Sigma Foods

Presentación Corporativa 4T25

Aviso Legal

Esta presentación contiene información prospectiva basada en numerosas variables, expectativas y suposiciones que son inherentemente inciertas. Implican juicios con respecto a, entre otras cosas, las condiciones futuras del mercado económico, competitivo y financiero y las decisiones comerciales futuras, todas las cuales son difíciles o imposibles de predecir con precisión. En consecuencia, los resultados podrían variar de los establecidos en esta presentación. No debe depositar una confianza injustificada en la información a futuro. Toda la información a futuro se hace a partir de la fecha de esta presentación, basada en la información disponible para nosotros en dicha fecha, y no asumimos ninguna obligación de actualizar cualquier información a futuro. Copyright© 2026 Sigma Foods, S.A.B. de C.V. Todos los derechos reservados. La reproducción y distribución está prohibida sin el consentimiento previo por escrito de Sigma Foods, S.A.B. de C.V.

Sigma | Delicious Food for a Better Life

17
Países

1.8M
Toneladas
De Alimento

100+
Marcas

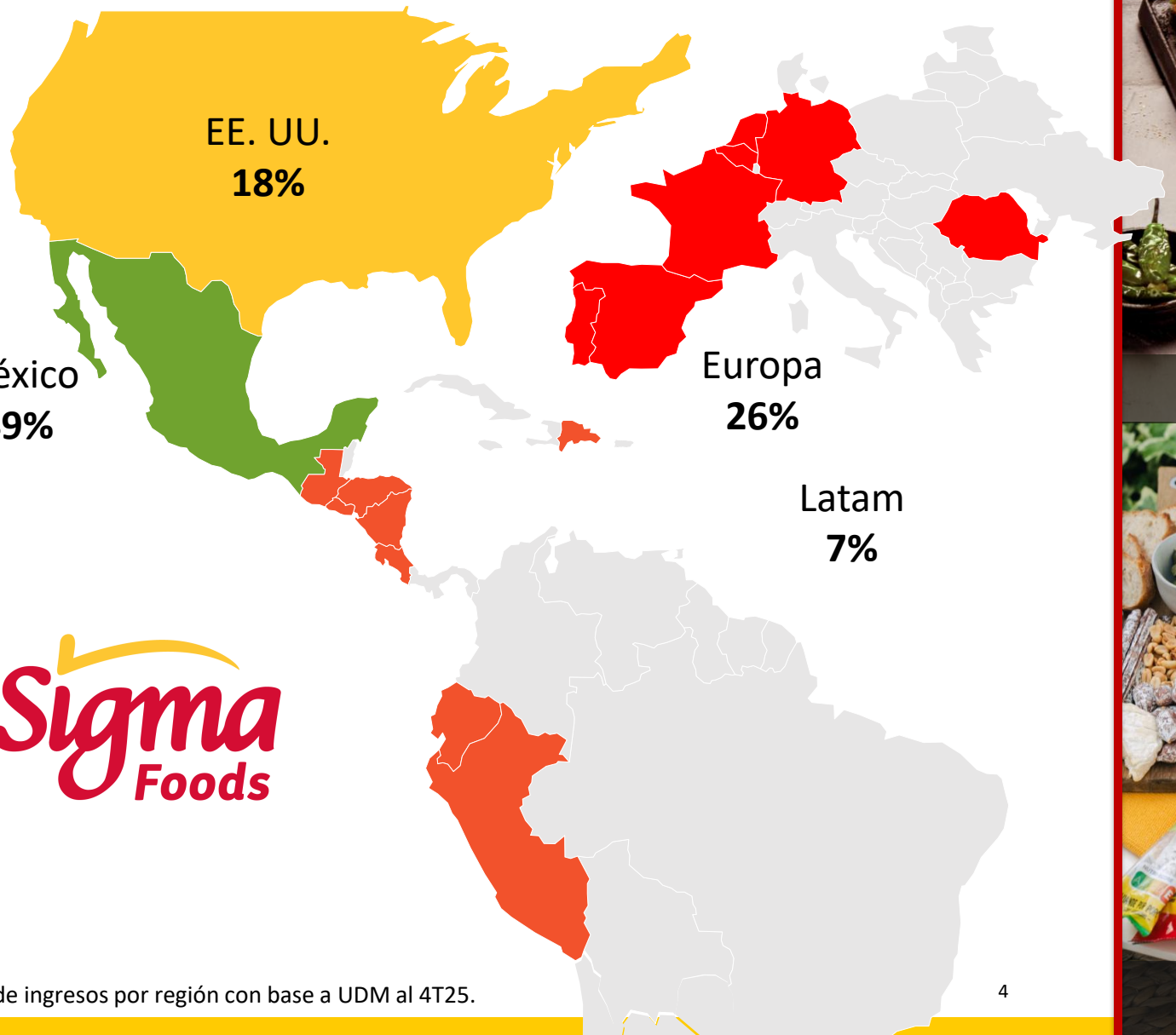
US $9.3B
En Ingresos*

640K
Puntos de Venta

US $1.0B
EBITDA Comp.*

*Cifras del 2025 para Sigma Foods

Presencia en 17 países



Carnes Frías 49%

Lácteos 27%

Carnes Maduradas 13%

Otros 11%

Mezcla de ingresos por región con base a UDM al 4T25.

Factores clave de inversión

Líder multinacional en alimentos, deleitando consumidores con un portafolio de marcas preferidas e innovadoras

Marcas de clase mundial con un diverso portafolio de productos

Marca #1, #2 o #3 en todas las categorías por región

Sólido entendimiento de las **preferencias del consumidor**

240,000 +contactos con consumidores por año

Capacidades de **Innovación e Investigación y Desarrollo avanzadas**

2 Centros de I+D
260+ Científicos en Alimentos

Red de distribución refrigerada robusta con extenso alcance geográfico

640k puntos de venta visitados semanalmente en 17 países

Desempeño líder de sector con cadena de suministro resiliente

ROIC (USD) de doble dígito

*Soportado por una **cultura fuerte**, impulsada por colaboradores motivados y un equipo de gestión comprometido*

Marcas lideres en todas las categorías y regiones

México

#1 Carnes Frías

#1 Quesos

#2 Yoghurt

Europa

#1 Carnes Frías

#1 Carnes Frías

#1 Jamón y Fuets

#2 Carnes Frías

EE. UU.

#1 Salchichas (vol.)

#2 Bologna

#2 Quesos Hispanos

Latam

#1 Quesos y untables

#1 Carnes Frías

#2 Carnes Frías

#2 Carnes Frías

#2 Carnes Frías

16 Marcas con ventas superiores a los US $100M anuales; 100+ marcas en total

FUD, Los Altos, Campofrío, San Antonio, Aoste, Yoplait, La Villita, La Chona, Navidul, San Rafael, Bar S, NocheBuena, Chimex, Fiorucci, Justin Bridou, ComNor

Sigma Foods

Marcas líderes a través de segmentos de mercado diversificados

~13% de Ingresos provienen de marcas con licencia, incluyendo Yoplait® y Oscar Mayer, entre otros

Sigma Foods

Alcance multicanal al consumidor

(% Ventas)	Moderno	Tradicional	*Foodservice*
México	41	42	17
Europa	72	18	10
EE. UU.	73	20	7
Latam	46	33	21

Presencia multinacional con capacidades locales de producción y distribución

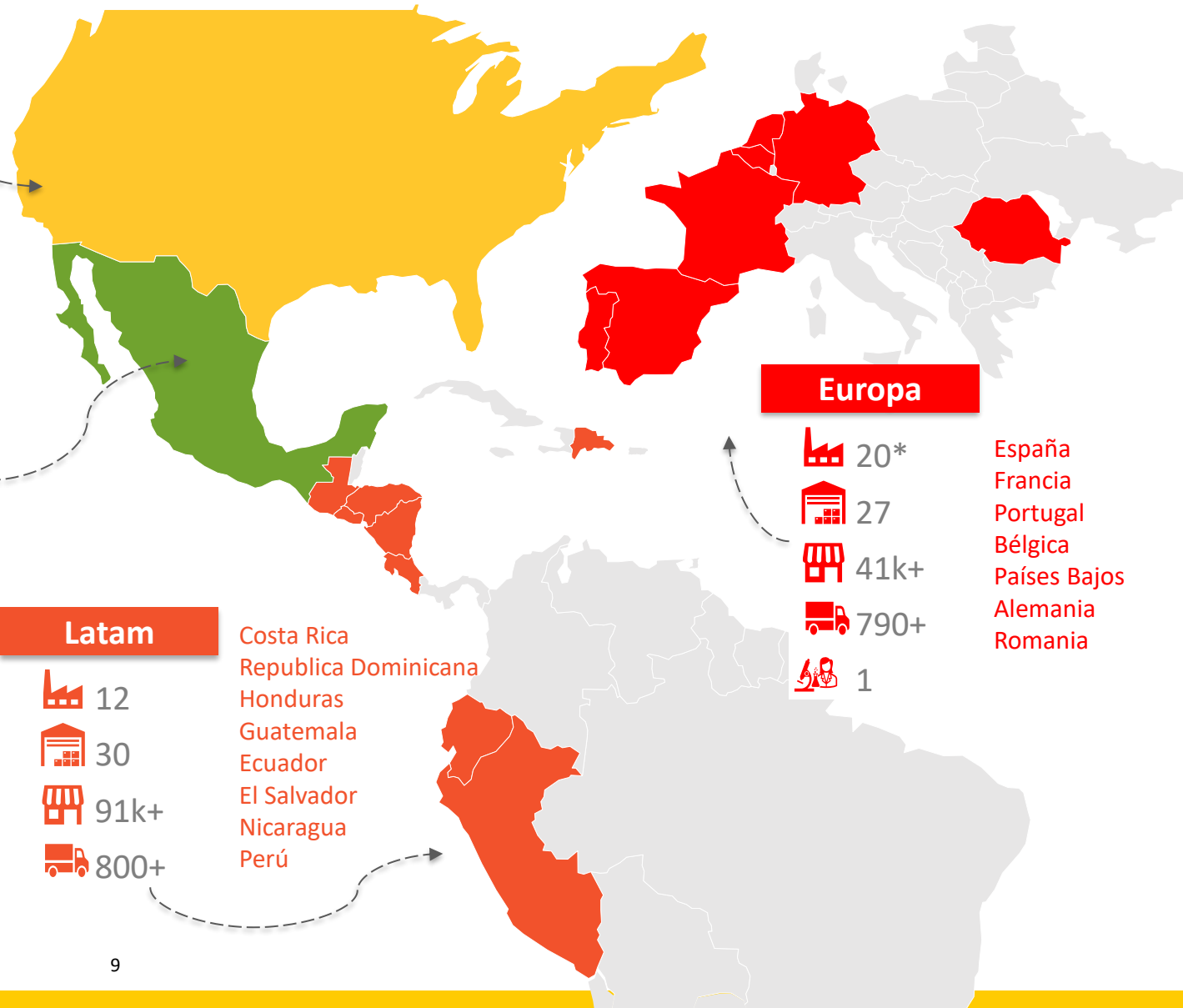
65 Centros de Producción

191 Centros de Distribución

640k Puntos de Venta

8,600+ Vehículos

2 Centros de Investigación



EE. UU.

8
16
130k+
100+

México

25
118
369k+
6,800+
1

Latam

12
30
91k+
800+

Costa Rica
Republica Dominicana
Honduras
Guatemala
Ecuador
El Salvador
Nicaragua
Perú

Europa

20*
27
41k+
790+
1

España
Francia
Portugal
Bélgica
Países Bajos
Alemania
Romania

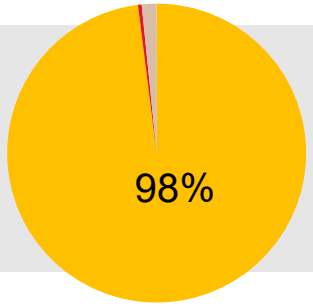
*Incluye Torrente que será sustituida por una nueva planta en la región

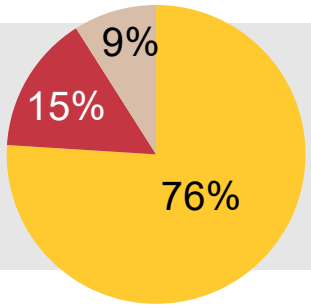
SIGMA - Historial de crecimiento y transformación continuo

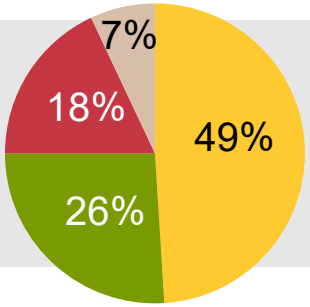
	Ventas Netas (US$ Miles de Millones)	Países
Liderazgo Nacional		
2000	$0.8	4
Expansión Internacional		
2010	$2.6	9
Glocality		
UDM 4T25	$9.2	17

Desglose de Ventas Netas

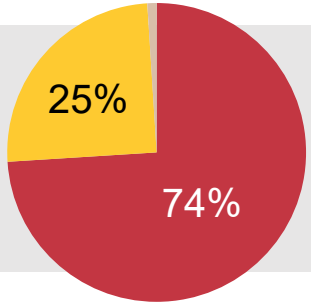
Por geografía

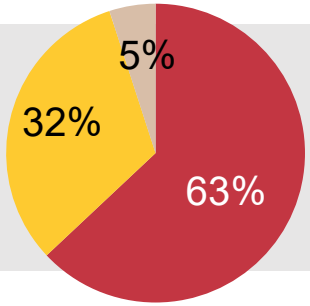


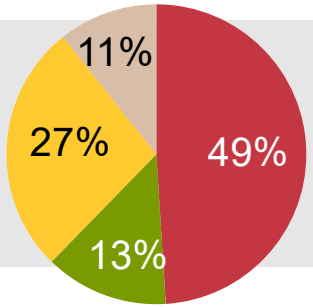




Por categoría







México · Europa · EE.UU:. · Latam

Carnes Frías · Lácteos · Carnes Maduradas · Otros

Innovación centrada en el consumidor con plataforma propia de I&D

Innovación basada en *Design Thinking*

10% Ingresos provienen de innovaciones
1,800+ Nuevos productos en los últimos 3 años

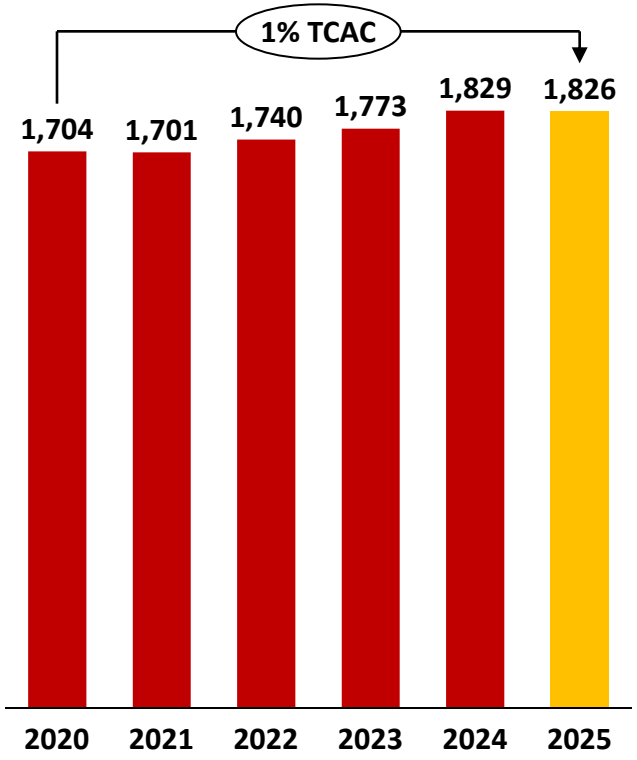
Investigación del Consumidor
240,000+ Contactos por año

STUDIO (Estudio de diseño Sigma-IDEO; lanzado en 2025)
10 Compromisos de innovación establecidos

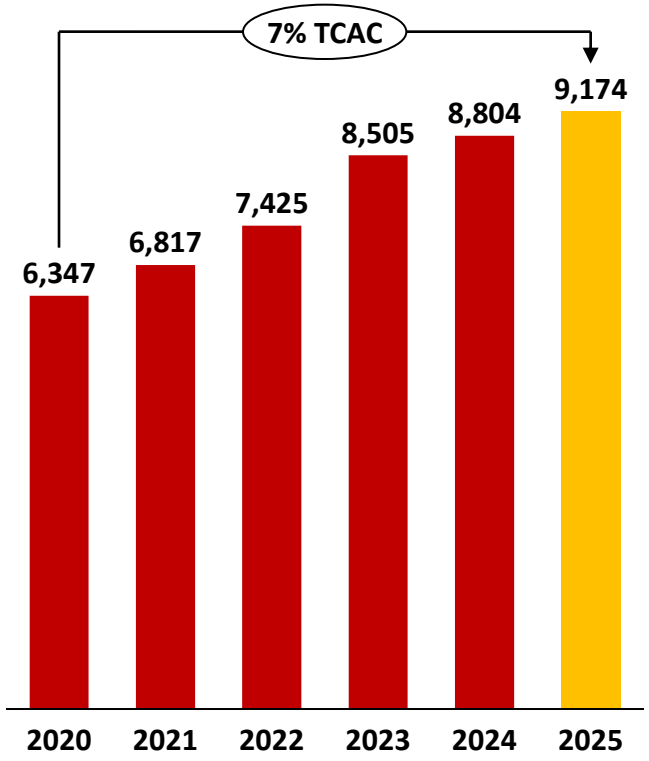
Investigación & Desarrollo
2 Centros de Investigación (México & España)
260+ Especialistas
35+ Patentes & PI
Herramientas y Modelos Analíticos Propios

SIGMA - Resultados Financieros Históricos

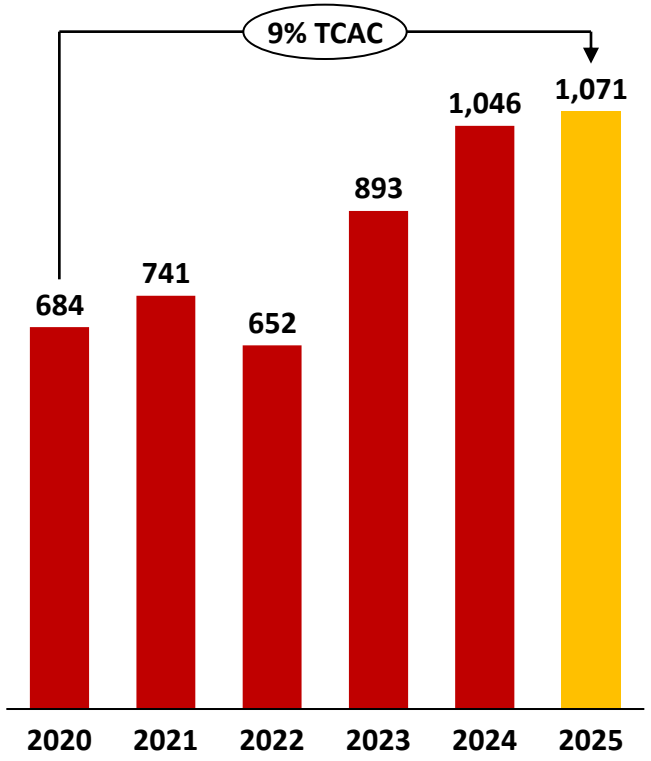
Volumen SIGMA
(Miles de toneladas)



Ingresos SIGMA
(US $ Millones)



Flujo SIGMA
(US $ Millones)



TCAC: Tasa de Crecimiento Anual Compuesta

Propósito &
Estrategia de Negocio

Construyendo nuestro Propósito

Alegría
Conexión

Alegría
Conexión
Promoviendo la Salud
Sustentabilidad

Presente — ***Delicious food*** — *Futuro*

Prometiendo siempre proveer comida deliciosa y con el mejor sabor

Sigma | Delicious Food for a Better Life

Sigma

Delicious Food
for a Better Life

Un compromiso ambicioso para hacer una vida mejor para ambos: las personas y el planeta

Estrategia de negocio

Sigma | Delicious Food for a Better Life

Crecer el core	Nuevas fuentes de ingreso	Fortalecer a la organización	Explorar el futuro
• Defender y crecer fuentes de rentabilidad a gran escala	• Oportunidades de alto potencial • Categorías Globales nuevas • Nuevos modelos de negocio	• Cultura • Competencias • Sistemas y procesos	• Salud a través de los alimentos • Proteína responsable

Crecer el Core a través de:

- **Conocimiento profundo del consumidor, innovación y valor de marca** para exceder las necesidades cambiantes de consumidores.

- **Ejecución con excelencia y eficiencia** para proporcionar una **propuesta de valor ganadora.**

- **Expansión de márgenes** basada en el crecimiento de ingresos, iniciativas de ahorro, optimización de portafolio y operación a escala.

Nuevas fuentes de ingreso: Oportunidades de alto potencial

Fertilización cruzada para atender oportunidades de alto valor identificadas en cada región**:**

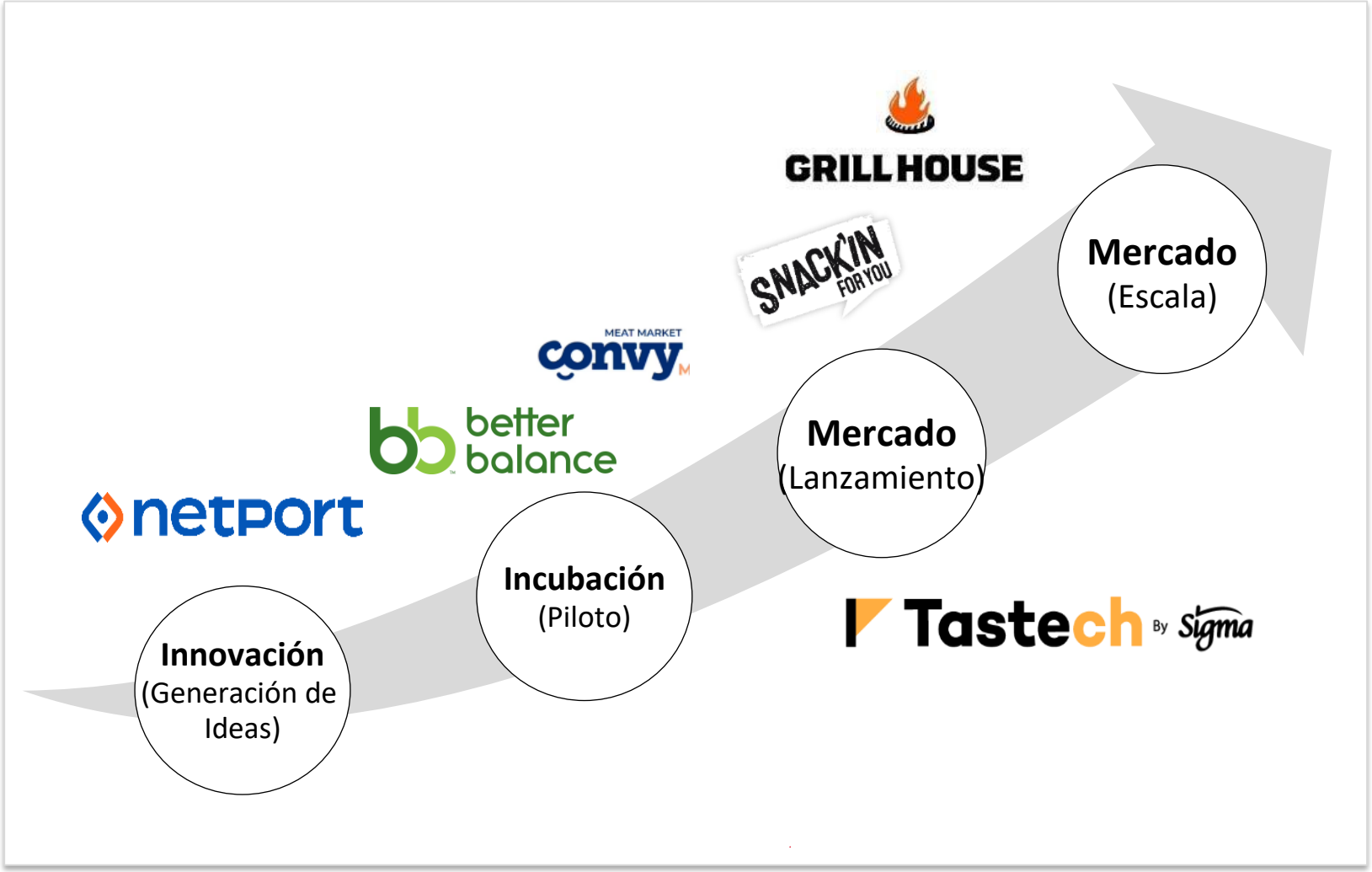
- Centro de plato, Untables, etc.

- Quesos Hispanos, *Dinner Sausage*, Carnes Frías, etc.

- Canal Tradicional, *Foodservice*, etc.

- *Snacks altos en proteina, etc.*

Nuevas Fuentes de Ingreso: Categorías globales & nuevos modelos de negocios

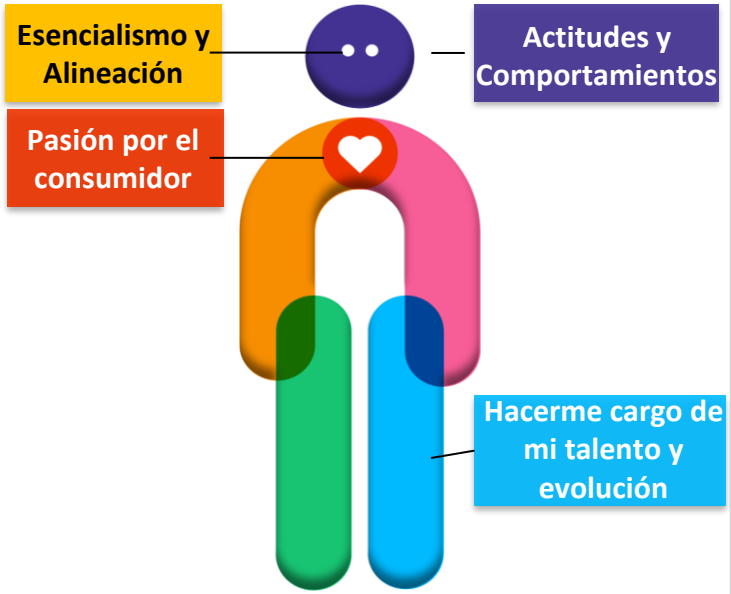


Crecimiento Disruptivo Potencial

Sigma Foods

Fortalecer a la organización: Evolucionar capacidades para mejorar el potencial de la organización

Cultura
(Fundamentales)



Capacidades & Sistemas
(Nuestras apuestas de ventajas competitivas, así como los procesos y data para soportarlos)

Marketing centrado en el consumidor

Innovación centrada en el consumidor

Sistemas e inteligencia de la información

Explorar el Futuro

Resultados Financieros 4T25

Nota de cambios sobre Estados Financieros Consolidados Sigma Foods

Los Accionistas de Sigma Foods aprobaron escindir la participación accionaria de Sigma Foods en Alpek en una nueva entidad listada llamada “Controladora Alpek” el 24 de octubre de 2024 y recibieron las acciones de Controladora Alpek el 4 de abril de 2025.

De acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), Alpek cumple con la definición de “Operación Discontinua” para efectos de los estados financieros consolidados de Sigma Foods. Las “Operaciones Discontinuas” son los resultados netos de una entidad que está en proceso de ser vendida o que ya ha sido vendida.

Los cambios en los Estados Financieros Consolidados de Sigma Foods son los siguientes:

Estado Consolidado de Situación Financiera - A partir del 3T24 y hasta la fecha de distribución en abril de 2025, los saldos de Alpek se presentan como:

- “Activos Circulantes de Operaciones Discontinuas”
- “Pasivos Circulantes de Operaciones Discontinuas”

El Estado Consolidado de Resultados presenta los ingresos y gastos netos de Alpek como un solo rubro “Utilidad (pérdida) de Operaciones Discontinuas” como sigue:

- 4T25: no se presentan cifras relacionadas con Alpek.
- 3T25: no se presentan cifras relacionadas con Alpek.
- 4T24: cifras acumuladas para los tres meses terminados el 31 de diciembre de 2024.
- 2025: cifras acumuladas para los tres meses y tres días terminados el 3 de abril de 2025.
- 2024: cifras acumuladas para los doce meses terminados el 31 de diciembre de 2024.

El Cambio en Deuda Neta presenta las entradas y salidas netas de Alpek como un solo rubro “Disminución (Aumento) en Deuda Neta de Operaciones Discontinuas” como sigue:

- 4T25: no se presentan cifras relacionadas con Alpek.
- 3T25: no se presentan cifras relacionadas con Alpek.
- 4T24: cifras acumuladas para los tres meses terminados el 31 de diciembre de 2024.
- 2025: no se presentan cifras relacionas con Alpek.
- 2024: cifras acumuladas para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 2024.

La Deuda Neta de Alpek se presenta como “Deuda Neta de Operaciones Discontinuas” al cierre del 3T24. Los periodos previos no se reexpresan, y los periodos posteriores no presentan Deuda Neta de Alpek tras la distribución de las acciones de Controladora Alpek.

Flujo Comparable alcanza US $1,001 M; en línea con la Guía 2025

México

- **Ingresos trimestrales récord**, apoyados por acciones de precio y Volumen.
- Canales minoristas y la categoría de lácteos impulsaron el Volumen.
- Flujo 4T25 +40% A/A; expansión de 200 bps en margen, reflejando una sólida ejecución operativa y una base de comparación favorable contra 4T24.

Estados Unidos

- **Mayor penetración de Marcas Hispanas en canales convencionales**, compensando parcialmente menores volúmenes en marcas Nacionales.
- **Flujo récord para un cuarto trimestre**, soportado por acciones selectivas de precios y **mejor desempeño operativo**

Europa

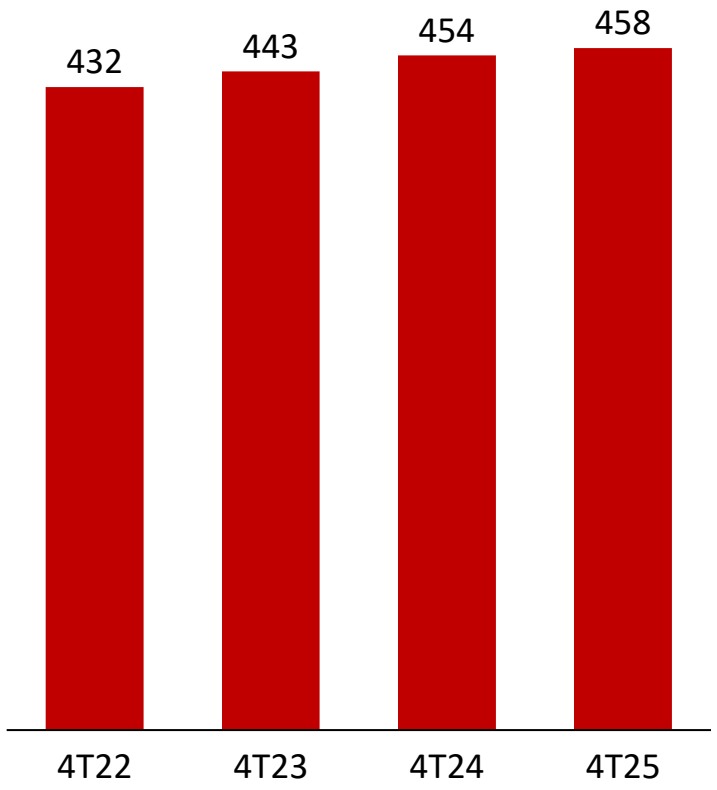
- Ingresos trimestrales **+11% A/A** (+2% en Euros) apoyados por crecimiento en Volumen (1%).
- Flujo 4T25 **+31% A/A**, impulsado por reembolsos de seguros, sólida ejecución y FX.
- Firma de acuerdo para reestructurar negocio de Carne Fresca, reforzando el **enfoque en productos de marca, rentabilidad y trazabilidad en el suministro de cerdo.**

Latam

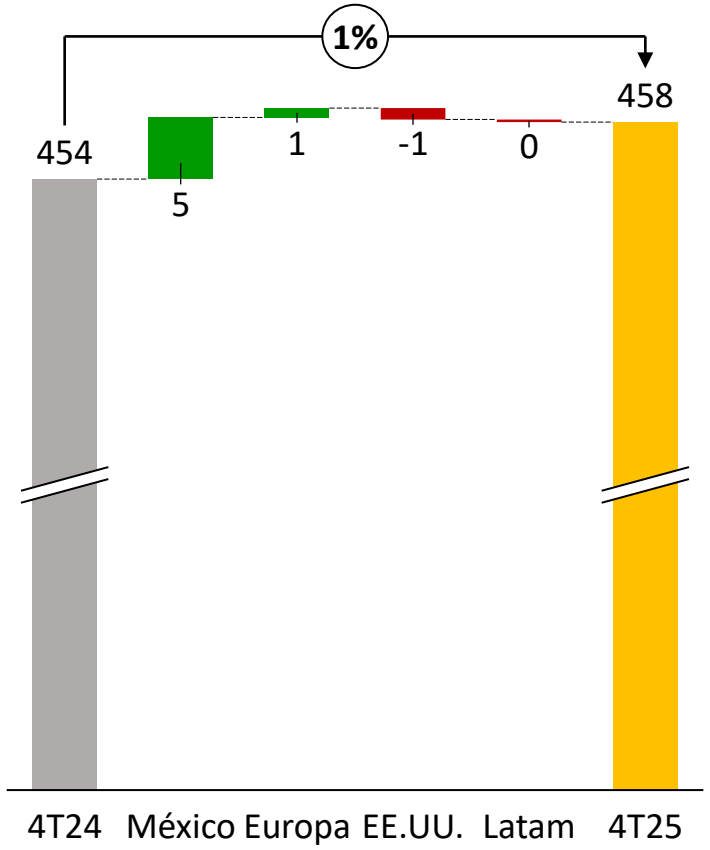
- **Ingresos trimestrales récord,** aumentan 2% A/A por mayores precios promedio.
- El Flujo del 4T25 disminuyó 12% año contra año ante costos más altos e impactos operativos transitorios; **segundo trimestre consecutivo con mejora secuencial (+9% vs. 3T25).**

Crecimiento en Volumen de 1% vs. 4T24, impulsado por México

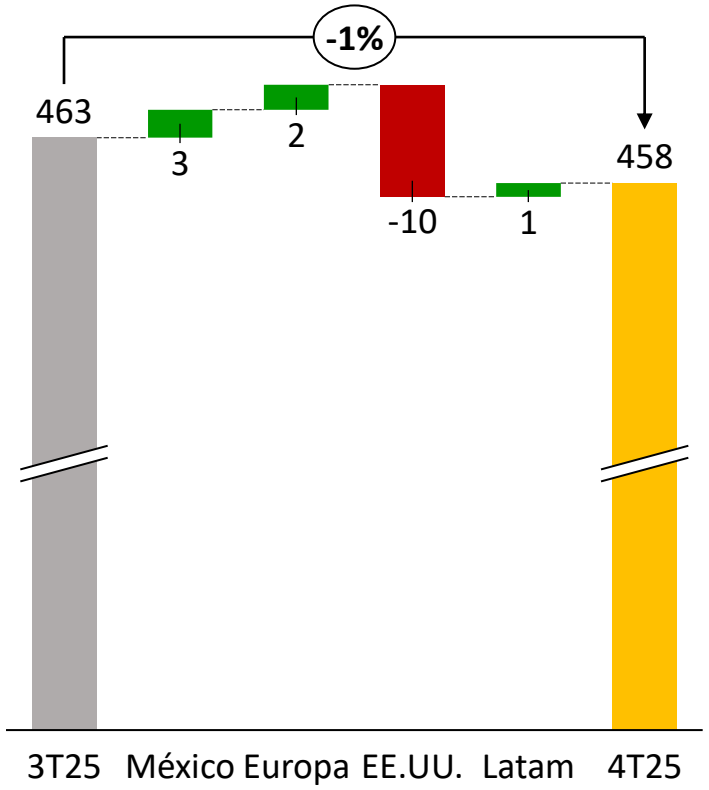
Volumen SIGMA
(kTons)



Volumen SIGMA – Δ Anual
(kTons)

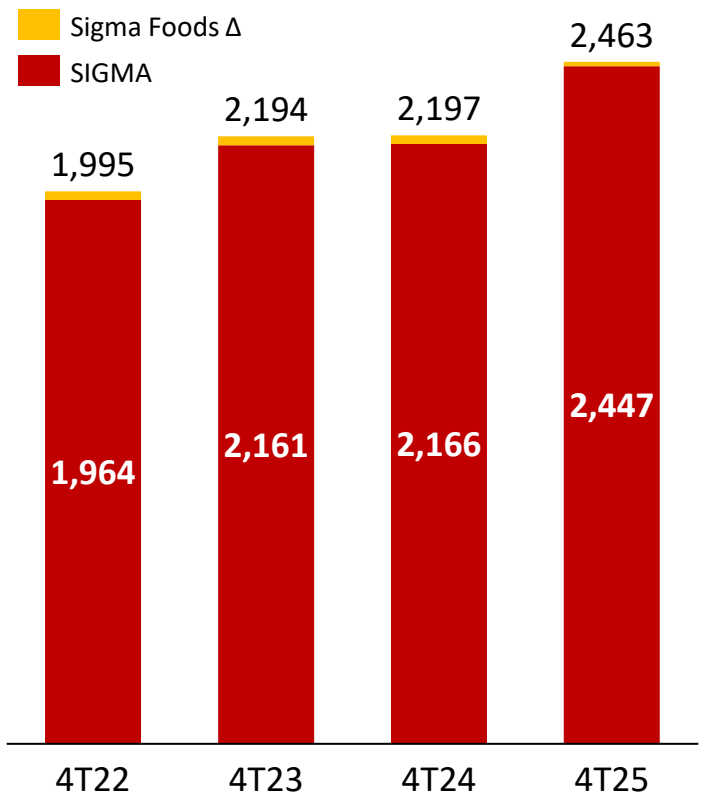


Volumen SIGMA - Δ Secuencial
(kTons)

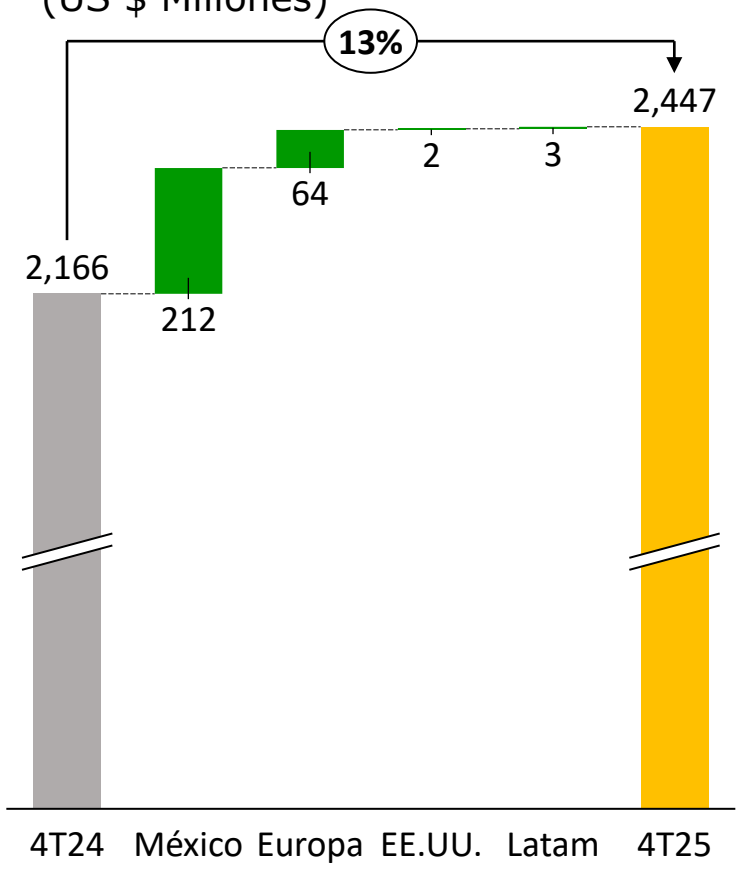


Ingresos impulsados por acciones selectivas de precios, volumen y por efecto conversión de paridad favorable

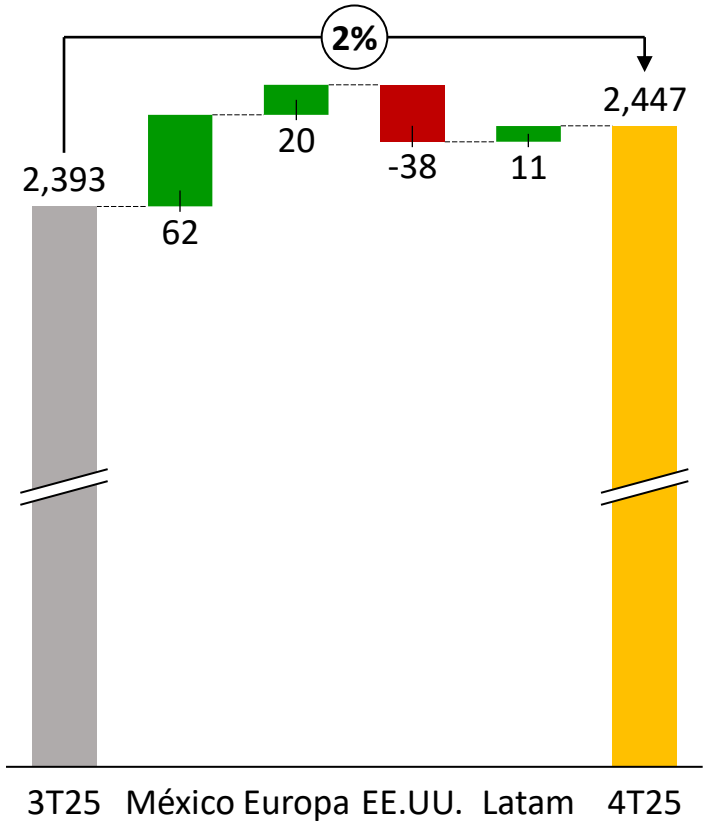
Ingresos Sigma Foods
(US $ Millones)



Ingresos SIGMA – Δ Anual
(US $ Millones)

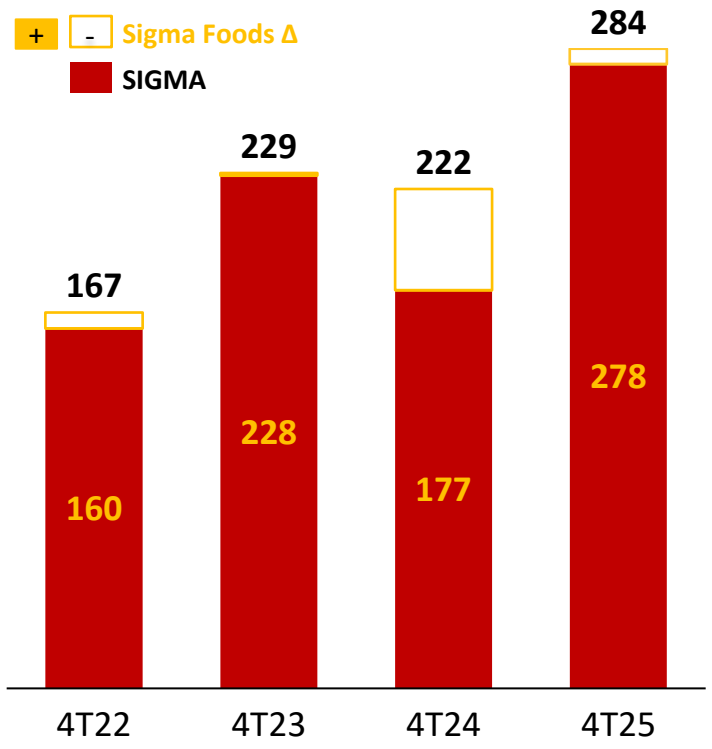


Ingresos SIGMA - Δ Secuencial
(US $ Millones)

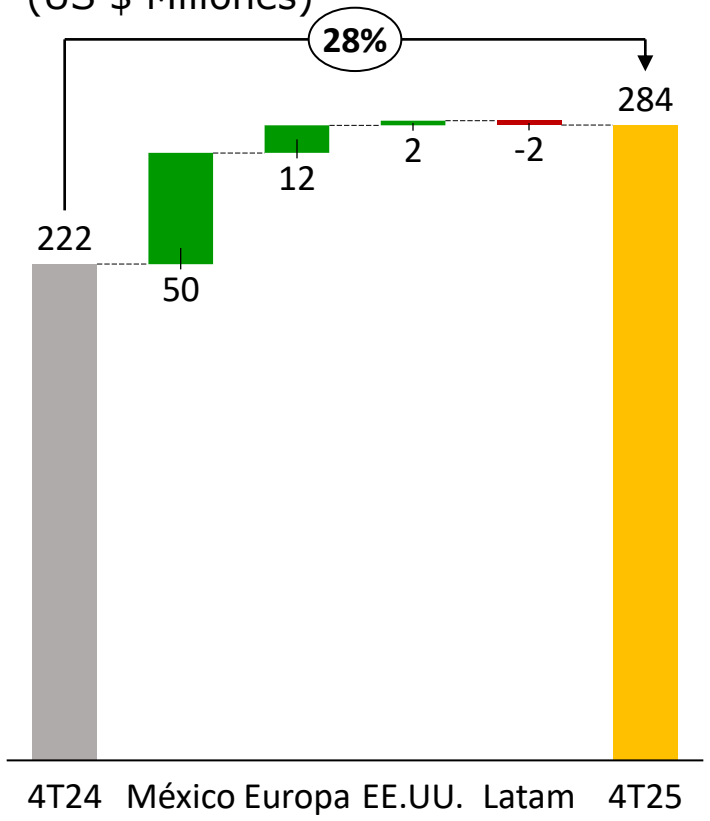


EBITDA récord en el 4T25; cumpliendo con la guía anual.

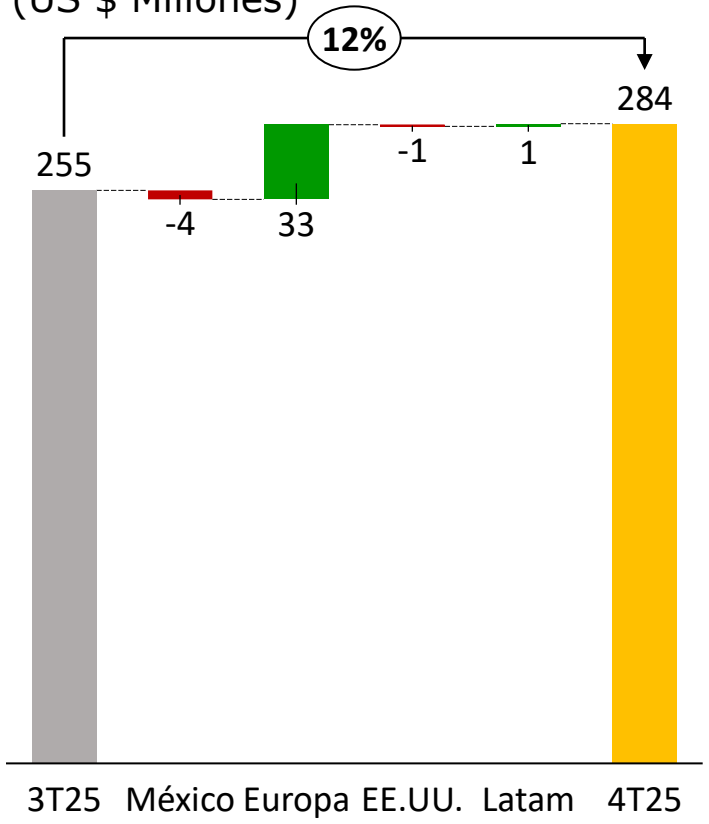
Flujo Sigma Foods
(US $ Millones)



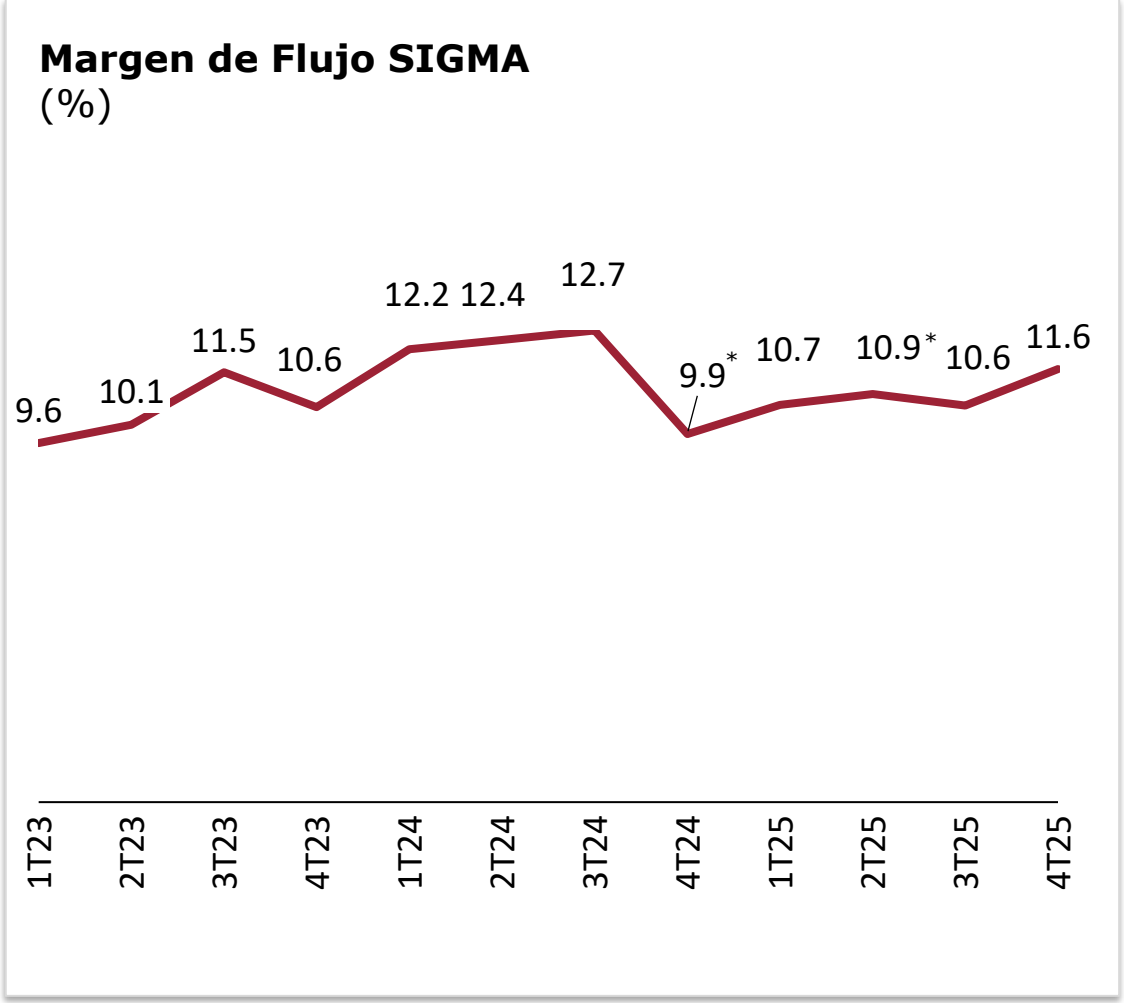
Flujo SIGMA – Δ Anual
(US $ Millones)

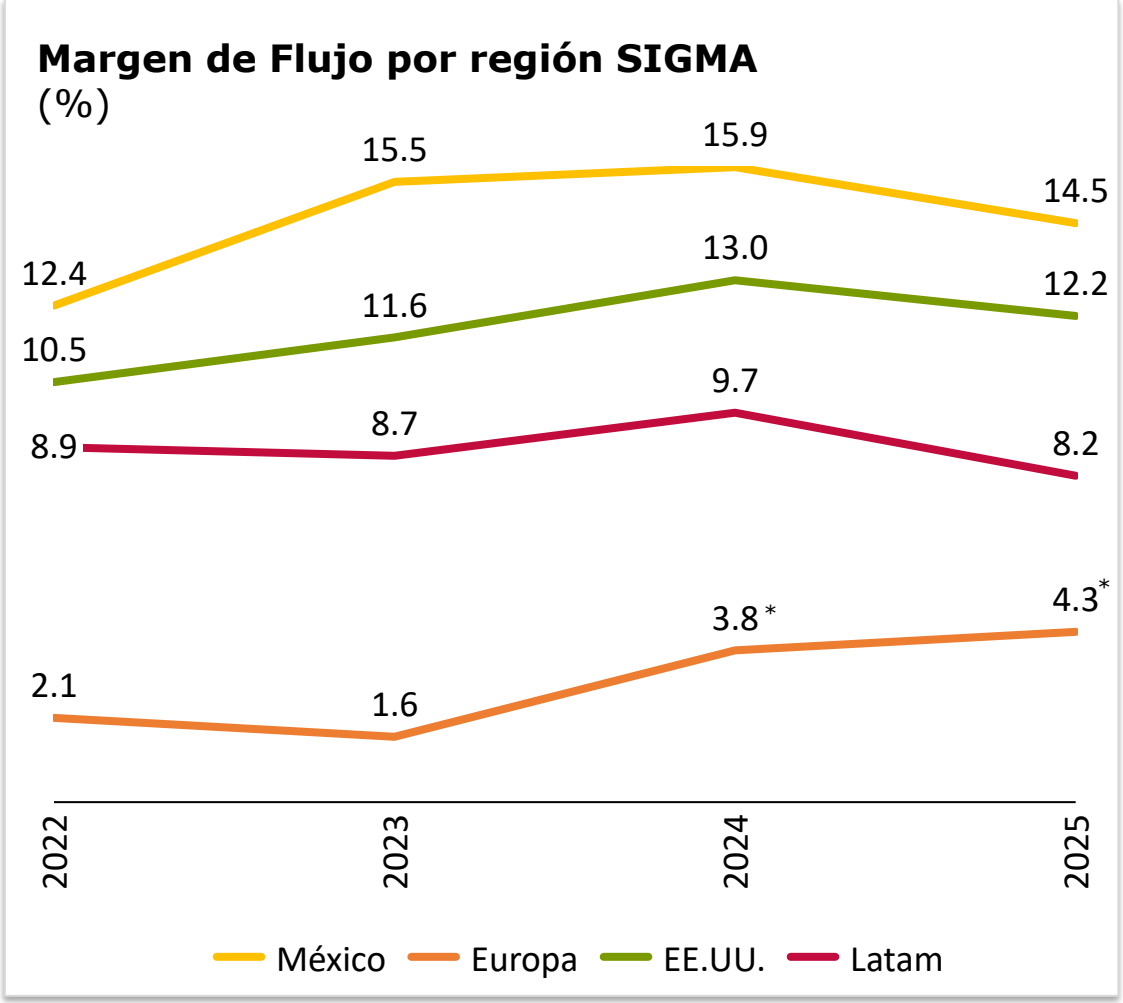


Flujo SIGMA - Δ Secuencial
(US $ Millones)



Margen de Flujo refleja impacto temporal por altos costos de ciertas proteínas

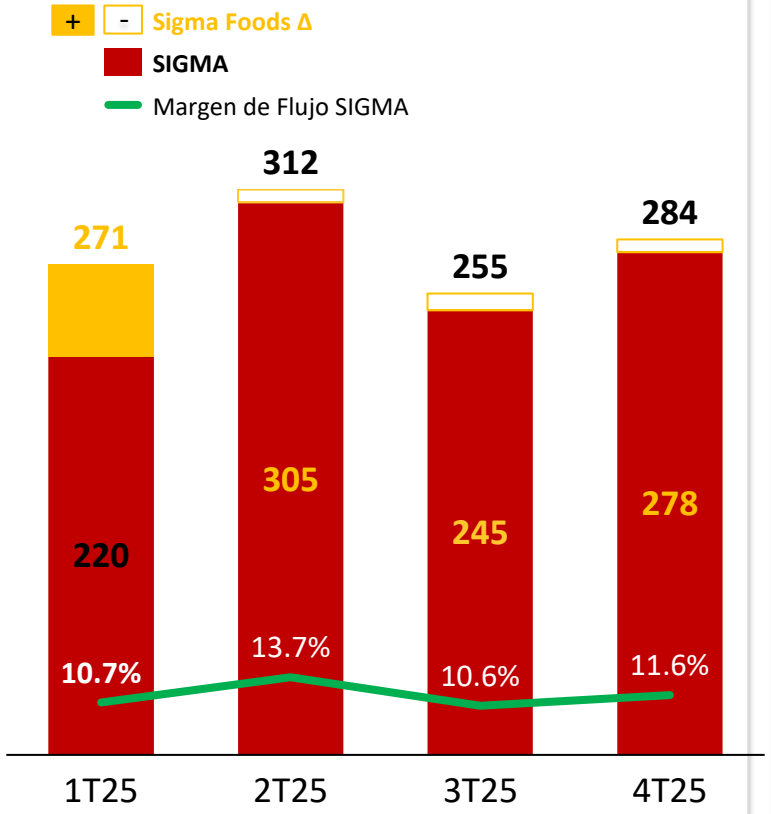




*Ajustado para excluir la ganancia neta por reembolsos del seguro en daños a la propiedad de la planta Torrente (4T24: US $8M; 2T25: US $63M)

Flujo Comparable de US $284 millones, impulsado por sólido desempeño operativo

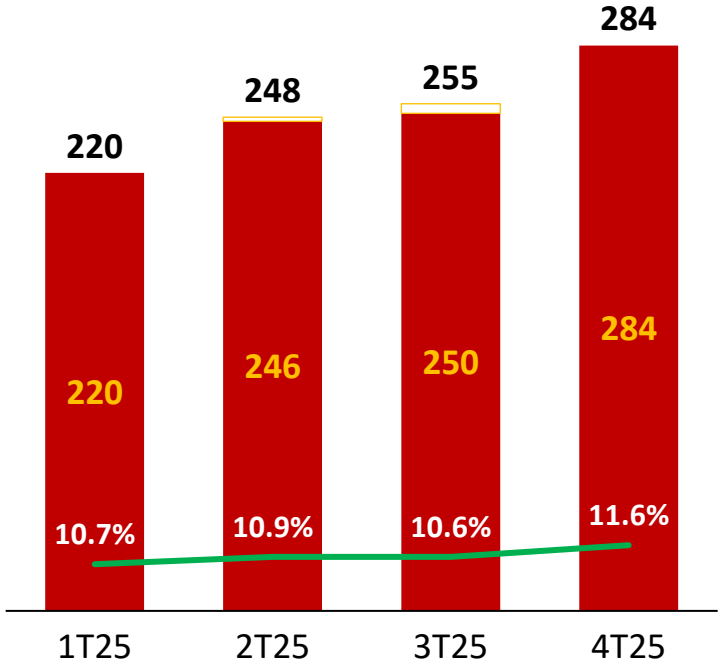
Flujo Sigma Foods
(US $ Millones)



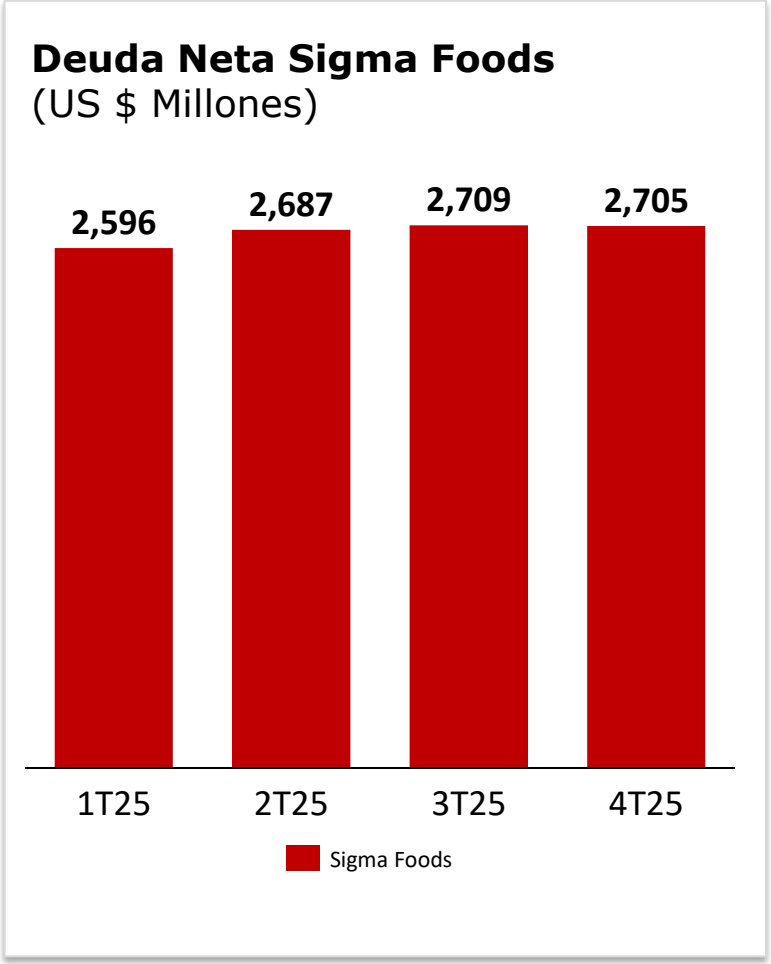
Partidas Extraord. Sigma Foods
(US $ Millones)

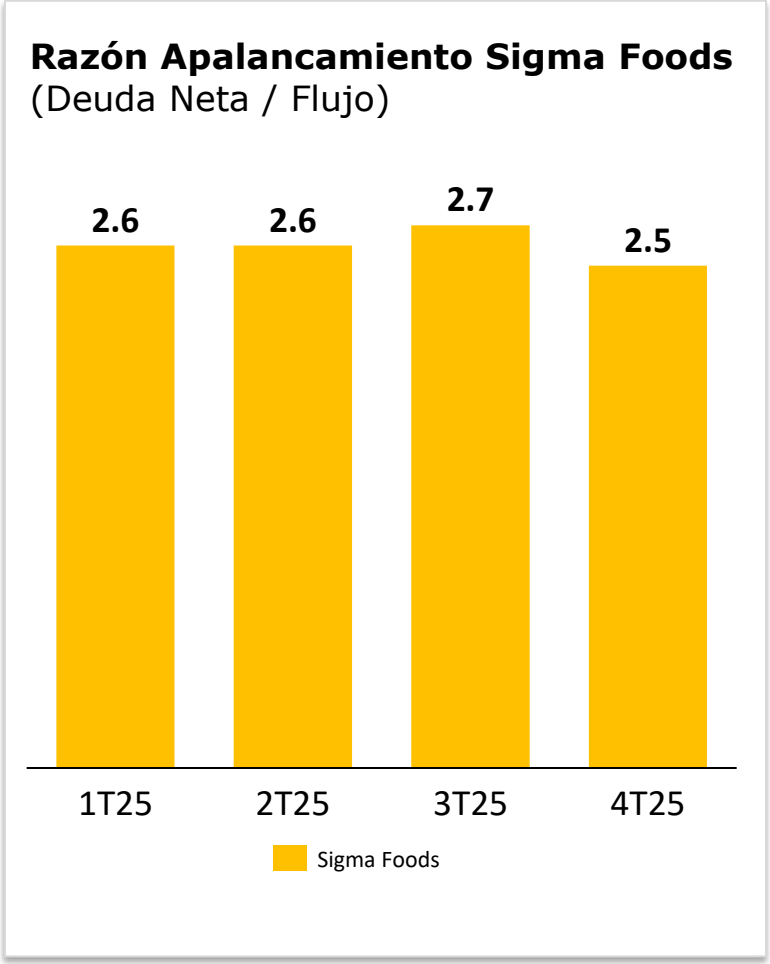
	1T25	2T25	3T25	4T25
SIGMA	0	63	0	0
Otros	51	(5)	(5)	(6)
Total	**51**	**58**	**(5)**	**(6)**

Flujo Comparable Sigma Foods
(US $ Millones)



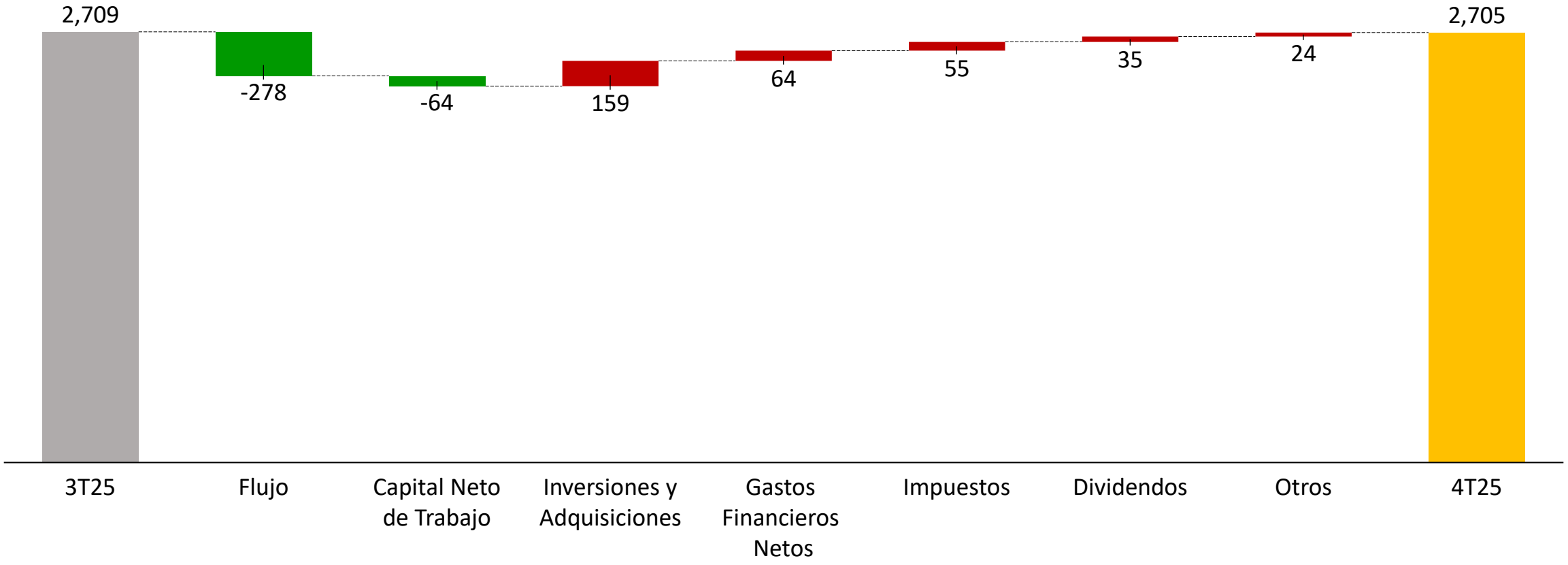
Solida posición financiera





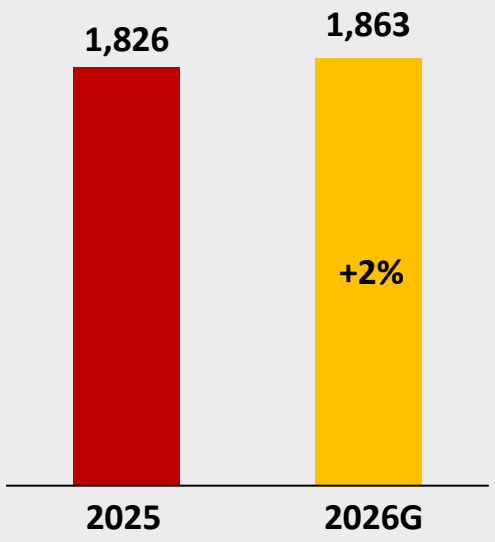
Deuda Neta estable T/T, soportada por sólido desempeño operativo

Cambio en Deuda Neta - Δ Secuencial
(US $ Millones)

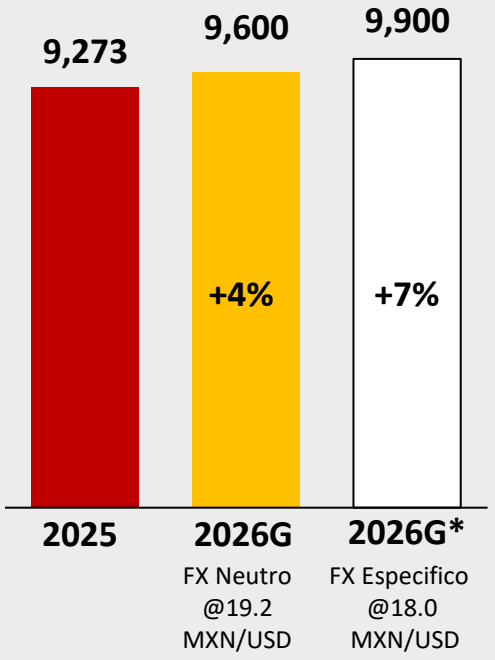


Guía de Resultados Sigma Foods 2026

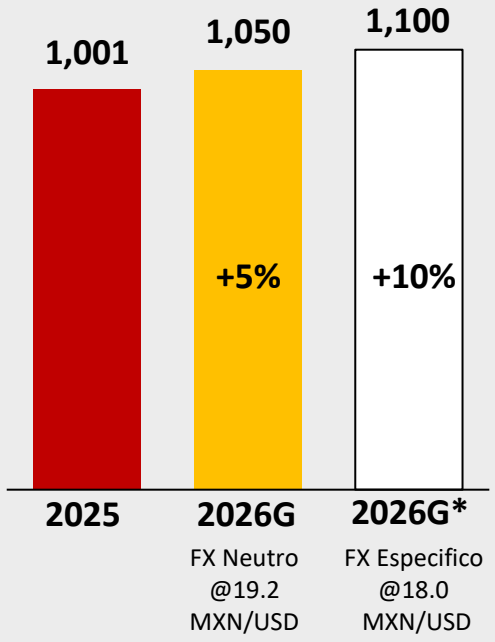
Volumen
(k ton)



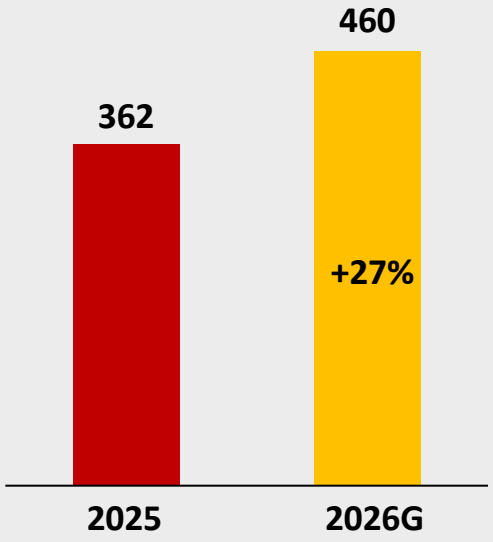
Ingresos
(US $ Millones)



Flujo Comparable
(US $ Millones)



Capex
(US $ Millones)



Iniciativas de alineación de identidad corporativa en 4T25

Denominación Social y Ticker

Alfa S.A.B. de C.V.
(BMV: ALFA A)

Sigma Foods S.A.B. de C.V.
(BMV: SIGMAF A)

Logo

alfa

alfa | Sigma

Sigma Foods

Sitio Web

Sigma-Alimentos.com

+

Alfa.com.mx

SigmaFoods.com

Eventos Recientes

Unidad de Negocio Nuevas Vías de Crecimiento

- Las ventas de snacks han crecido 4x desde 2023 (México)
- better balance siguió impulsando crecimiento y expansión:
  - EE.UU.: Ventas crecieron 112% año contra año.
  - Europa: Récord histórico de participación de mercado de 32% en Hot Dogs *plant-based* en España.
- Incursiona en EE.UU. ofreciendo servicio en Los Ángeles, California.
- En 2025 recibimos 160 aplicaciones de startups de 17 países; 14 pruebas piloto.
- centro global de diseño e innovación centrado en el consumidor:
  - Lanzó la mantequilla Nochebuena resistente a altas temperaturas en (México).
  - 10 conceptos innovadores comprometidos para desarrollarse en 2026.

Calificaciones de Crédito

- Fitch Ratificó calificaciones 'BBB' de Sigma Foods y SIGMA, perspectiva Estable (30 de enero de 2026):
- Fitch Mantuvo sin cambio la calificación 'AAA(mex)' de SIGMA, perspectiva Estable (19 de diciembre de 2025).

Administración de pasivos Sigma Foods

- Iniciativas en curso de refinanciamiento de préstamos bancarios con vencimiento en 2027.

Propuesta de Dividendos 2026

- Propuesta 2026 de Dividendos en efectivo será presentada en la Asamblea Anual de Accionistas.
- Total US $150 millones, a pagar en dos exhibiciones.

Gobernanza y
Equipo de Administración

Equipo Directivo con 20 años de experiencia promedio en distintas áreas de la empresa

CEO

Rodrigo Fernández
Sigma CEO
MBA Wharton
27

Unidades de Negocio

Eugenio Caballero
CEO Mexico
MBA Harvard
23

Juan Ignacio Amat
CEO Europe
MBA INSEAD, MsC. Ingeniería Industrial UPM
1

Jesús Lobo
CEO USA
MBA Cornell University
22

Sergio Ramos
CEO Latin America
MBA University of Texas en Austin
37

Gerardo Carcoba
CEO Foodservice
MBA DUXX
24

Funciones Centrales

Roberto Olivares
CFO – Finanzas
MBA Duke
18

Gregorio de Haene
CRISO – Innovación, Sustentabilidad e I&D
MBA ITESM
43

Beatriz Patrón
CTCO – Talento y Cultura
MBA IPADE
20

Alejandro Suárez
CIO – Tecnologías de Información
Maestría en Investigación de Operaciones
Universidad George Washington
34

Daniel Alanis
CGO – Nuevas Avenidas de Crecimiento
MBA & Msc. Universidad de Michigan
4

Ana María Henao
CMO – Marketing
Business – Universidad EAFIT.
1

Consejo de Administración

- MARIA TERESA ARNAL
  Emprendedora; 25+ años de experiencia en tech (Google, Twitter & Microsoft)
- DIEGO CALDERON ROJAS
  CEO de Grupo Franca
- ENRIQUE CASTILLO SÁNCHEZ MEJORADA
  CEO de Tejocotes 134, S.C.
- ÁLVARO FERNÁNDEZ GARZA
  Presidente del Consejo de Sigma Foods, S.A.B. de C.V.
- ARMANDO GARZA SADA
  Inversionista
- BRENDA GARZA SADA
  Consejero Independiente
- CLAUDIO X. GONZÁLEZ LAPORTE
  Presidente del Consejo de Administración de Kimberly-Clark de México, S.A.B. de C.V.
- DAVID MARTÍNEZ GUZMÁN
  Fundador y Director Administrativo de Fintech Advisory Inc.
- MIGUEL EDUARDO PADILLA SILVA
  Anterior CEO – FEMSA.
- ALEJANDRA PALACIOS PRIETO
  Consejero Independiente en estrategia, M&A, y cumplimiento regulatorio.
- ANTHONY PRALLE
  Exsocio y Director General de Boston Consulting Group– BCG, Consumo y Operaciones en España.
- ADRIÁN G. SADA CUEVA
  CEO de Vitro, S.A.B. de C.V.
- ALEJANDRO RUIZ FERNÁNDEZ
  Consejero Independiente
- RICARDO SALDIVAR ESCAJADILLO
  Anterior Director General y Presidente del Consejo de Home Depot Mexico / Tec de Monterrey.

Sostenibilidad

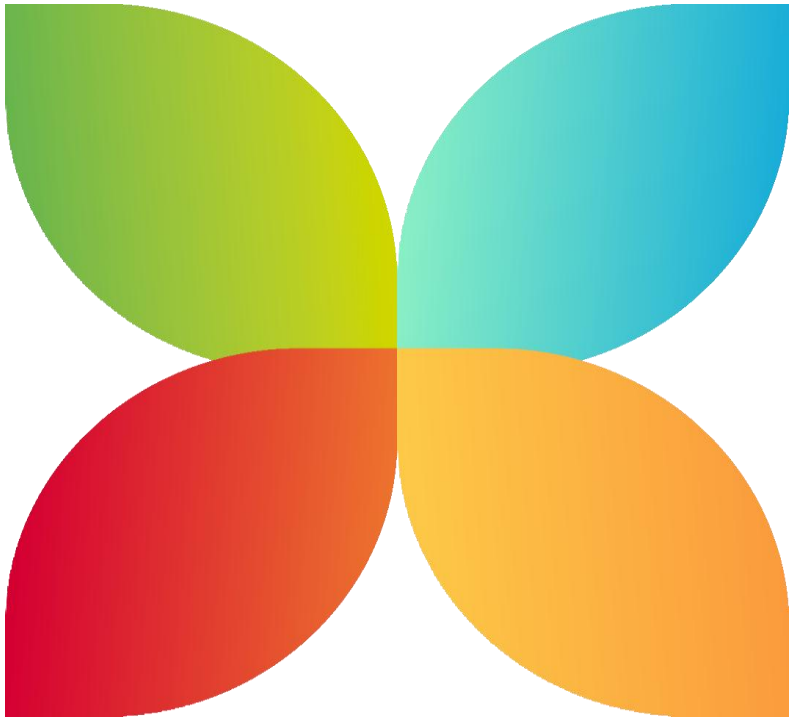
Sostenibilidad

MEDIO AMBIENTE

Reducir nuestro impacto ambiental mediante el uso más eficiente de los recursos.

BIENESTAR

Establecer condiciones que motiven y faciliten la adopción de hábitos que mejoren la calidad de vida de nuestros colaboradores y la sociedad.



SALUD Y NUTRICIÓN

Promover estilos de vida saludables a través del perfil nutricional de nuestros productos

VALOR COMPARTIDO

Generar valor económico y social mediante prácticas estratégicas, y las compartirlas para fomentar el desarrollo y fortalecimiento de nuestra cadena de valor.

Análisis de Materialidad

- Evaluación de doble materialidad en preparación para el cumplimiento con la Directiva de Informes de Sostenibilidad Corporativa (CSRD) y los requisitos de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

INOCUIDAD Y CALIDAD ALIMENTARIA

Producción y distribución segura de alimentos eliminando riesgos e implementando controles preventivos.

Plantas certificadas para cumplir con los más altos estándares de seguridad y calidad.

ÉTICA E INTEGRIDAD

Comprometidos con la integridad

Cumplimiento con el Código de Conducta Global

ALIMENTOS SALUDABLES Y NUTRITIVOS

Mejora continua de perfiles nutricionales de nuestros nuevos productos

Soluciones funcionales para abordar requisitos nutricionales específicos, ingredientes de origen vegetal, entre otras características.

ACCIÓN CLIMÁTICA

Mejores prácticas para identificar, evaluar, controlar y reducir riesgos ambientales

Proyectos para gestionar eficientemente los recursos

Concientizar sobre el cambio climático y desarrollo de soluciones

SALUD, SEGURIDAD, BIENESTAR Y EQUILIBRIO

Bienestar de nuestros empleados protegiendo su salud física y emocional.

Instalaciones adaptadas para prevenir accidentes, y capacitación continua (Programas de Salud y Seguridad y Programa Mantenimiento Productivo Total (TPM).

GESTIÓN DEL AGUA

Comprometidos a conservar el agua y usarla de manera eficiente, asegurando prácticas sostenibles que minimicen su consumo.

Objetivos

SBTI

- Compromiso de descarbonización para limitar el aumento de la temperatura global < 2°C.
  - Reducir 20% de las emisiones de alcance 1 y 2 para 2027 (Base 2019).
  - Disminuir 9.8% las emisiones de alcance 3 para 2027.

Compromisos al 2025

- Progreso al 2024 incluye reducción del 19% de emisiones de CO2 Eq. en plantas de producción
- 6 de 11 Compromisos logrados y 3 con avance superior a 95% al cierre de 2024

Reporteo y Gobernanza

- Seguimiento mensual por parte de la Administración; CRISO* responsable de reportar iniciativas
- Cumplimiento con estándar GRI
- Verificación de inventario por tercero experto de 2019, 2022; 2024 en proceso (*Carbon Trust*)
- Implementación de la plataforma ESG

* Director de Investigación, Innovación y Sostenibilidad

Avance en los compromisos de sostenibilidad 2025

PILARES DE ACCIÓN	COMPROMISOS	META 2025 Y KPIS	META 2025 CONTRA RESULTADO 2024	
MEDIO AMBIENTE	Acción Climática	20% de reducción en las emisiones de CO2 eq relacionadas a nuestras plantas y flota de transporte propia, por tonelada producida de alimento (respecto al 2015).	100%	✓
	Gestión de Agua	20% de reducción en el consumo de agua, por tonelada producida de alimento (respecto a 2018).	95%	
	Energía más Limpia	67% de energía eléctrica generada a partir de fuentes más limpias o renovables en nuestras plantas.	97%	
BIENESTAR	Salud y Seguridad	22% de reducción en la tasa de accidentes en nuestras operaciones (respecto al 2018)	100%	✓
	Desarrollo Profesional	Aumento del 11% en el número de horas de capacitación por colaborador (respecto al 2018).	100%	✓
	Voluntariado	10% de colaboradores participando en actividades de voluntariado.	100%	✓
SALUD Y NUTRICIÓN	Innovación Sostenible	Duplicar las ventas de los productos bajo el portafolio Salud y Bienestar* (respecto al 2019).	54%	
	Inocuidad Alimentaria	100% de nuestras plantas con certificación avalada por GFSI (adquiridas hasta 2018).	98%	
	Información Nutricional	Para mercados que en 2018 no contaban con una regulación local de etiquetado obligatoria: 95% de productos empaquetados con información nutricional en las etiquetas.	87%	
VALOR COMPARTIDO	Abastecimiento Responsable	80% de compras de proveedores con prácticas de sostenibilidad.	71%	
	Donación de Alimentos	25,000 toneladas de alimento donadas (desde 2015)	100%	✓

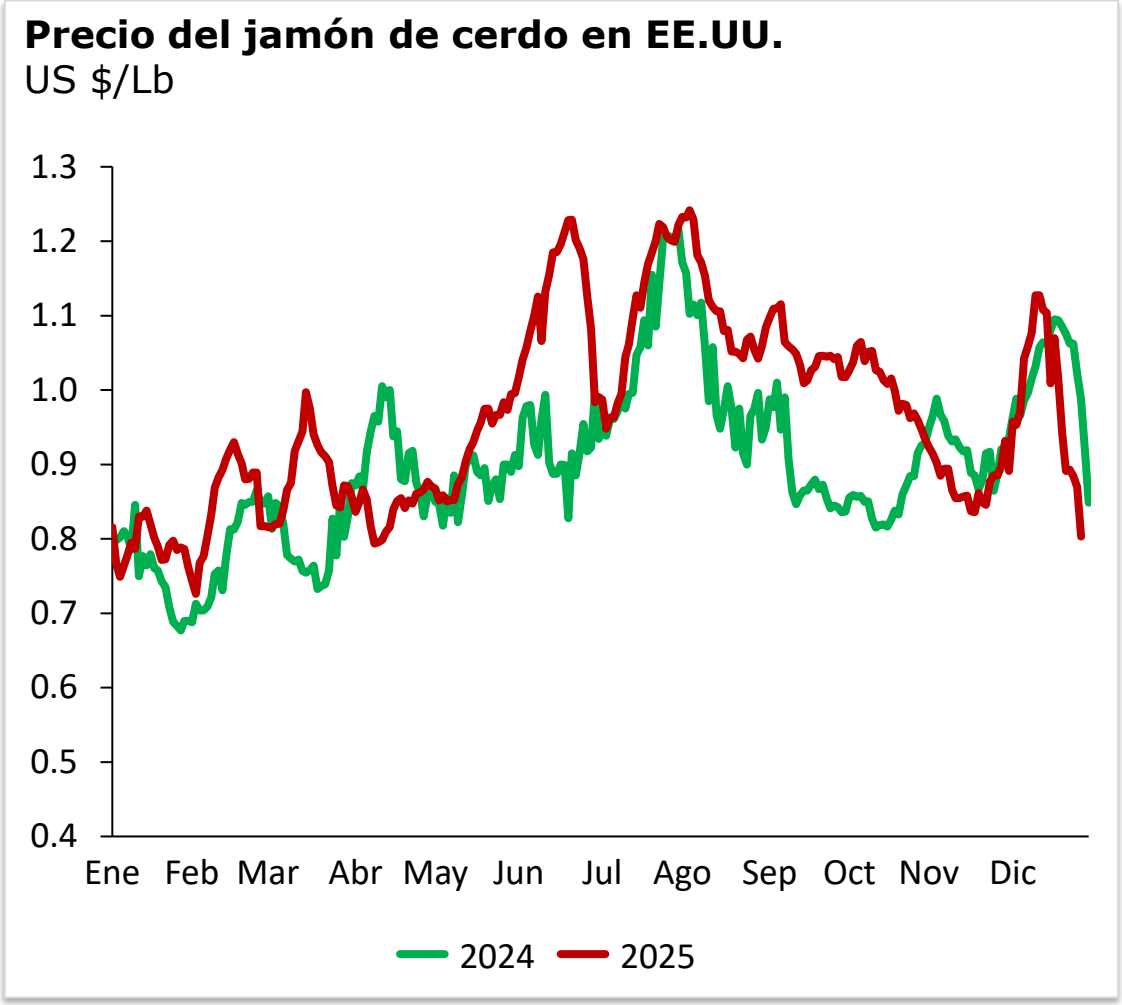
Calificaciones ESG

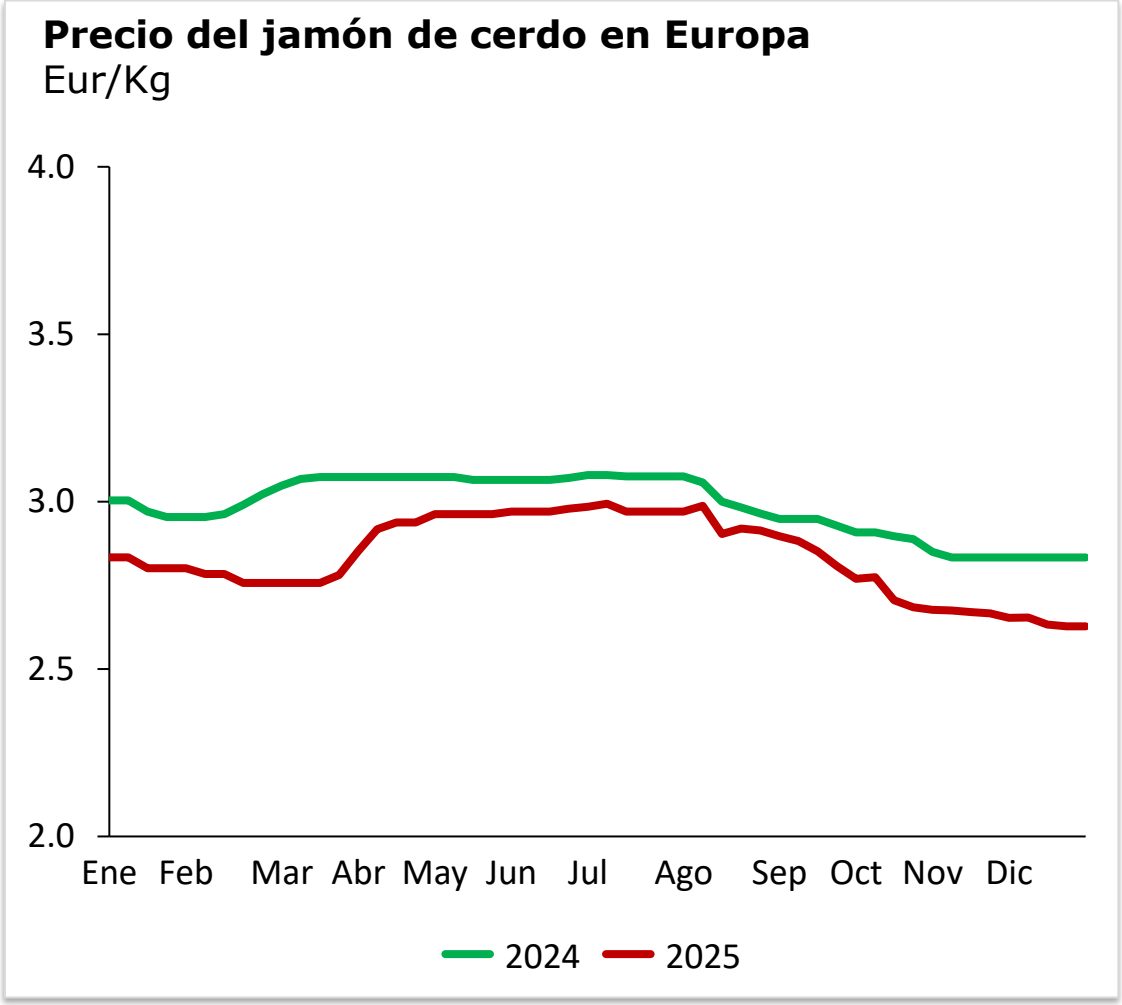
	CDP			SUSTAINALYTICS	S&P Global		MSCI
	SIGMA Compromiso en cadena de valor A-F	**SIGMA Agua A-F**	**SIGMA Clima A-F**	**SIGMA Gestión de Riesgos**	**SIGMA CSA 0-100**	**Sigma Foods CSA 0-100**	**Sigma Foods MSCI**
Superior al promedio de la industria	☑	☑	☑	☑	☑	☑	
Actual	**B***	**B**	**B**	**49.6**	**43***	**41**	**BB**
Promedio de la industria 25’	C	C	C	40.2	24	25	BBB

***En proceso de Revision**

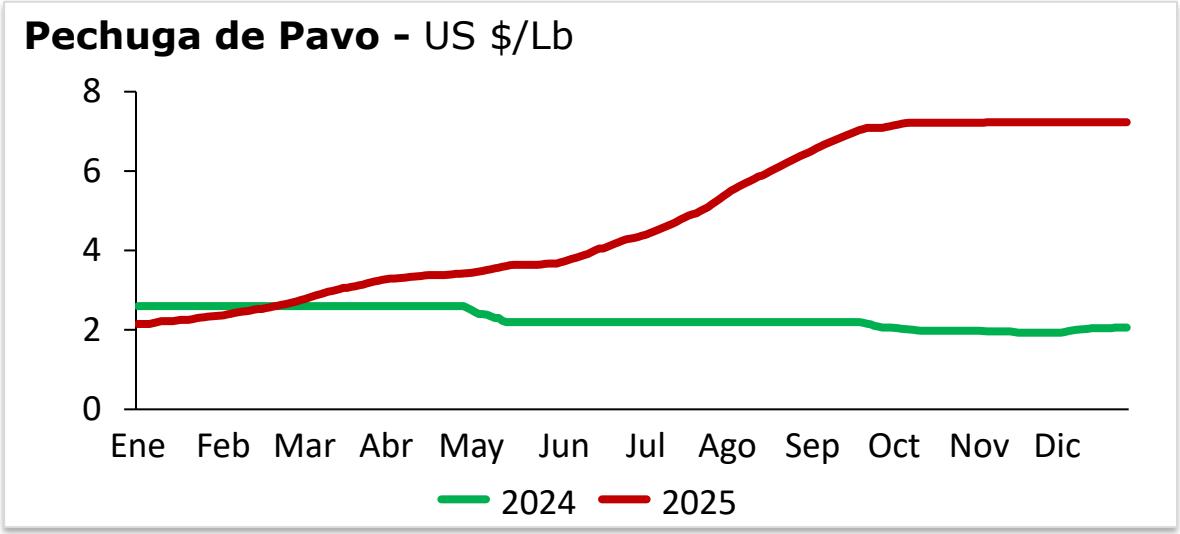
Apéndices

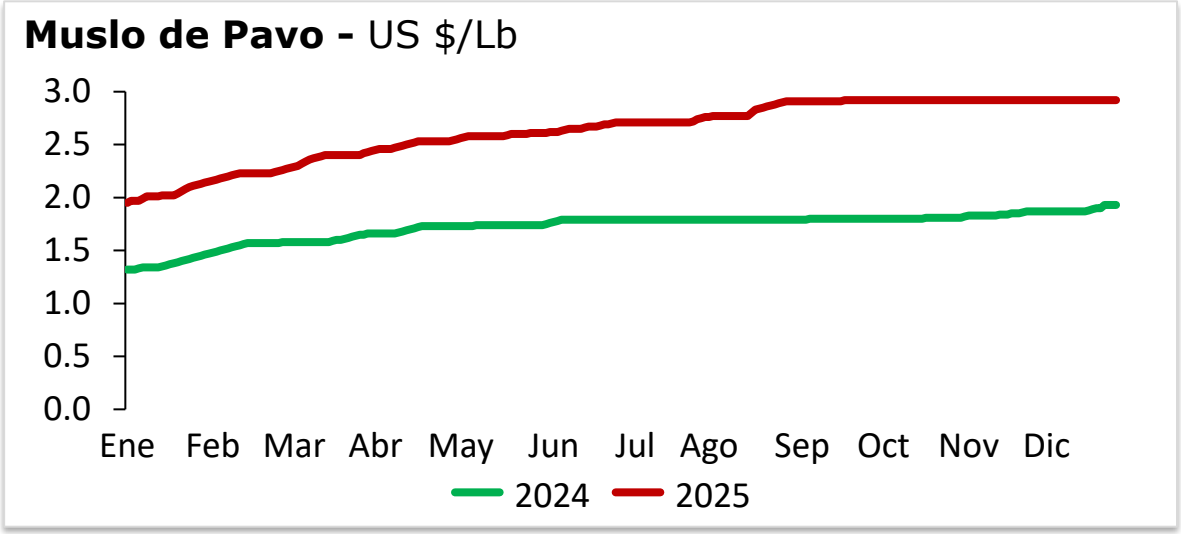
Precios del jamón de cerdo en EE.UU. y Europa

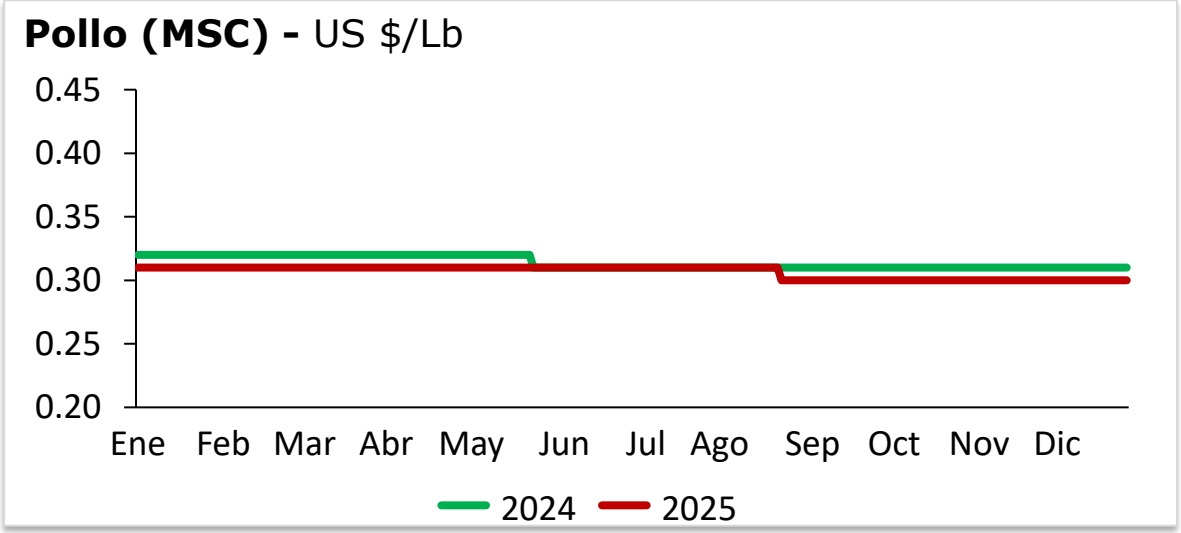


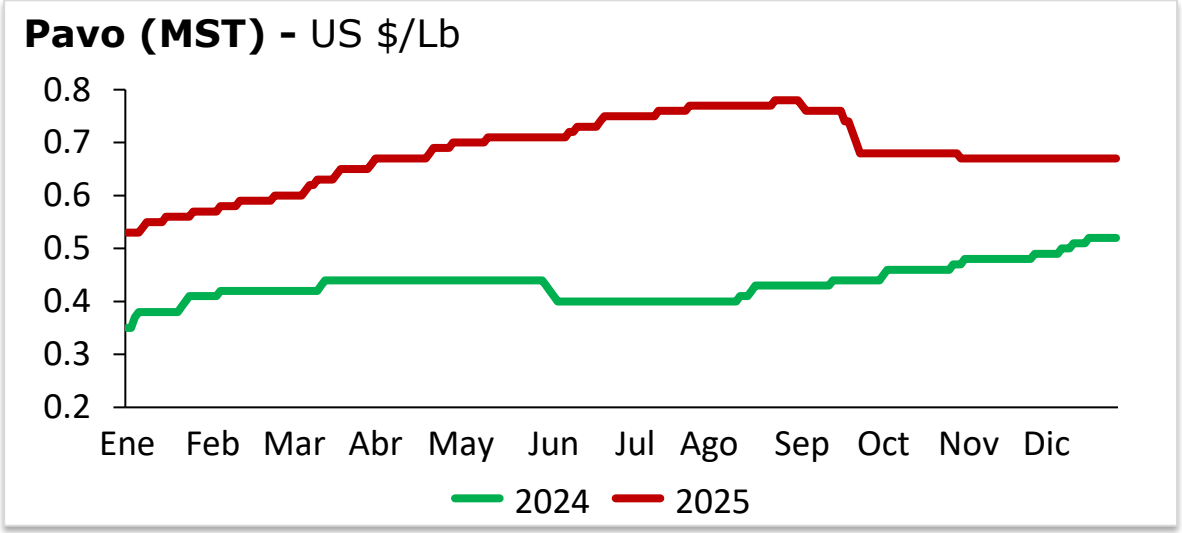


Materias primas avícolas en EE.UU.



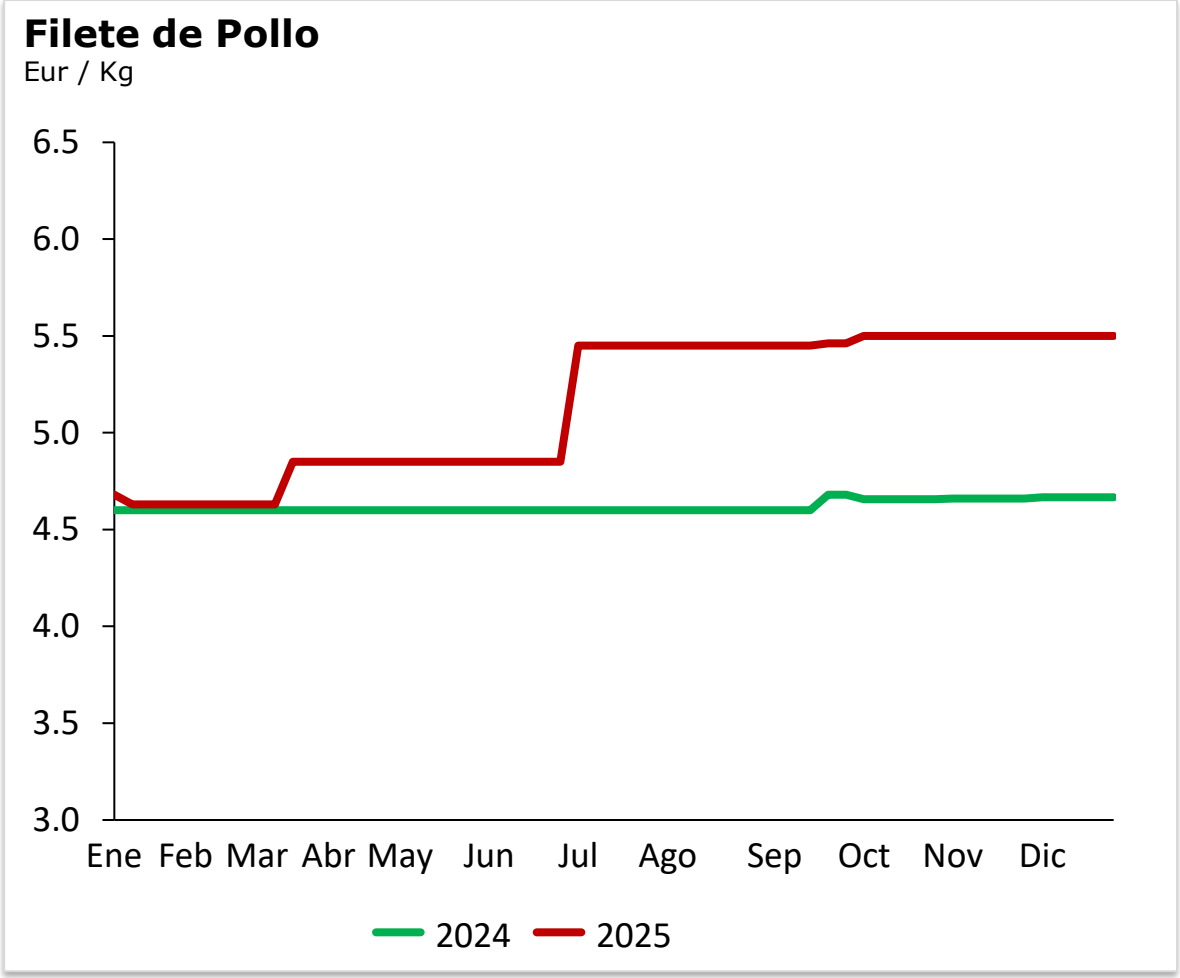


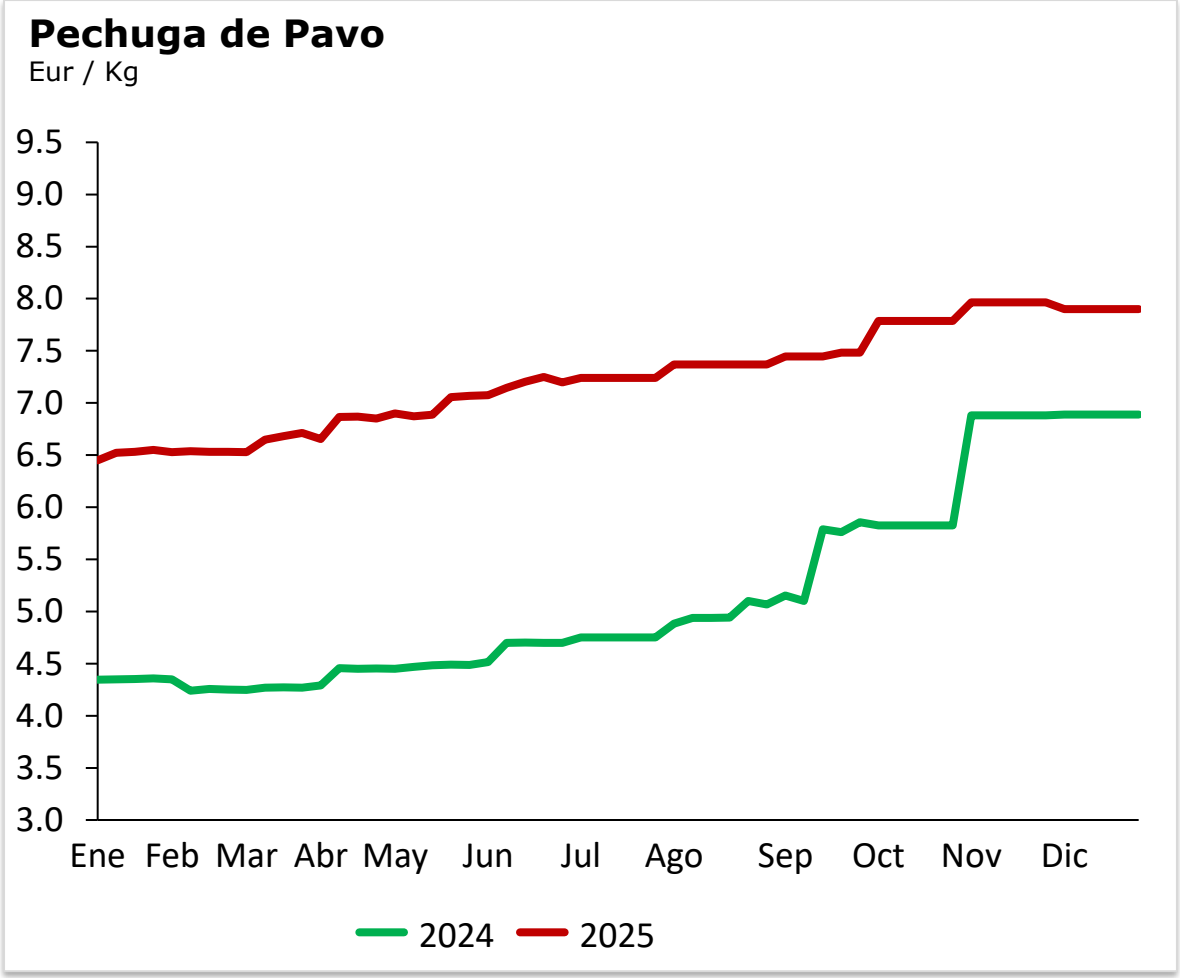




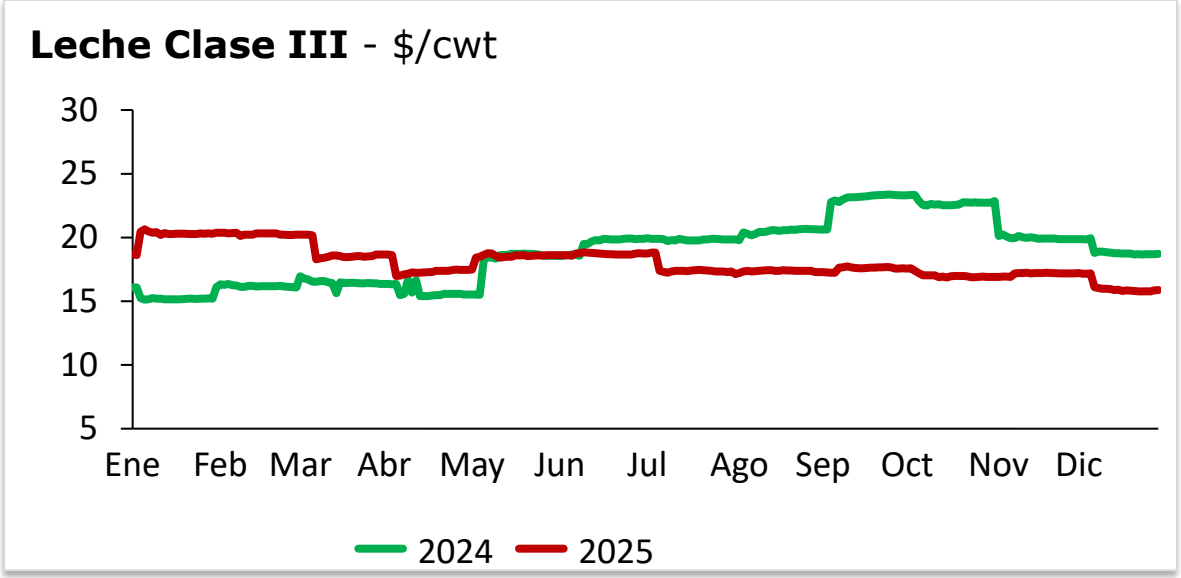
Fuente: EUA – USDA Pollo - MSC, con algo de piel, 15-20% grasa, fresca; EUA – USDA Pavo - MST, con algo de piel, grasa por debajo de 20%, fresca EUA – UBDA Pavo - Pechuga, macho joven, Deshuesada & Sin piel, fresca; EUA – USDA Pavo – carne de mus4747lo, deshuesada & sin piel, fresca

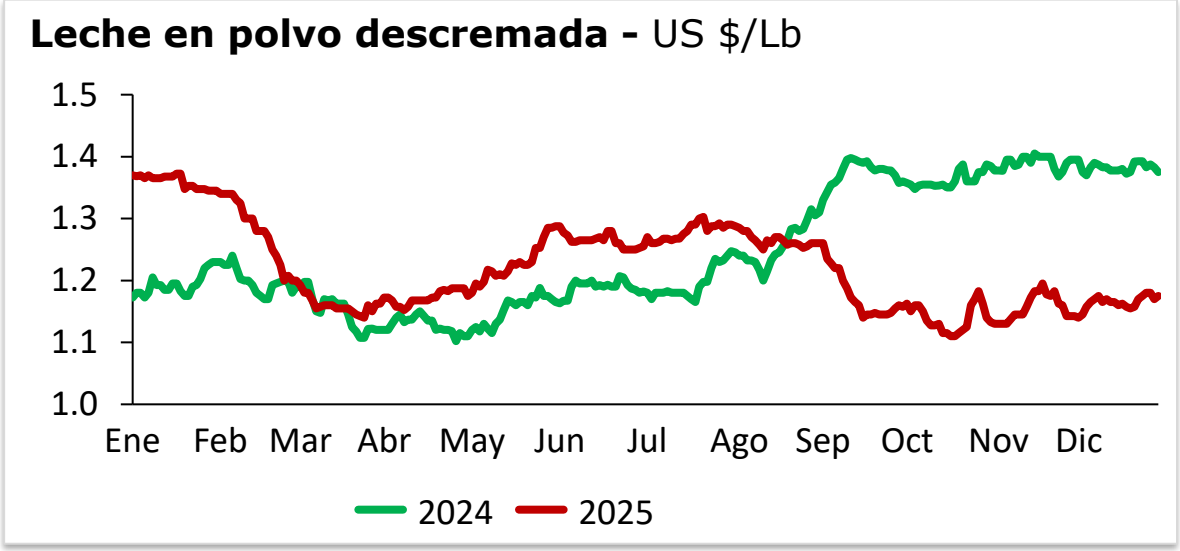
Materias primas avícolas en Europa

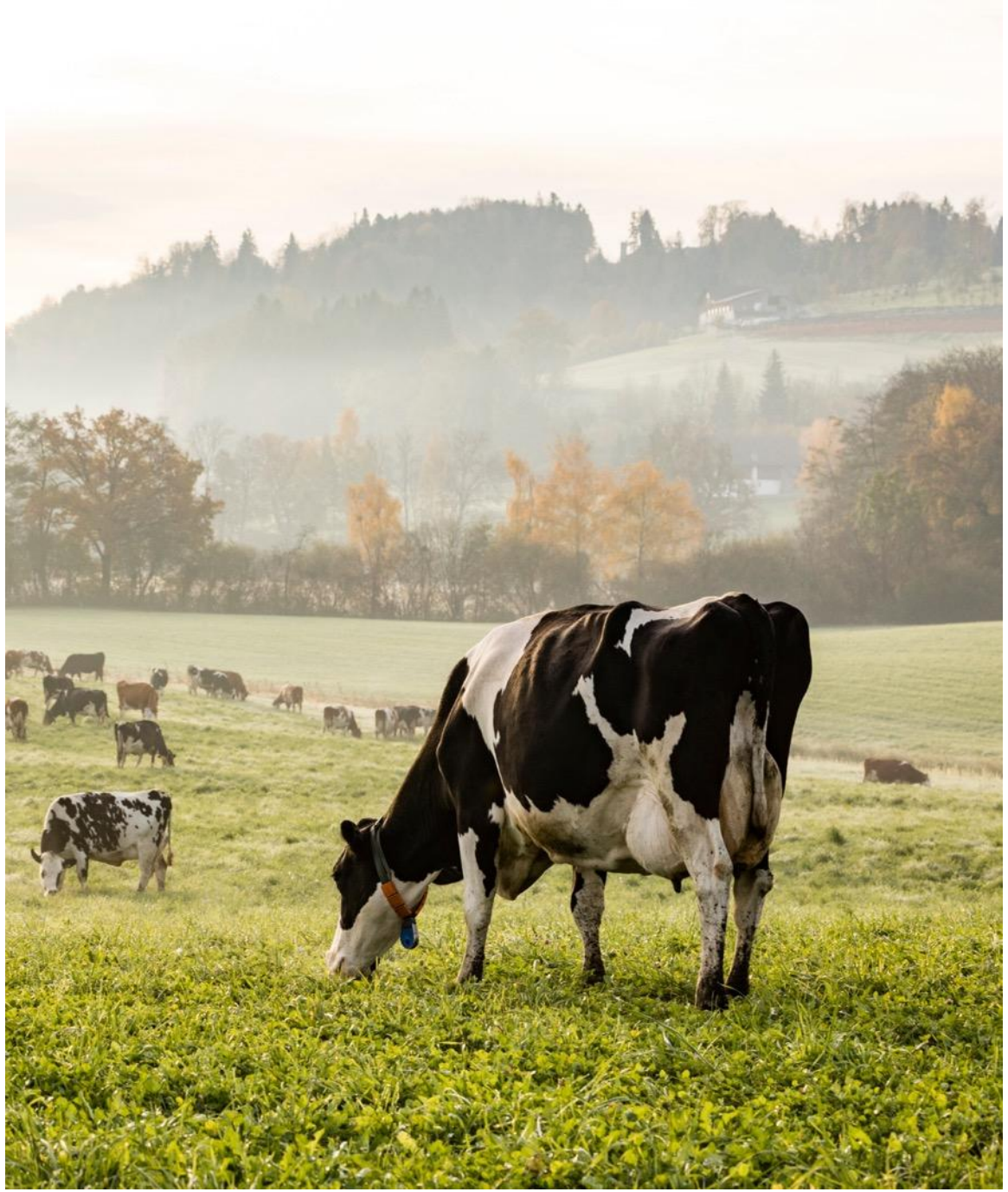




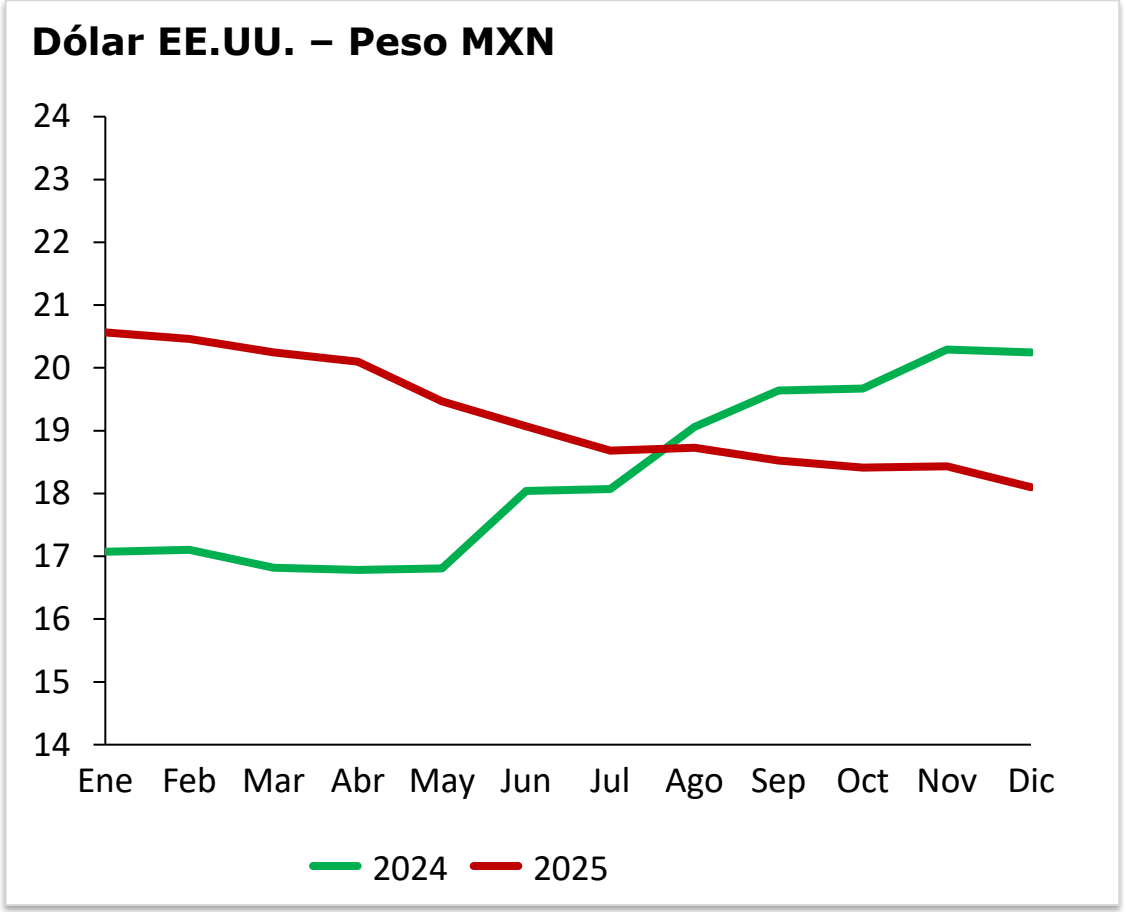
EE.UU. Materias primas Lácteas

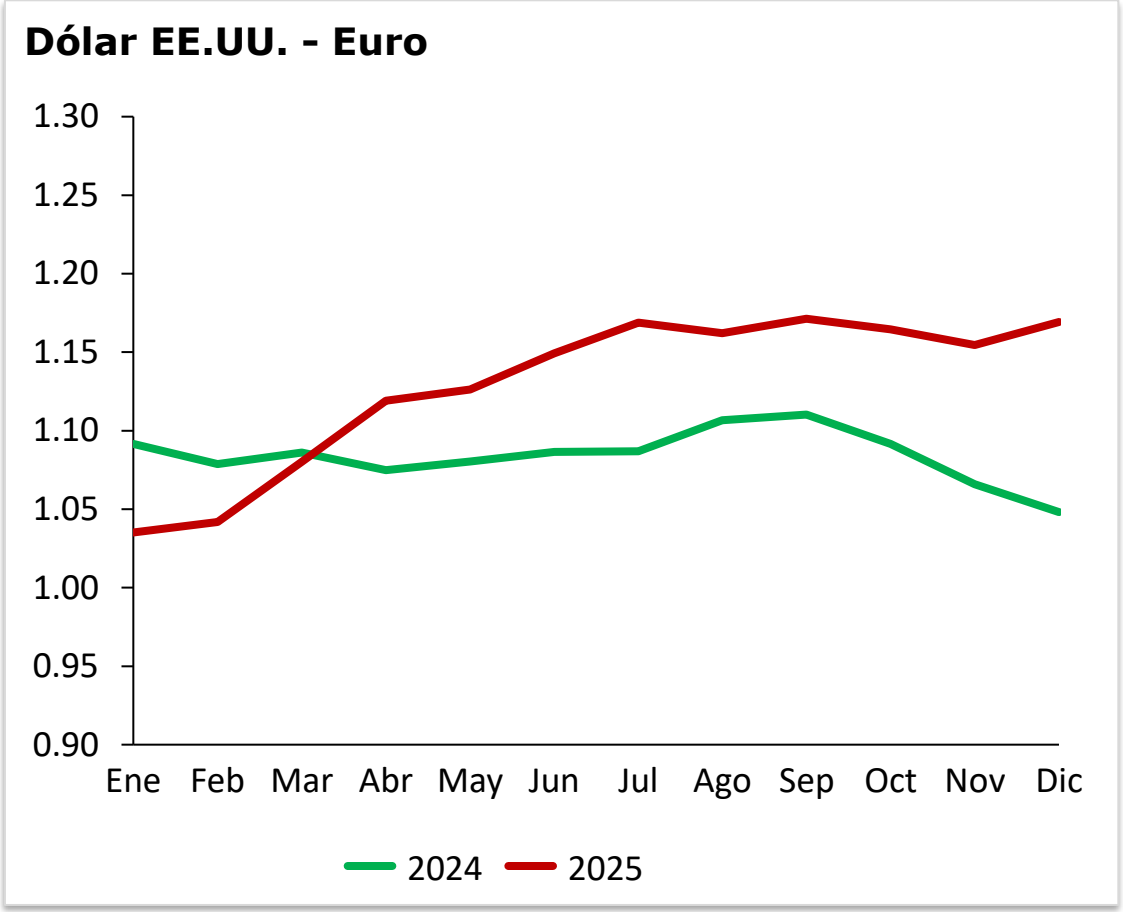






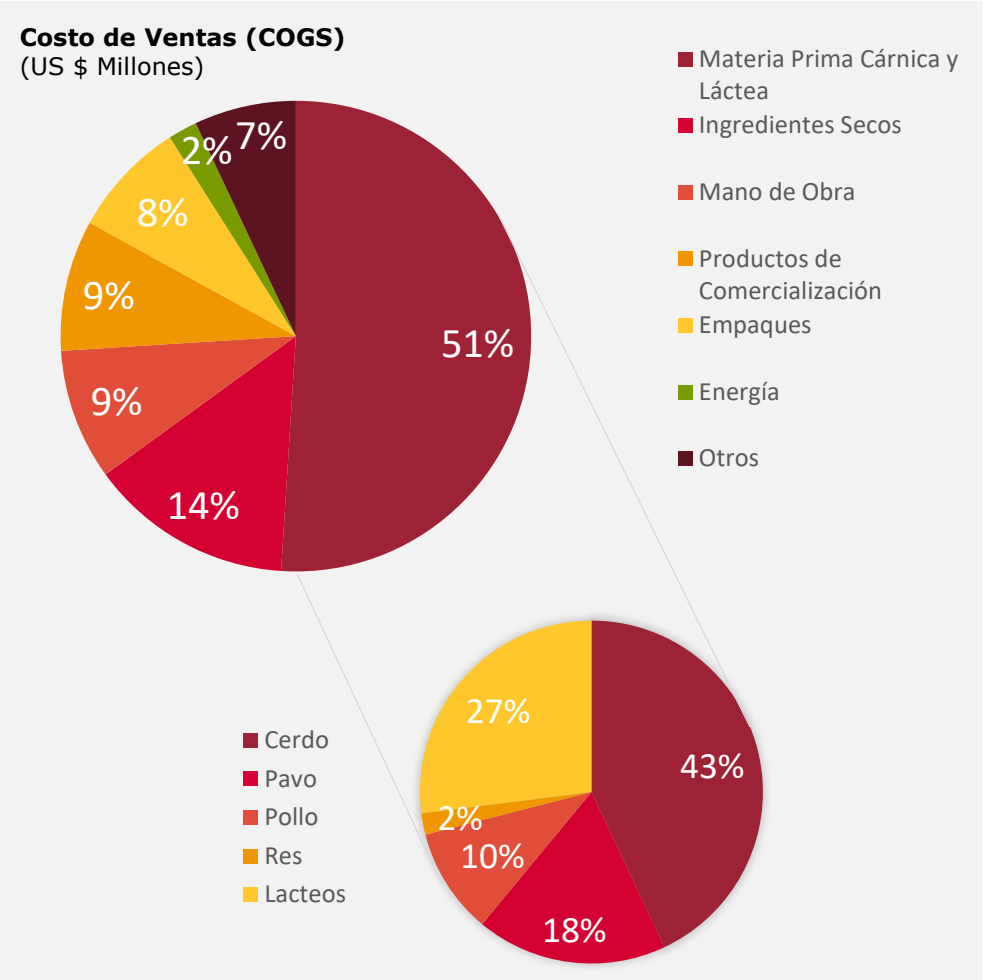
Tipos de Cambio – Promedio Mensual





SIGMA Estructura de Costos y Gastos UDM

Estado de Resultados (UDM)	US $M	% de ingresos
Ingresos	9,174	100
Costo de ventas	(6,443)	(70)
Utilidad bruta	**2,730**	**30**
Gastos de operación y otros	(1,919)	(21)
Utilidad de operación	**811**	**9**
Resultado financiero, neto	(173)	(2)
Utilidad antes de impuestos	**638**	**7**
Impuestos a la utilidad	(254)	(3)
Utilidad neta consolidada	**384**	**4**



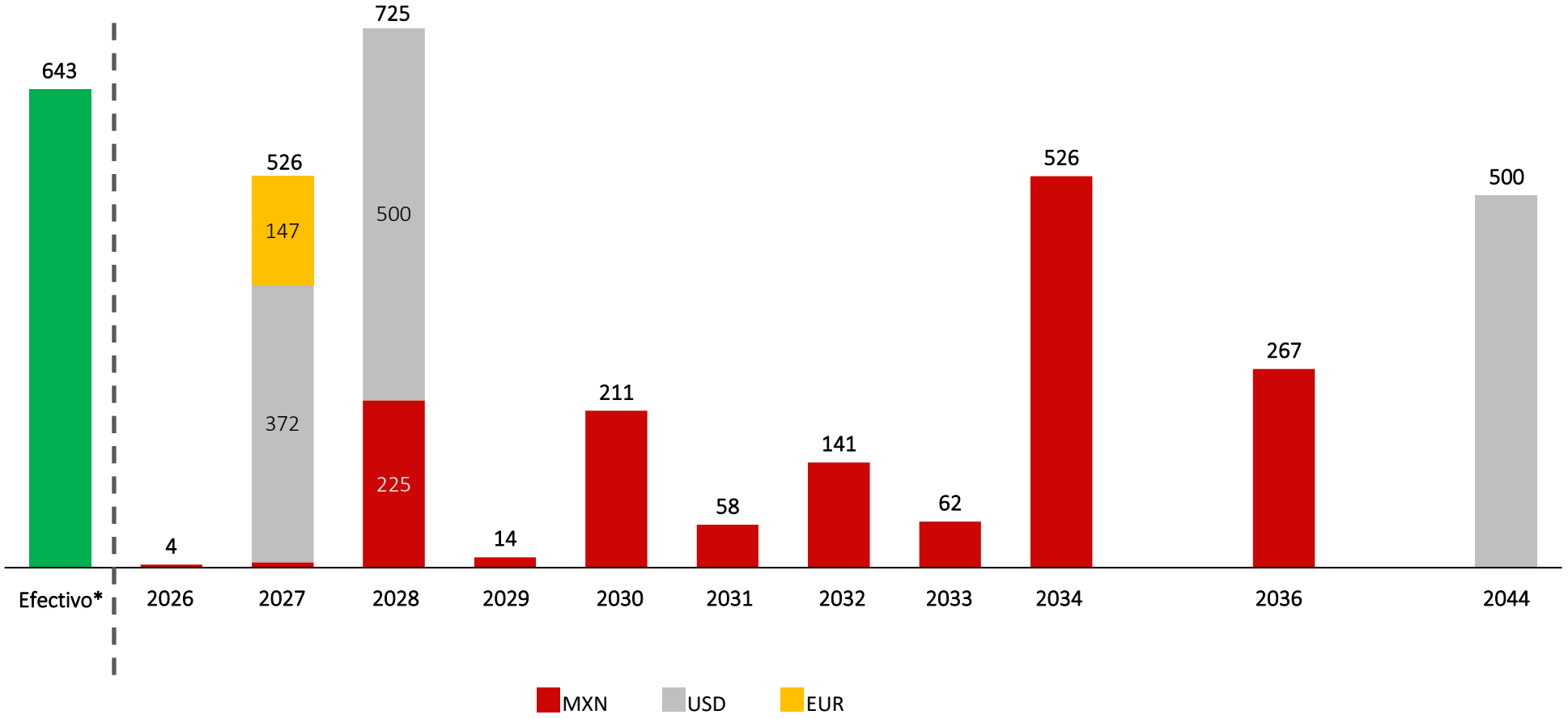
COGS:
- Materia Prima Cárnica y Láctea – Puerco, Pavo, Pollo, Res, Leche Clase III, Queso Cheedar, NFDM
- Ingredientes Secos – Sazonadores y otros productos no cárnicos o lácteos
- Productos de Comercialización – Productos adquiridos distribuidos en los canales tradicionales y de Foodservice
- Empaques – Filmina de Plástico, Etiquetas, Capsulas, Botellas y Tapas
- Mano de Obra – Compensaciones relacionadas a la producción de alimentos
- Energía – Gas, Electricidad, Combustible, etc.
- Otros – Depreciación, mantenimiento, etc.

SG&A
- Venta – Distribución, marketing, salarios, comisiones de ventas
- Administrativo – Salarios, renta, utilidades
- General – Otros gastos menores

Perfil de Deuda 4T25

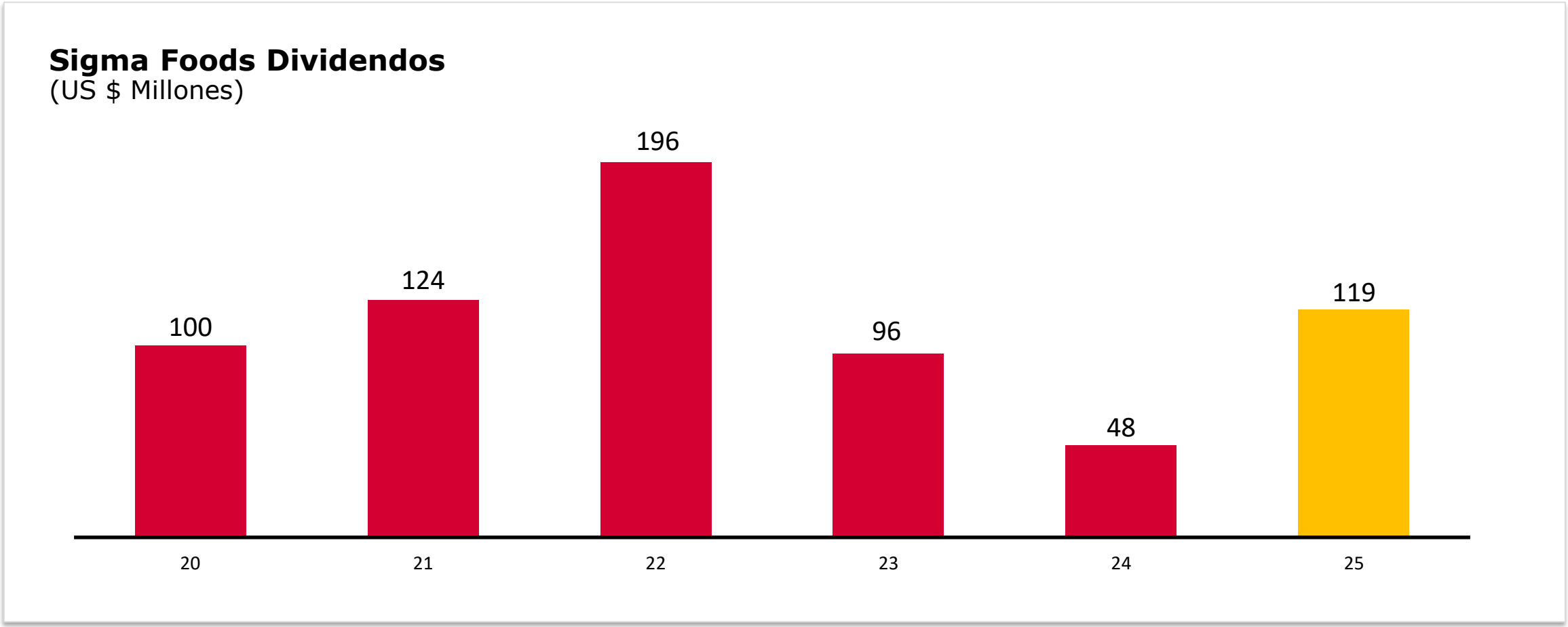
Sigma Foods Vencimientos y Efectivo

(US $ Millones)



*No incluye efectivo restringido

Dividendos


Sigma Foods Dividendos
(US $ Millones)
100
124
196
96
48
119
20
21
22
23
24
25

Expansión de Margen en Europa

- Venta de 2 plantas en Francia
- Desinversión de operaciones en Italia
- Firma de Acuerdo para la venta de participación mayoritaria en operaciones de procesamiento de cerdo vivo
- Recuperación de la capacidad tras la inundación de la planta de Torrente

- Snacking
- Plant-based
- Oportunidades de exportación

- Administración de Ingresos estratégica
- Incrementar el volumen de productos de marca

- Reestructura de funciones administrativas
- Racionalización del portafolio de productos

Apéndice: Referencias Clave de los Precios de Materias Primas

Este apéndice proporciona una guía detallada para obtener las referencias de materias primas clave de fuentes públicas. No se presenta una lista exhaustiva de las materias primas de la empresa, ni representa los costos reales de la empresa.

Puerco

- EE.UU. – Jamón de Cerdo (USDA PM Ham, 23-27# Trmd Sel Ham)
- EE.UU. –Cerdo 42% (USDA Pork Trimmings - 42% Trim Combo, FOB Plant)

Aves

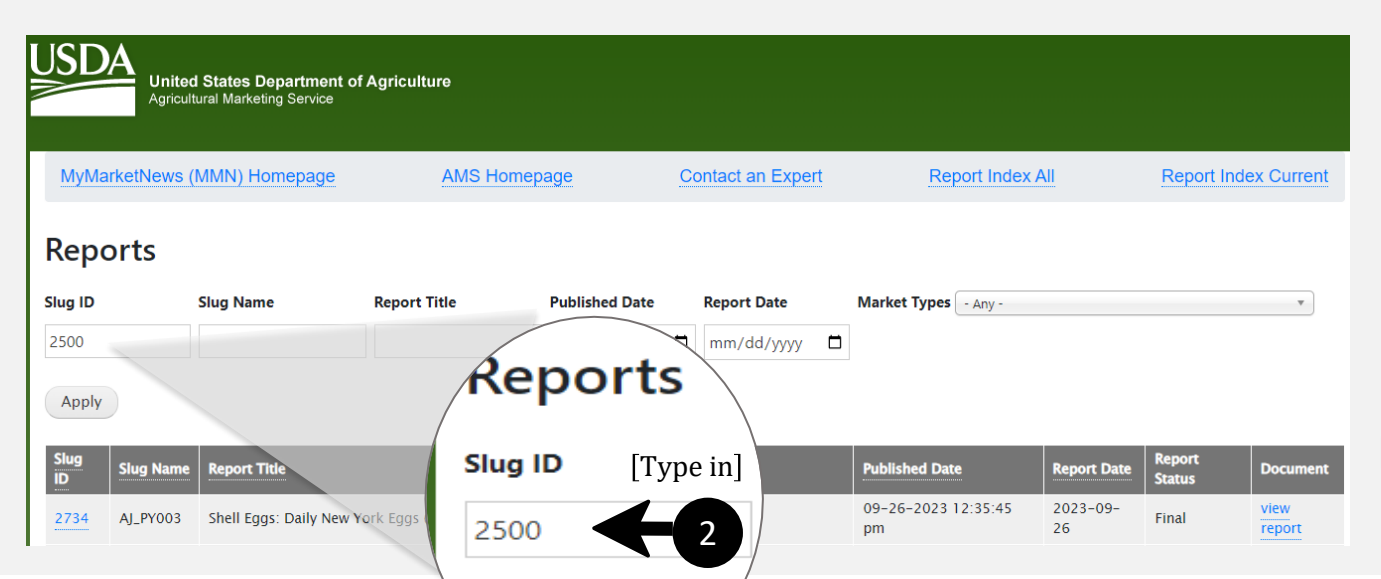
- EE.UU. – Pollo Separado Mecánicamente (USDA Chicken - MSC, Some Skin, 15-20% Fat, Fresh)
- EE.UU. – Pavo Separado Mecánicamente (USDA Turkey - MST, Some skin, under 20% fat, Fresh)
- EE.UU. – Pechuga de Pavo (USDA Turkey - Breast, Young Tom, Boneless & Skinless, Fresh)
- EE.UU. – Muslo de Pavo (USDA Turkey - Thigh Meat, Boneless & Skinless, Fresh)

Lactéos

- EE.UU. – Leche Clase III (USDA Milk Class III)
- EE.UU. – Queso Cheddar en bloque (USDA Block Cheddar Cheese 40lb)

EE.UU.– Jamón de Cerdo (USDA PM Ham, 23-27# Trmd Sel Ham)
EE.UU. – Cerdo 72% (USDA Pork Trimmings - 72% Trim Combo, FOB Plant)
EE.UU. – Cerdo 42% (USDA Pork Trimmings - 42% Trim Combo, FOB Plant)

https://mymarketnews.ams.usda.gov/filerepo/reports 1



5 [Pop – up]

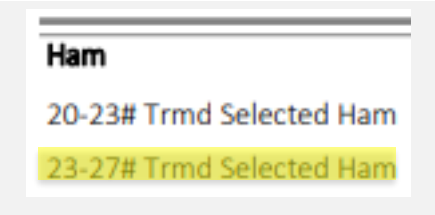
6

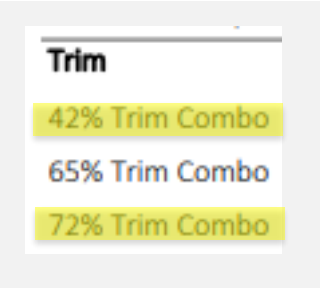
Para 23-27# Trmd Sel Ham:[Ctrl + F, buscar 23 – 27]

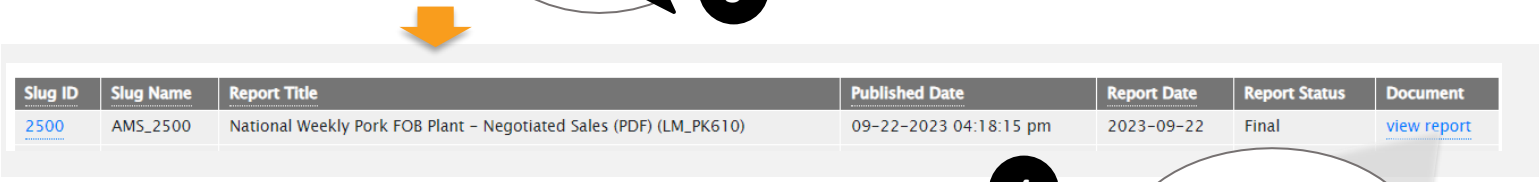
Para 72% Trim Combo, FOB Plant :[[Ctrl + F, buscar *Trim Combo*]]

Para 42% Trim Combo, FOB Plant :[[Ctrl + F, buscar *Trim Combo*]]

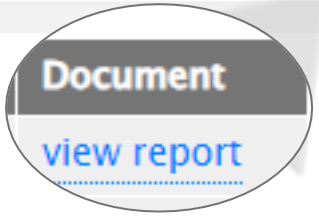
7



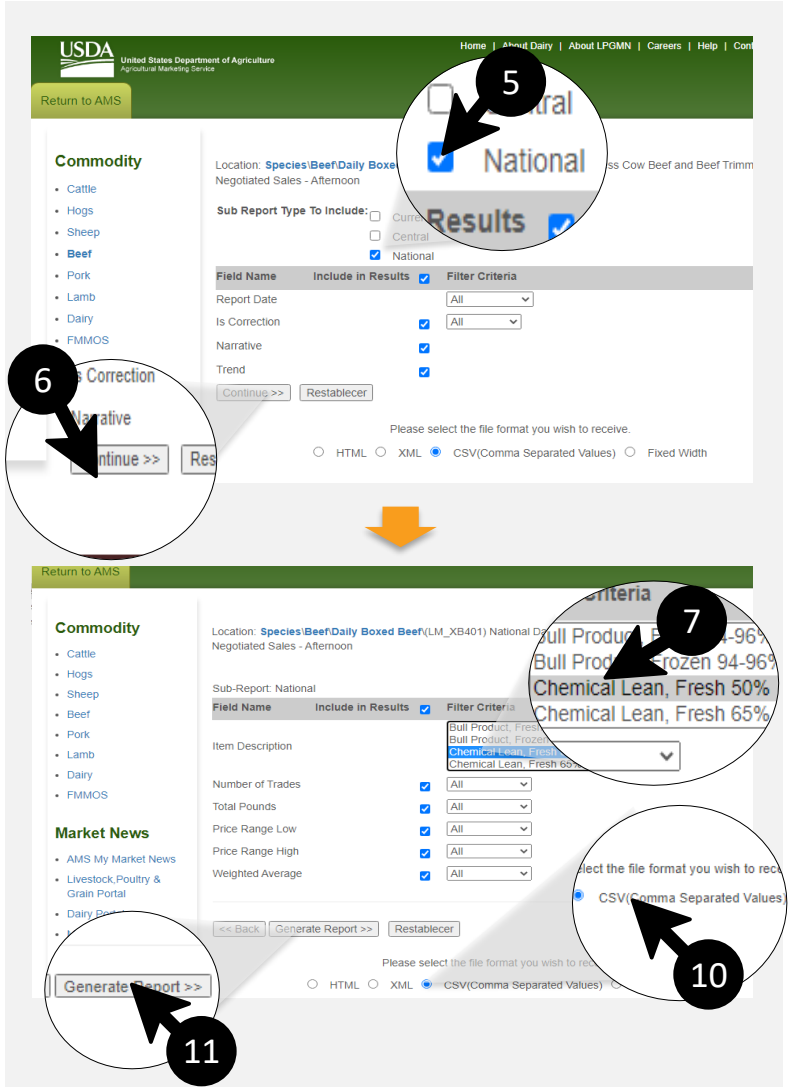




4



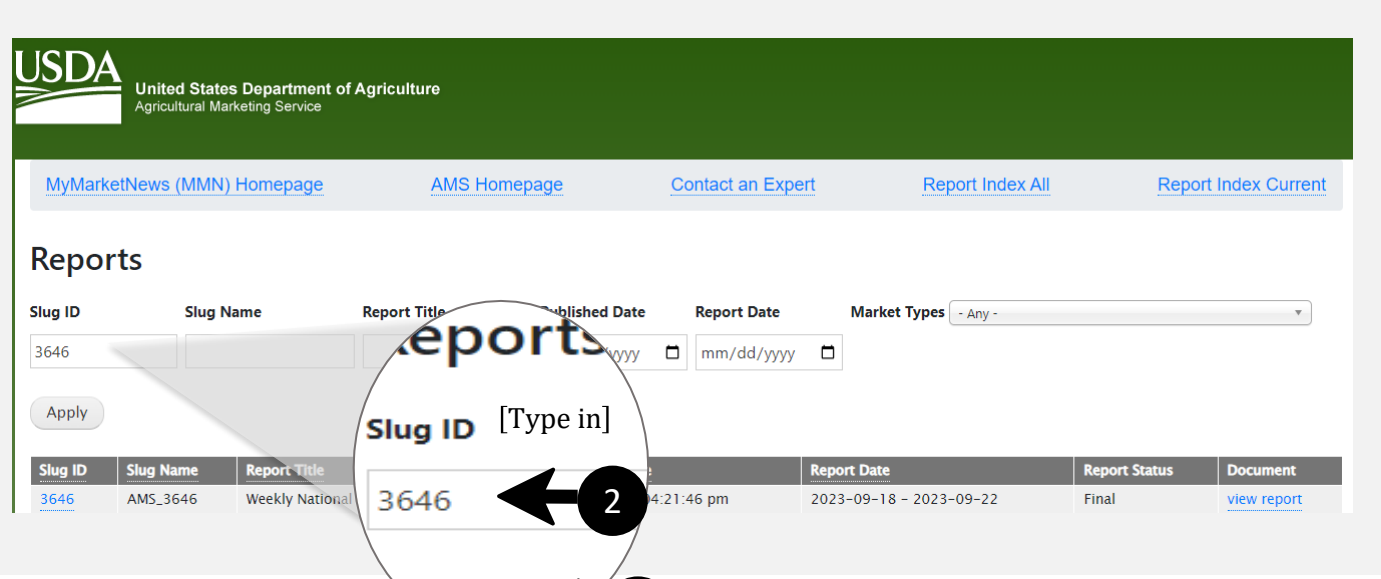
EE.UU. – Carne de Res (USDA Beef Trimmings, National, FOB Plant, Fresh 50%

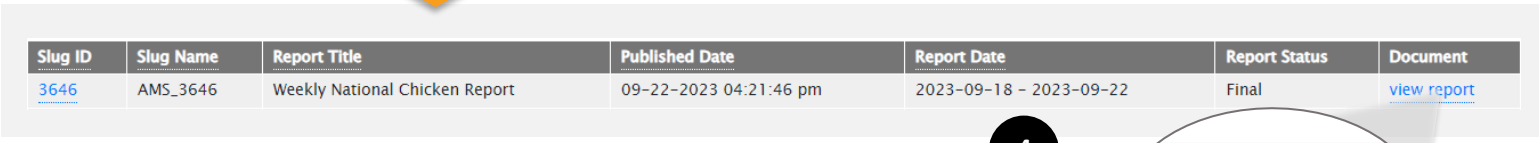


EE.UU. – Pollo SM (USDA Chicken - MSC, 15-20% Fat, Fresh)

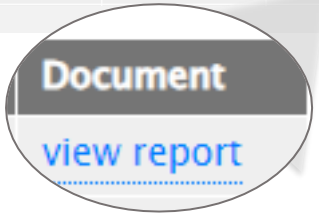
https://mymarketnews.ams.usda.gov/filerepo/reports

1





4

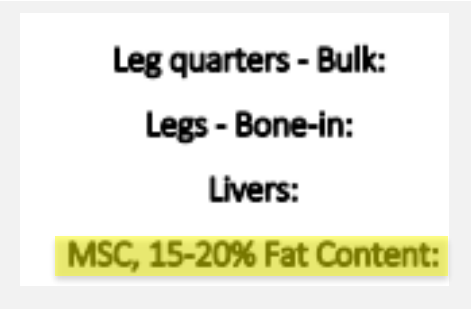


5 [Pop – up]

6

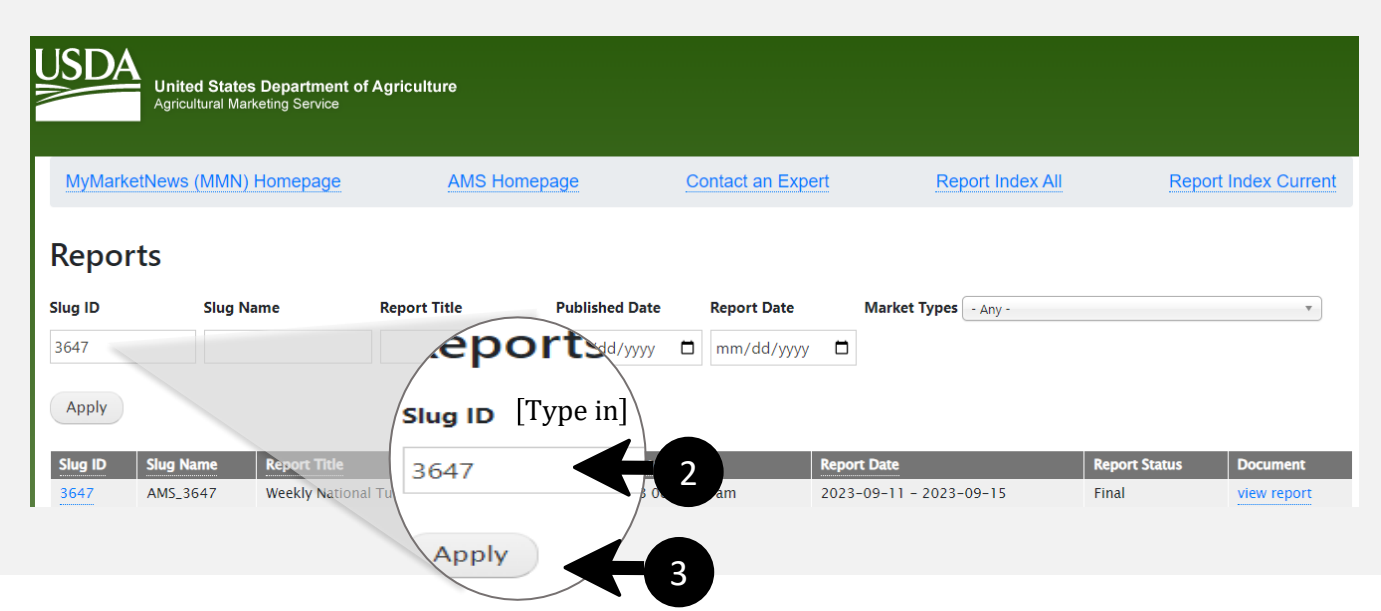
[Ctrl + F, buscar MSC, 15]

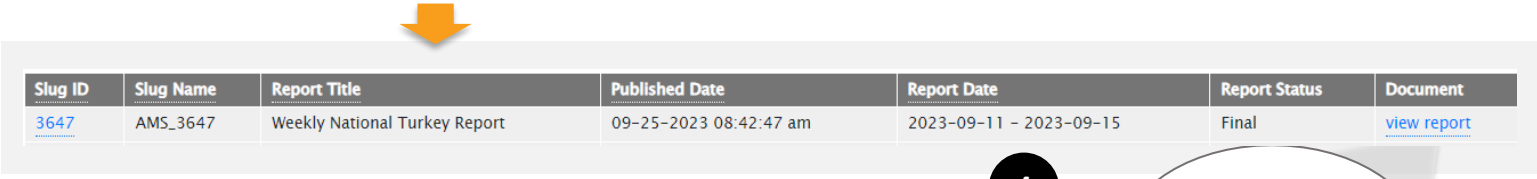
7



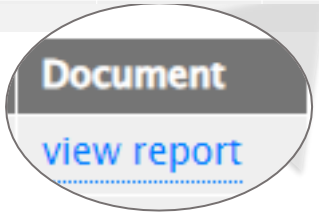
EE.UU. – Pavo SM (USDA Turkey - MST, Some skin, under 20% fat, Fresh)
EE.UU. – Pechuga de Pavo (USDA Turkey - Breast, Young Tom, Boneless & Skinless, Fresh)
EE.UU. – Muslo de Pavo (USDA Turkey - Thigh Meat, Boneless & Skinless, Fresh)

https://mymarketnews.ams.usda.gov/filerepo/reports 1





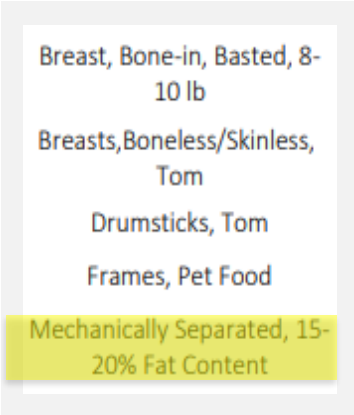
4

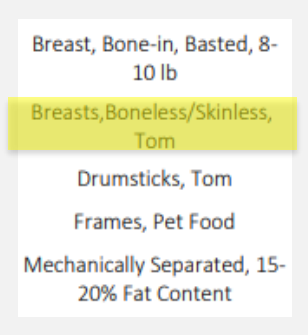


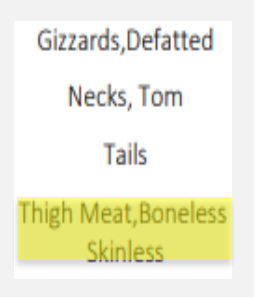
5 [Pop – up]

6
Para MST,Some sking, under 20% fat, Fresh:[Ctrl + F, buscar 15 – 20]
Para Breast, Young Tom, Boneless & Skingless, Fresh:[Ctrl + F, buscar *Boneless*]
Para Breast, Young Tom, Boneless & Skingless, Fresh:[Ctrl + F, buscar *Boneless*]

7



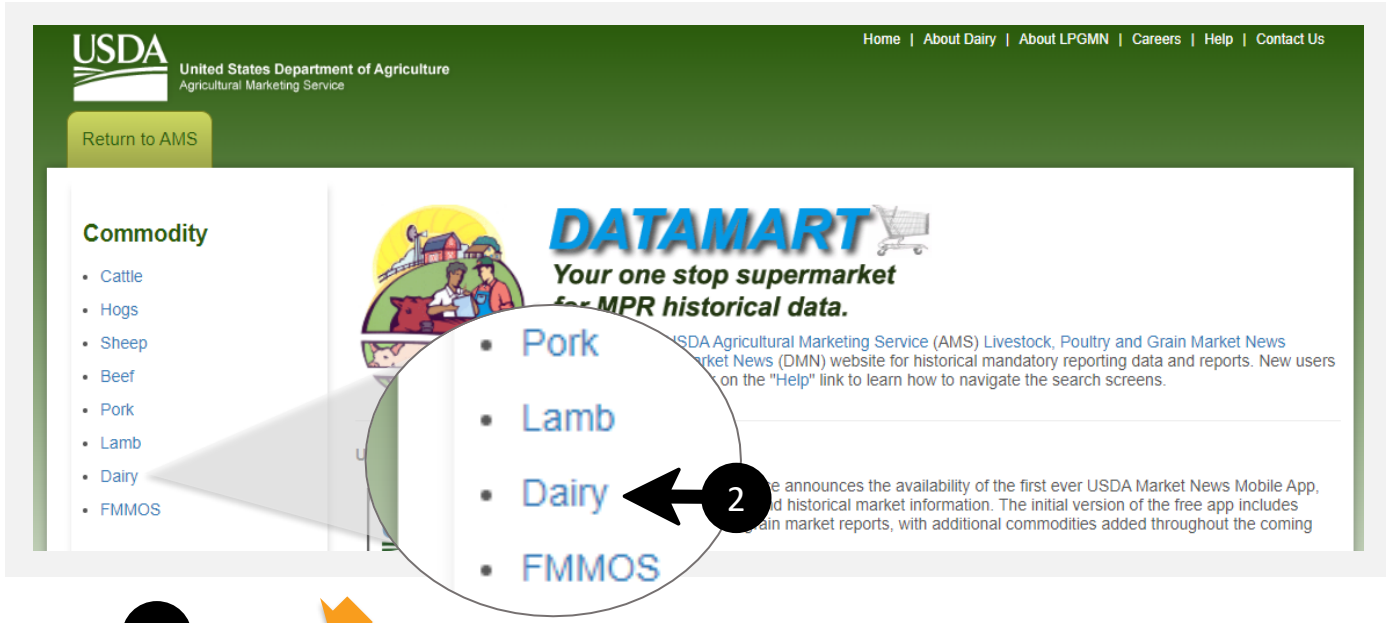


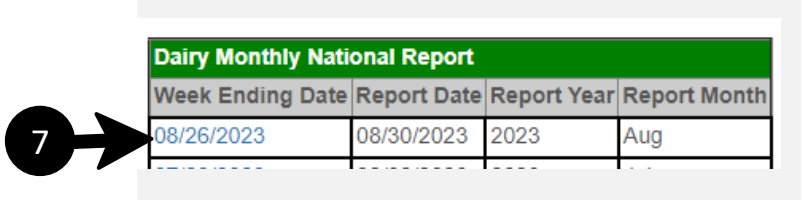


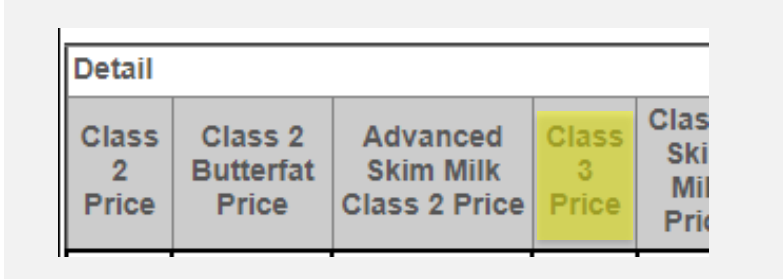
EE.UU. – Queso Clase III (USDA Dairy- CME, Milk Class III)
EE.UU. – Queso Cheddar en Bloque (USDA Dairy -Block Cheddar Cheese 40lb)

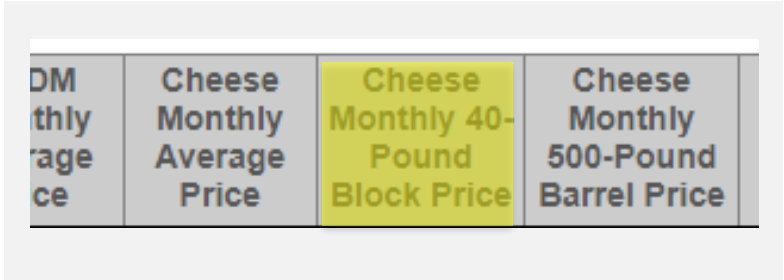
https://mpr.datamart.ams.usda.gov/ 1

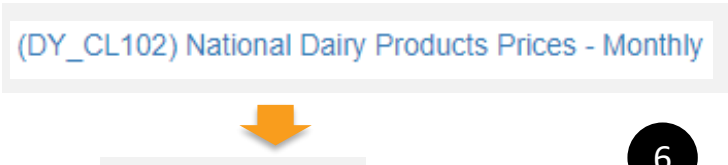
[Pop – up]

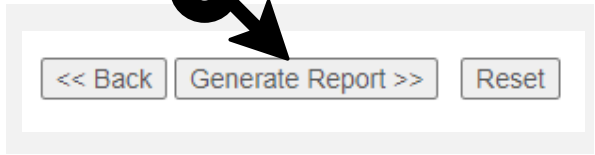












Contacto

Hernán F. Lozano
Director de Relación con Inversionistas y Comunicación Corporativa
IR@SigmaFoods.com

Cesar Gomez, CFA, CAIA
D.V.P. de Relación con Inversionistas
IR@SigmaFoods.com

Carolina Alvear
Directora de Comunicación Corporativa
Communications@SigmaFoods.com