en el consumo de agua en nuestras plantas por tonelada de alimento producida respecto a 2018.

Empaques más amigables con el medio ambiente

Los empaques de nuestros productos cumplen con la función esencial de proteger los alimentos, preservar sus propiedades y garantizar la vida de anaquel, con el propósito de que nuestros consumidores tengan la mejor experiencia al consumirlos. Asimismo, forman parte de la oferta que entregamos a nuestros clientes y consumidores, quienes buscan adquirir productos en empaques con características funcionales, por ejemplo, que sean prácticos, que contengan la cantidad de producto que necesitan, o que se puedan resellar, reusar o compactar.

Sabemos que la responsabilidad de cuidar el medio ambiente va más allá de nuestras operaciones, al mismo tiempo que estamos conscientes de la preferencia de nuestros clientes y consumidores por adquirir productos en empaques con menor impacto ambiental. Por este motivo, en Sigma realizamos investigación e invertimos en nuevas tecnologías para crear empaques funcionales que al mismo tiempo representan un ahorro en los materiales necesarios para producirlos y en el combustible requerido para transportarlos. Además de buscar reducir el gramaje de los empaques, buscamos aprovechar plástico reciclado y continuamente evaluamos el uso sustentable de nuevos materiales, incluyendo plásticos renovables, papel y cartón, así como empaques biodegradables, compostables o producidos a partir de fuentes naturales. Como primera meta, nos planteamos reducir el plástico virgen de nuestros empaques, y tan solo en 2019, logramos evitar más de 4,700 toneladas del mismo, a través de la incorporación de material reciclado. Continuaremos por este camino implementando nuestra estrategia integral y adoptando nuevos retos.

Durante más de 10 años, hemos desarrollado decenas de patentes y diseños industriales innovadores en nuestros envases y empaques. En este proceso, participan las áreas de Investigación y Desarrollo, Innovación, Calidad, Tecnología y Mercadotecnia, en conjunto con nuestros proveedores, universidades reconocidas y startups, para así desarrollar opciones más sustentables y funcionales que cumplan con las expectativas de nuestros clientes y consumidores. Además, participamos en mesas de trabajo de la industria y con las autoridades para avanzar en conjunto en este tema.

ECOCE

En México, formamos parte de ECOCE, asociación civil sin fines de lucro, creada por la industria de productos de consumo, para el manejo adecuado de residuos de envases y empaques en el país.

Estrategia integral

Buscamos construir una estrategia integral para reducir el impacto de los empaques:
- Incorporar plástico reciclado.
- Aprovechar materiales que sustituyen al plástico.
- Eliminar componentes o capas en los empaques.
- Desarrollar moldes con formas más resistentes.

Comunidad de Empaque Sigma

En 2019 fundamos la Comunidad de Empaque Sigma, un grupo de 25 colaboradores expertos en tecnologías, funcionalidad y materiales, con presencia en todas nuestras Unidades Organizacionales.

Como compañía global, el objetivo de la Comunidad es facilitar el intercambio de conocimiento que hemos desarrollado de forma local. Buscamos posicionar a todos nuestros países en la cima de la curva de aprendizaje y acelerar el desarrollo de nuevas soluciones de empaque a lo largo de nuestra organización. Por ejemplo, una de las principales tareas de la Comunidad es llevar a los equipos de mercadotecnia locales opciones de empaque más amigables con el medio ambiente que han sido probadas con éxito en otras geografías.

La Comunidad de Empaque Sigma se mantiene en continua comunicación y se reúne periódicamente para conocer los proyectos y retos que enfrentan sus colegas. A través de esta interacción, estamos trabajando como un solo Sigma para aprovechar la experiencia y conocimiento técnico en el desarrollo de soluciones prácticas y efectivas.

Innovación en empaques

En Bélgica, nuestra marca Aoste lanzó en 2019 un empaque que sustituye 60% del plástico con cartón sustentable.

Gracias a la implementación de material reciclado en nuestros empaques, durante 2019 logramos evitar más de 4,700 toneladas de plástico virgen.

En España, somos la primera compañía en el sector alimentario con certificación ECOSENSE, que garantiza que reincorporamos PET reciclado en la fabricación de las bandejas de pizza.

Gestión de residuos en nuestra operación

Creemos que una estrategia eficaz de gestión de residuos de nuestra operación debe centrarse en minimizarlos desde su origen, separarlos en nuestras instalaciones y maximizar el reciclaje.

En nuestras plantas y centros de distribución, nos encargamos de separar los residuos generados para que terceros autorizados puedan reusarlos o hacer una disposición apegada a la normatividad de cada país donde operamos. Como parte de este compromiso, continuamente buscamos nuevos aliados que puedan coprocesar un mayor porcentaje de los residuos. Actualmente, en México, logramos reciclar más del 90% de los residuos de cartón, madera, papel, plástico y aluminio que generamos.

Vertido Cero

En Europa, continuamos avanzando en la implementación del programa Vertido Cero, una iniciativa que nos lleva a reciclar o valorizar el 100% de los residuos sólidos de la operación. A la fecha, se han incorporado 10 plantas a esta iniciativa.

Acción climática: reduciendo nuestra huella de carbono

El cambio climático es uno de los mayores retos a los que se enfrenta actualmente la humanidad.

Como parte fundamental de nuestra estrategia de negocio, buscamos reducir la huella de carbono a lo largo de nuestras operaciones, incluyendo las fuentes de energía eléctrica que contratamos, la eficiencia de nuestro proceso productivo y el ahorro de combustible utilizado en la distribución de nuestros productos.

Como meta al año 2025, nos hemos planteado reducir 20% las emisiones de CO_2 por tonelada de alimento producida relacionadas a nuestras plantas y flota refrigerada de transporte propia, comparando con 2015. A 2019, hemos acumulado una reducción de 12% respecto al año base.

Estamos convencidos que limitar la emisión de gases de efecto invernadero es una responsabilidad compartida. Además de implementar iniciativas diseñadas para reducir la huella de nuestras operaciones, ayudamos a disminuir el consumo de energía eléctrica en el punto de venta de nuestros clientes y participamos de forma voluntaria en actividades de reforestación diseñadas para mitigar emisiones.

Comunidad de Energía Sigma

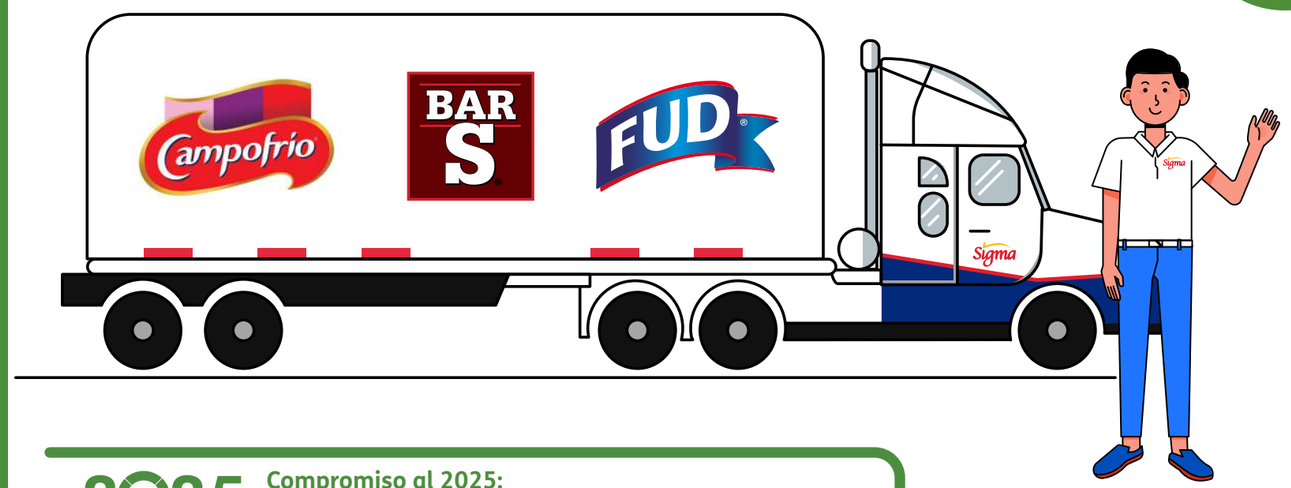
De forma sistemática, realizamos revisiones de eficiencia que nos ayudan a optimizar el consumo de energía en nuestras plantas, de acuerdo a la disponibilidad de nuevas tecnologías y procesos.

En 2019 en México, relanzamos la Comunidad de Energía Sigma con un nuevo esquema de colaboración, como un grupo de colaboradores expertos que busca llevar las mejores prácticas, tecnologías y proyectos de eficiencia a todas nuestras operaciones. Conforme hemos crecido como compañía, la Comunidad funciona como un grupo asesor que capacita y guía a líderes locales en las operaciones para que puedan evaluar el desempeño energético de los sitios a través de metodologías institucionales, y realizar verificaciones cruzadas entre operaciones de nuestros distintos negocios.

Además de capacitar a más de 40 líderes en 20 plantas de nuestras operaciones en México, en 2019 la Comunidad de Energía Sigma contribuyó a la capacitación de colaboradores en República Dominicana y Costa Rica como primer paso para convertirla en una comunidad global.

Ahorro de energía en el punto de venta

Desde 2014, hemos entregado más de 70,000 refrigeradores de alta tecnología en comercios donde se venden nuestros productos. Estos refrigeradores de última generación permiten reducir el consumo energético durante el proceso de conservación de nuestros productos en el punto de venta, al mismo tiempo que los alimentos se mantienen en las mejores condiciones.



2025 SUSTAINABILITY COMMITMENTS

Compromiso al 2025:
20% de reducción en las emisiones de CO_2 relacionadas a nuestras plantas y flota de transporte propia, por tonelada de alimento producida respecto a 2015.

Distribución de nuestros productos

En México contamos con una de las flotas de distribución refrigeradas más grandes del país. Para disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero, hacemos pruebas con nuevas tecnologías, incluyendo el uso de vehículos híbridos y eléctricos, así como la reconversión de unidades a gas natural comprimido. También, trabajamos de la mano con nuestros proveedores para que utilicen vehículos que cumplan con las especificaciones ambientales más estrictas en las distintas geografías en las que operamos.

Asimismo, implementamos programas de optimización de rutas que nos permiten obtener el mejor rendimiento del combustible. Por ejemplo, en 2019, en México instalamos un nuevo software diseñado para optimizar la ruta de los camiones que entregan nuestros productos a los clientes en el canal de detalle, con lo que lograremos reducir el consumo de combustible y mejorar el servicio que ofrecemos a nuestros clientes.

En 2019 recibimos por sexto año consecutivo el reconocimiento Excelente Desempeño Ambiental, otorgado por el gobierno de México en el marco del programa Transporte Limpio. El programa impulsa un transporte amigable con el medio ambiente a través de acciones que reducen el consumo de combustible y las emisiones de gases de efecto invernadero, incluyendo asignación estratégica de rutas, técnicas de conducción ecológica, mantenimientos preventivos y tecnologías de aerodinámica. Desde que iniciamos nuestra participación en 2013, hemos logrado evitar la emisión de 137,000 toneladas de CO_2, equivalente a sacar de circulación a 4,200 autos anualmente.

Transporte más limpio

Continuamos con programas de eficiencia en nuestra distribución y por sexta ocasión recibimos el reconocimiento Excelente Desempeño Ambiental del programa Transporte Limpio establecido por el gobierno de México.

Refrigerantes más amigables con el medio ambiente

En Sigma nos mantenemos en la búsqueda de nuevas tecnologías que nos permitan aprovechar refrigerantes naturales más amigables con el medio ambiente y cumpliendo con las nuevas regulaciones locales. Para ello, estamos trabajando en conjunto con nuestros proveedores para desarrollar, construir e instalar nuevos sistemas de refrigeración más eficientes que tengan una menor huella de carbono.

Campañas de reforestación

Nuestros colaboradores voluntarios unen esfuerzos para organizar campañas de reforestación como parte de nuestro compromiso con la comunidad y el medio ambiente.

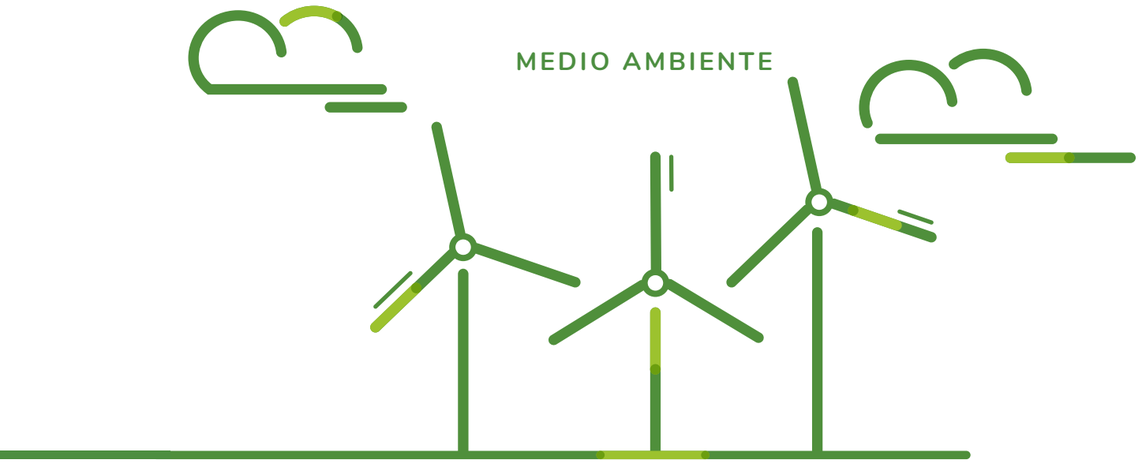
Costa Rica, España y México
En 2019, 140 voluntarios y sus familias lograron sembrar 1,280 árboles, reforestando las zonas de Monteverde, Costa Rica; Burgos, España y Córdoba, México.

Menú Interactivo

Aprovechando las ventajas de la Industria 4.0

En Sigma nos retamos continuamente para identificar nuevas formas de hacer más eficiente el uso de los recursos. La Industria 4.0 representa una nueva oportunidad para avanzar en este objetivo.

En 2019 instalamos en nuestra segunda planta más grande en México, ubicada en Atitalaquia, sistemas automatizados que nos permiten monitorear a distancia y optimizar la operación de los equipos de refrigeración. A través de controles automáticos que se alimentan de información en línea, logramos mejorar la seguridad del sistema de refrigeración, al mismo tiempo que reducimos el consumo de energía y el costo de operación. Por medio de lecturas en la temperatura de las zonas y los procesos, así como la programación de secuencias de prendido y apagado y velocidad de los ventiladores, generamos nuevas estrategias para el funcionamiento más eficiente de los equipos. A la fecha, los resultados de esta iniciativa son muy alentadores, por lo que seguiremos explorando llevar a más operaciones los beneficios de los sistemas digitales de información en la gestión de nuestros equipos.



Aprovechamos energía más limpia y renovable

A partir de 2015, iniciamos un proceso para incorporar fuentes de energía más sustentables que contribuyan a reducir nuestra huella de carbono.

Actualmente, el 56% de la energía eléctrica que consumimos en nuestras plantas proviene de fuentes más limpias o renovables. Esta cifra incluye el portafolio verde de nuestros proveedores, así como nuestros propios convenios e inversiones en energía eólica, cogeneración eficiente de electricidad, energía solar y uso de biomasa.

Como parte de nuestro compromiso al 2025, nos hemos planteado que el 67% de nuestro consumo de energía eléctrica en nuestras plantas provenga de fuentes más limpias y renovables.

Además, continuamente exploramos oportunidades para usar mejores alternativas de combustible en nuestras operaciones. En 2019, iniciamos un proyecto de reconversión de nuestra planta de Lagos de Moreno, en México, para utilizar gas natural, lo que nos permitirá ser más eficientes y utilizar un combustible más amigable con el medio ambiente.

Nuestro portafolio de energía verde

Energía eólica en *México*
72 sitios consumen 145 GWh anuales del Parque Eólico Tres Mesas.
En 2019 evitó +73,000 toneladas CO_2

Biomasa en *República Dominicana*
Nuestra planta de lácteos coprocesa cáscara de coco para generar vapor.
En 2019 evitó +2,600 toneladas CO_2

Cogeneración eficiente en *México*
1 sitio en 2019 más 32 sitios adicionales a partir de 2020.
En 2019 evitó +3,200 toneladas CO_2

Aprovechamiento de Biomasa

Gracias a la incorporación de uso de biomasa en nuestra planta de lácteos en República Dominicana, desde 2016, hemos logrado evitar las emisiones de más de 9,800 toneladas de dióxido de carbono equivalentes.

Energía Eólica

En México, 72 de nuestros sitios, de los cuales 16 son plantas de producción, consumen energía del Parque Eólico Tres Mesas. Desde el inicio del proyecto en 2017, se han evitado más de 220,000 toneladas de dióxido de carbono equivalente.

2025 SUSTAINABILITY COMMITMENTS

Compromiso al 2025:
67% de consumo de energía eléctrica más limpia y renovable en nuestras plantas.

ÉTICA Y GOBIERNO CORPORATIVO

Nuestras acciones se rigen por nuestro compromiso con la conducta ética y la responsabilidad social.

Ética y Anticorrupción

Sigma Alimentos, S.A. de C.V. es una empresa global de alimentos que pertenece a Grupo ALFA.

En ALFA, las políticas y procedimientos relacionados con la conducta ética de los colaboradores y socios de negocios son liderados por la Dirección General, que se involucra en el desarrollo y aprobación de acciones orientadas a fortalecer la cultura de respeto a los valores empresariales y el cumplimiento de sus lineamientos éticos.

Políticas

El Código de Ética y la Política Anticorrupción constituyen el marco de comportamiento que ALFA espera de sus empresas y colaboradores. Cualquier directivo o colaborador de ALFA que posea información acerca de un acto de corrupción o de que exista el indicio de que esto ocurra, deberá reportarla de forma inmediata al Buzón de Transparencia en forma anónima o personalizada, así como a sus superiores, en caso de que estos no estén involucrados.

ALFA también cuenta con una Política de Conflicto de Intereses para los miembros del Consejo de Administración y para sus colaboradores. De conformidad con la Ley del Mercado de Valores de México, los miembros del Consejo tienen el deber de diligencia, por lo que deberán actuar siempre de buena fe, en el mejor interés de la sociedad. En el caso de los colaboradores, la política de ALFA señala que deberán evitar cualquier situación en la cual sus intereses difieran con los de la empresa. Todos los colaboradores que pudiesen tener intereses o relaciones con proveedores o clientes actuales o potenciales deberán informarlo a su jefe inmediato.

https://www.alfa.com.mx/down/CODIGODEETICA.pdf

https://www.alfa.com.mx/down/PoliticaAnticorrupcion.pdf

Buzón de Transparencia

ALFA opera un Buzón de Transparencia, mecanismo de denuncia anónima interna y externa, que atiende y da seguimiento a denuncias referentes a faltas al Código de Ética y conductas que atenten contra la integridad de los colaboradores y la compañía. El Buzón opera 24 horas, 365 días del año, mediante correo electrónico o vía telefónica, y está disponible en los idiomas de todos los países donde opera la compañía.

http://www.alfa.com.mx/buzon.html
buzon@alfa.com.mx

Para mayor información te invitamos a visitar el Informe Anual 2019 de ALFA
https://www.alfa.com.mx/RI/reportes.html

Equipo Directivo

Rodrigo Fernández
Director General de Sigma
Ingresó a ALFA en 1998.
Graduado en la Universidad de Virginia. MBA Wharton.

Unidades Organizacionales

Eugenio Caballero
Director General México
MBA Harvard

Ricardo Doehner
Director General Europa
MBA Michigan

Warren Panico
Director General EE.UU.
MBA Columbia Pacific University

Sergio Ramos
Director General Latinoamérica
MBA University of Texas at Austin

Armando de la Peña
Director General Foodservice
Executive Programs

Funciones centrales

Roberto Olivares
CFO
MBA Duke

Gregorio de Haene
CTO
MBA ITESM

Luis Iturralde
CHRO
MBA ITESM

Alejandro Suárez
CIO
Master in Operations George Washington

Gobierno Corporativo

ALFA se adhiere al Código de Principios y Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo (CMPC) vigente en México desde el año 2000. Las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V. (BMV) deben revelar una vez al año su grado de adhesión al CMPC, mediante la respuesta a un cuestionario que está a disposición del público inversionista en la página de Internet de la BMV.

A continuación, se presenta un resumen de los principios de gobierno corporativo de ALFA, tal y como se desprenden del cuestionario que fue contestado en mayo de 2019 y actualizado en lo pertinente:

A. El Consejo de Administración está compuesto por trece miembros propietarios, sin suplentes, de los cuales diez son Consejeros Independientes, dos Consejeros Patrimoniales Relacionados y un Consejero Patrimonial Independiente.

B. Para el correcto desempeño de sus funciones, el Consejo de Administración se apoya en tres comités: el de Auditoría, el de Prácticas Societarias y el de Planeación y Finanzas. Cada consejero participa en al menos uno de estos comités. La presidencia de cada comité es ocupada por un consejero independiente. Los comités de Auditoría y de Prácticas Societarias están integrados solo por consejeros independientes.

C. El Consejo de Administración se reúne seis veces al año. Las reuniones de Consejo pueden ser convocadas por el Presidente del Consejo, el Presidente del Comité de Auditoría, el Presidente del Comité de Prácticas Societarias, el Secretario, o al menos el 25% de sus miembros. La asistencia promedio a las sesiones del Consejo en 2019, fue de 95%.

D. Los consejeros deben comunicar al Presidente cualquier conflicto de interés que se presente y abstenerse de participar en las deliberaciones correspondientes.

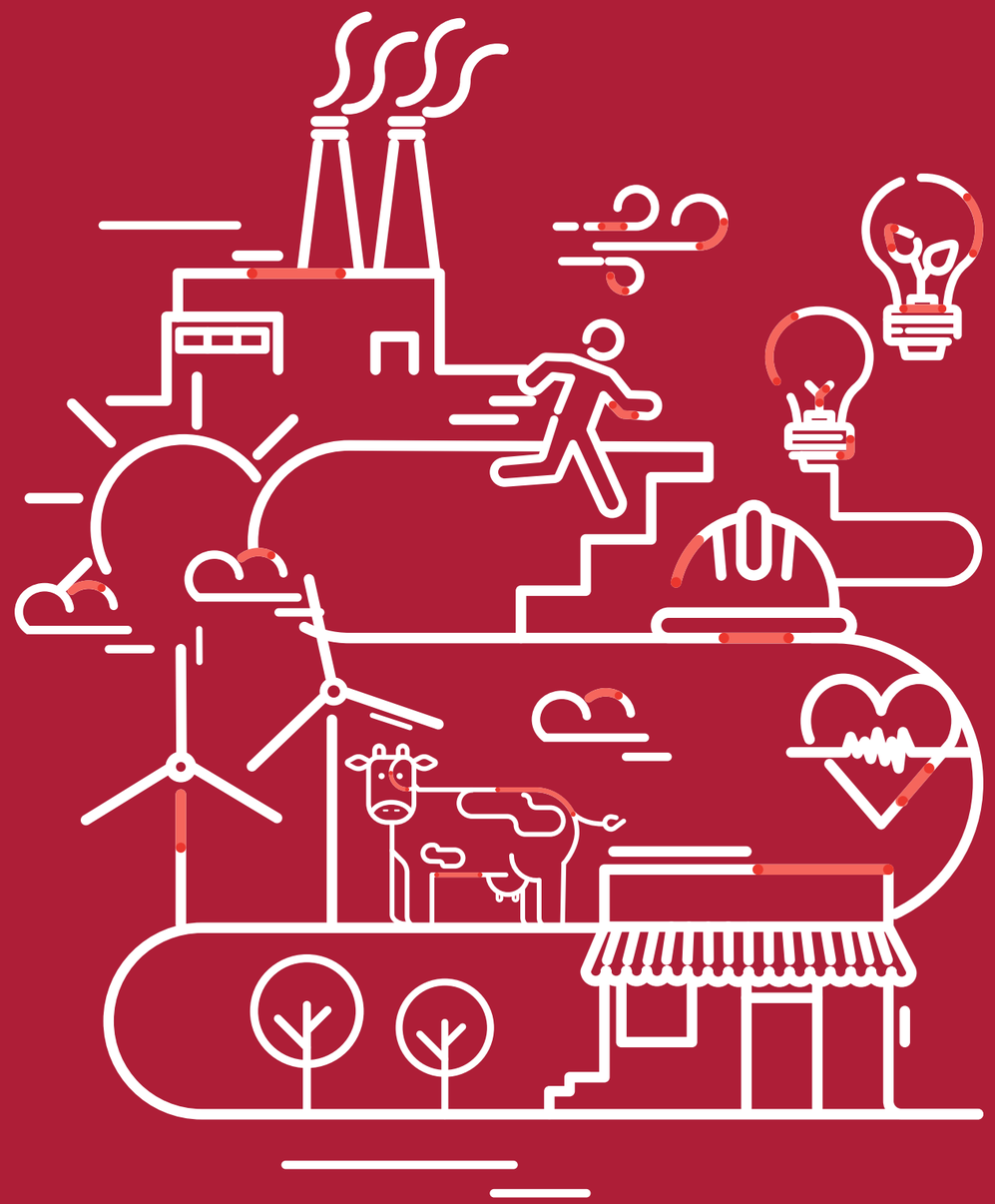
E. El Comité de Auditoría estudia y emite recomendaciones al Consejo en asuntos como la selección y la determinación de los honorarios del auditor externo, la coordinación con el área de auditoría interna de la empresa y el estudio de políticas contables, entre otras.

F. La compañía cuenta con sistemas de control interno, cuyos lineamientos generales son sometidos al Comité de Auditoría para su opinión. Además, el despacho de auditoría externa valida la efectividad del sistema de control interno y emite reportes sobre el mismo.

G. El Comité de Planeación y Finanzas evalúa lo conducente a su área de especialidad y emite recomendaciones para el Consejo en asuntos como: viabilidad de inversiones, posicionamiento estratégico de la empresa, congruencia de las políticas de inversión y financiamiento, y revisión de los proyectos de inversión.

H. El Comité de Prácticas Societarias emite recomendaciones para el Consejo en asuntos como condiciones de contratación de ejecutivos de alto nivel, pagos por separación de los mismos y política de compensaciones, entre otros.

I. ALFA cuenta con un área específicamente encargada de mantener la comunicación de la empresa con sus accionistas e inversionistas. El objetivo es asegurar que estos cuenten con la información financiera y de otro tipo que necesiten para la evaluación del progreso que la empresa tiene en el desarrollo de sus actividades.



Acerca de este informe

Nuestro Informe de Sustentabilidad tiene el objetivo de brindar información clara y transparente a nuestros grupos de interés sobre nuestras prioridades en materia de sustentabilidad, así como los resultados de las principales iniciativas en materia social y ambiental que implementamos durante el año.

Ciclo de los informes
El presente es nuestro noveno informe anual de sustentabilidad, el cual cubre los resultados para el año calendario 2019.

Límites del reporte
Para elaborar el Informe 2019 incluimos información de las operaciones en las que tenemos control operativo. No se presentaron cambios significativos en nuestras operaciones que impliquen una modificación en el alcance de nuestro informe respecto a años anteriores.

Temas de enfoque
Para identificar los asuntos prioritarios para nuestro informe nos basamos en las conclusiones de nuestro Análisis de Materialidad, la Estrategia de Sustentabilidad Sigma, nuestras Metas 2025 y procesos de planeación interna de la compañía.

Preparación de información
La información para el informe procede de entrevistas realizadas a ejecutivos de nuestra Oficina Central y Unidades Organizacionales, cuestionarios en materia de sustentabilidad respondidos por las operaciones de nuestras distintas Unidades Organizacionales y bases de datos internas.

Medición de indicadores
Para la medición de resultados de nuestras iniciativas, indicadores clave de desempeño y avances sobre nuestras Metas 2025, empleamos criterios establecidos por Sigma para dar seguimiento al desempeño de la organización. La información fue proporcionada por las distintas áreas responsables y ha sido validada de manera interna. No realizamos una verificación externa del Informe.

Estándares de reporteo GRI
Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI. El GRI cuenta con la metodología más utilizada a nivel global para la preparación de informes de sustentabilidad. Para mayor información respecto al GRI, visite su sitio web.

Te invitamos a que nos compartas tus opiniones y sugerencias en:
sustainability@sigma-alimentos.com

Índice de Contenidos GRI - Opción Esencial

Estándares Universales		Respuesta/Omisión	Vínculo
GRI 102 Declaraciones Generales 2016			
1. Prácticas organizacionales			
102-1	Nombre de la organización	Sigma Alimentos, S.A. de C.V.	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicio	Sigma es una sociedad dedicada a la producción, comercialización y distribución de productos cárnicos, lácteos y de otros alimentos refrigerados y congelados. p. 2, Acerca de Sigma p. 5-6, Perfil Institucional p. 7-8, Nuestra Historia	02 05 07
102-3	Ubicación de la sede	p. 83, Información de contacto	83
102-4	Ubicación de las operaciones	p. 7-8, Nuestra Historia Estados Financieros: www.sigma-alimentos.com/wp-content/uploads/2020/03/Financial-Statement.pdf	07
102-5	Propiedad y forma jurídica	Sigma Alimentos, S.A. de C.V., pertenece a Grupo ALFA.	
102-6	Mercados servidos	p. 5-6, Perfil Institucional p. 7-8, Nuestra Historia	05 07
102-7	Tamaño de la organización	p. 5-6, Perfil Institucional p. 7-8, Nuestra Historia Estados Financieros: www.sigma-alimentos.com/wp-content/uploads/2020/03/Financial-Statement.pdf	05 07
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores		

	Hombres	Mujeres	Total
Permanente	27,282	18,031	45,313
Temporal	311	240	551
Total	27,593	18,271	45,864

	México	LATAM	Europa	EEUU	Total
Permanente	28,386	5,956	8,077	2,804	45,313
Temporal	477	74	0	0	551
Total	28,863	6,030	8,077	2,894	45,864

	Hombres	Mujeres	Total
Tiempo completo	27,565	17,557	45,122
Medio tiempo	28	714	742
Total	27,593	18,271	45,864

La mayor parte de las actividades de la organización son llevadas a cabo por empleados de Sigma. En Sigma no hay variaciones significativas en el número de empleados por tipo de contrato, por género ni por región. La información se obtiene a través del Sistema de Personal de Sigma.

102-9	Cadena de suministro	Para llevar a cabo sus actividades, Sigma depende del abastecimiento de las materias primas que le proporcionan sus proveedores, tanto de México como del extranjero, entre las que se encuentran productos cárnicos bovinos, porcinos y avícolas y productos lácteos, principalmente. Adicionalmente, la Compañía adquiere insumos para su proceso de producción. p. 33-36	33
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	p. 74, Acerca de este informe	74

Estándares Universales		Respuesta/Omisión	Vínculo
102-11	Principio de Precaución	p. 55, Mejora continua en la gestión ambiental p. 56, Prácticas sustentables a lo largo de nuestra cadena de valor. Aplicamos el principio de precaución por ejemplo con la instalación de equipos que permiten el tratamiento y reutilización del agua (p. 57), el desarrollo de nuevos empaques más amigables con el medio ambiente (p. 59), impulsando la economía circular a través de iniciativas de reciclaje y coprocesamiento (p. 62), aprovechando fuentes renovables de energía eléctrica (p. 63) y optimizando los procesos de distribución de nuestros productos para reducir nuestra huella de carbono (p. 65).	55
102-12	Iniciativas externas	p. 42, Asociaciones Globales	42
102-13	Afiliación a asociaciones	p. 42, Asociaciones Globales	42
2. Estrategia			
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	p. 3-4, Carta del Director	
3. Ética e Integridad			
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	p. 2, Cultura Sigma, Principios p. 69, Código de Ética	02 69
4. Gobernanza			
102-18	Estructura de gobernanza	p. 72, Gobierno Corporativo	72
5. Participación de los grupos de interés			
102-40	Lista de grupos de interés	p. 41, Grupos de interés p. 11, Análisis de Materialidad	41 11
102-41	Acuerdos colectivos de negociación	20% de los empleados en Sigma en México y 4% en LATAM están sindicalizados. Debido a limitaciones de confidencialidad, no se reportan los porcentajes correspondientes en EEUU ni en Europa.	
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	Los grupos de interés se identifican y seleccionan a través de diferentes procesos de evaluación. p. 41, Grupos de interés p. 11, Análisis de Materialidad	41 11
102-43	Enfoque de la participación de los grupos de interés	Contamos con canales de comunicación que tienen el doble propósito de mantener informados a nuestros grupos de interés y al mismo tiempo escuchar sus opiniones sobre cuestiones económicas, sociales y ambientales.	
102-44	Temas y preocupaciones principales encontrados	Nuestro análisis de materialidad nos permitió identificar los temas de relevancia para Sigma y nuestra industria.	
6. Prácticas para la elaboración del Informe			
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	p. 74, Acerca de este informe Estados Financieros: www.sigma-alimentos.com/wp-content/uploads/2020/03/Financial-Statement.pdf	74
102-46	Definición de los contenidos de los informes	p. 11, Análisis de Materialidad p. 74, Acerca de este informe	11 74
102-47	Lista de temas materiales	p. 11, Análisis de Materialidad	11

Estándares Universales		Respuesta/Omisión	Vínculo
102-48	Reexpresión de la información	p. 74, Acerca de este informe	74
102-49	Cambios en la elaboración de informes	p. 74, Acerca de este informe	74
102-50	Periodo objeto del informe	p. 74, Acerca de este informe	74
102-51	Fecha del último informe	Agosto, 2018	
102-52	Ciclo de elaboración de informes	p. 74, Acerca de este informe	74
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	p. 83, Información de contacto	83
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad	Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI.	
102-55	Índice de contenidos GRI	p. 75, Índice de Contenidos GRI	75
102-56	Verificación externa	No se lleva a cabo un proceso de verificación externa.	

TEMAS MATERIALES

1. Calidad y seguridad de los alimentos

GRI 103	Enfoque Administrativo 2016		
103-1	Descripción del tema material y su límite	p. 27-28, Los más altos estándares de calidad e inocuidad p. 35-36, Prácticas sustentables en nuestra cadena de abasto	27 35
103-2	El enfoque administrativo y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque administrativo		
GRI 416	Salud y Seguridad del Consumidor 2016		
416-1	Evaluación de la salud y seguridad en las categorías de productos y servicios	100% de las categorías de producto se evalúan respecto a los impactos en la salud y seguridad.	

2. Alimentos saludables y nutritivos

GRI 103	Enfoque Administrativo 2016		
103-1	Descripción del tema material y su límite	p. 17, La innovación es fundamental para cumplir nuestro propósito p. 19, Nuevo Modelo de Innovación Sigma p. 23-24, Brindamos al consumidor información nutricional clara y transparente	17 19 23
103-2	El enfoque administrativo y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque administrativo		

3. Desempeño económico y creación de valor

GRI 103	Enfoque Administrativo 2016		
103-1	Descripción del tema material y su límite	Resultados de la operación: www.sigma-alimentos.com/wp-content/uploads/2020/03/2019-MDA-SIGMA-1-2.pdf	
103-2	El enfoque administrativo y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque administrativo		
GRI 201	Desempeño Económico 2016		
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Resultados de la operación: www.sigma-alimentos.com/wp-content/uploads/2020/03/2019-MDA-SIGMA-1-2.pdf Estados Financieros: www.sigma-alimentos.com/wp-content/uploads/2020/03/Financial-Statement.pdf	
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	No recibimos asistencia financiera por parte del gobierno en ninguna de nuestras unidades de negocio.	

4. Satisfacción del cliente y diversidad de elección para el consumidor

GRI 103	Enfoque Administrativo 2016		
103-1	Descripción del tema material y su límite	p. 39-40, Formamos relaciones de confianza con nuestros clientes	39
103-2	El enfoque administrativo y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque administrativo		

5. Cultura y ambiente laboral

GRI 103	Enfoque Administrativo 2016		
103-1	Descripción del tema material y su límite	p. 2, Cultura Sigma, Principios	02
103-2	El enfoque administrativo y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque administrativo		
GRI 402	Relaciones Laborales/ Administrativo 2016		
402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	En caso de haber cambios operacionales que pudieran afectar substancialmente a un empleado, Sigma notifica dichos cambios con un mínimo de 15 días de anticipación en temas de salarios, prestaciones y cambios organizacionales.	
GRI 404	Formación y enseñanza 2016		
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	p. 47, Impulsamos el aprendizaje continuo	47
GRI 407	Libertad de Asociación y Negociación Colectiva 2016		
407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	No se tiene registrado ningún caso en el cual esté en riesgo la posibilidad de ejercer la libertad de asociación y negociación de convenios colectivos, ni en las operaciones de Sigma ni en las de nuestros proveedores. En Sigma al empleado se le permite elegir el sindicato al cual pertenecer y puede elegir al líder del mismo durante las asambleas sindicales cada dos años.	

6. Seguridad y salud ocupacional

GRI 103	Enfoque Administrativo 2016		
103-1	Descripción del tema material y su límite	p. 51-52, La salud y seguridad laboral de nuestros colaboradores es nuestra prioridad	51
103-2	El enfoque administrativo y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque administrativo		
GRI 403	Salud y Seguridad Laboral 2016		
403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	Nuestras operaciones no provocan ningún tipo de riesgo para el bienestar de nuestros empleados.	

7. Cumplimiento

GRI 103	Enfoque Administrativo 2016		
103-1	Descripción del tema material y su límite	p. 69, Ética y anticorrupción p. 70, Buzón de transparencia	69 70
103-2	El enfoque administrativo y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque administrativo		
GRI 205	Anticorrupción 2016		
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Nuestras actividades cumplen con las leyes, regulaciones y estándares éticos globales. Sigma cuenta con diferentes procesos para analizar los riesgos relacionados con la corrupción en sus unidades de negocio de forma continua, incluyendo auditorías formales.	
GRI 206	Competencia desleal 2016		
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Cualquier procedimiento se encontraría en la Nota 30 de los estados financieros 2019: www.sigma-alimentos.com/wp-content/uploads/2020/03/Financial-Statement.pdf	
GRI 307	Cumplimiento Ambiental 2016		
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	Cualquier procedimiento se encontraría en la Nota 30 de los estados financieros 2019: www.sigma-alimentos.com/wp-content/uploads/2020/03/Financial-Statement.pdf	
GRI 417	Marketing y etiquetado 2016		
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Cualquier procedimiento se encontraría en la Nota 30 de los estados financieros 2019: www.sigma-alimentos.com/wp-content/uploads/2020/03/Financial-Statement.pdf	
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Cualquier procedimiento se encontraría en la Nota 30 de los estados financieros 2019: www.sigma-alimentos.com/wp-content/uploads/2020/03/Financial-Statement.pdf	
GRI 419	Cumplimiento Socioeconómico 2016		
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Cualquier procedimiento se encontraría en la Nota 30 de los estados financieros 2019: www.sigma-alimentos.com/wp-content/uploads/2020/03/Financial-Statement.pdf	

8. Agua

GRI 103	Enfoque Administrativo 2016		
103-1	Descripción del tema material y su límite	p. 55, Mejora continua en la gestión ambiental p. 57-58, Gestión responsable del agua	55 57
103-2	El enfoque administrativo y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque administrativo		
GRI 303	Agua 2016		
303-1	Extracción de agua por fuente		

Fuente	m³
Aguas superficiales (humedales, ríos, lagos y océanos	0
Aguas subterráneas	7,690,000
Aguas pluviales	0
Agua por un tercero	488,000
Suministro municipal de agua	4,190,000
Total	12,300,000

La información se obtuvo de informes mensuales de plantas de producción.

GRI 306	Efluentes y Residuos 2016		
306-5	Cuerpos de agua afectados por descargas de agua y/o escurrimiento	No se identificaron cuerpos de agua afectados por descargas de agua ni escurrimientos derivados de las actividades de Sigma.	

10. Energía

GRI 103	Enfoque Administrativo 2016		
103-1	Descripción del tema material y su límite	p. 55, Mejora continua en la gestión ambiental p. 64, Ahorro de energía en el punto de venta p. 67-68, Aprovechamos energía más limpia y renovable	55 64 67
103-2	El enfoque administrativo y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque administrativo		
GRI 302	Energía 2016		
302-1	Consumo energético dentro de la organización		

Consumo total de combustible dentro de la organización de fuentes no renovables		
Diésel	1,300,000	Incluye combustibles empleados en todas las plantas así como transporte propio.
Combustóleo	439,000	
Gasolina	116,000	
Gas LP	118,000	
Gas Natural	2,750,000	

Consumo total de combustible dentro de la organización de fuentes renovables (GJ)		
Fuentes renovables	73,800	Biomasa

Consumo y venta de energía (GJ)		
Consumo de electricidad	2,560,000	Sigma no reporta consumos de calentamiento, enfriamiento ni vapor. Sigma no vende electricidad, calentamiento, enfriamiento ni vapor.
Consumo de calentamiento	0	
Consumo de enfriamiento	0	
Consumo de vapor	0	
Venta de electricidad	0	
Venta de calentamiento	0	
Venta de enfriamiento	0	
Venta de vapor	0	

Consumo total de energía dentro de la organización (GJ)	7,360,000

		La información fue obtenida directamente de las plantas así como transporte propio. Para los factores de conversión empleados en los cálculos previos, se usó como referencia el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero.	
302-3	Intensidad energética	Relación de intensidad energética de la organización (GJ/ton de alimento): 4.08 La intensidad energética fue calculada en base a una producción anual de 1.8 millones de toneladas de alimento e incluye la energía de eléctrica y de combustibles empleada dentro de la organización, tanto en la producción como en la distribución propia.	
302-4	Reducción del consumo energético	p. 63, Comunidad de Energía Sigma p. 64, Ahorro de energía en el punto de venta p. 65, Distribución de nuestros productos	63 64 65

11. Gestión de la cadena de valor (proveedores)

GRI 103 Enfoque Administrativo 2016

103-1	Descripción del tema material y su límite	p. 33, Impulsamos el desarrollo de nuestra industria p. 35, Prácticas sustentables en nuestra cadena de abasto p. 36, Comunidad de Abasto Sigma	33 35 36
103-2	El enfoque administrativo y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque administrativo		

GRI 308 Evaluación Ambiental de Proveedores 2016

308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Como meta al año 2025, nos hemos planteado impulsar que al menos a 80% de nuestras compras provenga de proveedores que busquen robustecer las prácticas de sustentabilidad que implementan en sus operaciones. p. 35, Encuesta Global de Abastecimiento Sustentable	35

GRI 414 Evaluación Social de Proveedores 2018

414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios sociales	Como meta al año 2025, nos hemos planteado impulsar que al menos a 80% de nuestras compras provenga de proveedores que busquen robustecer las prácticas de sustentabilidad que implementan en sus operaciones. p. 35, Encuesta Global de Abastecimiento Sustentable	35

12. Gestión de la cadena de valor (clientes

GRI 103 Enfoque Administrativo 2016

103-1	Descripción del tema material y su límite	p. 39, Formamos relaciones de confianza con nuestros clientes	39
103-2	El enfoque administrativo y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque administrativo		

13. Emisiones

GRI 103 Enfoque Administrativo 2016

103-1	Descripción del tema material y su límite	p. 55, Mejora continua en la gestión ambiental p. 63-64, Acción climática: reduciendo nuestra huella de carbono	55 63
103-2	El enfoque administrativo y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque administrativo		

GRI 305 Emisiones 2016

305-1	Emisiones directas de GEI (Grado 1)	Emisiones directas de GEI, enfoque 1 (ton CO2e) = 309,000 Los datos se obtuvieron directamente de las instalaciones operativas y del transporte.	
305-2	Emisiones energéticas indirectas de GEI (Grado 2)	Emisiones directas de GEI, enfoque 2 (ton CO2e) = 158,000 Los datos se obtuvieron directamente de las instalaciones operativas.	
305-4	Intensidad de emisiones GEI	Relación de intensidad energética de la organización (GJ/ton de alimento): 0.260 La intensidad de emisiones GEI fue calculada en base a una producción anual de 1.8 millones de toneladas de alimento e incluye la emisión de gases de CO2 equivalentes emitidos dentro de la organización, tanto en la producción como en la distribución propia, dentro del las emisiones de energía directa e indirecta.	
305-5	Reducción de emisiones GEI	p. 63, Acción climática: reduciendo nuestra huella de carbono p. 65, Distribución de nuestros productos p. 67, Aprovechamos energía más limpia y renovable	63 65 67

14. Residuos

GRI 103 Enfoque Administrativo 2016

103-1	Descripción del tema material y su límite	p. 55, Mejora continua en la gestión ambiental p. 59-60, Empaques más amigables con el medio ambiente p. 61, Comunidad de Empaque Sigma p. 62, Gestión de residuos en nuestra operación	55 59 61 62
103-2	El enfoque administrativo y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque administrativo		

GRI 306 Efluentes y Residuos 2016

306-3	Derrames significativos	No tuvimos derrames significativos.

15. Involucramiento comunitario y voluntariado

GRI 103 Enfoque Administrativo 2016

103-1	Descripción del tema material y su límite	p. 37-38, Donación de alimentos a la comunidad p. 49-50, Comprometidos con el bienestar de nuestras comunidades	37 49
103-2	El enfoque administrativo y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque administrativo		

GRI 413 Comunidades Locales 2016

413-2	Operaciones con impactos negativos significativos actuales y potenciales en comunidades locales	Nuestras operaciones no tienen impactos negativos en las comunidades locales.

Corporativo Carrizalejo
Av. Gómez Morín #1111
Col. Carrizalejo, C.P. 66254
San Pedro Garza García, N.L. México

Teléfono (81) 8748 9000
Twitter @SigmaAlimentos
Web www.sigma-alimentos.com
Email sustainability@sigma-alimentos.com