

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2025



Índice de contenido

MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL Y CTSO	3	GOBIERNO CORPORATIVO		SOCIOS	
SIGMA FOODS		• Consejo de Administración	25	• Abastecimiento responsable	83
• Somos Sigma Foods	5	• Equipo directivo	29	• Bienestar animal	86
• Nuestra trayectoria	7	• Gobernanza de sostenibilidad	32		
• Categorías y marcas de productos	8	• Gestión de riesgos	33	PLANETA	
• Propósito	9	• Ética e integridad	38	• Acción climática	90
		• Estrategia fiscal	42	• Gestión del agua	98
		• Seguridad de la información	43	• Economía circular	101
ESTRATEGIA DE NEGOCIO		PERSONAS		ACERCA DE ESTE INFORME	103
• Desempeño financiero	11	• Relación con consumidores	49		
• Estrategia	12	• Desarrollo de productos	50	ANEXOS	
• Fundamentales	13	• Nutrición	57	• Detalle de desempeño	104
• Procesos	14	• Calidad e inocuidad alimentaria	60	• Índice GRI: Contenidos generales	116
• <i>Horizon</i>	15	• Compromiso con colaboradores	65	• Índice GRI: Contenidos materiales	118
• Relación con grupos de interés	18	• Salud y seguridad	67		
• Relación con clientes	19	• Desarrollo de talento	69		
• Certificaciones y membresías	20	• Bienestar	71		
• Desempeño y calificaciones ASG	21	• Diversidad, equidad e inclusión	73		
• Acciones destacadas 2025	22	• Compromiso con comunidades	76		
• Progreso de compromisos de sostenibilidad 2025	23	• Comunidades locales	77		

Mensaje del Director General y CTSO

GRI 2-22

Estimados grupos de interés,

Nos complace presentar nuestro Informe de sostenibilidad 2025. El año pasado marcó un momento clave para la Compañía, ya que avanzamos con nuestro propósito nuevo y renovado, “*Delicious Food for a Better Life*”, Alimentos deliciosos para una vida mejor, y fortalecimos nuestra ambición en sostenibilidad.

En 2025, creamos *Horizon*, nuestra estrategia de sostenibilidad diseñada para integrar las prioridades ambientales, sociales y de gobernanza en la planeación estratégica de la Compañía y en las decisiones operativas del día a día. *Horizon* se definió en torno a tres pilares: Personas, Planeta y Socios y robustece la conexión entre el desempeño del negocio y el crecimiento responsable a largo plazo.

Desempeño en sostenibilidad

En el pilar de **Personas**, priorizamos a los consumidores, colaboradores y comunidades cercanas, colocándolos en el centro de lo que hacemos. Este año, lanzamos más de **497 nuevos productos**, donamos más de **3,747 toneladas de alimentos**, apoyando la seguridad alimentaria y las iniciativas de desarrollo social en las regiones donde operamos, y logramos una reducción aproximada de **16% en accidentes graves y severos** con respecto del año anterior.

A través del pilar de **Socios**, profundizamos nuestro compromiso a lo largo de la cadena de valor. En 2025, superamos nuestro objetivo de abastecimiento responsable, alcanzando **82.5% de compras** provenientes de proveedores con buenas prácticas de sostenibilidad. Lanzamos nuestra **Política Global de Bienestar Animal** y ampliamos el apoyo a proveedores que buscan certificaciones

relacionadas con el desempeño sostenible. Este progreso refleja nuestra convicción de que el cambio significativo se logra en conjunto.

Bajo el pilar de **Planeta**, avanzamos en nuestra estrategia de descarbonización al **reducir en 24% la intensidad de las emisiones de CO₂** asociadas a nuestras plantas y flota de transporte. Como resultado, el **68% de la electricidad que consumimos proviene de fuentes más limpias y renovables**. Adicionalmente, redujimos nuestro consumo de agua en **26% por tonelada de alimento producido**, reforzando nuestro compromiso con la protección de los recursos naturales.

Todos estos esfuerzos reflejan nuestra dedicación para construir un planeta más saludable para las futuras generaciones, mediante la innovación, la gestión responsable de los recursos y la acción climática de largo plazo.

Mirando hacia el futuro

Este Informe de Sostenibilidad destaca los avances alcanzados en 2025, pero, más importante aún, refuerza la mentalidad que nos impulsa: un compromiso con la transparencia, la rendición de cuentas y la convicción de que el desarrollo sostenible es esencial para el éxito empresarial a largo plazo.

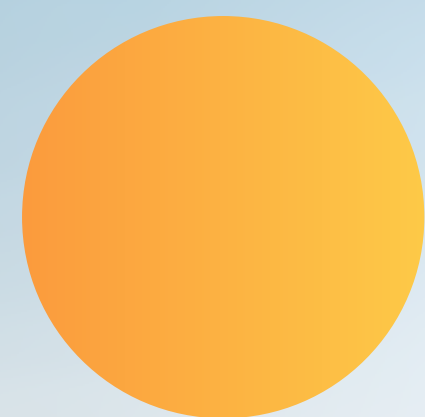
Con una estrategia renovada y la fortaleza de nuestros equipos, miramos hacia el futuro con optimismo. Mantenemos nuestra determinación de construir una compañía más innovadora, resiliente y sostenible, que genere valor duradero para las personas, el planeta y todos los grupos de interés que confían en nosotros.

Sinceramente,



Gregorio de Haene
Director de Tecnología y
Sostenibilidad (CTSO)

**Rodrigo Fernández
Martínez**
Director General
SIGMA FOODS



Sigma Foods



Somos Sigma Foods

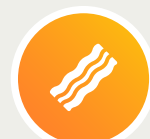
GRI 2-1, 2-6

Sigma Foods es una compañía multinacional líder de bienes de consumo empaquetados que produce, comercializa y distribuye alimentos de alta calidad a través de un portafolio de más de 100 marcas. Las principales categorías de la Compañía incluyen carnes frías, carnes maduradas, queso y yogurt. Sigma Foods opera en 17 países, divididos en cuatro regiones: México, Europa, Estados Unidos y Latinoamérica, donde atiende aproximadamente 640,000 puntos de venta en cuatro canales: Tradicional, Moderno, Foodservice y Comercio electrónico. La Compañía cuenta con más de 48,000 colaboradores y capacidad instalada en cada región, incluyendo 65 plantas de producción, 191 centros de distribución y más de 8,000 vehículos. Sigma Foods cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores y en Latibex, el mercado latinoamericano de la Bolsa de Madrid.

PRODUCTOS



CARNES FRÍAS Y EMBUTIDOS



CARNES MADURADAS



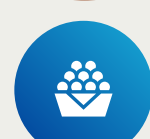
LÁCTEOS



OTROS ALIMENTOS CONGELADOS Y REFRIGERADOS



PROTEÍNAS ALTERNATIVAS



BOTANAS

RESULTADOS DESTACADOS 2025

1.8 MILLONES

toneladas de alimentos producidos

US \$9,200 MILLONES

en ingresos

48,000+

colaboradores

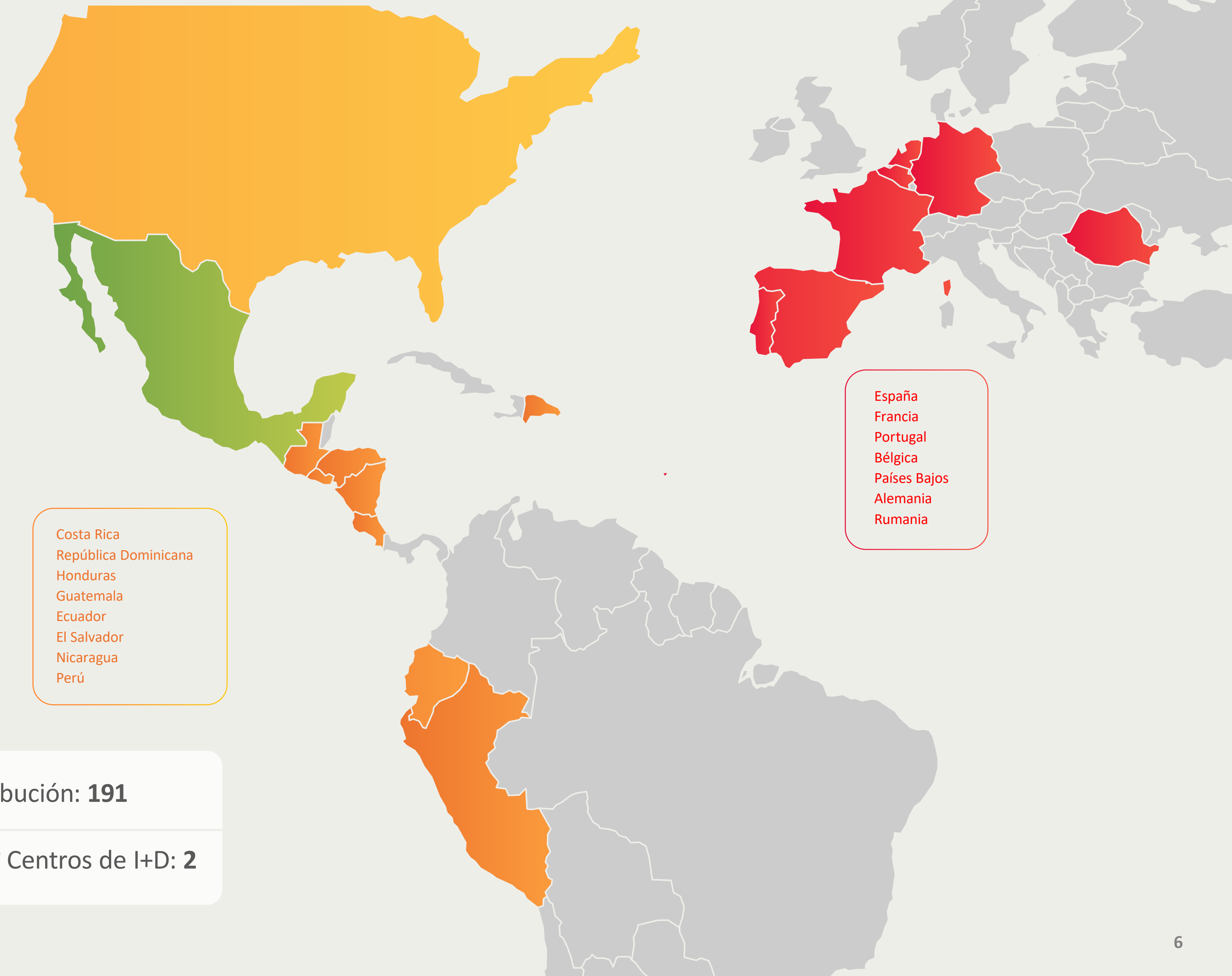
100+

marcas reconocidas



Presencia mundial

GRI 2-1, 2-6



ESTADOS UNIDOS

- 8
- 16
- 130K+
- 120+

MÉXICO

- 25
- 118
- 369K+
- 6,800+
- 1

EUROPA

- 20
- 27
- 41K+
- 790+
- 1

AMÉRICA LATINA

- 12
- 30
- 91K+
- 800+

- Costa Rica
- República Dominicana
- Honduras
- Guatemala
- Ecuador
- El Salvador
- Nicaragua
- Perú

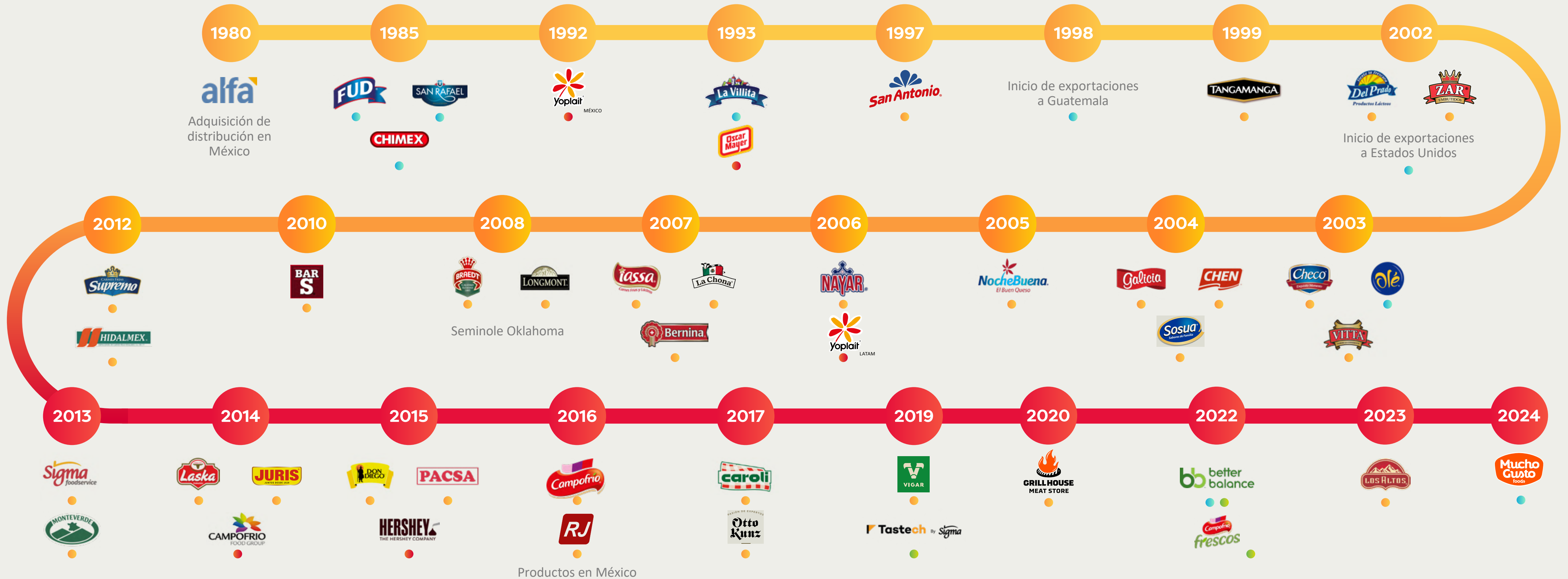
- España
- Francia
- Portugal
- Bélgica
- Países Bajos
- Alemania
- Rumania

Plantas productivas: **65** Centros de distribución: **191**

Puntos de venta: **640K** Vehículos: **8,600+** Centros de I+D: **2**

Nuestra trayectoria

● Fusiones y adquisiciones ● Acuerdos comerciales ● Crecimiento orgánico ● Nuevas unidades de crecimiento

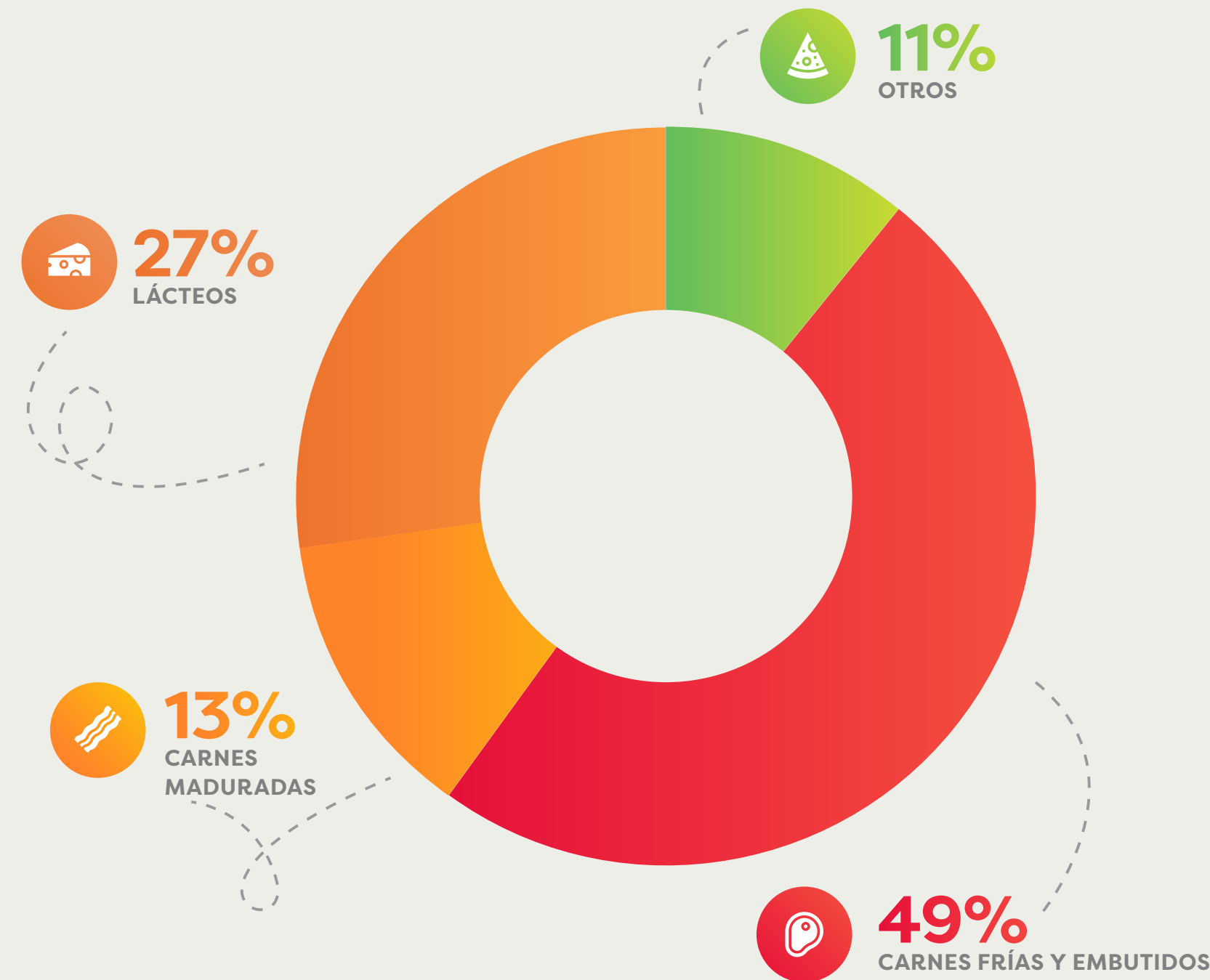


Categorías y marcas de productos

GRI 2-6

Ofrecemos un portafolio diversificado de más de 100 marcas, de las cuales 16 generan ingresos anuales entre US \$100 millones y US \$1,000 millones cada una.

Las principales categorías en el portafolio de la Compañía incluyen carnes frías, carnes maduradas, queso y yogurt.



16 de las marcas con ventas superiores a US \$100 millones al año





Propósito

GRI 2-23

Nuestro propósito refleja quiénes somos y hacia dónde nos dirigimos como organización.

Nuestra promesa es ofrecer alimentos de gran sabor y con excelente calidad siempre.

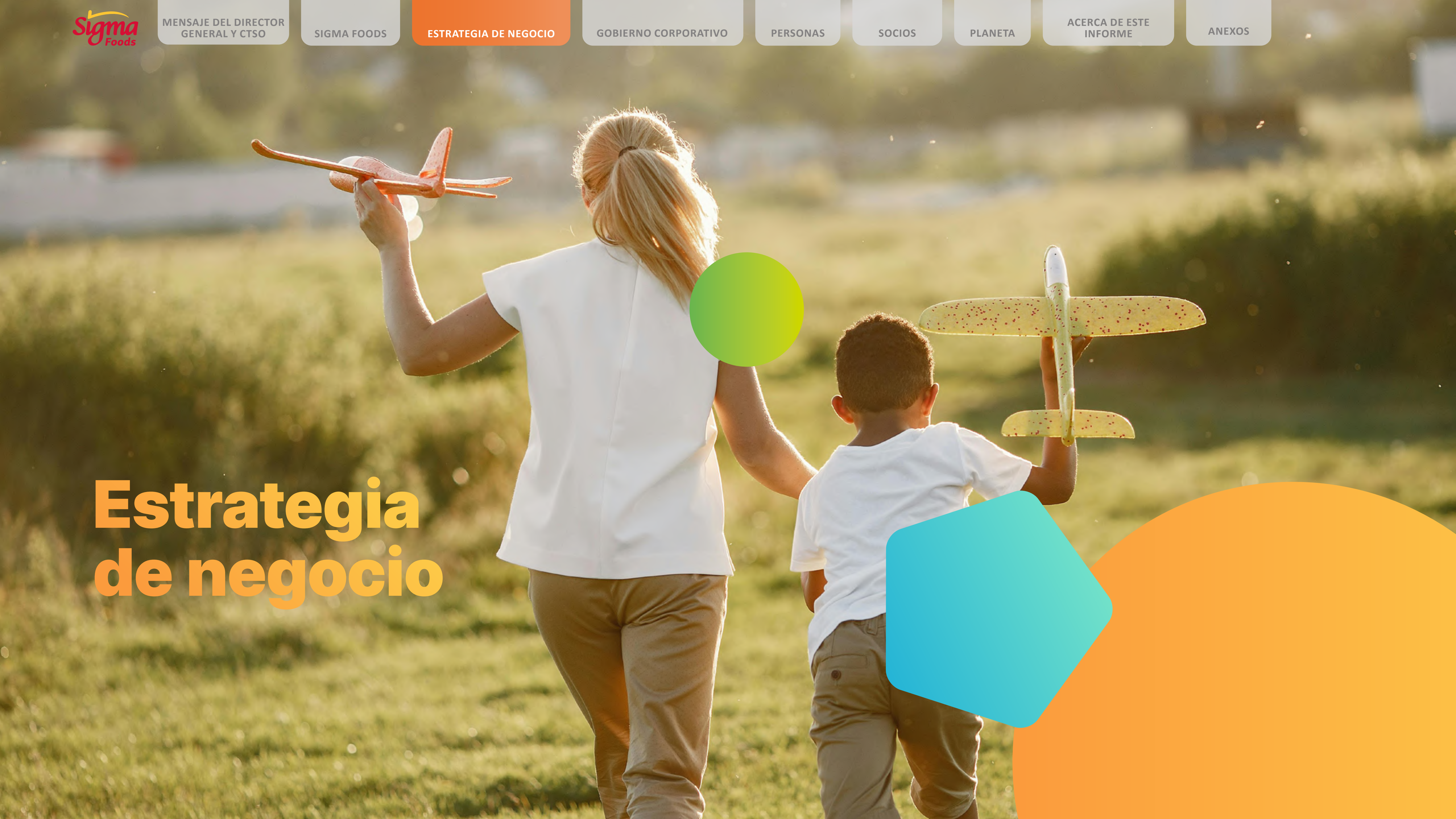


**Delicious Food
for a Better Life**

Nuestro compromiso de mejorar la vida de las personas y del planeta.

Estamos convencidos de que los alimentos tienen el poder de:

Reunir a las personas, enriquecer la salud y la nutrición, y garantizar la sostenibilidad y la armonía con el planeta. Nuestro nuevo propósito amplía las posibilidades para que Sigma Foods alcance su objetivo de convertirse y posicionarse como una plataforma internacional de crecimiento sostenible y diferenciado en el mercado de alimentos.



Estrategia de negocio

Desempeño financiero

GRI 201-1

VOLUMEN

1,826
toneladas

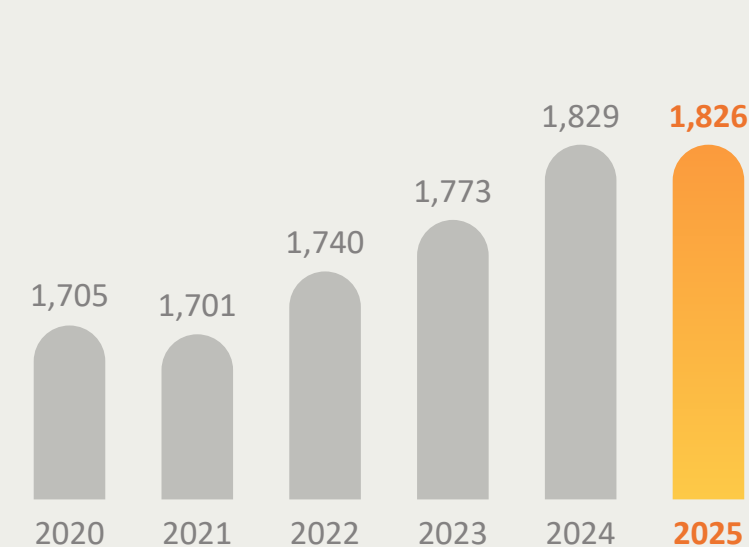
INGRESOS

\$9,174
US millones

EBITDA ajustado

\$1,008
US millones

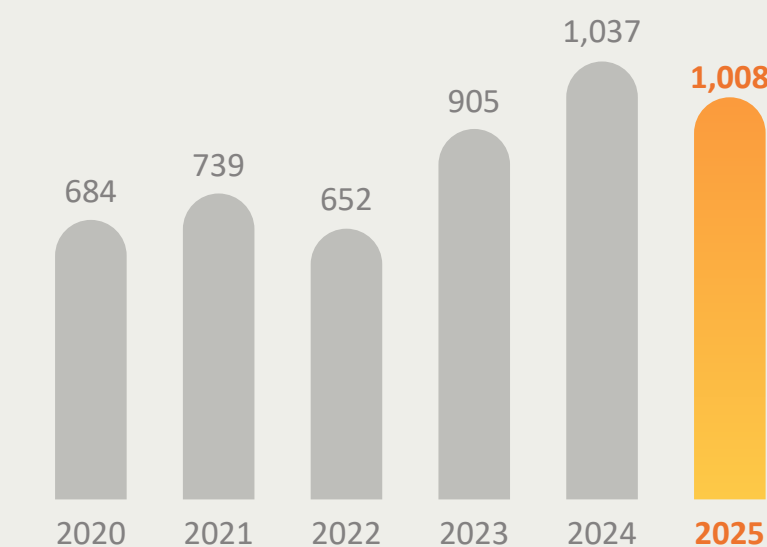
Miles de toneladas



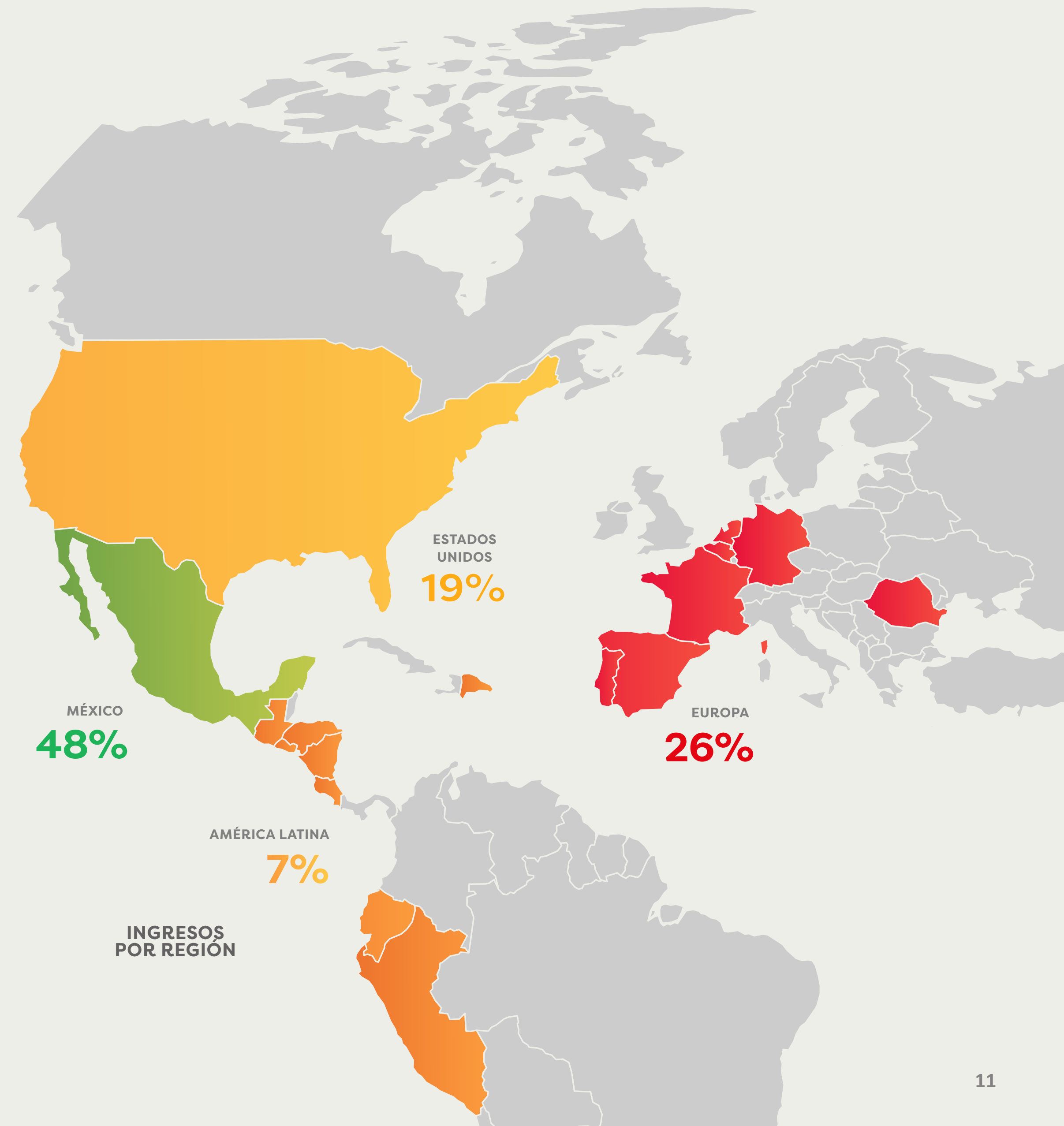
Ingresos en millones de dólares



EBITDA ajustado en millones de dólares



Para obtener información más completa y detallada sobre los resultados financieros de Sigma Foods, favor de revisar los Estados Financieros Consolidados de los años 2025, 2024 y 2023, los cuales han sido revisados por un auditor independiente.



Estrategia

GRI 2-22

Defender y hacer crecer el negocio principal

Defender y hacer crecer nuestras fuentes actuales de rentabilidad

Nuevas fuentes de ingresos

Oportunidades de alto potencial

Categorías seleccionadas para escalar

Nuevos modelos de negocio

Fortalecer la Compañía

Evolucionar las capacidades para incrementar el potencial de la organización

Nuestra cultura nos ayuda a liberar nuestro máximo potencial

Cultura



Procesos

epical

Capacidades



Explorar el futuro

Salud a través de los alimentos

Proteínas responsables



FUNDAMENTALES

GRI 2-23

Nuestros Fundamentales cobran vida a través de la Sigma Persona, un símbolo que representa quiénes somos y cómo trabajamos juntos.

Nuestra cultura refleja quiénes somos, quiénes aspiramos a ser y cómo buscamos pensar, actuar e interactuar.

A través de un análisis exhaustivo, identificamos áreas que pueden evolucionar para generar valor adicional, avanzando hacia una estrategia cultural integrada, basada en cuatro fundamentos:



Actitudes y comportamientos

Moldeamos nuestra forma de pensar, actuar e interactuar para aprender continuamente, asumir la responsabilidad de nuestro impacto, colaborar con claridad, generar confianza, impulsar el éxito de los demás, entregar trabajo de alta calidad y buscar mejoras constantes que aseguren resultados sostenibles en el tiempo.



Hacerme cargo de mi talento y evolución

Asumir la responsabilidad de nuestro desarrollo implica ser intencionales con nuestro crecimiento: aceptar retos y aprovechar las oportunidades y recursos de desarrollo, al mismo tiempo que generamos espacio para que otros también crezcan.



Esencialismo y alineación

Logramos mejores resultados y un equilibrio entre la vida personal y laboral al elegir de manera intencional lo que realmente importa. Seleccionamos las prioridades correctas para hacerlas mejor en nuestros roles, tanto en el día a día como en iniciativas transformacionales, alineándonos horizontal y verticalmente para generar resultados compartidos.



Pasión por el consumidor

Centramos nuestras decisiones en el consumidor. Escuchamos activamente y comprendemos a profundidad sus necesidades, emociones y expectativas para actuar con base en ese entendimiento. Diseñamos experiencias que generan un impacto positivo antes, durante y después de cada compra. Construimos conexiones genuinas y consistentes, transformando a los consumidores en verdaderos seguidores de nuestras marcas.

Procesos

GRI 2-24, 2-25

Epical está transformando los procesos de Sigma a través de un enfoque tecnológico que coloca a las personas en el centro del cambio, fortaleciendo la capacidad de la Compañía para crecer de manera sostenible y operar con mayor eficiencia.

Epical integra elementos de sostenibilidad directamente en la forma en la que opera el negocio, convirtiéndolos en un elemento natural y consistente del trabajo diario. Esta integración se extenderá a lo largo de toda la cadena de valor, desde el diseño de productos y las operaciones en planta hasta la colaboración con proveedores y clientes, incorporando la sostenibilidad en la manera en que Sigma opera y toma decisiones.

Epical busca que la Compañía cuente con analítica avanzada para gestionar los datos de sostenibilidad de manera estructurada, robusta y confiable. Esta capacidad nos permitirá responder de forma eficiente a los requerimientos internos y externos, así como reforzar la consistencia, precisión y confianza en toda la información relacionada con sostenibilidad.



Sostenibilidad en los procesos del negocio

SEMANA DE LA SOSTENIBILIDAD EPICAL 2025

En 2025, se llevó a cabo la Semana de la Sostenibilidad, un taller de tres días diseñado para fortalecer los conocimientos de sostenibilidad en todas las áreas del negocio y avanzar en su integración en los procesos clave bajo el programa Epical. Durante el taller, los Dueños de los Procesos Globales (GPO, por sus siglas en inglés), los GPOs de TI, expertos en sostenibilidad y el equipo central de sostenibilidad colaboraron en la creación de iniciativas e identificaron oportunidades concretas para integrar la sostenibilidad en los procesos integrales del negocio, los sistemas y la gobernanza, reforzando un compromiso compartido con la creación de valor a largo plazo.

Proceso de sostenibilidad	Integrado en:
Sostenibilidad en productos	Investigación y Desarrollo Abastecimiento y Compras Ventas
Sostenibilidad en operaciones	Producción y Mantenimiento Almacenamiento Calidad Distribución Finanzas
Sostenibilidad en la organización	Personas Finanzas Planeación Integral del Negocio
Sostenibilidad en alianzas	Abastecimiento y Compras Ventas



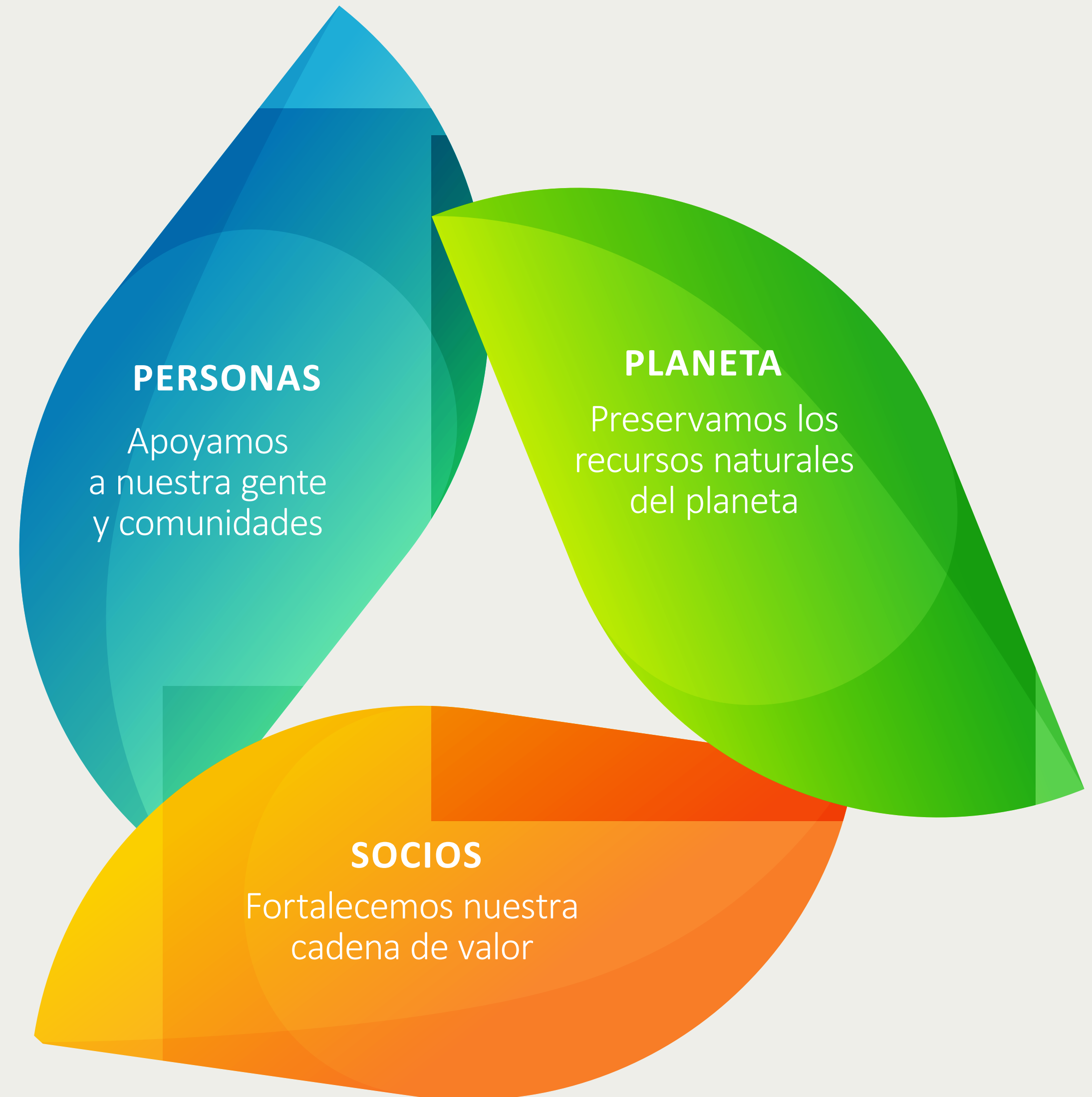
Horizon

GRI 2-22

Durante 2025, desarrollamos *Horizon*, nuestra nueva estrategia ASG construida alrededor de los pilares Planeta, Personas y Socios. Este modelo identifica los temas de sostenibilidad más relevantes para nuestras actividades y grupos de interés.

Inspirado en nuestro propósito de ofrecer “Alimentos deliciosos para una vida mejor”, *Horizon* proporciona una estructura clara para establecer objetivos, monitorear el desempeño y gestionar impactos, riesgos y oportunidades en todo el negocio. Este marco permite la alineación de las iniciativas de sostenibilidad con el gobierno corporativo, permitiendo una implementación consistente y una divulgación transparente en línea con estándares internacionales.

Horizon nos brinda una nueva perspectiva sobre la sostenibilidad.

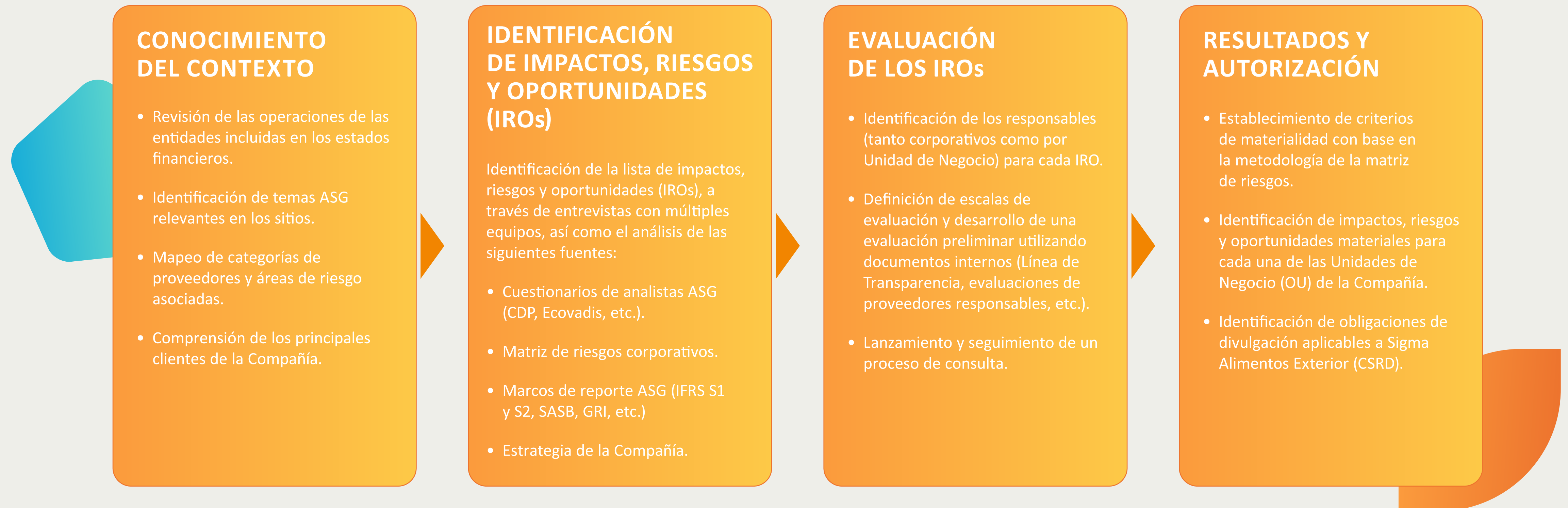


Análisis de doble materialidad

GRI 2-14, 3-1,-3-2, 3-3

Como parte de nuestro enfoque a futuro, fortalecimos nuestra comprensión de los temas materiales mediante el análisis de doble materialidad 2025. Esta evaluación se llevó a cabo en colaboración con un consultor internacional y fue revisada por el equipo directivo. El proceso identifica los temas relevantes debido a la potencialidad de su impacto, riesgos y oportunidades; y tiene como objetivo la toma de decisiones y la creación de valor a largo plazo. El resultado se refleja en nuestra nueva estrategia de sostenibilidad *Horizon*.

Metodología de materialidad





Concientización interna en sostenibilidad

GRI 2-24

A través de boletines, campañas, talleres, foros globales, reuniones e informes trimestrales y anuales, así como el establecimiento de objetivos internos, buscamos generar conciencia, reconocer contribuciones y fomentar una cultura de responsabilidad ambiental y social en toda la organización.

Comunicación interna: Boletines que ayudan a generar conciencia entre nuestros colaboradores y comunicar los resultados de nuestros esfuerzos.

Campañas: Reconocimiento del trabajo de todas las personas que contribuyen a la estrategia.

- **Reconocimiento MVP:** Iniciativa global para reconocer a personas o equipos que impulsan el impacto en sostenibilidad.

Talleres de sensibilización: Incremento de la conciencia en sostenibilidad, aclaran roles y definen responsabilidades.

- **Aprendamos sobre sostenibilidad:** Fortalecimiento del conocimiento de la sostenibilidad, su relevancia para el negocio y cómo cada colaborador puede contribuir mediante acciones diarias e iniciativas de proyectos.

Foros: Participación en foros globales y difusión de prácticas de sostenibilidad.

- **Evento de proveedores de Sigma Foods:** Reúne a los principales proveedores globales para discusiones estratégicas.

Informes trimestrales y anuales: Proporcionan información transparente, precisa y a futuro sobre nuestro desempeño ambiental, social y de gobernanza.

- **Reuniones trimestrales de resultados de sostenibilidad:** Sesiones que brindan visibilidad sobre indicadores clave de desempeño, destacan las iniciativas implementadas y fomentan la colaboración mediante el intercambio de aprendizajes, retos y mejores prácticas.

Relación con grupos de interés

GRI 2-29

El diálogo continuo con nuestros grupos de interés nos ha permitido compartir experiencias, ideas y oportunidades. A través de diversos canales, hemos podido compartir nuestro progreso y profundizar en temas específicos como descarbonización, agua y nutrición.



● Recurrente
 ● Anual
 ● Trimestral
 ● Mensual
 ● Variable, según la solicitud u ocasión

GRUPO DE INTERÉS	PRINCIPALES PREOCUPACIONES	COMPROMISOS	CANALES DE COMUNICACIÓN
COLABORADORES ● ●	Contar con condiciones laborales adecuadas para desarrollarse de la mejor manera	Atraer al mejor talento y promover su bienestar, desarrollo profesional y motivación	Intranet, Línea de Transparencia, encuesta de clima organizacional, programa de atención a colaboradores, sitio web, boletín, <i>town hall</i> y foros de Unidades de Negocio
CONSUMIDORES ●	Oferta de alimentos alineada con expectativas y necesidades nutricionales	Deleitarlos con un portafolio de productos innovadores y nutritivos	Centros de contacto, grupos de enfoque, encuestas de satisfacción, sitio web, redes sociales y canales de ventas
CLIENTES ●	Productos alineados con las expectativas y necesidades nutricionales de los consumidores	Superar sus expectativas mediante propuestas de valor y mejores prácticas	Centros de contacto, programa de Excelencia de Clientes, encuesta de satisfacción, Línea de Transparencia, sitio web y fuerza de ventas
COMUNIDADES ●	Seguridad y calidad de vida	Desarrollar iniciativas seguras y sostenibles, participando activamente en su desarrollo	Sitio web, redes sociales, Línea de Transparencia, centros de contacto, eventos
PROVEEDORES ● ● ●	Generar alianzas comerciales que impulsen el crecimiento	Mantener relaciones duraderas, mutuamente beneficiosas y colaborativas	Programas de evaluación y capacitación, centros de contacto, Línea de Transparencia, redes sociales y equipo de abastecimiento
ACCIONISTAS DE SIGMA FOODS ● ● ●	Inversiones rentables y seguras a lo largo del tiempo	Crear valor sostenible a largo plazo	Asamblea de accionistas, reportes trimestrales, sitio web, redes sociales, Línea de Transparencia, equipo de Relación con Inversionistas
INVERSIONISTAS Y ANALISTAS ● ● ●	Información transparente y actualizada para la toma de decisiones	Compartir resultados operativos y financieros sostenibles y relevantes	Informes financieros trimestrales y anuales, reportes no financieros, comunicados de prensa y medios
GOBIERNO Y REGULADORES ●	Actuar de manera correcta y transparente	Participación en asociaciones y cámaras para colaborar en diversas iniciativas	Asociaciones, cámaras, reuniones
ASOCIACIONES Y ONG ●	Colaborar con aliados estratégicos	Participar de manera efectiva en desarrollo social, científico y tecnológico	Foros, reuniones, comités, redes sociales y sitio web

Relación con clientes

GRI 2-6, 2-29

En Sigma Foods construimos relaciones de largo plazo con nuestros clientes y estamos comprometidos a ofrecer el mejor servicio y apoyo mediante canales de comunicación abiertos para entender sus necesidades e inquietudes.

Nuestros productos están disponibles en más de +640 mil puntos de venta a nivel mundial a través de múltiples canales.

¿Quiénes son nuestros clientes?

CANAL MODERNO	Supermercados, hipermercados y tiendas de conveniencia.
CANAL TRADICIONAL	Tiendas de abarrotes y mercados especializados.
FOODSERVICE	Hoteles, restaurantes, cines, comedores industriales, hospitales, entre otros.
COMERCIO ELECTRÓNICO	Grillhouse por Sigma, Foodservice Go, Convy y Campofrío Health Care.

Programa de Excelencia con Clientes en México

Nuestro Programa de Excelencia con Clientes en México impulsa el desarrollo de nuestros clientes en el canal tradicional mediante consultoría y apoyo para equipar puntos de venta. Este programa cuenta con una aplicación con el mismo nombre dirigida a clientes de Sigma Foods, donde pueden encontrar promociones y concursos disponibles.

Centro de Servicio de Sigma Foods

Contamos con un Centro de Servicio en todas nuestras regiones que monitorea de cerca las necesidades e inquietudes de nuestros clientes y consumidores mediante una plataforma omnicanal. Los avances y resultados de este año fueron:

RESULTADOS DESTACADOS

REGISTROS MÉXICO

+ 370,000
interacciones atendidas

SOPORTE LATAM

15,419
interacciones

REGISTROS ESTADOS UNIDOS

+ 3,566
interacciones atendidas

TOTAL DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

5,621
encuestas realizadas en México

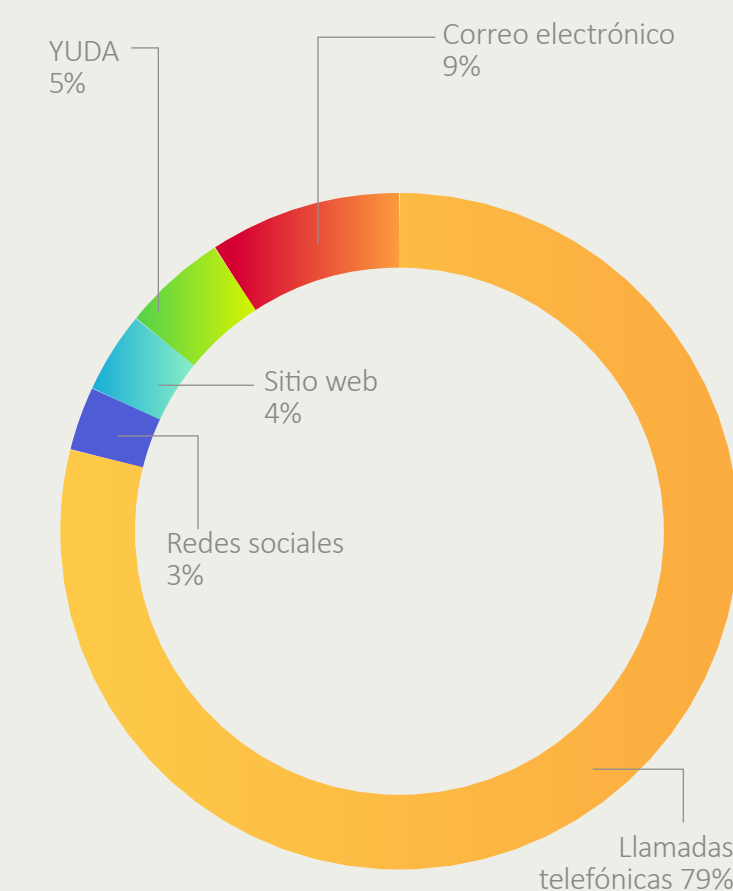
TOTAL DE LLAMADAS ATENDIDAS

94.8%
de las llamadas fueron atendidas por ejecutivos altamente capacitados para cada tipo de registro.

INTERACCIONES ATENDIDAS EN PRIMER CONTACTO

82%
de las interacciones fueron resueltas en el primer contacto; el resto recibió seguimiento oportuno con las áreas correspondientes.

% DE INTERACCIONES POR CANAL



COMENTARIOS DE INTERLOCUTORES

“El personal es amable, paciente y brinda orientación. El servicio es eficiente. La atención telefónica es ágil”.

NIVEL DE SERVICIO

96.29%
Los usuarios reportan estar satisfechos con la atención recibida en el centro de servicio, destacando la amabilidad y la capacidad para resolver dudas.

Certificaciones y membresías

GRI 2-28

ISO 14001

España: Bureba, Jaomnes Burgaleses, Villaverde, Caroli

Rumania: Pitesti

ISO 50001

Francia: Aoste, Maclas, Saint Symphorien

ISO 20400

Sigma Europa

EMPRESA FAMILIARMENTE RESPONSABLE (EFR)

España: todas las plantas certificadas

PAÍSES QUE TRABAJAN CON BIENESTAR ANIMAL*

- Bélgica
- Costa Rica
- Francia
- México
- Perú
- Portugal
- España
- Países Bajos
- Estados Unidos

SMETA

ESTADOS UNIDOS: Darlington

PAÍSES CON CERTIFICACIONES RECONOCIDAS POR GFSI:

- Bélgica
- Costa Rica
- República Dominicana
- Ecuador
- El Salvador
- Francia
- Alemania
- Guatemala
- Honduras
- México
- Países Bajos
- Nicaragua
- Perú
- Portugal
- Rumania
- España
- Estados Unidos

TIF **

FOSE Ciénega de Flores, FOSE Vigar FOSE Hermosillo, FOSE Res, Atitalaquia, CEISA, Chihuahua

IASSA, Linares, Nayar, Noreste, Occidente, Penjamo, Pizzas, Supremo, Tangamanga, Xalostoc

** Aplicable a operaciones en México dedicadas al procesamiento de carne.



* Países con operaciones certificadas y/o proveedores alineados con políticas de bienestar animal.

Desempeño y calificaciones ASG

Las calificaciones y evaluaciones ASG proporcionan una referencia externa clave para evaluar el desempeño de sostenibilidad de Sigma Foods. Permiten monitorear avances en temas prioritarios, comparar resultados con pares de la industria e incorporar aprendizajes estratégicos para la mejora continua. Estas evaluaciones también facilitan la identificación de mejores prácticas emergentes, destacan oportunidades de creación de valor financiero y no financiero, y refuerzan nuestro compromiso con una gestión transparente y responsable.



En 2025, nuestra calificación de riesgo de Sustainalytics se mantuvo por debajo del promedio de la industria, reflejando prácticas más sólidas de gestión de riesgos relacionadas con la sostenibilidad.

ÍNDICES Y CALIFICACIONES ASG	2025 Sigma Foods	2024 Sigma Foods
CSA de S&P Global	41	37
CDP Cambio climático	B	B
CDP Seguridad hídrica	B	B
CDP Evaluación de compromiso con proveedores (SEA)	A-	-
MSCI ESG Rating	BB	BBB

Acciones destacadas 2025

MEDIO AMBIENTE



US \$22

millones invertidos en iniciativas relacionadas con descarbonización.

447

toneladas de plástico virgen evitadas en empaques.

26%

de reducción en consumo de agua por tonelada producida vs. 2018.

24%

de reducción de emisiones de CO₂eq de nuestras plantas y flota de transporte por tonelada producida vs. 2015.

BIENESTAR



US \$30.3

millones invertidos en iniciativas de bienestar.

25.47

horas promedio de capacitación por colaborador.

22%

de los colaboradores con participación en voluntariado.

54%

de reducción en tasa de accidentes vs. 2018.

SALUD Y NUTRICIÓN



US \$35.5

millones invertidos en I+D.

98%

de nuestras plantas certificadas con GFSI (*Global Food Safety Initiative*).

+1,802

nuevos productos lanzados en los últimos 36 meses.

VALOR COMPARTIDO



82.5%

de compras fueron a proveedores responsables (80% del total de abastecimiento).

29,973

toneladas de alimentos donadas (2015–2025)

Nota: Incluye operaciones adquiridas y vendidas.

Progreso de compromisos de sostenibilidad 2025

GRI 2-23

PILARES DE ACCIÓN	COMPROMISO	META 2025 Y KPIS	PROGRESO 2025
MEDIO AMBIENTE	Acción climática	20% de reducción en las emisiones de CO ₂ eq relacionadas a nuestras plantas y flota de transporte propia, por tonelada producida de alimento (respecto a 2015).	<div style="width: 100%;"></div> 100%
	Gestión de agua	20% de reducción en el consumo de agua, por tonelada producida de alimento (respecto a 2018).	<div style="width: 100%;"></div> 100%
	Energía más limpia	67% de energía eléctrica generada a partir de fuentes más limpias o renovables en nuestras plantas.	<div style="width: 100%;"></div> 100%
BIENESTAR	Salud y seguridad	22% de reducción en la tasa de accidentes en nuestras operaciones (respecto a 2018).	<div style="width: 100%;"></div> 100%
	Desarrollo profesional	Aumento del 11% en el número de horas de capacitación por colaborador (respecto a 2018).	<div style="width: 100%;"></div> 100%
	Voluntariado	10% de colaboradores participando en actividades de voluntariado.	<div style="width: 100%;"></div> 100%
SALUD Y NUTRICIÓN	Innovación sostenible	Duplicar las ventas de los productos bajo el portafolio Salud y Bienestar* (respecto a 2019).	<div style="width: 87%;"></div> 87%
	Inocuidad alimentaria	100% de nuestras plantas con certificación avalada por GFSI (adquiridas hasta 2018).	<div style="width: 98%;"></div> 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.	<div style="width: 87%;"></div> 87%
VALOR COMPARTIDO	Abastecimiento responsable	80% de compras a proveedores con prácticas de sostenibilidad.	<div style="width: 100%;"></div> 100%
	Donación de alimentos	25,000 toneladas de alimento donadas (desde 2015).	<div style="width: 100%;"></div> 100%

* El portafolio Salud y Bienestar incluye productos lanzados en las áreas de Salud y Nutrición y Confianza y Sostenibilidad. La Compañía define innovación como productos lanzados en los últimos 36 meses.



Gobierno Corporativo



Consejo de Administración

GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-12-, 2-13, 2-14

Sigma Foods se adhiere al Código de Principios y Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo (CMPC) que ha estado vigente en México desde su creación en el año 2000 por iniciativa de las autoridades del mercado de valores del país. Este Código tiene como objetivo establecer un marco de referencia para el gobierno corporativo con el fin de fortalecer la confianza de los inversionistas en las empresas mexicanas.

Las compañías listadas en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V. – BMV están obligadas a revelar anualmente su nivel de cumplimiento con el CMPC mediante un cuestionario, el cual está disponible para el público inversionista tanto en el sitio web de la BMV como en el sitio web oficial de la Compañía.

A. Composición del Consejo de Administración

El Consejo de Administración de Sigma Foods está compuesto por 14 miembros propietarios, sin suplentes, de los cuales:

- 8 (57%) son miembros independientes.
- 4 (29%) son miembros propietarios independientes.
- 1 (7%) es miembro propietario relacionado.
- 1 (7%) no cuenta con clasificación específica, ya que ocupa el cargo de Director General en una empresa pública cuyo Consejo incluye al Director General de Sigma Foods.

Este informe, junto con el Informe Anual presentado a la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), brinda información detallada sobre todos los miembros del Consejo, incluyendo su estatus de independencia y los Comités en los que participan.



B. Comités de apoyo del Consejo

Para asegurar un desempeño eficaz, el Consejo de Administración cuenta con el apoyo de tres Comités:

- Comité de Auditoría
- Comité de Prácticas Societarias
- Comité de Planeación y Finanzas

El Comité de Auditoría y el Comité de Prácticas Societarias están compuestos exclusivamente por miembros independientes, reforzando los principios de transparencia y rendición de cuentas. El Comité de Finanzas está integrado por personas con experiencia y conocimiento relevantes en materia financiera.

C. Sesiones del Consejo

El Consejo de Administración se reúne al menos cuatro veces al año. Estas reuniones pueden ser convocadas por el Presidente del Consejo, los Presidentes de los Comités, el Secretario o por al menos el 25% de los miembros del Consejo de Administración.

Al menos una de estas reuniones anuales está específicamente dedicada a la definición de la estrategia de mediano y largo plazo de la Compañía, asegurando un enfoque sostenible y con enfoque a futuro.

D. Gestión de conflictos de interés y participación

Los miembros del Consejo están obligados a informar al Presidente del Consejo sobre cualquier conflicto de interés que pueda surgir de su participación en determinadas actividades del Consejo y deben abstenerse de participar en las deliberaciones correspondientes.

En 2025, la asistencia promedio a las reuniones del Consejo fue de 96.15%, mientras que el Comité de Auditoría y el Comité de Prácticas Societarias alcanzaron una asistencia del 100%.

E. Funciones del Comité de Auditoría

El Comité de Auditoría analiza y formula recomendaciones al Consejo sobre temas clave, tales como:

- Selección y determinación de la compensación del auditor externo
- Coordinación con el departamento de auditoría interna
- Revisión de políticas contables
- Supervisión de temas ambientales, sociales y de gobernanza (ASG)
- Asuntos de riesgo y cumplimiento

F. Sistemas de control interno

Sigma Foods cuenta con sistemas robustos de control interno, y el Comité de Auditoría revisa sus directrices generales para emitir su opinión. La efectividad de estos sistemas se valida por una firma externa de auditoría, la cual también proporciona informes detallados de desempeño.

G. Funciones del Comité de Planeación y Finanzas

Este Comité evalúa temas relacionados con su especialidad y asesora al Consejo en temas como:

- Viabilidad de proyectos de inversión
- Posicionamiento estratégico de la Compañía
- Consistencia en las políticas de inversión y financiamiento
- Revisión de proyectos de inversión propuestos

H. Funciones del Comité de Prácticas Societarias

El Comité de Prácticas Societarias proporciona recomendaciones al Consejo sobre temas relacionados con:

- Condiciones de contratación y separación de altos directivos
- Políticas de compensación
- Planes de sucesión y cartas de reemplazo

I. Comunicación con accionistas e inversionistas

Sigma Foods cuenta con un equipo dedicado a gestionar la comunicación con accionistas e inversionistas, asegurando el acceso oportuno a información financiera y estratégica. Este esfuerzo permite a los grupos de interés evaluar de manera transparente el avance de la Compañía en el cumplimiento de sus objetivos y actividades.



Consejo de Administración

GRI 2-11, 2-17, 405-1

MARÍA TERESA ARNAL

Consejera independiente

Miembro del Consejo en Sigma Foods desde marzo de 2025. Miembro del Consejo Consultivo de Sigma desde abril de 2022. Más de 25 años de experiencia en empresas de tecnología como Google, Twitter y Microsoft.

Educación: Licenciatura en Ingeniería Industrial por la Universidad Católica Andrés Bello en Venezuela y MBA por Columbia Business School.

Tipo de miembro: Independiente.

DIEGO CALDERÓN ROJAS

Director General de Grupo Franca

Miembro del Consejo en Sigma Foods desde marzo de 2025. Miembro del Consejo Consultivo de Sigma desde abril de 2022. Forma parte de los Consejos de Grupo Franca, FEMSA (suplente) y CAPROBI (Cámara de Propietarios de Bienes Raíces de Nuevo León).

Educación: Licenciatura en Finanzas por el Tecnológico de Monterrey, MBA por UCLA Anderson.

Tipo de miembro: Propietario independiente.

BRENDA GARZA SADA

Consejera independiente

Miembro del Consejo en Sigma Foods desde marzo de 2025. Miembro del Consejo Consultivo de Sigma desde abril de 2022. Miembro del Consejo Internacional del Harrington Institute.

Tipo de miembro: Propietario independiente.

ENRIQUE CASTILLO SÁNCHEZ MEJORADA

Director General de Tejocotes 134, S.C.

Miembro del Consejo en Sigma Foods desde marzo de 2010. Forma parte de los Consejos de Southern Copper Corporation, Grupo Herdez, Médica Sur, Grupo Invekra, Alpek, Flo Networks, Inc., y CNP Assurances Paris. Experiencia en Finanzas, Inversiones, Banca, Auditoría y Gestión de Riesgos.

Educación: Licenciatura en Administración de Empresas por la Universidad Anáhuac, Campus Ciudad de México.

Tipo de miembro: Independiente.

Responsabilidades en el Consejo: presidente del Comité de Prácticas Societarias y miembro del Comité de Auditoría.

ÁLVARO FERNÁNDEZ GARZA

Presidente del Consejo de Sigma Foods, S.A.B. de C.V.

Miembro del Consejo en Sigma Foods desde abril de 2005. Presidente de los Consejos de Alpek, Nematik, Controladora Axtel y la Universidad de Monterrey (UDEM). Copresidente del Consejo de Axtel. Miembro de los Consejos de Cydsa, Vitro y del Consejo Mexicano de Negocios (CMN). Experiencia en los sectores Industrial, Alimentos y Bebidas, Petroquímico, Automotriz y Telecomunicaciones.

Educación: Licenciatura en Economía por la Universidad de Notre Dame, Maestría en Administración de Empresas por el Tecnológico de Monterrey y MBA de la Universidad de Georgetown.

Tipo de miembro: Propietario relacionado.

Responsabilidades en el Consejo: miembro del Comité de Planeación y Finanzas.

ARMANDO GARZA SADA

Inversionista

Miembro del Consejo en Sigma Foods desde abril de 1990. Miembro de los Consejos de Alpek, Axtel, Consejo Regional del Banco de México, BBVA México, Lamosa, Liverpool y Nematik. Experiencia en los sectores Industrial, Alimentos y Bebidas, Petroquímico, Telecomunicaciones y Automotriz, así como en Planeación Estratégica.

Educación: Licenciatura en Ingeniería por MIT y MBA por la Universidad de Stanford.

Tipo de miembro: Propietario independiente.

Responsabilidades en el Consejo: miembro del Comité de Planeación y Finanzas.

CLAUDIO X. GONZÁLEZ LAPORTE

Presidente del Consejo de Kimberly-Clark México, S.A.B. de C.V.

Miembro del Consejo en Sigma Foods desde diciembre de 1987. Miembro de los Consejos de Fondo México, Grupo México y Grupo Carso. Consultor de Fondo Capital y Director Emérito de General Electric Company. Experiencia en Finanzas y en el sector de productos de consumo.

Educación: Licenciatura en Ingeniería Química por la Universidad de Stanford.

Tipo de miembro: Independiente.

Responsabilidades en el Consejo: miembro del Comité de Prácticas Societarias.



DAVID MARTÍNEZ GUZMÁN

Fundador y Director de Fintech Advisory Inc.

Miembro del Consejo en Sigma Foods desde marzo de 2010. Miembro de los Consejos de Cemex, ICATEN y Vitro. Experiencia en Finanzas, Inversiones y Telecomunicaciones.

Educación: Licenciatura en Ingeniería Mecánica y Eléctrica por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y MBA por Harvard Business School.

Tipo de miembro: Independiente.

Responsabilidades en el Consejo: miembro del Comité de Planeación y Finanzas.

EDUARDO PADILLA SILVA

Consultor independiente y miembro de Consejo

Miembro del Consejo en Sigma Foods desde marzo de 2025. Miembro del Consejo Asesor de Sigma desde abril de 2022. Miembro de los Consejos de Grupo Coppel, Lamosa, Proeza y Signature Aviation.

Educación: Licenciatura en Ingeniería Mecánica por el Tecnológico de Monterrey y MBA por la Universidad de Cornell.

Tipo de miembro: Independiente.

ALEJANDRO RUÍZ FERNÁNDEZ

Consejero independiente

Miembro del Consejo en Sigma Foods desde marzo de 2025. Miembro del Consejo Consultivo de Sigma desde abril de 2022.

Tipo de miembro: Propietario independiente.

ALEJANDRA PALACIOS PRIETO

Consejera independiente en estrategia de negocio, fusiones y adquisiciones y cumplimiento regulatorio

Miembro del Consejo en Sigma Foods desde mayo de 2024. Miembro de los Consejos de Grupo Aeroportuario del Pacífico, BBVA México, Escuela de Ciencias Sociales y Gobierno del Tecnológico de Monterrey, y del International Women's Forum (IWF), capítulo México. Experiencia en Administración, Planeación Estratégica, Fusiones y Adquisiciones, Cumplimiento Regulatorio y Competencia Económica.

Educación: Licenciatura en Economía y MBA por el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), Maestría en Administración Pública y Políticas Públicas por el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), y Maestría en Derecho (LLM) por la Universidad de California, Berkeley.

Tipo de miembro: Independiente.

ANTHONY PRALLE

Exsocio y Director General de Boston Consulting Group (BCG), Consumo y Operaciones en España

Miembro del Consejo en Sigma Foods desde marzo de 2025. Miembro del Consejo Consultivo de Sigma desde abril de 2022. Miembro de los Consejos de Fremman Capital, Look Cycle, Replika Software, Smile and Learn y Sherborne Schools Group.

Tipo de miembro: Independiente.

ADRIÁN G. SADA CUEVA

Presidente del Consejo y Director General de Vitro, S.A.B. de C.V.

Miembro del Consejo en Sigma Foods desde marzo de 2021. Miembro de los Consejos de Nemak, Vitro, el Consejo Mexicano de Negocios (CMN), la Universidad de Monterrey (UEM) y Organización Vida Silvestre. Experiencia en Administración, Finanzas, Planeación Estratégica, Fusiones y Adquisiciones, Operaciones y sector Automotriz.

Educación: Licenciatura en Administración de Empresas por el Tecnológico de Monterrey y MBA por la Universidad de Stanford.

Responsabilidades en el Consejo: miembro del Comité de Planeación y Finanzas.

RICARDO SALDÍVAR ESCAJADILLO

Presidente del Consejo del Tecnológico de Monterrey

Miembro del Consejo en Sigma Foods desde marzo de 2025. Miembro del Consejo Consultivo de Sigma desde abril de 2022. Miembro de los Consejos de Axtel, FEMSA y GIS. Expresidente y Director General de The Home Depot México.

Educación: Licenciatura en Ingeniería Mecánica Administrativa por el Tecnológico de Monterrey, Maestría en Ciencias en Ingeniería de Sistemas por Georgia Tech y diplomado en Alta Dirección por IPADE Business School.

Tipo de miembro: Independiente.

CARLOS JIMÉNEZ BARRERA

Secretario del Consejo de Administración



Equipo directivo

El equipo directivo de Sigma Foods desempeña un papel fundamental en la dirección y éxito de la organización. Son profesionales con amplia experiencia en sus áreas, que trabajan de manera colaborativa para definir lineamientos estratégicos y tomar decisiones clave que respaldan el desarrollo y crecimiento sostenible de la Compañía.



ÁLVARO FERNÁNDEZ GARZA

Presidente del Consejo de Sigma Foods

34 años en Sigma Foods. Egresado de la Universidad de Notre Dame. Maestría en el Tecnológico de Monterrey y en la Universidad de Georgetown.



RODRIGO FERNÁNDEZ MARTÍNEZ

Director General de Sigma Foods

27 años en Sigma Foods. Egresado de la Universidad de Virginia. Maestría en Wharton.



EDUARDO ALBERTO ESCALANTE CASTILLO

Director de Finanzas, Capital Humano y Servicios de Sigma Foods

38 años en Sigma Foods. Egresado del Tecnológico de Monterrey. Maestría en la Universidad de Stanford.

EUGENIO CABALLERO SADA

Director General de Sigma México



Nacido en 1979. Se incorporó a Sigma Foods en 2002. Antes de su cargo actual, ocupó posiciones como Director de Finanzas y Marketing Central, Director de Estrategia y Marcas, y Director de Quesos, Cremas y Untables, entre otros. Es miembro del Consejo de CONMÉXICO, Vicepresidente de CAINTRA Nuevo León. Cuenta con Licenciatura en Ingeniería Mecánica y Administración por el Tecnológico de Monterrey y MBA por la Universidad de Harvard.

JUAN IGNACIO AMAT MARTÍNEZ

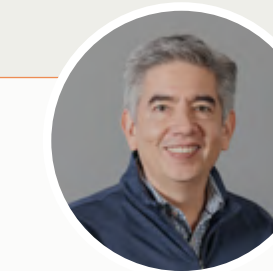
Director General de Sigma Europa



Nacido en 1974. Se incorporó a Sigma Foods en 2024. Cuenta con más de 20 años de experiencia en empresas de bienes de consumo en Europa, con responsabilidades en las áreas de mercadotecnia, comercial y finanzas. Entre sus cargos anteriores, se desempeñó como Vicepresidente y Director General de Nutrición en PepsiCo para Europa Occidental y África Subsahariana, así como Presidente para Europa y miembro del Comité Ejecutivo del grupo cafetero JDE Peet's. Es miembro de la Junta Directiva de la Asociación Europea de Marcas (AIM). Es Ingeniero Industrial de la Universidad Politécnica de Madrid y cuenta con una Maestría por INSEAD en Fontainebleau, Francia.

SERGIO JAVIER RAMOS SANTOS

Director General de Sigma LATAM



Nacido en 1965. Ingresó a Nemark en 1988 y en 1993 se incorporó a Sigma Foods. Antes de su cargo actual ocupó la Vicepresidencia Operativa y la Vicepresidencia Ejecutiva de Ventas y Mercadotecnia en Sigma Estados Unidos. Estudió Ingeniería Industrial en el Tecnológico de Monterrey y tiene una Maestría en Administración de la Universidad de Texas en Austin.

DANIEL EUGENIO ALANÍS HERNÁNDEZ

Director de Nuevas Vías de Crecimiento



Nacido en 1979. Se incorporó a Sigma en 2021. Antes de su cargo actual, trabajó durante 14 años en Boston Consulting Group (BCG), donde fue Director General y Partner. Lideró proyectos estratégicos en la industria de bienes de consumo. Cuenta con Licenciatura en Ingeniería Mecánica por el Tecnológico de Monterrey y Maestría en Ingeniería Mecánica y MBA por Universidad de Michigan.

JESÚS ALBERTO LOBO GÓMEZ

Director General de Sigma Estados Unidos



Nacido en 1975. Antes de su cargo actual, ocupó cargos ejecutivos, incluyendo Vicepresidente Operativo de Sigma Estados Unidos, Vicepresidente Ejecutivo de Ventas, Marketing e Investigación y Desarrollo de Sigma Estados Unidos, Vicepresidente de Mercadotecnia Sigma México y Vicepresidente de Sigma Perú. Estudió Licenciatura en Mercadotecnia en el Tecnológico de Monterrey y tiene Maestría en Administración de la Universidad de Cornell.

GERARDO CÁRCOBA OLIVARES

Director General de FoodService



Nacido en 1970. Se incorporó a Sigma en 2001. Antes de su cargo actual, ocupó, la Vicepresidencia de Ventas, Vicepresidencia de Yogur, Vicepresidencia de Queso, la Dirección de Marketing en Estados Unidos, y la Dirección de Mercadotecnia de Carnes Frías, así como otras posiciones en el desarrollo de nuevos productos y negocios. Estudió Ingeniería Industrial y Sistemas en el Tecnológico de Monterrey y tiene una Maestría en Administración de la Escuela de Negocios DUXX.

GREGORIO JOSÉ DE HAENE ROSIQUE

Director de Tecnología y Sostenibilidad



Nacido en 1959. Se incorporó a Sigma en 1982. Antes de su cargo actual, ocupó la Dirección de Investigación y Desarrollo y ha desempeñado diversos cargos en áreas como aseguramiento de calidad, ingeniería y sostenibilidad. Estudió Ingeniería Bioquímica en el Tecnológico de Monterrey y cuenta con Maestría en Dirección de Empresas por la misma institución. Adicionalmente, realizó estudios en Administración Técnica y de Negocios en Stanford y en el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT).

ANA MARÍA HENAO PALACIO

Directora Global de Mercadotecnia



Se incorporó a Sigma Foods en 2025. Especialista en mercadotecnia global con más de 25 años de experiencia en empresas como Procter & Gamble, PepsiCo y Microsoft. Ha ejercido roles locales (Estados Unidos), regionales (Américas) y globales incluyendo diferentes tipos de canales de distribución y en categorías masivas, de lujo y tecnología.

ROBERTO ROLANDO OLIVARES LÓPEZ

Director de Finanzas de Sigma Foods



Nacido en 1985. Se incorporó en 2008 e ingresó a Sigma en 2014. Antes de su cargo actual ocupó la Vicepresidencia de Finanzas y la Gerencia de Abastecimiento Estratégico, así como otros puestos en planeación financiera y gestión de riesgos. Estudió Licenciatura en Economía en la Universidad de Monterrey y tiene Maestría en Administración en la Escuela de Negocios de la Universidad de Duke.

BEATRIZ PATRÓN GUERRERO

Directora de Talento y Cultura



Nacida en 1977. Se incorporó en a Sigma Foods en 2005. Antes de su cargo actual fue Directora de Capital Humano y lideró el área de Compensaciones y Beneficios. Además, fungió como Gerente de Comidas Preparadas y Gerente General de Delicatessen. Estudió Licenciatura en Comercio Internacional con especialidad en Agronegocios en el Tecnológico de Monterrey y tiene Maestría por el IPADE.

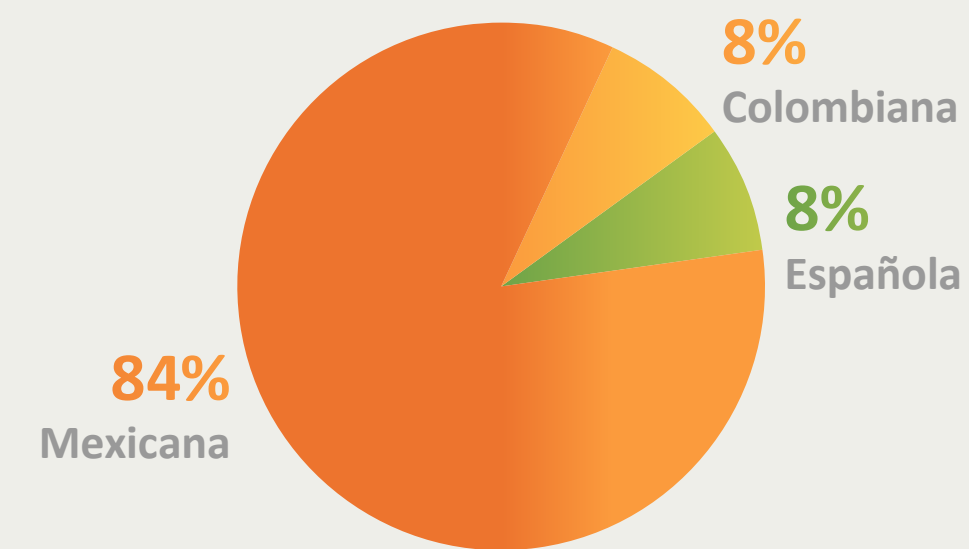
ALEJANDRO SUÁREZ FUENTES

Director de Tecnologías de la Información

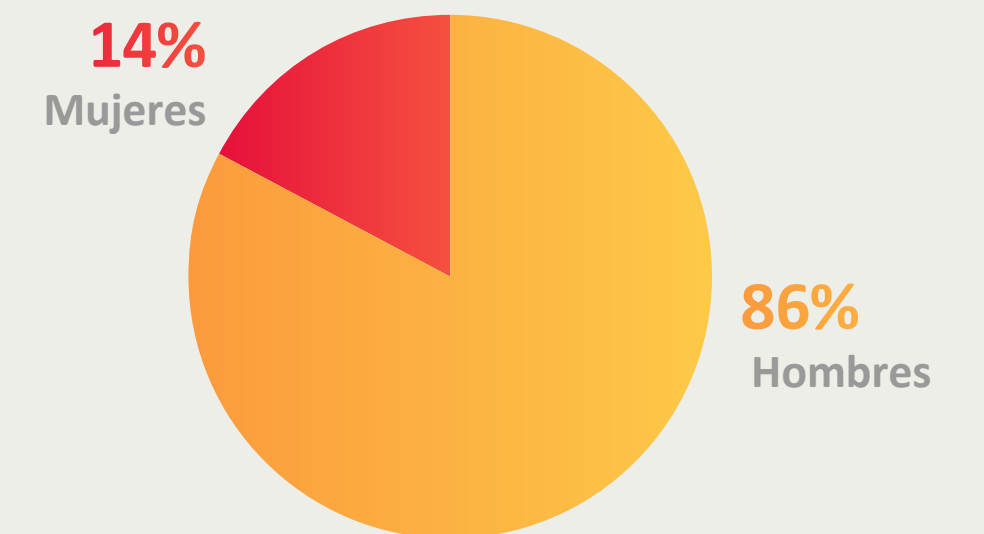


Nacido en 1964. Se incorporó a Sigma Foods en 1991. Antes de su cargo actual, fungió como Vicepresidente de Planeación Estratégica, Vicepresidente de Carnes Frías de México, Vicepresidente de Fusiones y Adquisiciones, Vicepresidente Caribe, Gerente de Logística y Distribución, así como otros puestos en operaciones, planeación y proyectos estratégicos. Estudió Ingeniería Industrial en el Tecnológico de Monterrey y tiene Maestría en Ciencias de la Investigación de Operaciones en la Universidad George Washington.

DIVERSIDAD DE NACIONALIDADES



DIVERSIDAD DE GÉNERO



Gobernanza de sostenibilidad

GRI 2-12, 2-13, 2-14, 2-24, 2-25

Para asegurar la ejecución de nuestra estrategia de sostenibilidad, garantizar la rendición de cuentas y cumplir con nuestros compromisos ASG, Sigma Foods cuenta con un equipo robusto a nivel global con conocimiento especializado en temas de sostenibilidad.

Nuestro Director de Tecnología y Sostenibilidad (CTSO) es responsable de liderar todas las iniciativas clave para avanzar en la estrategia y los objetivos. Esta posición reporta directamente al Director General y coordina al equipo central de sostenibilidad, el cual consolida la estrategia, establece lineamientos y apoya a las áreas operativas mediante capacitación, servicios de asesoría, evaluaciones tecnológicas, monitoreo del desempeño y reportes ASG a los grupos de interés clave. Para fortalecer aún más esta función, contamos con una comunidad de más de 350 colaboradores con experiencia especializada en sostenibilidad, lo que asegura la ejecución efectiva de la estrategia y el cumplimiento de nuestros objetivos ASG.

Los indicadores de desempeño en sostenibilidad se revisan con el Consejo al menos una vez al año y con el equipo directivo de manera trimestral. Adicionalmente, el equipo central de Estrategia e Informe de Sostenibilidad presenta actualizaciones trimestrales a los equipos ejecutivos locales, embajadores de sostenibilidad y grupos de trabajo regionales.



Gestión de riesgos

GRI 2-12, 2-13, 2-16

Sigma Foods lleva a cabo una evaluación anual de riesgos a nivel compañía liderada por el Director de Finanzas a través de los equipos centrales de Control Interno y Auditoría Interna. El primero supervisa la identificación, evaluación y monitoreo de riesgos, mientras que el segundo revisa la efectividad de nuestros procesos de gestión de riesgos, incluyendo riesgos emergentes. También asegura la alineación con expectativas legales, regulatorias y de gobernanza. Como resultado, se desarrollan planes de mitigación por parte de las áreas correspondientes con base en la naturaleza y causa raíz de cada riesgo.

Los resultados de este proceso incluyen riesgos relacionados con ASG, los cuales se presentan al Comité de Auditoría del Consejo de Administración. El Comité supervisa el avance de los riesgos más críticos y evalúa la adecuación de los planes de mitigación propuestos.

Auditoría Interna desempeña un papel central en la protección de los activos humanos, financieros, físicos y reputacionales de la organización. Asimismo, asesora sobre mejores prácticas de gobernanza y control interno, evalúa la confiabilidad de la información reportada e incorpora riesgos ASG en sus programas de auditoría y revisión.

PROCESO DE GESTIÓN DE RIESGOS



IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS

Sigma Foods recopila información de los grupos de interés, incluidos colaboradores, equipo directivo y externas, para identificar riesgos potenciales. Este paso implica analizar datos históricos, reportes de la industria y realizar análisis de escenarios.



ANÁLISIS DE RIESGOS

Los riesgos identificados se analizan para comprender su impacto potencial y probabilidad. Sigma Foods utiliza métodos cualitativos y cuantitativos para evaluar la severidad y probabilidad de cada riesgo.



EVALUACIÓN DE RIESGOS

Los riesgos analizados se priorizan con base en su impacto potencial en la organización, lo que permite a la Compañía enfocarse en los riesgos más críticos que requieren atención inmediata.



MITIGACIÓN DE RIESGOS

Sigma Foods desarrolla estrategias y acciones para mitigar los riesgos identificados. Esto incluye la implementación de controles, el desarrollo de planes de contingencia y la adopción de medidas preventivas para reducir la probabilidad o el impacto de los riesgos.



MONITOREO Y REVISIÓN

El proceso de gestión de riesgos es continuo, con identificación y revisión constante de riesgos y evaluación de la efectividad de las medidas de mitigación. Esto asegura que los riesgos nuevos y existentes sean identificados oportunamente y gestionados o mitigados adecuadamente.



COMUNICACIÓN Y REPORTE

La comunicación y el reporte de las actividades y resultados de gestión de riesgos a los grupos de interés son esenciales. Esto asegura la transparencia y ayuda a construir confianza. Los riesgos se comunican a directivos y áreas funcionales. De manera anual, los riesgos se documentan en la herramienta de inventario de riesgos, la cual es supervisada por el Comité de Auditoría.



Todo el proceso de gestión de riesgos involucra diversas áreas funcionales en distintas geografías. El proceso cubre un amplio rango de riesgos, incluyendo procesos, suministro, financieros, comerciales, de TI, legales, así como la evolución de factores ambientales, sociales y de gobernanza, entre otros. El plan de mitigación para cada uno considera su naturaleza, probabilidad e impacto potencial, así como el horizonte temporal y los responsables de su gestión. Los riesgos más relevantes identificados incluyen:

ÁREA	DESCRIPCIÓN	MEDIDAS DE MITIGACIÓN
Talento y Cultura	Impacto de reformas laborales (México)	<ul style="list-style-type: none"> Definición de estrategias de gestión de capital humano para minimizar impactos financieros.
Finanzas	Pérdida de autofinanciamiento con proveedores por cambios regulatorios (Europa)	<ul style="list-style-type: none"> Monitoreo del desempeño financiero Evaluación de alternativas para optimizar el capital de trabajo
Marketing	Incremento del poder de negociación de clientes y penetración de marcas propias (LATAM)	<ul style="list-style-type: none"> Monitoreo de participación de mercado para desarrollar estrategias específicas Desarrollo de nuevos productos Impulso a innovación diferenciada para consumidores y clientes
I+D	Oportunidad en trazabilidad de producto terminado en caso de activarse un retiro de producto (Global)	<ul style="list-style-type: none"> Mejora en control de materias primas y digitalización de documentación Implementación de herramientas tecnológicas Estandarización de procesos Evaluación de limpieza
Compras	Disrupción en suministro por dependencia de proveedores únicos (México)	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de nuevos proveedores y registro de sustitutos de acuerdo con un plan definido Evaluación de proveedores
Compras	Impacto en cadena de suministro por conflictos políticos (Global)	<ul style="list-style-type: none"> Monitoreo de situación Definición de protocolos de acción Evaluación de impacto financiero Desarrollo de nuevos proveedores
TI	Disrupción por ciberataques (Global)	<ul style="list-style-type: none"> Asegurar la instalación adecuada y oportuna de EDR (protección de <i>endpoints</i>) en todos los dispositivos. Definir y probar planes de respuesta a incidentes críticos. Mantener una coordinación efectiva con el equipo del SOC (Centro de Operaciones de Seguridad) para atender incidentes.
Finanzas	Escasez o incremento de costos de carne por enfermedades animales (Global)	<ul style="list-style-type: none"> Diversificar proveedores en distintos países para las categorías de pollo, pavo y cerdo. Realizar compras anticipadas para asegurar inventarios. Monitoreo del mercado. Procesos de licitación global.
Sostenibilidad	Impacto por cambios regulatorios ASG	<ul style="list-style-type: none"> Reducción de emisiones directas e indirectas Continuar proyectos de energía, refrigerantes, agua y empaques Preparar reportes no financieros requeridos por la regulación local
Sostenibilidad	Impacto a la continuidad del negocio por cambio climático (Global)	<ul style="list-style-type: none"> Documentar y actualizar los protocolos de acción Definir y cumplir con proyectos de inversión y evaluar su eficiencia

RIESGOS RELACIONADOS CON EL CLIMA

Sigma Foods utiliza herramientas digitales (como Aqueduct y Waterplan®) para monitorear los riesgos climáticos a los que están expuestas sus operaciones, particularmente sus plantas de producción. A través de estas tecnologías, la Compañía fortalece su capacidad para anticipar, priorizar y mitigar los posibles impactos asociados al cambio climático.

Con el fin de reforzar este enfoque, Sigma Foods actualizó su marco global de gestión hídrica para evaluar tanto riesgos relacionados como no relacionados con el cambio climático en sus instalaciones productivas. Este marco está diseñado para identificar ubicaciones prioritarias y orientar las inversiones en materia de agua de manera estratégica. Asimismo, se rige por cinco criterios clave que aseguran una asignación eficiente de recursos y respaldan la sostenibilidad operativa a largo plazo.



RIESGO	DESCRIPCIÓN DEL RIESGO E IMPACTO EN EL NEGOCIO	PLAN DE ACCIÓN	ESCENARIO CLIMÁTICO
Pérdida de participación de mercado por no cumplir con las demandas de clientes que buscan proveedores alineados con el objetivo global de limitar el calentamiento a 1.5 °C.	Debido a la necesidad de limitar el aumento de la temperatura global a 1.5 °C, la organización enfrenta requerimientos de clientes para alinearse con esta trayectoria. El incumplimiento de esta expectativa podría resultar en una disminución de ventas por pérdida de participación de mercado o impactos reputacionales.	Proyectos de descarbonización en operaciones propias y en la cadena de valor.	
Interrupción de operaciones debido a eventos climáticos extremos vinculados al cambio climático.	Los desastres naturales intensificados por el cambio climático pueden impactar severamente nuestros activos, generando reparaciones, interrupciones en la producción e incluso la reubicación de operaciones. Estos desastres naturales incluyen, entre otros, ciclones, tornados, incendios forestales, inundaciones, huracanes, olas de frío, etc.	Protección de operaciones y activos mediante pólizas de seguros.	<ul style="list-style-type: none"> Se asume un escenario de continuar con el negocio sin cambios o pesimista, donde las temperaturas aumentan, los desastres naturales se intensifican y los riesgos crónicos se materializan. Escenario de altas emisiones (RCP 8.0 / SSP5): Se estiman incrementos de temperatura global entre 3.3 y 5.7 °C para 2100.
Incremento en la demanda de energía debido al aumento de temperaturas causado por el cambio climático.	Somos una empresa que requiere una cadena de frío ininterrumpida para mantener la calidad e inocuidad de los productos alimenticios, por lo cual podemos necesitar una mayor demanda de energía para preservar la temperatura de nuestros productos. Esto podría impactar los costos operativos debido al incremento en el consumo de electricidad.	Implementación de tecnologías más eficientes.	<ul style="list-style-type: none"> Se define un escenario optimista de descarbonización, en el cual los grupos de interés tienen expectativas más estrictas y ambiciosas, lo que implica un ritmo más acelerado de descarbonización. Escenario de bajas emisiones (RCP 2.6 / SSP1): se realizan esfuerzos hacia la transición climática, resultando en un incremento de temperatura global de entre 1.5 y 2.4 °C para 2100.
Impactos en la cadena de suministro debido a las consecuencias de desastres naturales que se intensifican por el cambio climático.	Los cambios en los patrones climáticos pueden afectar nuestra cadena de valor de distintas maneras. Por ejemplo, la escasez de materias primas debido a sequías prolongadas que dañan los cultivos, o incluso el aumento de enfermedades zoonóticas causado por cambios en la migración de aves silvestres, acelerando la evolución de virus. Las interrupciones o alteraciones en nuestra cadena de valor pueden derivar en un incremento en el costo de los insumos debido a su menor disponibilidad.	Fortalecer las relaciones con proveedores que tengan prácticas de gestión de riesgos climáticos y desarrollar planes de colaboración para asegurar un suministro resiliente frente al cambio climático.	
Impacto en la continuidad operativa debido a la reducción en la disponibilidad de agua.	El cambio climático puede intensificar sequías y olas de calor, afectando la oferta y demanda de agua y potencialmente impulsando regulaciones más estrictas. El acceso limitado a recursos hídricos puede generar interrupciones operativas, reducir la capacidad de producción o incrementar costos.	Implementar tecnologías para mejorar la gestión del agua y planificar el aumento de la capacidad productiva considerando la disponibilidad de agua.	

Ética e integridad

GRI 2-15, 2-16, 2-23, 2-24

Código de Conducta

Sigma Foods reafirma su compromiso de operar con los más altos estándares éticos. En 2025, el Código de Conducta se mantuvo vigente como base del marco ético y de cumplimiento. Este Código está alineado con principios internacionales de conductas de negocio responsables.

[Visita nuestro Código de Conducta aquí.](#)



El Código de Conducta de Sigma Foods incluye los siguientes principios:

- 1 Llevar a cabo las actividades de negocio con honestidad.
- 2 Respetar la dignidad y los derechos de los colaboradores mediante un trato justo y honesto.
- 3 Proteger la salud y la seguridad de los colaboradores y de las comunidades donde opera la Compañía, dada la naturaleza inherente de sus actividades.
- 4 Evitar cualquier forma de discriminación, acoso, amenaza o abuso en el trato hacia los colaboradores. Prohibir el trabajo infantil.
- 5 Cumplir con las leyes y regulaciones de los países donde opera.
- 6 Evitar actos de corrupción, en cualquiera de sus formas.
- 7 Evitar situaciones que puedan generar conflictos de interés en la relación entre los colaboradores y la Compañía.
- 8 Proteger y hacer un uso adecuado de los activos tangibles e intangibles de la Compañía.
- 9 No disponer de los activos de la Compañía para beneficio personal en ninguna circunstancia.
- 10 Generar información operativa y financiera veraz.
- 11 Proteger el medio ambiente y hacer un uso racional de los recursos naturales en el desarrollo de las actividades de negocio.
- 12 Evitar la participación de la Compañía, así como el uso de sus activos o imagen, en actividades político-partidistas.

Adicionalmente, la Compañía se adhiere a los estándares de derechos humanos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), reafirmando su compromiso de prevenir todas las formas de discriminación, prohibiendo estrictamente el trabajo infantil, el trabajo forzado, la explotación, el abuso o la coerción, y salvaguardando el derecho a la libertad de asociación y a la negociación colectiva.

Para asegurar el cumplimiento de estos principios, la Compañía capacita a sus colaboradores en temas como la prohibición de prácticas de competencia desleal, el cumplimiento legal, la prevención y gestión de conflictos de interés, prácticas anticorrupción, protección de la privacidad de datos y de la propiedad intelectual, diversidad, equidad e inclusión, entre otros. Asimismo, contamos con programas y campañas de comunicación interna a través de correo electrónico, intranet y materiales visuales para fortalecer el conocimiento y la adherencia a los principios del Código de Conducta. A todos los colaboradores se les solicita firmar el Código Global de Conducta como parte de su proceso de incorporación y volver a firmarlo de manera periódica posteriormente.

Sigma Foods requiere que sus proveedores y socios de negocio actúen y se conduzcan dentro del marco establecido por los principios generales incluidos en nuestro Código de Conducta y en el Código de Abastecimiento Responsable.

Anticorrupción

La Compañía promueve el valor moral de la honestidad y respeta plenamente todas las leyes y regulaciones anticorrupción aplicables. No aceptamos, participamos, autorizamos, prometemos ni inducimos ningún acto de corrupción, ya sea de manera directa o a través de terceros. Incluso la oferta o promesa de cualquier forma de compensación, independientemente de que la acción se lleve a cabo o no, constituye un acto de corrupción. Sigma Foods asegura el estricto cumplimiento de la normativa anticorrupción en cada país donde opera.

Políticas ASG

Sigma Foods mantiene un conjunto integral de políticas globales ASG que establecen los principios, estándares y expectativas que rigen nuestro desempeño ambiental, social y de gobernanza. Estas políticas proporcionan un marco consistente en todas las operaciones, orientando la toma de decisiones, la gestión de riesgos, la conducta ética, los derechos humanos, la gestión ambiental y el cumplimiento normativo. Al establecer estándares globales claros, aseguramos la alineación entre regiones, al mismo tiempo que reforzamos la rendición de cuentas, la transparencia y la creación de valor a largo plazo.



AMBIENTALES

- Política de Agua
- Política de Emisiones GEI



SOCIALES

- Política de Nutrición
- Política de Calidad e Inocuidad
- Política de Desarrollo de Productos
- Política de Salud y Seguridad
- Política de Prevención del Acoso y la Discriminación
- Política de Diversidad, Equidad e Inclusión
- Política de Mercadotecnia Responsable
- Involucramiento Responsable en el desarrollo de Políticas Públicas



GOBERNANZA

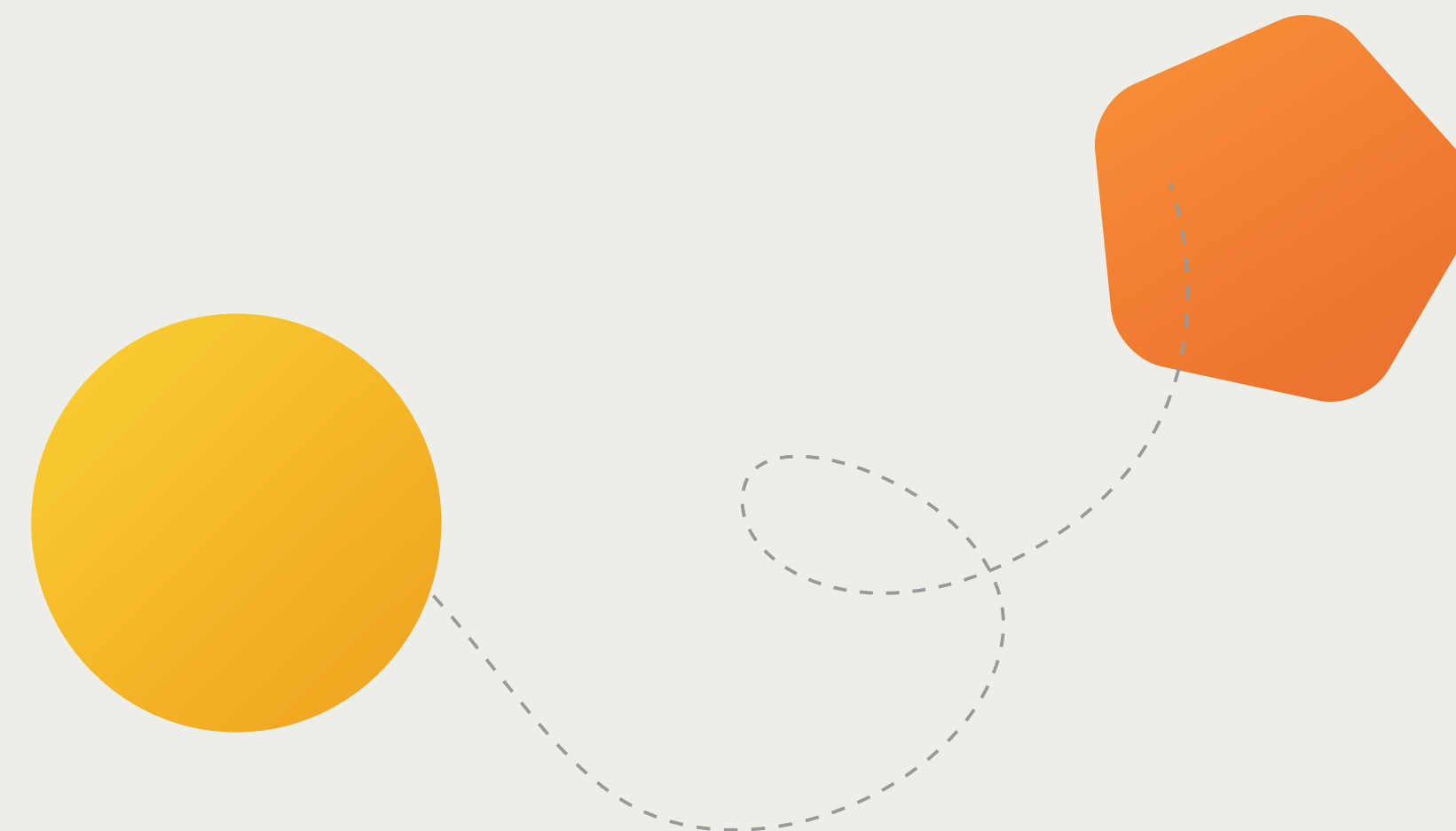
- Política de Factores Ambiental, Social y de Gobernanza
- Política Anticorrupción
- Política de Conflictos de Interés
- Código de Abastecimiento Responsable
- Política de Ciberseguridad
- Política Fiscal
- Bienestar Animal

Línea de Transparencia

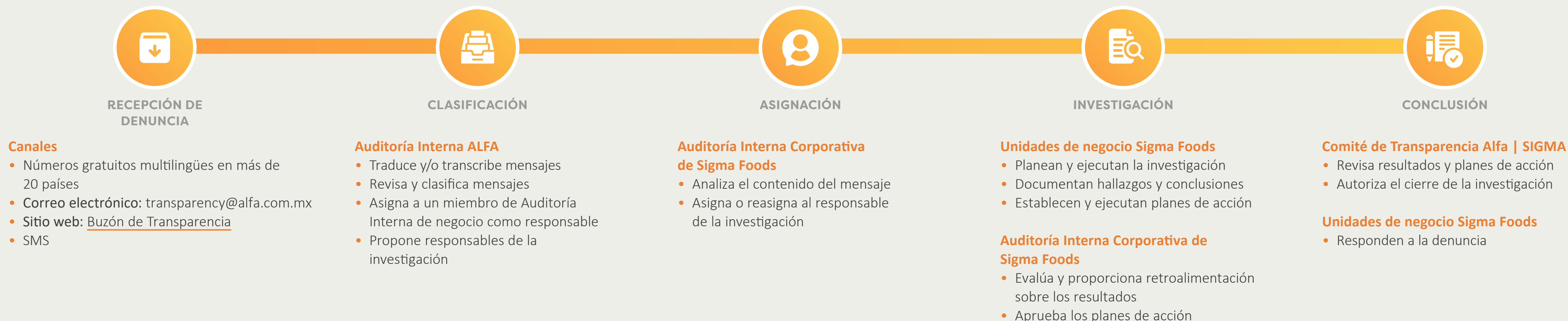
GRI 2-25, 2-26, 406-1

Sigma Foods mantiene su compromiso con la integridad a través de una Línea de Transparencia que permite la denuncia anónima de posibles incumplimientos. Este canal está disponible a través de nuestro sitio web, correo electrónico y una línea telefónica gratuita disponible en cada país donde operamos. Disponible las 24 horas del día, los 365 días del año, proporciona un mecanismo seguro y confidencial para detectar, documentar y atender incidentes que puedan contravenir los estándares éticos de la Compañía.

Los reportes recibidos a través de la Línea de Transparencia se clasifican y evalúan por una firma externa independiente y se revisan por el departamento de Auditoría Interna, el cual puede involucrar especialistas adicionales cuando se requiere una investigación más detallada. Cualquier incumplimiento de los principios del Código, así como de políticas relacionadas con derechos humanos, anticorrupción, soborno u otros temas de cumplimiento, da lugar a acciones disciplinarias. Estas pueden incluir la terminación de la relación laboral o comercial, dependiendo de la gravedad del caso. A través de estos procedimientos y controles, reforzamos nuestro compromiso con la conducta ética y el cumplimiento de nuestro marco normativo.



PROCESO DE SEGUIMIENTO DE QUEJAS RECIBIDAS EN LA LÍNEA DE TRANSPARENCIA



Casos	2024	2025
Número de casos	1,050	1,122
% de casos resueltos	81%	79%
% de casos en investigación	19%	21%
Número de casos con baja de colaborador	83	87
Número de casos con terminación de relación comercial	2	1

Tipos de denuncia:

- **18.5%** Trato inapropiado al colaborador
- **16.3%** Quejas y atención al cliente
- **7.7%** Conservación de activos
- **2.2%** Cumplimiento de políticas
- **0.9%** Relaciones personales
- **0.4%** Corrupción y soborno
- **0.7%** Conflicto de interés
- **0.6%** Discriminación
- **52.6%** Otros



Capacitación en ética e integridad

CAPACITACIÓN EN PREVENCIÓN DE ACOSO

La Compañía proporciona un curso anual en línea, disponible bajo demanda, para todos los colaboradores en Estados Unidos, que incluye la definición de acoso, así como medidas de prevención e intervención.

En Estados Unidos, se registraron 4,290 participantes y 502 horas de capacitación.

Adicionalmente, en Perú se impartió capacitación enfocada en la prevención del acoso sexual en el trabajo, reforzando nuestro compromiso con el respeto, la equidad y la promoción de un entorno laboral seguro e inclusivo.

Todas las operaciones implementan programas anuales de capacitación diseñados para fortalecer la comprensión y el cumplimiento del Código Global de Conducta. Estos programas aseguran que los colaboradores se mantengan informados sobre nuestros estándares éticos y promueven una cultura de integridad en toda la organización.

Conflictos de interés

Nuestra Política de Conflictos de Interés aplica a miembros del Consejo y colaboradores, y establece lineamientos claros para asegurar transparencia y cumplimiento. Para los miembros del Consejo, las obligaciones están definidas por la Ley del Mercado de Valores (LMV), el Código de Mejores Prácticas Corporativas, el reglamento interno de la Bolsa Mexicana de Valores y el Código de Ética Profesional del Mercado de Valores. Bajo estos estándares, los consejeros deben actuar con diligencia y buena fe, proteger la confidencialidad de la información y abstenerse de participar en decisiones donde exista conflicto de interés. Cualquier conflicto potencial debe comunicarse al Presidente del Consejo y al propio Consejo antes de excusarse de participar en las deliberaciones.

Para los colaboradores, la Política establece evitar cualquier situación en la que los intereses personales puedan entrar en conflicto con los de la Compañía. Aquellos que mantengan relaciones o intereses con clientes o proveedores actuales o potenciales deben declararlos ante el área de Recursos Humanos y notificar a su supervisor inmediato. Esta práctica garantiza la transparencia en las operaciones, en línea con los lineamientos éticos de Sigma Foods. Asimismo, los colaboradores están obligados a volver a firmar la Política de Conflictos de Interés de la Compañía cuando sea necesario.

Estrategia fiscal

GRI 2-27, 207-1, 207-2
GRI 207: 3-3

Sigma Foods está comprometida con el cumplimiento fiscal en cada ubicación donde opera y con la implementación, de manera oportuna, de cualquier cambio en las regulaciones de cada país, incluyendo las recomendaciones de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) y BEPS (Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios).

Nuestra estrategia fiscal establece que:

- 1 No reducimos montos y/o tasas de impuestos trasladando el valor creado por la Compañía a jurisdicciones de baja tributación.
- 2 Cada decisión con impacto financiero tomada por la Compañía tiene sustancia comercial; en ningún caso operamos en paraísos fiscales para evitar el pago de impuestos.
- 3 Cumplimos con las regulaciones nacionales e internacionales de precios de transferencia, utilizando el principio de plena competencia.
- 4 Mantenemos registros de nuestras operaciones y de su tratamiento financiero.

El Director de Finanzas, a través de las áreas centrales de Contraloría y Fiscal, es responsable de la validación e implementación de la estrategia fiscal de la Compañía, la cual es gestionada por los responsables fiscales correspondientes en cada Unidad de negocio.

Nuestros estados financieros consolidados e individuales, incluyendo los rubros fiscales, se preparan de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS, emitidas por el *International Accounting Standards Board*) y son auditados por una firma internacional de auditoría.

Nuestro Presidente y Director General, el Director General y el responsable de cada Unidad de negocio supervisan la adhesión a esta política, asegurando que nuestras operaciones y gestión se sustenten en principios sólidos y cumplan con las leyes y regulaciones aplicables en las diferentes jurisdicciones en las que Sigma Foods opera.



Seguridad de la información

GRI 418: 3-3

La ciberseguridad y la protección de la información son esenciales para operar en el entorno actual, donde los avances tecnológicos han transformado la vida moderna y han surgido nuevos delitos cibernéticos. Sin medidas robustas, la información sensible podría verse comprometida, causando daños a las empresas y a sus grupos de interés.

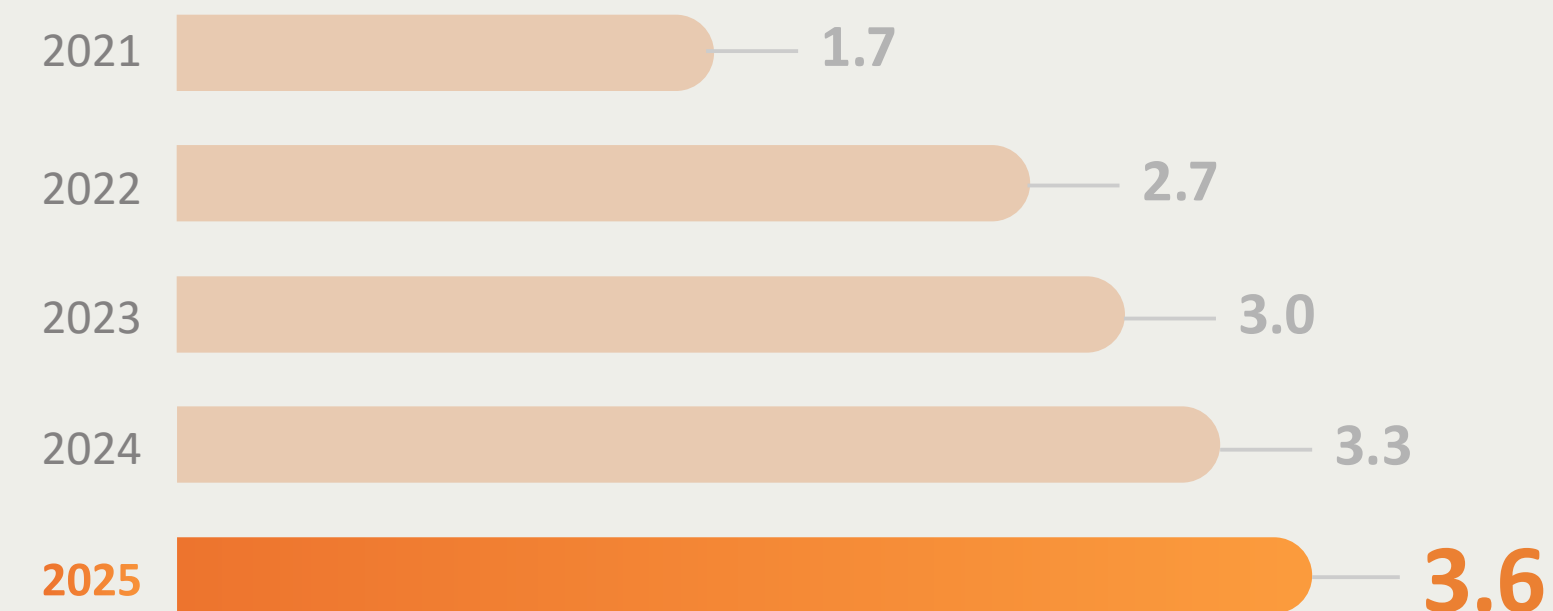
Sigma Foods ha implementado políticas, procedimientos y controles para salvaguardar la seguridad de la información y mitigar los riesgos de ciberseguridad. La Política Global de Ciberseguridad define lineamientos para proteger el entorno digital y los activos tecnológicos de la Compañía, asegurando que todos los colaboradores, contratistas, terceros y proveedores de servicios comprendan sus responsabilidades en materia de seguridad de la información y cumplan con los estándares regulatorios e internos.

Liderados por nuestro Director de Seguridad de la Información (CISO), nuestros equipos especializados llevan a cabo acciones específicas y atienden posibles incidentes de seguridad o filtraciones de datos, minimizando los impactos potenciales en la organización y sus grupos de interés. La Compañía comparte sus lineamientos y conocimientos con sus proveedores y socios comerciales, fomentando la confianza en la protección de la información y la estabilidad operativa entre todas las partes involucradas.

La infraestructura de TI y el sistema de gestión de seguridad de la información de Sigma Foods operan bajo estándares y mejores prácticas como ISO 27001 y NIST.



Evaluación de controles de ciberseguridad de Gartner (escala de madurez 1-5)
Herramienta diseñada para ayudar a medir la madurez de los controles de ciberseguridad.



3.0 Promedio de la industria

Ciberdefensa

El objetivo principal de la ciberdefensa es salvaguardar la infraestructura digital, los datos sensibles y las operaciones del negocio frente a amenazas cibernéticas, al tiempo que se garantiza la continuidad operativa y se mantiene la confianza de los grupos de interés. Esto implica identificar y mitigar riesgos de manera proactiva, asegurar sistemas críticos y proteger la propiedad intelectual y los datos de clientes contra accesos no autorizados o pérdida de información.

Alineamos nuestras estrategias de gestión de riesgos con los esfuerzos de gobernanza y auditoría, para mantener un enfoque integral en la protección de la organización frente a amenazas cibernéticas en evolución.



La estrategia de ciberdefensa cubre las siguientes áreas:

- 1 **Identificación de amenazas:** para identificar amenazas y actores de amenaza relevantes para la organización, utilizamos Inteligencia de Amenazas Cibernéticas (CTI, por sus siglas en inglés) para identificar, preparar y prevenir riesgos. También empleamos tecnologías de Protección de Servicios de Riesgo Digital (DRPS, por sus siglas en inglés) para proteger nuestras marcas y mitigar riesgos que afectan la imagen de la Compañía.
- 2 **Gestión de exposición:** a través de la Gestión de Amenazas y Vulnerabilidades (TVM, por sus siglas en inglés), buscamos identificar, evaluar y gestionar vulnerabilidades y amenazas cibernéticas para minimizar riesgos de seguridad. Esto incluye priorizar y remediar aquellas vulnerabilidades que pueden tener mayor impacto.
- 3 **Monitoreo, detección y respuesta:** buscamos monitorear toda la infraestructura de la organización, detectar anomalías y amenazas en la red y responder de manera efectiva para prevenir su materialización. Para ello contamos con un equipo de Centro de Operaciones de Seguridad (SOC), responsable de estas funciones. Además, dependemos de procesos / áreas como el rastreo de amenazas y la ingeniería de detección para aumentar nuestras capacidades de monitoreo, detección y respuesta.
- 4 **Análisis forense digital y respuesta a incidentes (DFIR, por sus siglas en inglés):** establecimos un proceso para investigar y responder a incidentes de seguridad, detectar ataques, contener daños, restaurar sistemas y prevenir riesgos futuros.

En 2025, 11,989 colaboradores con acceso a información recibieron capacitación en temas de ciberseguridad.

Modelo de respuesta a incidentes

Sigma Foods cuenta con un Plan de Respuesta a Incidentes (IRP) para la preparación y respuesta ante incidentes de ciberseguridad. Este plan define roles y responsabilidades, describe posibles incidentes, su relación con otras políticas y los requerimientos de reporte.

El IRP proporciona a los equipos un conjunto estándar de procedimientos y procesos para identificar, coordinar, remediar, recuperar y dar seguimiento a recomendaciones derivadas de incidentes que afecten sistemas, datos y redes.



Ciberseguridad en tecnología operacional

La Tecnología Operacional (OT, por sus siglas en inglés) abarca una amplia gama de sistemas y dispositivos programables que interactúan con el entorno físico. Ejemplos incluyen sistemas de control industrial, sistemas de automatización de edificios, sistemas de transporte, sistemas de control de acceso físico y sistemas de monitoreo del entorno físico.

Sigma Foods ha definido una política que establece una línea base global para proteger el entorno de Tecnología Operacional, asegurando un enfoque consistente y efectivo de ciberseguridad en todas las regiones y operaciones.

La Política de Ciberseguridad OT se centra en:

- 1 Asegurar la seguridad, disponibilidad, integridad y confidencialidad del entorno OT.
- 2 Cumplir con las leyes, regulaciones y estándares de la industria relacionados con ciberseguridad y protección de datos.
- 3 Promover una cultura de concientización y responsabilidad sobre ciberseguridad en OT en toda la organización.
- 4 Proteger los activos OT de las amenazas cibernéticas.
- 5 Proteger los datos sensibles, como recetas, diseños de procesos e información propietaria, contra robo o acceso no autorizado.
- 6 Salvaguardar los procesos de producción y recetas para garantizar la calidad y seguridad de los productos alimenticios, protegiendo a los consumidores de problemas de calidad y cualquier tipo de daño.
- 7 Prevenir incidentes cibernéticos que podrían llevar a la contaminación ambiental o daños.

La Política de Ciberseguridad OT guía la estrategia de Sigma Foods para proteger el entorno OT.

Protección de datos

La transformación digital incrementa el volumen y alcance de la información utilizada, incluyendo estrategia corporativa, datos financieros, información personal, propiedad intelectual y secretos comerciales. En este contexto, la importancia de la seguridad de los datos sensibles es crucial, ya que una fuga de información podría causar impactos económicos, reputacionales o regulatorios.

En 2025, revisamos y mejoramos el Ciclo de Vida de Protección de Información al definir una estrategia sobre clasificación de datos, considerando la protección de la información en función del nivel de madurez de Sigma Foods y las necesidades comerciales, implementando diferentes etiquetados y controles de seguridad en las distintas áreas de negocio.

Estas son las seis áreas en donde estamos fortaleciendo nuestras capacidades en la operación para mejorar la resiliencia, el desempeño y las creación de valor a largo plazo.



ESTRATEGIA Y GOBERNANZA



SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN



RESPONSABILIDAD DEL PROCESADOR DE DATOS



GESTIÓN DE POLÍTICAS



GESTIÓN DEL CICLO DE VIDA DE DATOS



CAPACITACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

Gestión de vulnerabilidades

El proceso continuo de detección y mitigación de vulnerabilidades permite identificar y abordar riesgos potenciales antes de que sean explotados, asegurando la continuidad operativa. Además, la constante evaluación de nuestras infraestructuras tecnológicas y aplicaciones refuerza nuestra capacidad para adaptarnos rápidamente a nuevas amenazas, optimizando el rendimiento y reduciendo los costos asociados con incidentes de seguridad. Al mantener un ciclo constante de monitoreo y mitigación, Sigma Foods asegura la integridad de sus datos y la confiabilidad de sus servicios.

Se implementó una estrategia de clasificación de datos con cuatro etiquetas:

PÚBLICO

INTERNO

CONFIDENCIAL

SECRETO COMERCIAL

Capacitación en ciberseguridad

Como parte del compromiso de Sigma Foods de mitigar los riesgos, brindamos capacitación especializadas para las áreas que son particularmente vulnerables a ciberataques. En 2025 se abordaron los siguientes temas:

- Suplantación de identidad (phishing)
- Prácticas seguras de escaneo
- Navegación segura
- Chatbots de IA: uso, riesgos y limitaciones
- Hábitos básicos de seguridad
- Protección de dispositivos móviles



PERSONAS

Creamos una mejor vida

Protegemos a nuestras personas: consumidores,
colaboradores y comunidades.

Aprovechamos las capacidades que hemos
construido a través de Investigación y Desarrollo
(I+D), Innovación y Marketing para ofrecer productos
deliciosos que cumplen con los más altos estándares
de calidad e inocuidad alimentaria.

A través de hacernos responsables del talento,
empoderamos a nuestros colaboradores al
proporcionarles herramientas y recursos para su
desarrollo, al mismo tiempo que protegemos su
salud, seguridad y bienestar.





Relación con consumidores

Desarrollo de productos

GRI 416: 3-3

GRI 416-1

SASB FB-PF-260A.1, FB-PF-260A.2

Por qué es importante

La Investigación y Desarrollo (I+D), el Marketing y la Innovación desempeñan un papel importante en la creación de productos que no solo cumplen, sino que superan las expectativas de los consumidores. A través de procesos científicos rigurosos y la protección de la seguridad del producto, Sigma Foods ofrece experiencias agradables y nutritivas. A través del proceso de desarrollo de productos, la Compañía anticipa y gestiona oportunidades y riesgos, como la evolución de los requisitos regulatorios, los estándares de calidad alimentaria y las cambiantes preferencias de los consumidores, al mismo tiempo que aprovecha oportunidades para innovar con ingredientes sostenibles, tecnologías avanzadas e introducir formatos innovadores. Este enfoque a futuro impulsa la creación de valor a largo plazo mediante la entrega de productos innovadores y el fortalecimiento de capacidades en tecnología alimentaria que refuerzan nuestro liderazgo en múltiples categorías.

Al integrar la dimensión de sostenibilidad en nuestros procesos de innovación, reforzamos nuestra capacidad para atender las necesidades versátiles de los consumidores.

Modelo operativo y equipo líder

We focus on understanding and addressing evolving consumer needs, positioning the Company as a leader in innovative food solutions. Our product development process fosters a culture of agile collaboration between Marketing, Innovation, and Research & Development, enabling the creation of product innovations centered on consumer insights and incorporating our food technology capabilities to deliver on our purpose.

El nombramiento de Ana María Henao como Directora Global de Mercadotecnia (CMO) desempeña un papel fundamental en la implementación de las prioridades de innovación en toda la organización. Al combinar su experiencia con la de nuestro Director de Tecnología y Sostenibilidad (CTSO), aseguramos la consistencia en el desarrollo de productos al integrar ideas del consumidor, avances en ciencia y tecnología de alimentos y sostenibilidad.

“La escala, diversificación de marcas, innovación centrada en el consumidor y nuestra cultura empresarial proporcionan una base sólida para enfrentar el entorno actual. Nuestros equipos deben ser proactivos en la búsqueda de soluciones y en la identificación de oportunidades, impulsados por la mentalidad fundamental de ‘Jugador-Dueño’ que forma parte de nuestra cultura”.

Rodrigo Fernández, Director General

Proceso de desarrollo de productos

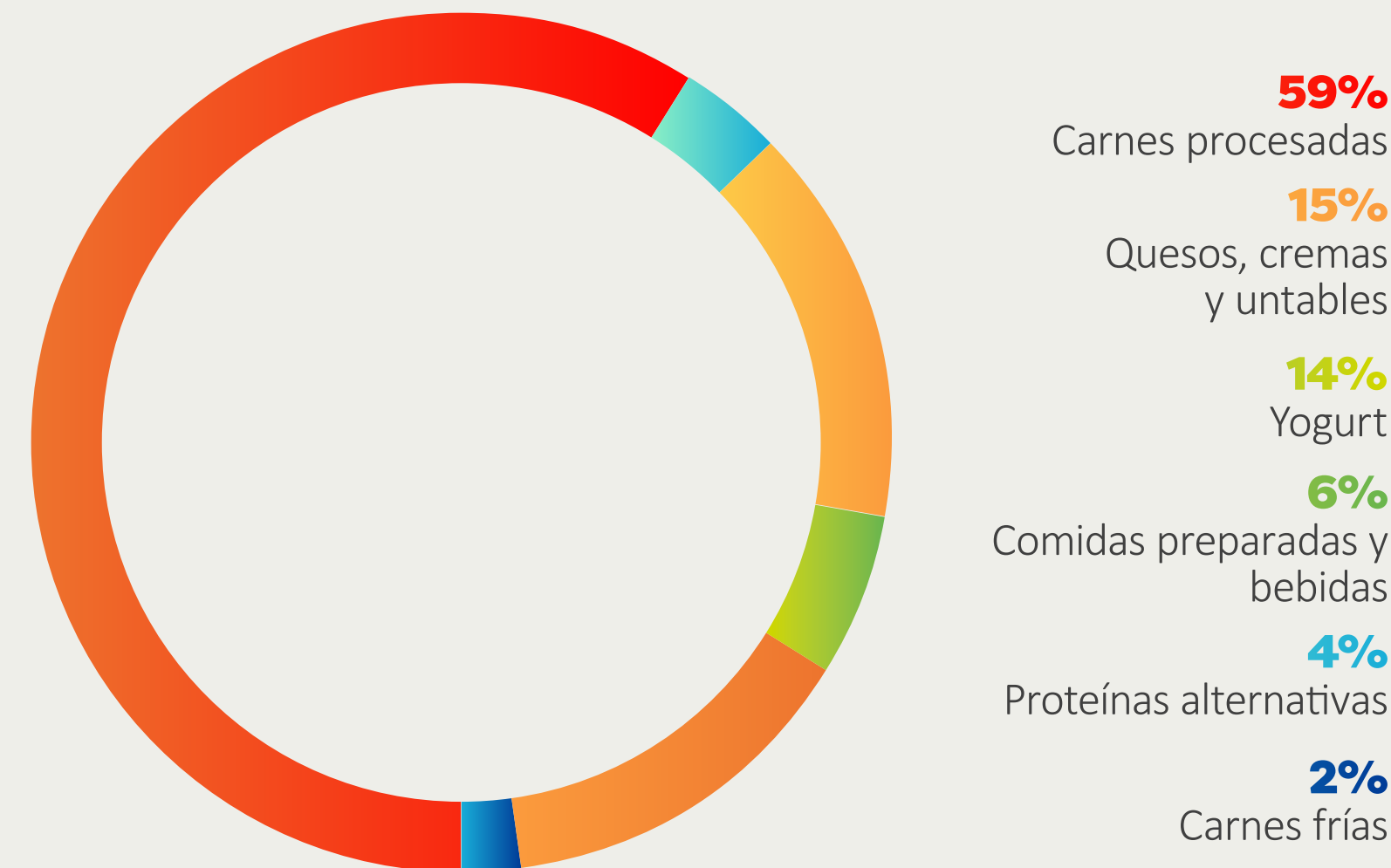
Visita nuestra [Política de Desarrollo de Productos](#) aquí.



Acciones clave

Innovación de productos

En 2025, nuestras innovaciones recientes* resultaron en más de 1,802 nuevos productos, categorizados de la siguiente manera:



Desde 2020, uno de cada cinco productos lanzados está dentro de Salud y Nutrición, y Confianza y Sostenibilidad.

La innovación de productos se define bajo criterios definidos diseñados para reflejar la perspectiva de nuestros consumidores. Dentro de las áreas de Salud y Nutrición y Confianza y Sostenibilidad, abarcamos temas como atributos nutricionales, optimización de empaques, reciclabilidad y declaraciones relacionadas con sostenibilidad que fortalecen la confianza del consumidor en nuestros productos.

LANZAMIENTOS 2025 SALUD Y NUTRICIÓN, Y CONFIANZA Y SOSTENIBILIDAD:

<p>México</p> <p>Yogurt tipo Skyr bebible 23 g proteína 0% grasa Sin azúcar Sin lactosa.</p>	<p>Europa</p> <p>Alternativas de pavo y pollo alto en proteína 35 g proteína natural por empaque.</p>	<p>Estados Unidos</p> <p>Salchicha de pollo elaborada con carne blanca magra de alta calidad Sabor limpio Menor contenido de grasa.</p>	<p>Latam</p> <p>Mortadela de pavo light con alto contenido de proteína, sodio reducido, baja grasa y libre de gluten.</p>
---	--	--	--

Relación con consumidores

Compromiso con colaboradores

Compromiso con comunidades

Desarrollo de productos

Nutrición

Calidad e inocuidad alimentaria

Al diversificar las fuentes de proteína, la Compañía está fortaleciendo su portafolio para formar parte de los momentos cotidianos de los consumidores. A través del uso de diversas fuentes de proteína, por ejemplo mediante la combinación de ingredientes de origen animal y vegetal, somos capaces de ofrecer perfiles nutricionales optimizados y lograr excelentes cualidades sensoriales.

EJEMPLOS DE LANZAMIENTOS CON FUENTES ALTERNATIVAS DE PROTEÍNA EN 2025:



México

Snacks horneados con proteína de garbanzo y chícharo, disponibles en dos sabores: sal y vinagre, y mezcla de chiles.



Europa

Aperitivo de origen vegetal elaborado con proteína de chícharo.

Innovación a través de investigación y desarrollo científico

El equipo global de investigación científica de Sigma Foods continúa fortaleciendo su papel como habilitador estratégico de la innovación y la competitividad. A través de una estrecha colaboración con equipos globales y locales de I+D, Innovación y Marketing, promueve el intercambio de conocimiento y acelera el desarrollo de tecnologías y procesos que elevan el valor nutricional, la sostenibilidad y la relevancia general de nuestro portafolio de productos.

Nuestras instalaciones de investigación en México y Europa, equipadas con laboratorios avanzados, plantas piloto y capacidades analíticas, apoyan la exploración y escalamiento de iniciativas científicas de vanguardia. En paralelo, estamos integrando inteligencia artificial en nuestros flujos de trabajo de investigación, incluyendo generación de ideas, formulación, evaluación regulatoria y gestión de propiedad intelectual, mejorando la precisión técnica y anticipando implicaciones regulatorias para acelerar el desarrollo.

La Compañía continúa mejorando un portafolio estratégico de líneas de investigación que apoyan las prioridades actuales mientras configuran el futuro de la producción responsable de proteínas:

- **Tecnologías de fermentación:** abarcando fermentación tradicional y de biomasa, aprovechando el cre-

cimiento natural de microorganismos para producir soluciones proteicas eficientes, escalables y nutritivas.

- **Fermentación de precisión:** plataforma en la que los microorganismos actúan como “fábricas celulares” para producir ingredientes sostenibles y funcionales, con aplicaciones nutricionales y de desempeño definidas en nuestras categorías.
- **Agricultura molecular:** iniciativa que promueve el uso de plantas diseñadas como sistemas de producción de proteínas de alto valor.
- **Carne cultivada:** investigación sobre cultivo celular bajo condiciones y tecnologías controladas para producir carne con menor impacto ambiental.

Alineados con nuestros Estándares Globales de Nutrición, Sigma Foods continúa incorporando criterios relacionados con sodio, grasas saturadas y azúcares añadidos en categorías clave como carnes frías, maduras y lácteos.

Para acelerar esta innovación alineada con nuestro propósito y pilares de sostenibilidad, ampliamos nuestras alianzas con universidades, centros de investigación y startups. Estas colaboraciones fortalecen el ecosistema global de la Compañía y refuerzan nuestras capacidades tecnológicas y científicas, permitiendo la creación de soluciones deliciosas, nutritivas y sostenibles.



Nuestro equipo de I+D está compuesto por más de 260 especialistas, 2 centros tecnológicos, 6 plantas piloto y 12 centros regionales.

Fomento de una cultura de innovación

A lo largo del año, Sigma Foods continuó fortaleciendo su ecosistema de innovación a través de iniciativas que conectan capacidades, aceleran el aprendizaje e inspiran la colaboración interfuncional. Al reunir foros globales, activar equipos multidisciplinares y fomentar el intercambio de conocimientos entre mercados y regiones, avanzamos en una visión compartida que posiciona la innovación como un motor central del crecimiento a largo plazo y la creación de valor.

SUMMIT DE INNOVACIÓN

El Summit de Innovación 2025 fue liderado por nuestro CEO y CMO, quienes reforzaron la innovación como una prioridad estratégica. Una vez más, este evento sirvió como catalizador para conectar ideas, equipos y ejecución, impulsando un entendimiento compartido de dónde estamos y hacia dónde nos dirigimos.

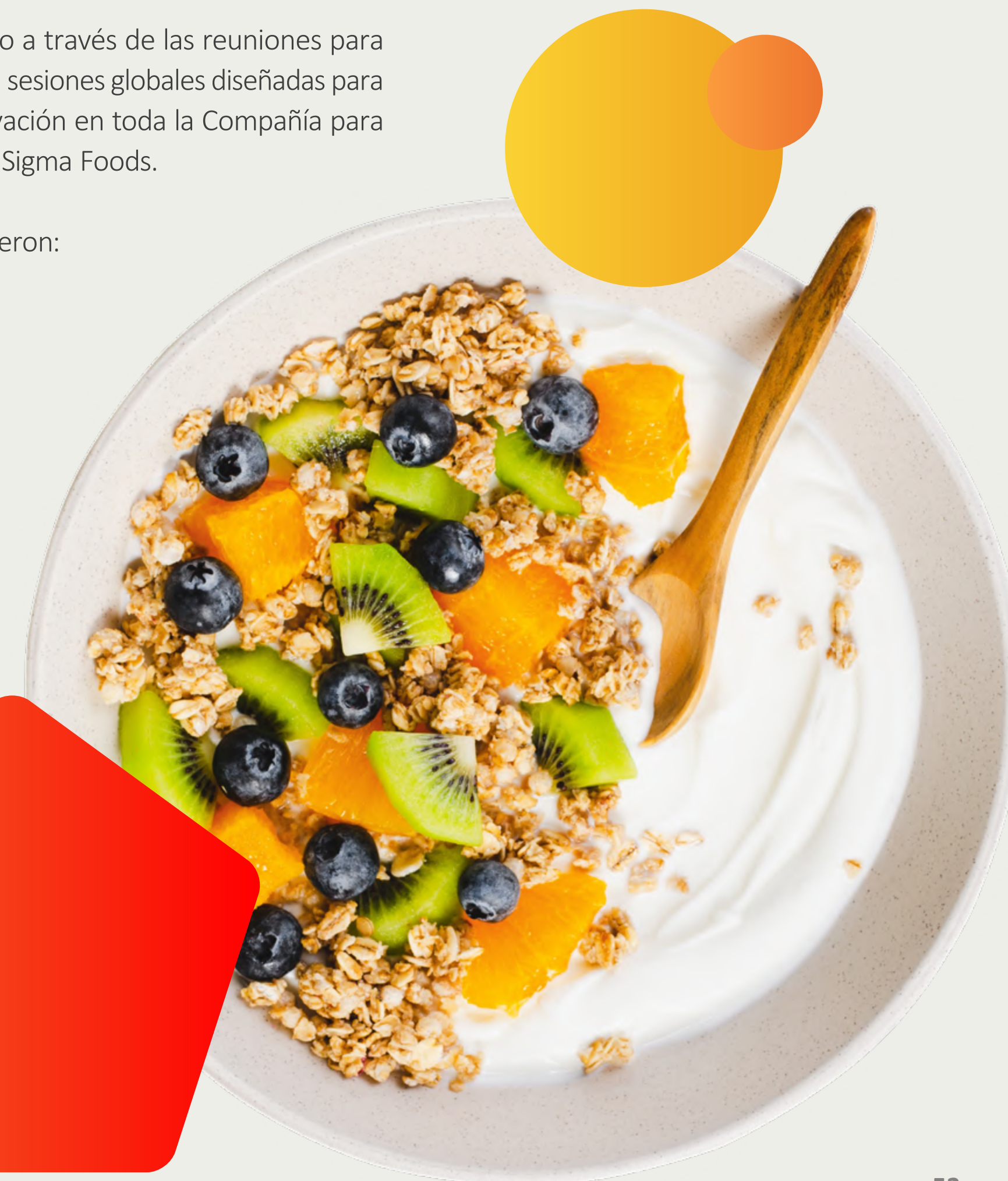
Los resultados de este evento incluyen una mayor alineación entre las estrategias de marketing e innovación, una mejor comunicación entre las Unidades de negocio que refuerce la confianza y una aceleración de la polinización cruzada, que nos permite compartir aprendizajes y éxitos.

REUNIONES PARA COMPARTIR LA INNOVACIÓN

Continuamos fortaleciendo el conocimiento interno a través de las reuniones para compartir la innovación (SIM, por sus siglas en inglés), sesiones globales diseñadas para compartir tendencias de consumo e ideas de innovación en toda la Compañía para anticipar tendencias e identificar oportunidades en Sigma Foods.

Los temas abordados durante estas sesiones incluyeron:

- 1 Tendencias globales de alimentos y bebidas
- 2 Panorama global de sostenibilidad
- 3 Innovación en empaques y sostenibilidad



ECOSCORE

Para acelerar la innovación guiada por sostenibilidad, el equipo de Cadena de Valor y Economía Circular de Sigma Foods desarrolló EcoScore, una herramienta interna diseñada para cuantificar el impacto ambiental de los productos terminados mediante la asignación de factores de emisión a ingredientes y materiales de empaque.

Desarrollada como parte de una estrategia de ecodiseño alineada con ISO 14006, la herramienta tiene como objetivo apoyar a los equipos de I+D en la identificación de oportunidades para reducir impactos a nivel producto.

THE STUDIO

Lanzado en enero de 2025 en colaboración con IDEO, *The Studio* es el centro global de excelencia de Sigma Foods para el diseño e innovación centrados en el consumidor. Equipos multidisciplinarios colaboran para crear nuevas marcas y productos alineados con nuestro propósito: Alimentos deliciosos para una mejor vida.

A lo largo del año, *The Studio* generó múltiples proyectos en México, Europa y Estados Unidos, combinando un profundo entendimiento del consumidor con prototipado rápido para impulsar oportunidades de crecimiento de alto potencial. Las iniciativas iniciales se centraron en ampliar marcas hacia espacios de crecimiento adyacentes, fortalecer la identidad visual y el posicionamiento estratégico, y desarrollar conceptos de innovación audaces en distintas regiones.

Más allá de los resultados de innovación, *The Studio* fortalece las capacidades internas de la Compañía, fomentando la colaboración, la experimentación y la creación de valor sostenible en toda la organización.



Nuevas fuentes de ingresos impulsadas por la innovación

Sigma Foods continúa expandiendo las fuentes de ingresos aprovechando la innovación como catalizador de crecimiento escalable. A través de iniciativas como *Tastech by Sigma*®, nuestra plataforma de innovación abierta que acelera la colaboración con startups, universidades y hubs globales de innovación, la Compañía identifica, prueba y escala soluciones disruptivas que fortalecen su ventaja competitiva y generan valor continuo.

TASTECH BY SIGMA

Se han llevado a cabo seis ediciones de Tastech desde su fundación en 2019 y, en 2025, evolucionó hacia una plataforma de innovación continua, permitiendo una colaboración constante con startups y ampliando su alcance global. Las colaboraciones incluyen acuerdos estratégicos e inversiones directas, entre otros.

El proceso de selección se basa en los siguientes criterios:

- Innovación y tecnología
- Escalabilidad del modelo de negocio
- Tracción y validación de mercado
- Potencial de mercado
- Capacidades y experiencia del equipo
- Potencial de colaboración

Desde su creación:

+2,850 aplicaciones de startups

64 países participantes

Actividad 2025 y alcance organizacional

160 aplicaciones de startups de 17 países recibidas en 2025, reflejando el interés global sostenido de colaborar con Sigma Foods.

Los cuatro retos abordados en 2025 fueron:

Nuevo modelo de negocios: modelos de negocio innovadores que aprovechan las fortalezas de Sigma Foods y se alinean con tendencias tecnológicas y oportunidades de mercado.

Experiencias de compra digitales

Consumo innovador

Fintech para la cadena de suministro

Alimentos del futuro: tecnologías para desarrollar productos innovadores alineados con necesidades del consumidor y regulaciones emergentes.

Proteínas del futuro

Snacks innovadores y funcionales

Reformulación saludable

Desarrollo de productos

Conexiones poderosas: tecnologías para mejorar la eficiencia operativa y optimizar la cadena de suministro (producción, distribución y procesos internos).

Pedidos y logística inteligentes

Estrategias de venta y exhibición

Gestión de la cadena de suministro

Control de calidad y trazabilidad

Inteligencia de datos

Automatización inteligente de procesos

Control operativo

Tecnología verde: tecnologías que minimizan emisiones de carbono y transforman la cadena de suministro hacia un futuro más sostenible.

Cadena de frío sostenible

Alcance 3

Gestión óptima del agua

Empaque y conservación

Valorización y economía circular

Relación con consumidores

Compromiso con colaboradores

Compromiso con comunidades

Desarrollo de productos

Nutrición

Calidad e inocuidad alimentaria

Progreso

Compromiso de sostenibilidad 2025:

Duplicar las ventas de productos lanzados bajo el portafolio Salud y Bienestar* (comparado con 2019)



NUESTROS LOGROS:

1.74x

* El portafolio Salud y Bienestar consiste en productos lanzados bajo las plataformas de innovación de Salud y Nutrición y Confianza y Sostenibilidad. Innovaciones desarrolladas en los últimos 36 meses.



Nutrición

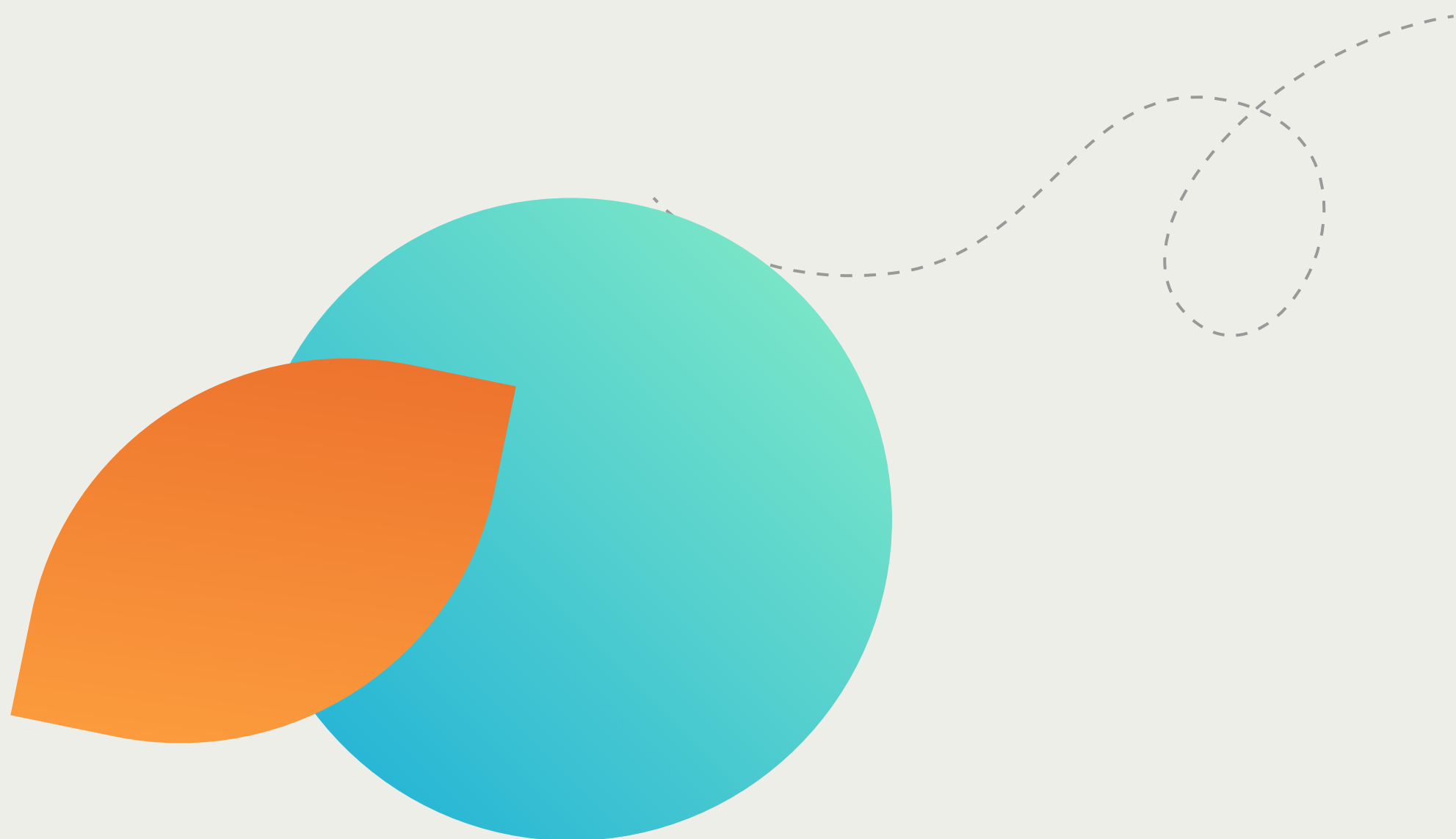
GRI 3-3

GRI 416-1, 417-1

SASB FB-PF-260A.2, FB-MP-250A.2

Por qué es importante

Continuamos buscando formas de promover patrones alimenticios saludables al tiempo que ofrecemos opciones de alimentos deliciosos y convenientes. La nutrición desempeña un papel importante en el bienestar del consumidor, la salud pública y nuestros productos.



▲ Modelo operativo y equipo líder

Un grupo de trabajo multifuncional de I+D es responsable de definir y entregar perfiles nutricionales que cumplan con las expectativas de los consumidores y se alineen con nuestros lineamientos internos (Estándares Globales de Nutrición).

La Unidad de Nutrición y Salud (NHU) se enfoca en interpretar la ciencia nutricional más reciente y su relación con la salud. La NHU es un componente clave de la estructura de desarrollo de productos e innovación de la Compañía, diseñada para integrar conocimientos nutricionales en nuestras innovaciones y portafolios actuales. La NHU opera bajo un modelo centralizado que asegura la aplicación consistente de criterios nutricionales en todas las regiones, marcas y categorías.

ENFOQUE ESTRATÉGICO DE LA NHU

- 1 **Fundamentos de nutrición**
Promover estándares de nutrición internos basados en evidencia científica.
- 2 **Regulación de declaraciones de productos**
Traducir atributos nutricionales en comunicación transparente.
- 3 **Ciencia nutricional**
Generar oportunidades mediante investigación científica con instituciones líderes en salud y nutrición.
- 4 **Educación nutricional**
Ser un actor activo en educación alimentaria.

ESTÁNDARES GLOBALES DE NUTRICIÓN (GNS)

Los Estándares Globales de Nutrición de Sigma Foods representan un pilar fundamental de la estrategia de nutrición y salud de la Compañía. Los GNS constituyen un conjunto estructurado de criterios, establecidos por categoría de producto, diseñados para impulsar la mejora continua de los perfiles nutricionales.

Los GNS se basan en recomendaciones dietéticas y lineamientos nutricionales reconocidos a nivel internacional provenientes de instituciones líderes, incluyendo la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y el *Codex Alimentarius*. Estos estándares se fortalecen adicionalmente mediante la incorporación de guías alimentarias nacionales y referencias científicas del *Institute of Medicine* (IOM) de Estados Unidos, la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA), la *American Heart Association* (AHA) y otras organizaciones reconocidas.



Visita nuestra Política de Nutrición aquí.



Acciones clave

NHU Campus

Nuestra plataforma interna global de aprendizaje está diseñada para fortalecer continuamente el conocimiento de los colaboradores en nutrición y salud y asegurar que este conocimiento se difunda en toda la Compañía. Estas herramientas se basan en evidencia científica y son desarrolladas por expertos internos.

Acciones continuas para ampliar y fortalecer el NHU Campus:

- Desarrollo de contenido del NHU Campus, enfocado en proporcionar a los colaboradores información nutricional práctica y basada en evidencia científica por categoría, incluyendo ingredientes, nutrientes y beneficios nutricionales.
- Educación nutricional sobre estilos de vida saludables, incluyendo la importancia de mantener una dieta equilibrada y hábitos saludables para mejorar la calidad de vida.

Relación con consumidores

Compromiso con colaboradores

Compromiso con comunidades

Desarrollo de productos

Nutrición

Calidad e inocuidad alimentaria

Progreso

México:

Mejora continua de formulaciones de productos objetivo, particularmente en las categorías de carnes cocidas y lácteos.

Europa, Estados Unidos y México:

Nuestros talleres permitieron a los equipos capitalizar oportunidades de innovación disruptiva, fortalecer la evaluación de atributos nutricionales y comunicar las características de los productos a los consumidores con claridad y responsabilidad.

Compromiso de sostenibilidad 2025:

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%



Estados Unidos, Latinoamérica y el resto de Europa

continúan avanzando en esta iniciativa para reducir los niveles de sodio, centrandose siempre estos esfuerzos en cumplir con las expectativas de nuestros consumidores.



Calidad e inocuidad alimentaria

GRI 416: 3-3

GRI 416-1

SASB FB-MP-250A.2, FB-MP-410A.3, FB-PF-260A.2

● Por qué es importante

Nuestro éxito está anclado en un firme compromiso con la calidad y la inocuidad alimentaria. Proporcionar alimentos seguros y de alta calidad es fundamental para proteger el bienestar del consumidor, reforzar la confianza pública y asegurar la continuidad del negocio a largo plazo. Por esta razón, la calidad y la inocuidad alimentaria no son solo prioridades operativas, sino también principios fundamentales que sustentan a nuestra Compañía, moldeando su cultura, guiando su estrategia e informando la toma de decisiones en todos los niveles de la organización.

La calidad y la inocuidad alimentaria son elementos centrales para la confianza del consumidor y la creación de valor a largo plazo. Se han establecido procesos de gobernanza, estándares globales y programas de mejora continua para gestionar riesgos y asegurar la integridad consistente de los productos en todas las operaciones.



▲ Modelo operativo y equipo líder

Nuestro modelo operativo está diseñado para asegurar que todos los productos cumplan de manera consistente con los más altos estándares de calidad e inocuidad alimentaria en cada región. La calidad y la inocuidad alimentaria son fundamentales para nuestro negocio.

Cada planta opera un programa integral de análisis de peligros y gestión de riesgos para identificar, controlar y mitigar riesgos físicos, químicos y microbiológicos, respaldado por procesos definidos de acciones correctivas. Cumplimos con los requisitos regulatorios aplicables y nos alineamos con marcos reconocidos internacionalmente, incluyendo la *Global Food Safety Initiative* (GFSI), para mitigar riesgos y promover una sólida cultura de inocuidad y calidad alimentaria.

La verificación se respalda mediante un programa continuo de auditorías, que incluye auditorías internas, auditorías externas de recertificación y auditorías lideradas por clientes. Protocolos claros de escalamiento aseguran que los temas relevantes de calidad o inocuidad alimentaria reciban una revisión oportuna a nivel directivo, mientras que la interacción continua con el liderazgo regional fortalece la transparencia, la consistencia y el cumplimiento en todas las Unidades de negocio.

En 2025, continuamos fortaleciendo nuestra cultura de calidad e inocuidad alimentaria, enfocándonos en la consistencia, la prevención, la transformación digital y el desarrollo de capacidades. Nuestro Modelo de Calidad e Inocuidad Alimentaria proporciona un marco estructurado para la mejora continua en las operaciones de manufactura.

Este Modelo es resultado de la evolución de nuestros sistemas de gestión de calidad e inocuidad hacia plataformas más integradas y basadas en datos digitales, lo que permite una mejor visibilidad y una toma de decisiones más informada.



Nuestra **estrategia de calidad e inocuidad alimentaria** se basa en siete principios:



CULTURA DE CALIDAD E INOCUIDAD ALIMENTARIA

Promover y mantener iniciativas relacionadas con la calidad e inocuidad alimentaria en toda la organización.



ESTÁNDARES DE DESARROLLO DE PROVEEDORES

Mejorar el desempeño y cumplimiento de proveedores, reduciendo los riesgos de calidad e inocuidad alimentaria.



DISEÑO SANITARIO E HIGIENE

Promover principios de diseño higiénico en la adquisición y renovación de equipos e instalaciones para prevenir la contaminación.



SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD E INOCUIDAD ALIMENTARIA

Implementar lineamientos y procedimientos corporativos alineados con GFSI, los lineamientos de Sigma Foods y las regulaciones alimentarias aplicables en cada país.

[Para más detalles, consulta la sección de certificaciones y membresías.](#)



SISTEMAS DE GESTIÓN DE MEDICIÓN

Establecer metodologías efectivas para garantizar el cumplimiento con los estándares en productos, procesos e infraestructura.

[Para más detalles, visita la sección del Modelo de calidad e inocuidad alimentaria.](#)



INTEGRACIÓN DE CALIDAD E INOCUIDAD ALIMENTARIA

Incorporar calidad, inocuidad alimentaria, legalidad y defensa alimentaria en el diseño, desarrollo y distribución de productos.



TRAZABILIDAD DE PRODUCTOS Y GESTIÓN DE CRISIS

Garantizar la precisión y confiabilidad de nuestro sistema de trazabilidad para mejorar la eficiencia en la respuesta ante crisis.



GESTIÓN DE CRISIS Y EMERGENCIAS

Nuestros protocolos de respuesta ante crisis y emergencias están diseñados para priorizar la protección del consumidor, al mismo tiempo que aseguran el cumplimiento de las regulaciones específicas de cada país. Mejoramos continuamente nuestros procesos y operaciones mediante controles preventivos basados en riesgos en cada sitio.

Estos incluyen la reevaluación continua de los riesgos físicos, químicos y biológicos asociados con cada producto y proceso, con el fin de garantizar el cumplimiento regulatorio y proteger la salud del consumidor.



Visita nuestra [Política de Calidad e Inocuidad Alimentaria aquí](#).

Acciones clave

Consistencia en todas las operaciones

Este año alcanzamos el 98% de nuestra meta, mantuvimos el cumplimiento total y continuamos elevando los estándares en todas las operaciones. Seguimos colaborando con organizaciones especializadas en estándares, procesos, tecnologías y concientización en calidad e inocuidad alimentaria, contribuyendo a un negocio más competitivo.

PARTICIPACIÓN EN EVENTOS Y ASOCIACIONES DEL SECTOR

GRI 2-28

- *International Association for Food Protection* (IAFP)
- *Institute of Food Technologists* (IFT)
- *European Hygienic Engineering and Design Group* (EHEDG)
- *Meat Institute*
- *Food Safety Summit* en Estados Unidos
- Congreso Inocuidad Alimentaria México
- Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN)
- CIAS 2025 en España

CAPACITACIÓN Y EVENTOS DE CALIDAD E INOCUIDAD ALIMENTARIA

- Capacitación *InterFood Defense* en LATAM
- Cultura de Calidad e Inocuidad Alimentaria, Diseño Higiénico, Controles Preventivos, Individuo Calificado (PCQI) en México
- Eventos de calidad e inocuidad alimentaria realizadas en Europa, Estados Unidos y México

Cultura de calidad e inocuidad alimentaria

FORO DEL DÍA DE LA INOCUIDAD ALIMENTARIA

El acceso a alimentos seguros es fundamental para sostener la vida y promover la salud pública. En alineación con este principio y con nuestro compromiso continuo con la educación y la concientización, conmemoramos el Día Mundial de la Inocuidad Alimentaria bajo la campaña de la Organización Mundial de la Salud, “Inocuidad alimentaria: ciencia en acción”. Esta iniciativa global destaca el papel crítico de la ciencia en la prevención, detección y gestión de riesgos transmitidos por alimentos, al tiempo que apoya la seguridad alimentaria, la salud humana, la prosperidad económica, la agricultura, el acceso a mercados, el turismo y el desarrollo sostenible.

Para reforzar la ciencia como pilar de sistemas alimentarios más seguros, organizamos un Foro dedicado al Día de la Inocuidad Alimentaria. El foro reunió a líderes y expertos en la materia para enfatizar la responsabilidad compartida inherente a la inocuidad alimentaria a lo largo de la cadena de valor. A través de un diálogo abierto y con visión de futuro, los participantes exploraron riesgos emergentes en inocuidad alimentaria, tendencias del sector en evolución y expectativas de los grupos de interés. Se obtuvieron valiosas perspectivas, que destacan la importancia del liderazgo sólido, el rigor científico y la colaboración para salvaguardar el suministro global de alimentos.

TECH TALKS

Continuamos fortaleciendo el conocimiento interno y la concientización a través de cuatro Tech Talks globales centradas en calidad e inocuidad alimentaria. Estas sesiones contaron con expertos externos de alto nivel, incluyendo ex administradores del USDA y la FDA, un miembro del Consejo del *Meat Institute* y fundadores de firmas líderes de consultoría en calidad e inocuidad alimentaria. Las Tech Talks abordaron múltiples temas, como:

- Perspectivas relacionados con inocuidad alimentaria.
- Actualizaciones regulatorias en Estados Unidos.
- La importancia de la colaboración entre agencias y la industria.

En 2025, contamos con 2,900 participantes durante el Foro del Día de la Inocuidad Alimentaria y las Tech Talks.

Progreso

Compromiso de sostenibilidad 2025:

100% de nuestras plantas con certificación avalada por GFSI (obtenida desde 2018)



NUESTRO LOGRO:

98%





Compromiso con colaboradores

GRI 2-7, 405-1

48,192 COLABORADORES
19,466 MUJERES
28,726 HOMBRES

COLABORADORES POR UNIDAD DE NEGOCIO

MÉXICO: **30,427**

LATAM: **6,049**

EUROPA: **7,574**

ESTADOS UNIDOS: **4,142**

Sigma Foods busca ser un empleador que atrae, desarrolla y retiene talento, mientras que ofrece un entorno laboral seguro y alentador. Creemos que cuando las personas se sienten valoradas, protegidas y motivadas a crecer, están en mejores condiciones de contribuir a la organización, fortaleciendo el compromiso, la colaboración y la resiliencia a largo plazo de nuestras operaciones.

Nuestro Director de Talento y Cultura lidera nuestro modelo operativo, el cual se sustenta en lineamientos estratégicos que abarcan Salud y Seguridad, Bienestar, Diversidad, Equidad e Inclusión, y Desarrollo de Talento. Estos lineamientos establecen un marco unificado en toda la Compañía, permitiendo al mismo tiempo que cada Unidad de negocio implemente acciones localmente relevantes que respondan a las necesidades de sus equipos.

Adicionalmente, a través de mecanismos como foros globales, evaluaciones de compromiso y retroalimentación cultural continua, la Compañía genera espacios estructurados de diálogo entre colaboradores y liderazgo. Estas prácticas fomentan una cultura de apertura, refuerzan la transparencia e incorporan la perspectiva de los colaboradores en la toma de decisiones, orientando iniciativas de mejora y moldeando la evolución continua de la cultura organizacional de Sigma Foods.

TOWN HALL 2025 (GLOBAL)

En 2025, llevamos a cabo dos reuniones de *Town Hall* en las que el equipo directivo de la Compañía reforzó nuestro propósito y estrategia, y compartió actualizaciones clave sobre el avance del plan de negocio. Estas sesiones fortalecieron el compromiso de los colaboradores al fomentar la transparencia, atender preguntas de manera directa y promover la comunicación bidireccional en toda la organización.

SUMMIT EJECUTIVO 2025 (GLOBAL)

El objetivo del Summit ejecutivo 2025 fue acelerar la transformación de Sigma Foods al permitir que los líderes integren los Fundamentales en la forma en que toman decisiones, lideran equipos y ejecutan la estrategia, asegurando alineación, rendición de cuentas e impacto a escala.

+140 líderes involucrados en propósito, fundamentales, estrategia y ejecución.

- Refuerzo de progreso en cultura, procesos y capacidades.
- Los líderes pasaron de la alineación a la apropiación mediante reflexión, aplicación y refuerzo externo.

PULSO CULTURAL (GLOBAL)

Nuestra encuesta anual “Pulso cultural” evalúa la percepción y adopción de los Fundamentales de Sigma Foods en toda la organización, asegurando el seguimiento de la evolución y consistencia de nuestras bases culturales a nivel global.

En 2025, realizamos un muestreo estadísticamente representativo en todas las Unidades de negocio. Los resultados indican que la transformación cultural de Sigma Foods ya está ocurriendo en toda la organización y que su impacto comienza a reflejarse de manera consistente. En distintos niveles del negocio, los criterios medidos relacionados con el conocimiento y la disposición para practicar la transformación oscilaron entre 86% y 90%.

+18,000 colaboradores participaron en la evaluación Pulso cultural.



ENCUESTA DE COMPROMISO (GLOBAL)

Desde 2021, Sigma Foods evalúa el compromiso de los colaboradores en todas las Unidades de negocio mediante la encuesta corporativa de compromiso. Esta evaluación analiza las actitudes y factores que reflejan el orgullo y la satisfacción de los colaboradores al formar parte de la Compañía. La encuesta cubre doce impulsores clave: gestión del desempeño, bienestar, colaboración, compensación y beneficios, compromiso, desarrollo, comunicación del liderazgo, empoderamiento, estrategia y alineación, habilitación, reconocimiento, y orgullo y sentido de pertenencia. Continuamos monitoreando los niveles de compromiso mediante esta encuesta aplicada cada dos años e implementamos acciones que impulsan la mejora continua. Cada año varían las Unidades de negocio evaluadas; en 2025, las evaluadas fueron LATAM, FOSE y Estados Unidos.

10,589 colaboradores participaron en nuestra encuesta de compromiso 2025. (Unidades de negocio evaluadas en 2025: LATAM, FOSE y Estados Unidos).

Salud y seguridad

GRI 403: 3-3

GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-8

SASB FB-MP-320A.1

Por qué es importante

Al mantener lugares de trabajo seguros y prevenir lesiones e incidentes, fortalecemos la seguridad de los colaboradores y cumplimos con nuestra responsabilidad hacia quienes trabajan con nosotros. La Compañía reconoce que invertir en la salud y seguridad de los colaboradores contribuye a crear un entorno que impulsa el éxito del negocio.

Modelo operativo y equipo líder

Nuestro Director de Talento y Cultura desempeña un papel clave en la integración de estas prioridades en todas las Unidades de negocio. En conjunto con los equipos regionales, Sigma Foods asegura que las prácticas de salud y seguridad reflejen tanto estándares globales como realidades locales.

Operamos bajo un sistema estructurado de gestión de salud y seguridad ocupacional alineado con regulaciones locales y mejores prácticas internacionales, el cual combina supervisión centralizada con una ejecución sólida a nivel sitio, garantizando estándares consistentes mientras permite la gestión de riesgos a nivel local.

El sistema se respalda en dos programas clave: el Programa Global de las 12 Mejores Prácticas en Salud y Seguridad, basado en la Pirámide de Heinrich, y el Programa de Mantenimiento Productivo Total (TPM), auditado y certificado por el *Japan Institute of Plant Maintenance*. La implementación de estos programas se adapta a cada Unidad e negocio y los indicadores de desempeño en salud y seguridad son supervisados por el director de cada unidad.



Visita nuestra Política de Salud y Seguridad aquí.



Acciones clave

La seguridad como parte de nuestra cultura

CULTURA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS

Continuamos fortaleciendo los controles preventivos de riesgos en las operaciones mediante:

- Implementación de mejores estándares para prevenir fugas de sustancias químicas peligrosas, incluyendo protocolos mejorados de respuesta a emergencias.
- Mejora de sistemas de protección contra caídas en áreas de alto riesgo para reducir la exposición a incidentes severos.
- Evaluaciones de riesgos ergonómicos y rediseño de estaciones de trabajo para atender riesgos musculoesqueléticos.
- Ampliación y fortalecimiento de comités operativos de salud y seguridad para reforzar la supervisión y la participación de los colaboradores.

Como resultado de estos esfuerzos en 2025, logramos una reducción aproximada del 16% en accidentes graves y severos, lo que subraya el compromiso de la Compañía con la prevención de eventos de alto impacto que representan los mayores riesgos para nuestro personal.

SEGUNDO AÑO CONSECUTIVO SIN ACCIDENTES

Nuestra planta de producción en Mount Pleasant, Iowa, alcanzó cero accidentes registrables por segundo año consecutivo, demostrando la solidez de su cultura de seguridad y la efectividad de sus prácticas preventivas.

PREMIO DE INNOVACIÓN EN SEGURIDAD

La planta Braedt en Perú recibió el premio de innovación en seguridad de MAPFRE, otorgado por la Fundación MAPFRE, en reconocimiento a los esfuerzos de la Compañía para mejorar y agilizar los mecanismos de reporte de incidentes, actos inseguros y condiciones peligrosas. Al mantener la información actualizada y atender posibles desviaciones dentro de la planta, el proyecto fortaleció la gestión de seguridad. La iniciativa incluyó la división de operaciones en áreas de supervisión autónoma de seguridad y el fortalecimiento de la captura de datos mediante el uso de códigos QR.

Progreso

Compromiso de sostenibilidad 2025:

Reducción del 22% en la tasa de accidentes en nuestras operaciones respecto a 2018



NUESTRO LOGRO:

54%

Desarrollo de talento

GRI 404: 3-3
GRI 404-1, 404-2

Por qué es importante

El desarrollo del talento es esencial para construir una organización resiliente y competitiva, así como para asegurar el éxito a largo plazo. Al invertir en las habilidades, capacidades y desarrollo profesional de nuestras personas, preparamos a la organización para responder de manera efectiva a los cambios del negocio y del mercado, mientras que reforzamos una cultura en la que las personas pueden prosperar.

Modelo operativo y equipo líder

A través de un enfoque de responsabilidad sobre el talento, nuestro Director de Talento y Cultura impulsa el desarrollo del talento en todos los niveles organizacionales, fomentando la rendición de cuentas y el empoderamiento para fortalecer tanto las capacidades individuales como la resiliencia organizacional. Al trabajar de manera cercana con los equipos regionales en cada Unidad de negocio, aseguramos una ejecución consistente en todos los niveles.

Cada Unidad de negocio cuenta con un líder designado responsable de gestionar el desarrollo del talento de acuerdo con las necesidades locales, los perfiles de la fuerza laboral y las prioridades del negocio, manteniéndose alineado con la dirección estratégica de Sigma Foods. Las prioridades de capacitación se definen a partir de diversos insumos, tales como:

- Retroalimentación de evaluaciones de desempeño 360° y evaluaciones de liderazgo.
- Sesiones de coaching y procesos de retroalimentación individual.
- Necesidades de capacitación identificadas.

25.47 horas de capacitación por colaborador

Nos esforzamos por brindar las herramientas necesarias para que todos nuestros colaboradores sean responsables de su talento.

Creemos que el desarrollo del talento es una responsabilidad compartida que refleja la diversidad, escala y realidades operativas de la Compañía. Por ello, el modelo de desarrollo se estructura en torno a tres pilares:

- Capacidades de liderazgo y habilidades blandas necesarias para cada puesto.
- Capacidades funcionales, adaptadas a cada rol y función.
- Capacidades culturales, basadas en nuestros Fundamentales y cultura.

Un elemento clave de nuestro modelo de desarrollo de talento en 2025 fue la conexión entre nuestros Fundamentales, mentalidades y comportamientos con las iniciativas de capacitación, buscando incorporar la responsabilidad del talento en los planes de desarrollo individual.

Para asegurar que la alta dirección esté plenamente preparada para liderar a la Compañía en un entorno de transformación, crecimiento y creciente complejidad organizacional, continuamos fortaleciendo las capacidades ejecutivas. El desarrollo de competencias de liderazgo en el equipo directivo permite a la Compañía equilibrar la consistencia global con la relevancia local, asegurando que nuestras iniciativas respondan eficazmente a las necesidades operativas, funcionales y culturales.

Acciones clave

Responsabilidad sobre nuestro talento

DESARROLLO DE TALENTO EJECUTIVO (GLOBAL)

Para asegurar el cumplimiento de la dirección estratégica de Sigma Foods, ofrecemos programas de desarrollo, evaluaciones y retroalimentación a posiciones ejecutivas. La Compañía colabora con instituciones académicas de prestigio y consultoras especializadas para diseñar trayectorias de desarrollo. Los programas incluyeron colaboración con organizaciones como Harvard, Stanford y Heidrick & Struggles, combinando evaluaciones con planes de desarrollo personalizados.

EMBAJADORES DE LA CULTURA

Nuestros equipos en Estados Unidos diseñaron el programa *Leading at Sigma (1st 90)* para integrar a los nuevos colaboradores en la cultura y comportamientos de la Compañía, fomentar conexiones con líderes y supervisores, y promover un entendimiento profundo de los beneficios distintivos de Sigma Foods. El programa ayuda a que los colaboradores de nuevo ingreso se sientan bienvenidos y respaldados, lo que se traduce en una mejor retención y un equipo más comprometido.

Adicionalmente, a través de *Learning Lounge*, sesiones virtuales de aprendizaje tipo “comida y aprendizaje”, el equipo de Sigma Foods en Estados Unidos se reúne para explorar y aprender sobre distintas áreas del negocio, fomentando el entendimiento transversal, la colaboración y el éxito compartido.

376 horas de capacitación a través de *Leading at Sigma (1st 90)*

EMBAJADORES DE LO NUESTRO

En República Dominicana, nuestro equipo implementó un programa que permite a los equipos de ventas conocer el proceso de producción de los productos, fortalecer su discurso comercial, reforzar la relación con clientes y obtener conocimientos de primera mano mediante visitas a los sitios de producción.

160 participantes
1,077 horas de capacitación

ESG LEARNING PATH (EUROPA)

En 2025, Sigma Foods lanzó el *ESG Learning Path* como parte de su agenda de talento y desarrollo, impartiendo dos módulos de micro aprendizaje: uno enfocado en temas ambientales y otro en temas sociales. El programa 2025 incluyó el curso social “*No Bias Towards Diversity (Sin prejuicios hacia la diversidad)*” y un módulo ambiental que cubre conceptos fundamentales generales.

Módulo “*No Bias Towards Diversity*”:
1,995 participantes

Módulo ambiental: 2,005 participantes



Progreso

Compromiso de sostenibilidad 2025:

Incremento del 11% en el número de horas de capacitación por colaborador respecto a 2018

 **100%**

Bienestar

GRI 401: 3-3

GRI 401-2

Por qué es importante

Creemos que cuando nuestras personas se sienten saludables, apoyadas y capaces de desarrollarse plenamente, están en condiciones de contribuir con su mejor desempeño, fomentar la innovación, mantener la excelencia operativa y ayudar a impulsar el crecimiento sostenible de la Compañía. Su bienestar es un pilar fundamental del desempeño a largo plazo y de la resiliencia organizacional de Sigma Foods.

Modelo operativo y equipo líder

Nuestro Director de Talento y Cultura es responsable de definir el modelo de bienestar de la Compañía con el apoyo del equipo central, el cual realiza diagnósticos globales anuales para evaluar las prácticas actuales de bienestar e identificar oportunidades de mayor integración dentro de nuestros procesos de talento y cultura. Además cada director de las Unidad de negocio es responsable de aprovechar estas ideas y diseñar un modelo integral de bienestar.



Acciones clave

Enfoque integral de bienestar

PROGRAMA INTEGRAL DE BIENESTAR

Durante 2025, realizamos cuatro activaciones enfocadas en diferentes iniciativas de bienestar, combinando *webinars*, talleres, activaciones presenciales y conferencias para asegurar el bienestar integral de los colaboradores:

- **Bienestar financiero:** con el objetivo de sensibilizar a los colaboradores sobre la importancia de sus finanzas personales, abordando temas clave como educación financiera, gestión del presupuesto y ahorro.
- **Bienestar intelectual:** se habilitaron espacios dedicados para fomentar retos intelectuales, brindando a los colaboradores la oportunidad de hacer una pausa, recargar energía y conectar con sus colegas.
- **Bienestar mental y emocional:** septiembre es el Mes Mundial de la Prevención del Suicidio. Creamos un espacio para reflexionar sobre sus impactos y su prevención, así como para destacar la importancia del bienestar. Además, se llevaron a cabo talleres de arteterapia para fomentar el trabajo en equipo y promover el autoconocimiento.
- **Bienestar físico:** se difundieron comunicaciones internas para sensibilizar y promover el bienestar físico entre los colaboradores, proporcionando orientación y herramientas para fortalecer este aspecto del bienestar.

645 participaciones a través de nuestro programa de bienestar 2025.

MOMENTOS DE VIDA IMPORTANTES (MÉXICO Y LATAM)

Sigma Foods organizó una serie de *webinars* para apoyar a nuestros colaboradores durante los momentos más importantes de la vida, con el objetivo de construir redes donde los colegas se sientan comprendidos y respaldados, y que compartan experiencias y recomendaciones prácticas desde sus propias vivencias personales.

- **Semillas de amor:** dirigido a madres, abordando temas como autocuidado, validación emocional, redes de apoyo y encontrar calma sin culpa.
- **Paternidad consciente:** enfocado en padres, cubriendo temas como coparentalidad, presencia emocional, corresponsabilidad parental y comunicación efectiva con sus parejas.
- **Corresponsabilidad parental:** panel con la participación de dos madres y dos padres que compartieron sus experiencias personales, invitando a los colaboradores a participar en un diálogo abierto y reflexionar sobre la maternidad y paternidad.

Estas sesiones reunieron a 978 participantes en México y LATAM, demostrando el interés de nuestros colaboradores por equilibrar sus responsabilidades parentales con su vida laboral.

DÍA DE LA FAMILIA SIGMA

Sigma Foods llevó a cabo el Día de la Familia en Ciudad de la Raqueta, España, una iniciativa clave para fortalecer el bienestar, el compromiso y el sentido de pertenencia de los colaboradores. Diseñado para colaboradores y sus familias, fomentó el equilibrio entre la vida laboral y personal al crear un espacio compartido de conexión más allá del entorno laboral. A través de actividades inclusivas para todas las edades y un fuerte énfasis en la sostenibilidad y la conciencia ambiental, el evento reforzó los valores de Sigma Foods, al tiempo que apoyó el bienestar emocional de los colaboradores, la integración familiar y el compromiso a largo plazo. La conferencia magistral impartida por expertos en medio ambiente y exploradores inspiró a los participantes al vincular el propósito personal, la resiliencia y la responsabilidad ambiental, contribuyendo a la motivación, el orgullo y la alineación con la cultura de la Compañía.

194 participantes

(EMPRESA FAMILIARMENTE RESPONSABLE)

Como reflejo de nuestros esfuerzos, en España recibimos el certificado EFR (Empresa Familiarmente Responsable) que otorga Fundación Másfamilia. Con este certificado, la Fundación reconoce que Sigma en España cuenta con políticas e iniciativas apropiadas para asegurar la conciliación entre sus empleados.

Diversidad, equidad e inclusión

GRI 405: 3-3

Por qué es importante

En Sigma Foods, la diversidad, equidad e inclusión (DEI) desempeñan un papel importante en nuestra cultura. Creemos que integrar personas con diferentes perspectivas, experiencias y talentos fortalece nuestra organización.

México, Food Services y Europa están alineados con los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPs), reforzando nuestro compromiso con la equidad de género.

Modelo operativo y equipo líder

Nuestro Director General y Director de Transformación y Cultura (CTCO) actualmente fungen como patrocinadores ejecutivos de DEI en toda la Compañía.

En cada Unidad de negocio, DEI es impulsado mediante grupos de trabajo dedicados responsables de promover y dar seguimiento a la implementación de iniciativas estratégicas de diversidad, así como de reportar avances al comité ejecutivo. La gobernanza de DEI continuó evolucionando en 2025, reflejando un año de transición en el que fortalecimos la alineación, clarificamos responsabilidades y profundizamos en la comprensión de las necesidades organizacionales.

Nuestra estrategia se fundamenta en dos pilares:

ENTORNO LABORAL INCLUSIVO

Fomentamos un entorno inclusivo y equitativo que promueve la seguridad psicológica, permitiendo a los colaboradores ser auténticos y desempeñarse a su máximo potencial. Acciones clave:

- Iniciativas de sensibilización en DEI.
- Actividades de capacitación en toda la organización.
- Refuerzo de comportamientos respetuosos alineados con la Política Global para la Prevención del Acoso y la Discriminación.
- Promoción del uso de lenguaje no sexista, no discriminatorio y no denigrante en procesos y comunicaciones oficiales.



Visita nuestra Política de DEI aquí

TALENTO INCLUSIVO

Buscamos atraer, desarrollar y retener al mejor talento sin discriminación, asegurando oportunidades equitativas para todos los colaboradores y candidatos. Acciones clave:

- Procesos justos de reclutamiento, desarrollo, mentoría, patrocinio, coaching y retroalimentación.
- Revisión de prácticas de compensación para garantizar la equidad en todos los puestos.

Durante 2025, la Compañía trabajó con todas las Unidades de negocio para comprender sus realidades específicas, retos y prioridades en materia de entornos laborales inclusivos y gestión de talento. A través de este proceso identificamos oportunidades clave relacionadas con capacidades de liderazgo inclusivo, procesos y políticas, así como consistencia entre regiones.

Nuestra Política Global de Diversidad, Equidad e Inclusión, en conjunto con nuestra Política de Prevención del Acoso y la Discriminación y nuestro Código de Abastecimiento Responsable, establecen expectativas y lineamientos claros, reforzando nuestro compromiso con un entorno laboral justo e inclusivo.

Acciones clave

Programas de empoderamiento de mujeres

WOMEN@GROWTH

3er Foro Women@Growth (Global)

Una conversación inspiradora con nuestra Directora de Mercadotecnia (CMO), Ana María Henao, sobre su trayectoria como madre trabajadora y exitosa, la importancia de la equidad de género y el papel de los aliados.

174 asistentes en 17 países.

Expansión global Women@Growth (Estados Unidos y Europa)

Se creó una división local en Estados Unidos y Europa para exportar las mejores prácticas de equidad y empoderamiento de la Compañía a diferentes regiones.



INSPIRANDO A MUJERES

Iniciativa para promover el crecimiento personal y profesional de las mujeres, enfatizando el respeto, la seguridad psicológica, el empoderamiento y las redes de apoyo. Algunas actividades incluyeron:

- Sesiones en múltiples sitios, plantas y centros de distribución.
- Sesiones grupales mensuales sobre gestión emocional, autocuidado, autoestima y seguridad psicológica.
- Formación de facilitadoras para asegurar espacios seguros, inclusivos y efectivos.

53 mujeres inscritas y 9 facilitadoras empoderadas.

MUJERES AMAZONAS, IMPULSANDO EL LIDERAZGO FEMENINO (LATAM)

Esta iniciativa multinacional promueve el crecimiento profesional y personal a través de un foro creado por y para mujeres. Se enfoca en fortalecer habilidades técnicas y blandas, fomentar el aprendizaje continuo, la mejora, el empoderamiento y reforzar la cultura de liderazgo consciente de Sigma Foods.

+100 mujeres participaron.

Construcción de un entorno laboral inclusivo

WEBINAR DESAFIANDO PERCEPCIONES, CAMBIANDO REALIDADES (GLOBAL)

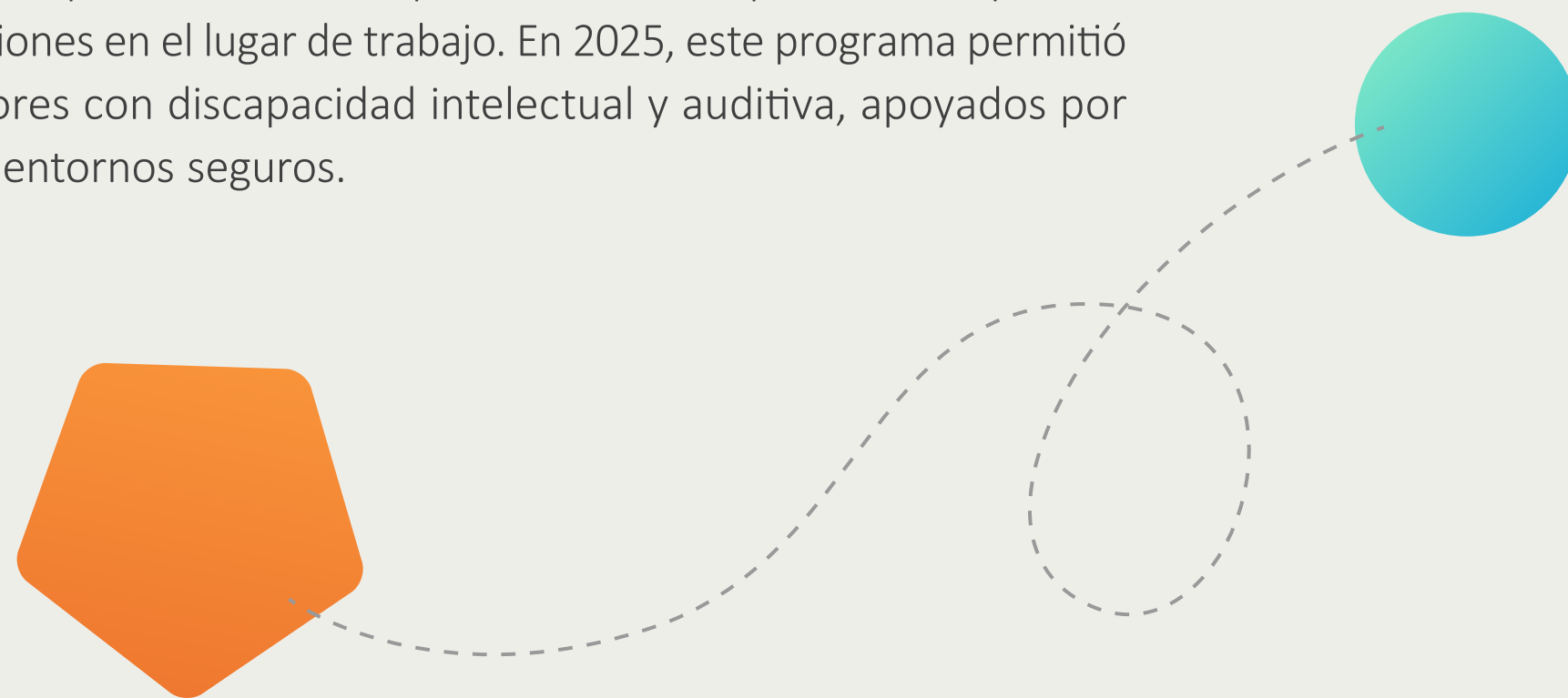
Un webinar sobre sesgos inconscientes en actividades cotidianas que ayuda a los colaboradores a reconocer y abordar comportamientos que afectan la colaboración.

525 participantes.

RECLUTAMIENTO SIN SESGOS (LATAM) 🇪🇨

Se diseñó e implementó un programa de inclusión laboral en Centroamérica que incluye cinco etapas para asegurar la equidad e inclusión a lo largo del ciclo laboral, incluyendo reclutamiento, contratación y capacitación de talento diverso.

En Ecuador, se desarrollaron lineamientos para procesos de reclutamiento equitativos y adaptados dentro de la gestión de capital humano, con el objetivo de incorporar exitosamente a personas con discapacidad mediante procesos adaptados, seguimiento y adecuaciones en el lugar de trabajo. En 2025, este programa permitió incorporar colaboradores con discapacidad intelectual y auditiva, apoyados por monitoreo continuo y entornos seguros.



Impulsando la empatía y la inclusión

ABRAZAMOS NUESTRA DIVERSIDAD 🇺🇸

Campañas internas mensuales que abordan temas de DEI y bienestar, así como iniciativas para conmemorar fechas especiales, tales como:

- Mes de la Sensibilización sobre la Salud Mental
- Mes del Orgullo
- *Juneteenth*
- Mes Nacional de la Herencia Hispana
- Mes Nacional del Bienestar

DÍA MUNDIAL DEL SÍNDROME DE DOWN (CENTROAMÉRICA – CAM)

Evento para incentivar a los colaboradores a usar calcetines dispares como símbolo de la singularidad genética y generar conciencia sobre las personas con síndrome de Down.



Compromiso con comunidades

Comunidades locales

GRI 203, 413: 3-3

GRI 203-1, 413-1

Por qué es importante

Nuestros esfuerzos de relación con la comunidad fortalecen relaciones de confianza en las regiones donde operamos. A través de la escucha activa y el diálogo continuo, identificamos de manera proactiva necesidades, creamos soluciones en conjunto y generamos valor compartido. Esta colaboración continua mejora el bienestar de las comunidades y refuerza nuestro rol como socio, ampliando nuestro impacto social positivo.

Aspiramos a maximizar el impacto positivo que generamos en cada comunidad donde operamos, actuando como un buen vecino y un socio de largo plazo en el desarrollo social local.

Modelo operativo y equipo líder

Nuestro Director de Talento y Cultura respalda estas actividades y asegura su implementación en todas las Unidades de negocio. Mientras que las iniciativas de voluntariado y donación de alimentos se monitorean desde áreas centrales, los equipos regionales identifican mecanismos para atender desafíos locales compartidos.

Al formar parte de estas comunidades, mantenemos canales de comunicación abiertos y conservamos nuestras operaciones accesibles a través de nuestra Línea de Transparencia y distintos espacios de diálogo comunitario.

Actualmente, las iniciativas de voluntariado y donación de alimentos son las principales herramientas de relacionamiento de la Compañía, permitiendo maximizar el impacto positivo.

En 2025, formalizamos nuestro marco de relación con la comunidad y desarrollamos políticas específicas de donación de alimentos para México y Europa, estableciendo lineamientos claros para generar impacto positivo en las comunidades que atendemos.

VOLUNTARIADO

Liderada por nuestros equipos regionales de Capital Humano, la estrategia de voluntariado de Sigma Foods está diseñada para fomentar el compromiso de nuestros colaboradores y contribuir positivamente a las comunidades donde operamos.

En 2025, fortalecimos este programa mediante la consolidación de una comunidad global de voluntariado, reconociendo a embajadores de sitio como contribuyentes estratégicos. Se seleccionaron y capacitamos 50 representantes a nivel global para ayudar a diseñar iniciativas de impacto alineadas con nuestro negocio principal.

LAS TRES CAUSAS PRIORITARIAS QUE GUÍAN NUESTROS ESFUERZOS DE VOLUNTARIADO SON:

ALIMENTACIÓN

Promover el acceso a alimentos para el desarrollo integral de las comunidades.

MEDIO AMBIENTE

Fomentar la conciencia ecológica y acciones que generen impactos ambientales positivos.

SERVICIO A LA COMUNIDAD

Impulsar la inclusión social y apoyar a grupos vulnerables mediante iniciativas solidarias.

DONACIÓN DE ALIMENTOS

La donación de alimentos es nuestro mecanismo estratégico para contribuir a la seguridad alimentaria. En 2025, Sigma Foods mantuvo los flujos de donación y fortaleció alianzas con socios estratégicos. Adicionalmente, reestructuramos nuestros procesos para garantizar que todas las donaciones se gestionen a través de bancos de alimentos, contribuyendo exclusivamente mediante instituciones que cumplen con estándares operativos y éticos establecidos.



FUNDACIÓN ALFA

A través de Fundación ALFA, Sigma Foods apoya la movilidad social de largo plazo mediante el impulso de estudiantes con alto potencial provenientes de comunidades del área metropolitana de Monterrey. El programa ofrece una trayectoria educativa de diez años que inicia en secundaria, becas completas para preparatoria y apoyo universitario en México y el extranjero. Con la misión de desarrollar talento intelectual, creativo y socioemocional, Fundación ALFA proporciona un entorno de confianza, colaboración y responsabilidad que prepara a los estudiantes para completar estudios universitarios y convertirse en profesionales exitosos, futuros líderes y agentes de innovación en la sociedad.



Acciones clave

Nuestra gente, embajadora de la cultura de Sigma Foods más allá de la Compañía

Nuestra gente es el motor de las iniciativas de voluntariado de Sigma Foods, reflejando los valores que definen la cultura de la Compañía y fortalecen los vínculos con la comunidad, ampliando su impacto mediante el fomento del liderazgo, la empatía y la colaboración.

CUMPLIENDO SUEÑOS

Sigma Foods colaboró con la Fundación José Adrián, donde los colaboradores ayudaron a hacer realidad sueños personales de niños. Se brindaron experiencias significativas como visitar el acuario, ir al cine, conocer jugadores de fútbol y asistir a partidos.

93 voluntarios
30 beneficiarios

Como parte de esta colaboración, se organizó una celebración especial del Día del Niño para los participantes de la campaña “Cumpliendo sueños”. El evento fue posible gracias a patrocinios de marcas de Sigma Foods y al apoyo de patrocinadores del programa, e incluyó cena, espectáculo en vivo y regalos para todos los asistentes.

14 voluntarios
120 beneficiarios

DONACIÓN PARA NIÑAS EN SITUACIÓN VULNERABLE

El equipo de voluntariado de Sigma Toluca lideró una iniciativa para apoyar a su comunidad mediante la organización de un encuentro especial con niñas de “Casa Hogar Alegría”, ubicada en Cacalomacán, Estado de México. Durante la actividad, los voluntarios entregaron donaciones de artículos de cuidado personal, incluyendo toallas, calcetines y kits para el cuidado del cabello, para las 72 niñas del albergue.

65 voluntarios
72 niñas beneficiadas

EVENTO GRAND CAN

Los colaboradores de la planta Clinton participaron en este evento por tercer año consecutivo, en el cual diversos equipos recolectaron alimentos enlatados y construyeron estructuras creativas con ellos. Este año, los voluntarios construyeron un faro utilizando los productos donados para un banco de alimentos regional en Oklahoma.

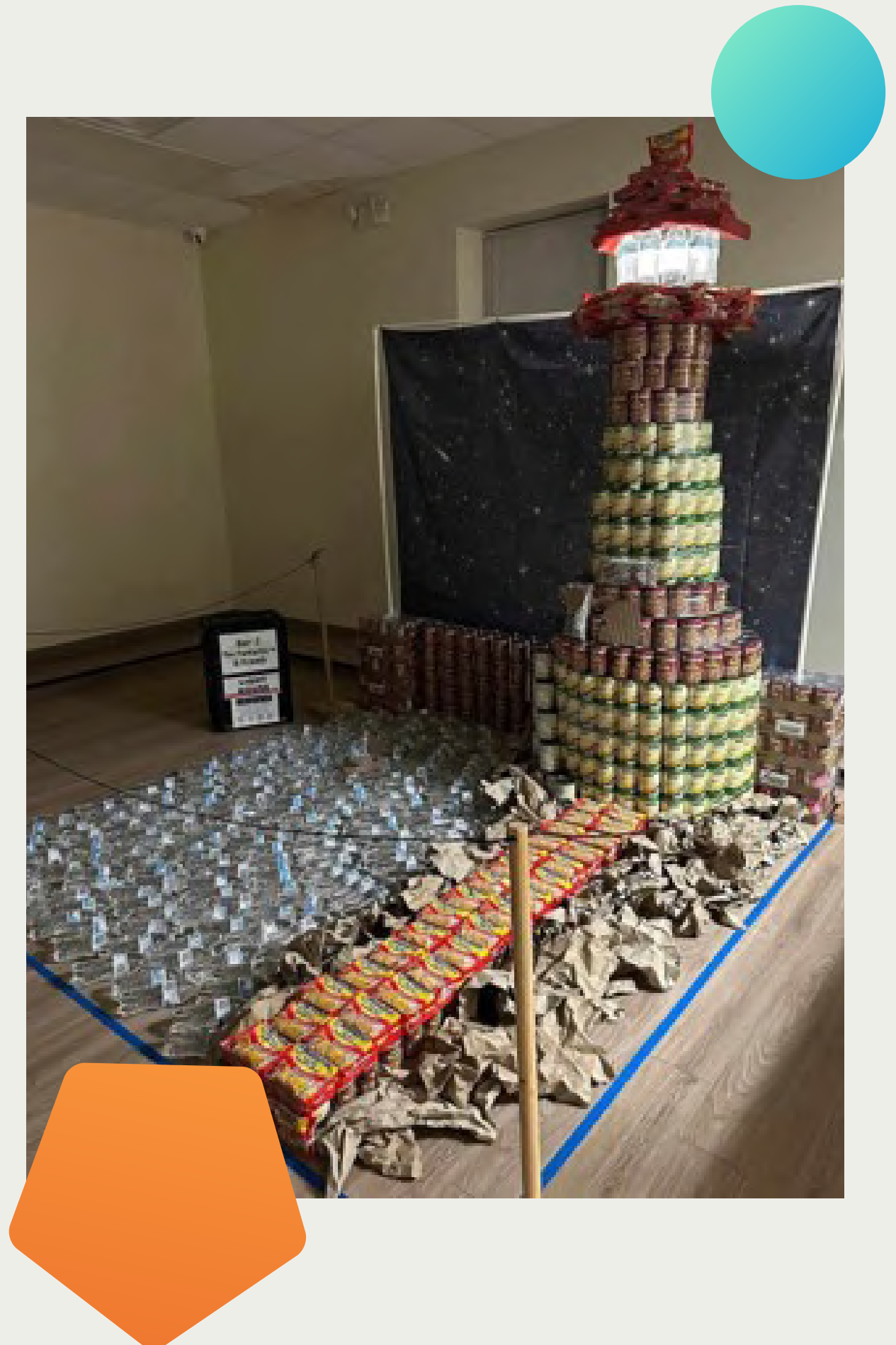
US \$11,850 recaudados
19,260 libras de alimentos recolectados
54,500 comidas donadas a personas en situación vulnerable

CAMPAÑA DEL DÍA MUNDIAL DE LA ALIMENTACIÓN

En Sigma Foods Estados Unidos, los esfuerzos del Día Mundial de la Alimentación se extendieron más allá de un solo evento, con la participación de nueve ubicaciones en donaciones de alimentos y actividades de voluntariado. Los equipos materializaron el principio “Una vida mejor comienza con acciones con propósito” apoyando el acceso a alimentos saludables y el bienestar general en las comunidades donde operamos.

Estas iniciativas reflejan los Fundamentales de Sigma Foods, demostrando Pasión por el Consumidor mediante el acceso a alimentos nutritivos, Mentalidades y Comportamientos a través del trabajo en equipo y el servicio, y Responsabilidad sobre el Talento al tomar iniciativa para generar impacto significativo. Las actividades también fortalecieron el bienestar, la conexión y el sentido de pertenencia de los colaboradores.

Los equipos de Sigma Foods USA donaron 25,589 libras de alimentos, aportaron 82 horas de voluntariado y realizaron donaciones en efectivo por US \$1,250.



CENTRO DE CUIDADO INFANTIL 🇧🇪

El Centro Hércules proporciona comidas calientes diarias a 50 niños de familias en situación vulnerable, y nuestro apoyo contribuye directamente a su misión de garantizar el acceso a alimentos saludables y educación. La participación de Caroli Foods en este proyecto refleja nuestro compromiso con la causa: “Alimentos deliciosos para una vida mejor”. El proyecto incluyó tanto donaciones de alimentos como actividades de voluntariado.

36 voluntarios

CAMINATA POR UN ÁRBOL 🇫🇷

En Francia, organizamos un reto de caminata de doce días que integró tres dimensiones esenciales: espíritu de equipo, bienestar personal y responsabilidad social corporativa. La iniciativa incentivó a los colaboradores a mantenerse activos y conectarse entre sí, y vinculó sus esfuerzos individuales con un impacto ambiental más amplio. Por cada 15,000 pasos registrados, se plantó un árbol, convirtiendo la actividad física en una contribución tangible a la reforestación. Este reto no solo promovió estilos de vida más saludables, sino que también reforzó nuestro compromiso con la sostenibilidad.

403 colaboradores participaron

CAMPAÑA DE DONACIÓN DE SANGRE 🇪🇸 Y EUROPA

Como parte del compromiso de Sigma Foods, llevamos a cabo una campaña multinacional de donación de sangre en alianza con la Cruz Roja en distintos países donde operamos. Este esfuerzo coordinado movilizó a colaboradores, equipos locales y organizaciones aliadas para contribuir a atender la escasez de sangre y apoyar tratamientos médicos que salvan vidas en las comunidades que atendemos.

285 colaboradores participaron

VISITA A LA CASA RONALD MCDONALD 🇮🇹

En 2025, Sigma Foods Perú organizó una visita a la Casa Ronald McDonald, donde colaboradores compartieron momentos significativos con niños, adolescentes y sus familias que viajan desde distintas regiones del país para recibir atención médica especializada. Los voluntarios generaron espacios de alegría y convivencia, brindando apoyo emocional a familias que enfrentan retos de salud complejos.

Además de la visita, los voluntarios entregaron donaciones para aliviar la carga de padres y cuidadores que acompañan a sus hijos durante su tratamiento. Esta iniciativa refleja nuestro compromiso con el bienestar de la comunidad y el apoyo a organizaciones que brindan atención y alojamiento a familias en momentos difíciles.

20 voluntarios
100 beneficiarios



Generamos impactos positivos en las comunidades donde operamos

PROGRAMA MANO A MANO (GLOBAL)

La iniciativa Mano con Mano invita a los colaboradores a apoyar a compañeros que han sido afectados por desastres relacionados con el clima. A través de este programa, nuestra fuerza laboral demuestra solidaridad al contribuir con recursos que asisten directamente a colegas que enfrentan situaciones urgentes y complejas.

La participación de los colaboradores es consistentemente rápida y generosa, reflejando una sólida cultura de empatía y responsabilidad colectiva. Sigma Foods fortalece este impacto al igualar todas las contribuciones de los colaboradores, duplicando efectivamente el apoyo brindado a los miembros del equipo afectados. Esta respuesta conjunta ha proporcionado esperanza, alivio y apoyo tangible a quienes enfrentan las consecuencias de emergencias climáticas.

La iniciativa refuerza nuestro compromiso con la resiliencia, el bienestar humano y el apoyo mutuo, elementos clave de nuestra estrategia de sostenibilidad social.

APOYO A NUEVOS SISTEMAS AGRÍCOLAS Y ALIMENTARIOS

Groupe Aoste colaboró con el Terra Isara Fund, una iniciativa dedicada a diseñar y desarrollar nuevos sistemas agrícolas y alimentarios, respaldada por una institución de ingeniería agroalimentaria. El Fondo busca promover modelos de producción capaces de proporcionar cantidades suficientes de alimentos seguros y saludables, así como salvaguardar los recursos naturales y fortalecer la resiliencia ambiental a largo plazo.

Además, Terra Isara tiene como objetivo garantizar que los agricultores y campesinos logren condiciones de vida dignas mediante la promoción de una distribución justa del valor a lo largo de toda la cadena de valor alimentaria. A través de esta alianza, Groupe Aoste contribuye a la transición hacia sistemas alimentarios más sostenibles, equitativos y resilientes.

ESCUELAS DE LLUVIA

En México, nos asociamos con Isla Urbana, una organización sin fines de lucro dedicada a atender la escasez de agua. Durante 2025, apoyamos a escuelas ubicadas en zonas con estrés hídrico mediante la instalación de sistemas de captación de agua de lluvia y la promoción de prácticas de conservación del agua entre los estudiantes.

4 escuelas equipadas con sistemas de captación de agua de lluvia en Toluca, Texcoco, Lerma y Jilotepec (Ciudad de México)
1,036 estudiantes beneficiados
+859 litros de potencial de captación anual de agua (890 m³)

Fortalecemos comunidades a través de la donación de alimentos

A través de nuestras alianzas con bancos de alimentos, Sigma Foods contribuye activamente al avance del ODS 2: Hambre Cero. Estas colaboraciones aseguran que las donaciones de alimentos se gestionen de manera responsable y se entreguen en condiciones óptimas, fortaleciendo la seguridad alimentaria y ampliando nuestro impacto en comunidades vulnerables.

RED DE BANCOS DE ALIMENTOS DE MÉXICO BAMX

A través de la Red BAMX, nuestro socio estratégico con alcance nacional, aseguramos una redistribución eficiente y transparente de alimentos en todo México. Esta colaboración fortalece la trazabilidad, refuerza el cumplimiento de lineamientos institucionales y garantiza que los productos donados generen valor social medible.

En 2025, las contribuciones de la Compañía a la Red BAMX beneficiaron aproximadamente a 4,000 comunidades, así como a organizaciones aliadas clave como Cáritas de Monterrey. Estos esfuerzos demuestran el amplio impacto de nuestras iniciativas sociales y la efectividad de nuestra estrategia de redistribución para llegar a poblaciones vulnerables.

+1.74 toneladas de alimentos donados
US \$6.9 millones en donaciones en especie

Progreso

Compromiso de sostenibilidad 2025:

Participación en voluntariado

10% de los colaboradores participando en iniciativas de voluntariado



NUESTRO LOGRO:

22%

Compromiso de sostenibilidad 2025:

Donación de alimentos

Donar 25,000 toneladas de alimentos (desde 2015)



NUESTRO LOGRO:

29,973 tons

SOCIOS

Trabajamos
junto con
nuestra cadena
de suministro



Abastecimiento responsable

GRI 308, 414: 3-3

GRI 308-1, 308-2, 414-1, 414-2

● Por qué es importante

Sigma Foods trabaja para integrar principios de sostenibilidad en su cadena de valor aguas arriba, buscando construir relaciones de largo plazo con nuestros proveedores y promover su desarrollo. Buscamos que nuestra cadena de suministro opere en alineación con nuestros valores, contribuyendo a la generación de valor sostenible para nuestros grupos de interés.

El abastecimiento responsable es un enfoque estratégico que respalda nuestra creación de valor a largo plazo.

▲ Modelo operativo y equipo líder

Nuestro CFO lidera la estrategia global de abastecimiento de la Compañía, guiando al equipo de Compras en la gestión de riesgos y oportunidades que surgen a lo largo de la cadena de suministro. Bajo su liderazgo, Compras desempeña un papel central en asegurar resiliencia y eficiencia, trabajando estrechamente con los equipos de Sostenibilidad y Calidad, liderados por nuestro Director de Tecnología y Sostenibilidad (CTSO). Esta estructura de gobernanza fomenta una sólida alineación transversal y permite responder a las expectativas de los grupos de interés, los requisitos regulatorios en evolución y las mejores prácticas internacionales.

CÓDIGO DE ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

El Código de Abastecimiento Responsable establece los requisitos, prácticas esperadas y estándares regulatorios e industriales aplicables a la cadena de suministro de Sigma Foods, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.



Visita nuestro Código de Abastecimiento Responsable aquí.



Acciones clave

Priorizamos la comunicación continua con nuestros grupos de interés a través de canales clave. Este enfoque nos permite atender inquietudes, identificar oportunidades y compartir logros, fortaleciendo relaciones, promoviendo la transparencia y generando confianza, lo que contribuye al éxito y sostenibilidad a largo plazo de nuestra organización.

Evaluación de proveedores responsables (global)

Sigma Foods ha implementado un cuestionario de abastecimiento responsable para proveedores que representan el 80% de las compras totales. Esta evaluación se basa en cuatro pilares clave: valor compartido, bienestar, salud y nutrición, y gestión ambiental. La evaluación requiere que los proveedores registren su estrategia y acciones ASG mediante la adhesión a marcos globales y certificaciones establecidas.

En 2025, actualizamos la metodología de Evaluación de Proveedores Responsables para las evaluaciones de 2026. Este cuestionario se actualiza para reforzar temas clave de sostenibilidad en nuestra cadena de valor.

A través de estas evaluaciones trabajamos de manera conjunta con nuestros proveedores en su proceso hacia prácticas de sostenibilidad más sólidas.

82.5% de nuestros proveedores fueron clasificados como proveedores responsables.

Proceso de evaluación de abastecimiento responsable



- PROVEEDORES EVALUADOS**
- Carne
 - Lácteos
 - Empaques
 - Ingredientes
 - Co-packagers
 - Productos comerciales

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CATEGORÍAS DENTRO DEL CUESTIONARIO	TEMAS
COMPAÑÍA	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Código de Conducta • Gobierno corporativo
VALOR COMPARTIDO	<ul style="list-style-type: none"> • Certificaciones • Evaluación de proveedores
BIENESTAR	<ul style="list-style-type: none"> • Salud y seguridad • Salarios • Accidentes
SALUD Y NUTRICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Desperdicio de alimentos
MEDIO AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none"> • Biodiversidad • Emisiones • Energía • Agua

En Europa mantuvimos nuestra certificación ISO 20400 para la compra de ingredientes y, en 2025, ampliamos su alcance para incluir proveedores de carne, fortaleciendo la consistencia en nuestras prácticas de abastecimiento.

Evento anual de proveedores Sigma Foods

Continuamos realizando nuestro evento anual de proveedores en Phoenix. Este evento crea un foro de alto nivel para la colaboración, reuniendo a la alta dirección, equipos de compras y proveedores estratégicos en sesiones de trabajo de varios días.

Durante los últimos dos años, los equipos de Sostenibilidad han llevado a cabo reuniones uno a uno con proveedores para conocer su avance y compartir mejores prácticas, incluyendo acciones de descarbonización y alternativas de empaque.




En el evento anual, reconocimos a 33 proveedores que alcanzaron la designación de proveedores responsables.



Fomento Lechero

A través del programa Fomento Lechero, la Compañía trabaja de la mano con productores de leche en México, Costa Rica y República Dominicana. Este programa tiene como objetivo asegurar que Sigma Foods cuente con un suministro confiable de leche que cumpla con los estándares de calidad requeridos por nuestras operaciones. A través de este programa, se ofrece capacitación tanto a pequeños como a grandes productores para lograr una producción más eficiente mediante la adopción de nuevas tecnologías para su ganado, mejoras en prácticas de alimentación, fortalecimiento del monitoreo de la salud del hato, entre otros.

En México, colaboramos con +300 productores de leche.

-  En **México**, se implementaron sistemas digitales para medir la calidad de la leche.
-  En **Costa Rica**, brindamos apoyo en la planificación nutricional y optimización de dietas, y fortalecimos nuestros procesos de mitigación de riesgos.
-  En **República Dominicana**, optimizamos nuestras rutas de recolección de leche para reducir costos y emisiones.

● Progreso

Compromiso de sostenibilidad 2025:

Alcanzar 80% de compras provenientes de proveedores con prácticas de sostenibilidad fortalecidas

 **100%**

NUESTRO LOGRO:

82.5%

Bienestar animal

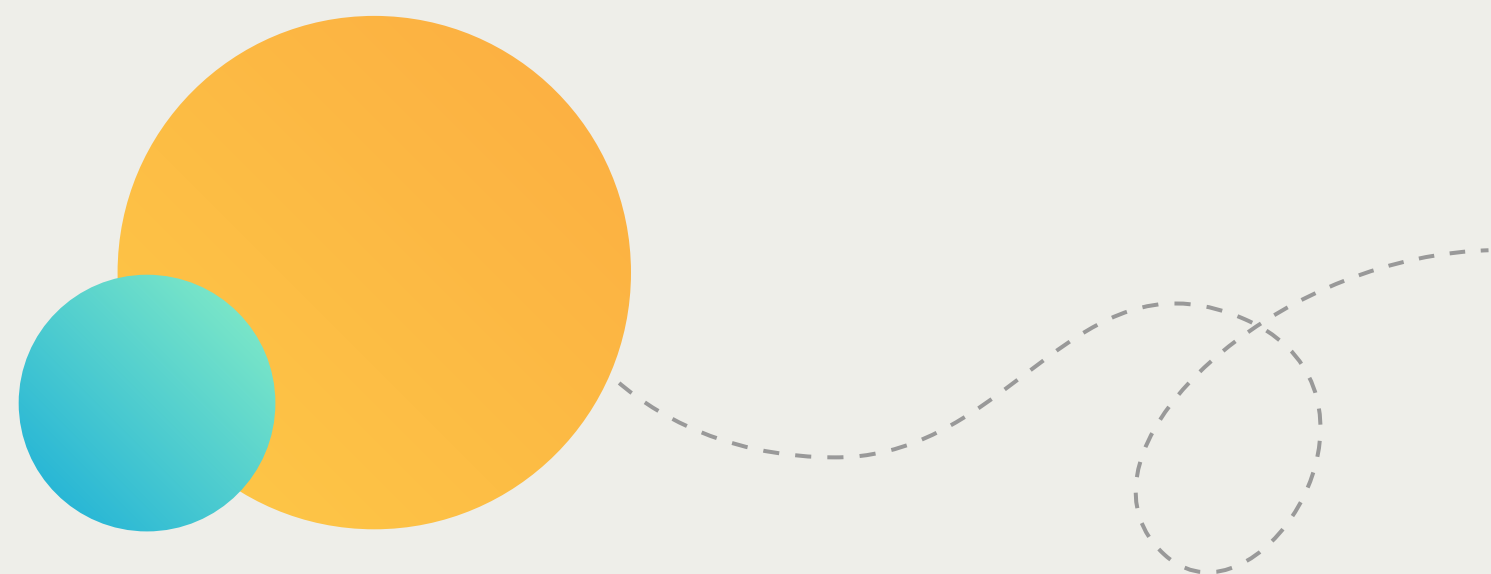
SASB FB-MP-410A.3, FB-PF-260A.2

● Por qué es importante

El bienestar animal está vinculado con la calidad del producto, la inocuidad alimentaria y la productividad. El cuidado adecuado de los animales contribuye directamente a animales más saludables y a cadenas de suministro más resilientes. Nuestro enfoque en bienestar animal se basa en estándares internacionales y en la colaboración con nuestros proveedores.

▲ Modelo operativo y equipo líder

Gestionamos el bienestar animal a través de los equipos de Sostenibilidad y Cadena de Suministro, trabajando de manera estrecha con Calidad, Compras y Operaciones para asegurar una implementación consistente, la participación de proveedores y la mejora continua.



POLÍTICA DE BIENESTAR ANIMAL

En 2025, nuestro CEO y CTSO firmaron nuestra Política de Bienestar Animal, que establece los compromisos y requisitos de Sigma Foods para sus propias operaciones y su cadena de suministro.

La política se respalda mediante una Guía Interna de Bienestar Animal para proveedores, que traduce compromisos de alto nivel en criterios accionables y rutas de mejora. Esta guía se basa en marcos globales reconocidos, incluyendo la Organización Mundial de Sanidad Animal (WOAH, por sus siglas en inglés) y el *Meat Institute* (Estados Unidos), y proporciona lineamientos claros alineados con las Cinco Libertades del Bienestar Animal:



Visita nuestra Política Global de Bienestar Animal aquí.

Acciones clave

Trabajo con protocolos y certificaciones de bienestar animal

La certificación implica auditorías integrales de trazabilidad, asegurando que los productos provengan de proveedores certificados. Las certificaciones de bienestar animal garantizan que los animales reciban un trato digno durante la crianza, manejo, transporte y sacrificio.

Tras la adopción de nuestra Política de Bienestar Animal, continuamos avanzando en los esfuerzos de certificación y verificación en nuestras operaciones. Mantuvimos certificaciones Animal Welfair® en múltiples plantas en Europa, México y Costa Rica.



PAÍSES QUE TRABAJAN CON CERTIFICACIONES DE BIENESTAR ANIMAL*

 Bélgica

 Portugal

 Costa Rica

 España

 Francia

 Países Bajos

 México

 Estados Unidos

 Perú

Nos enorgullece ser la primera compañía en obtener la certificación Animal Welfair® en América Latina, reforzando nuestro liderazgo en este ámbito.

* Países con proveedores y/o operaciones con certificaciones de bienestar animal.

PLANETA

Preservamos los
recursos naturales
del planeta



Preservar el planeta es un pilar central de la resiliencia a largo plazo y de la excelencia operativa de Sigma Foods. Gestionamos impactos relacionados con clima, energía, agua, residuos y empaques mediante una gobernanza estructurada, objetivos medibles y una asignación disciplinada de capital.

Nuestro enfoque combina innovación en ingeniería, mejora de eficiencia y monitoreo del desempeño.

Los esfuerzos de la Compañía se organizan en seis áreas clave:



Acción climática

GRI 302, 305, 308: 3-3

GRI 302-1, 302-3, 305-1, 305-2, 305-4, 305-5, 308-2

● Por qué es importante

En Sigma Foods, la acción climática es una prioridad estratégica integrada en nuestro modelo operativo y en nuestra estrategia de crecimiento a largo plazo. Reconocemos que el cambio climático presenta tanto riesgos sistémicos como oportunidades estructurales para nuestro negocio y nuestra cadena de valor.

Asumimos la responsabilidad de apoyar la transición hacia una economía baja en carbono, al tiempo que fortalecemos la resiliencia de nuestras operaciones. El uso eficiente de los recursos es esencial para la sostenibilidad y la competitividad.

▲ Modelo operativo y equipo líder

Nuestra estrategia de acción climática es liderada por nuestro Director de Tecnología y Sostenibilidad (CTSO), con el apoyo de los equipos de Agua & Energía y Sostenibilidad.

El desempeño climático se revisa a través de canales de gobernanza estructurados:

- Las emisiones de Alcance 1, 2 y 3 se monitorean por fuente, lo que permite visibilidad de los impulsores operativos y del avance frente a las metas.
- Los Directores de las Unidades de negocio revisan el desempeño climático y los planes de acción con sus equipos en sesiones dedicadas de sostenibilidad, asegurando la rendición de cuentas a nivel regional.
- El CEO y el equipo directivo reciben actualizaciones periódicas del desempeño en sostenibilidad a través de reuniones de gobernanza estructuradas, reforzando la responsabilidad sobre la acción climática en el nivel más alto de liderazgo.

Nuestra **estrategia de Acción Climática** se divide en dos pilares: Operaciones propias (Programa de Acción Climática) y Cadena de Valor.

OPERACIONES PROPIAS (PROGRAMA DE ACCIÓN CLIMÁTICA):

El enfoque del Programa de Acción Climática se centra en las principales fuentes de emisiones de Alcance 1 y 2: electricidad, sistemas de refrigeración y uso de combustibles en operaciones y logística.



Incrementar la eficiencia en el consumo de energía



Maximizar el uso de electricidad proveniente de fuentes más limpias o renovables



Ampliar el uso de combustibles más limpios



Incorporar nuevas tecnologías en nuestra flota de distribución



Transitar hacia refrigerantes con bajo o nulo potencial de calentamiento global

CADENA DE VALOR

El equipo de Cadena de Valor y Economía Circular, bajo el área central de Sostenibilidad, trabaja con los equipos de Compras y Calidad para integrar criterios de sostenibilidad en la evaluación y selección de proveedores, y avanzar en nuestros objetivos de descarbonización de Alcance 3.

INVENTARIO DE EMISIONES

Hemos verificado nuestros inventarios históricos de emisiones para 2019 (línea base), 2022 y 2024 para los Alcances 1, 2 y 3 conforme a los lineamientos de ISO 14064-3.



Visita nuestra Política de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero aquí

K tons CO ₂ eq	Línea base 2019	2023	2024	2025
Alcance 1	399.46	415.28	401.71	394.95
Alcance 2 (MB)	190.70	179.14	197.58	198.40
Alcance 3*	11,331.05	11,801.03	12,602.82	-

Nota: estos cálculos no incluyen operaciones vendidas.

*Las emisiones de Alcance 3 para 2025 se están calculando actualmente.

El cálculo de las emisiones puede ajustarse debido a mejoras en la precisión de los datos.





Categoría de Alcance 3 (K tons CO ₂ eq)	Línea base 2019*	2023	2024	2025
1. Bienes y servicios adquiridos	10,252.88	10,822.36	11,483.13	— En cálculo
2. Bienes de capital	54.05	83.43	184.33	
3. Actividades relacionadas con combustibles y energía	121.49	80.30	104.67	
4. Transporte y distribución aguas arriba	321.41	338.96	274.27	
5. Residuos generados en operaciones	90.81	45.52	45.17	
6. Viajes de negocios	6.73	4.76	10.39	
7. Desplazamiento de empleados	110.91	112.30	127.92	
8. Activos arrendados aguas arriba	62.94	48.27	15.41	
9. Transporte y distribución aguas abajo	131.02	118.58	165.65	
10. Procesamiento de productos vendidos	No aplica	No aplica	1.35	
11. Uso de productos vendidos	No aplica	No aplica	No aplica	
12. Tratamiento al final de la vida de productos vendidos	178.81	146.54	190.54	

Nota: estos cálculos no incluyen operaciones vendidas.

*Las emisiones de Alcance 3 para 2025 se están calculando actualmente.

El cálculo de las emisiones puede ajustarse debido a mejoras en la precisión de los datos.

CONSUMO DE ELECTRICIDAD

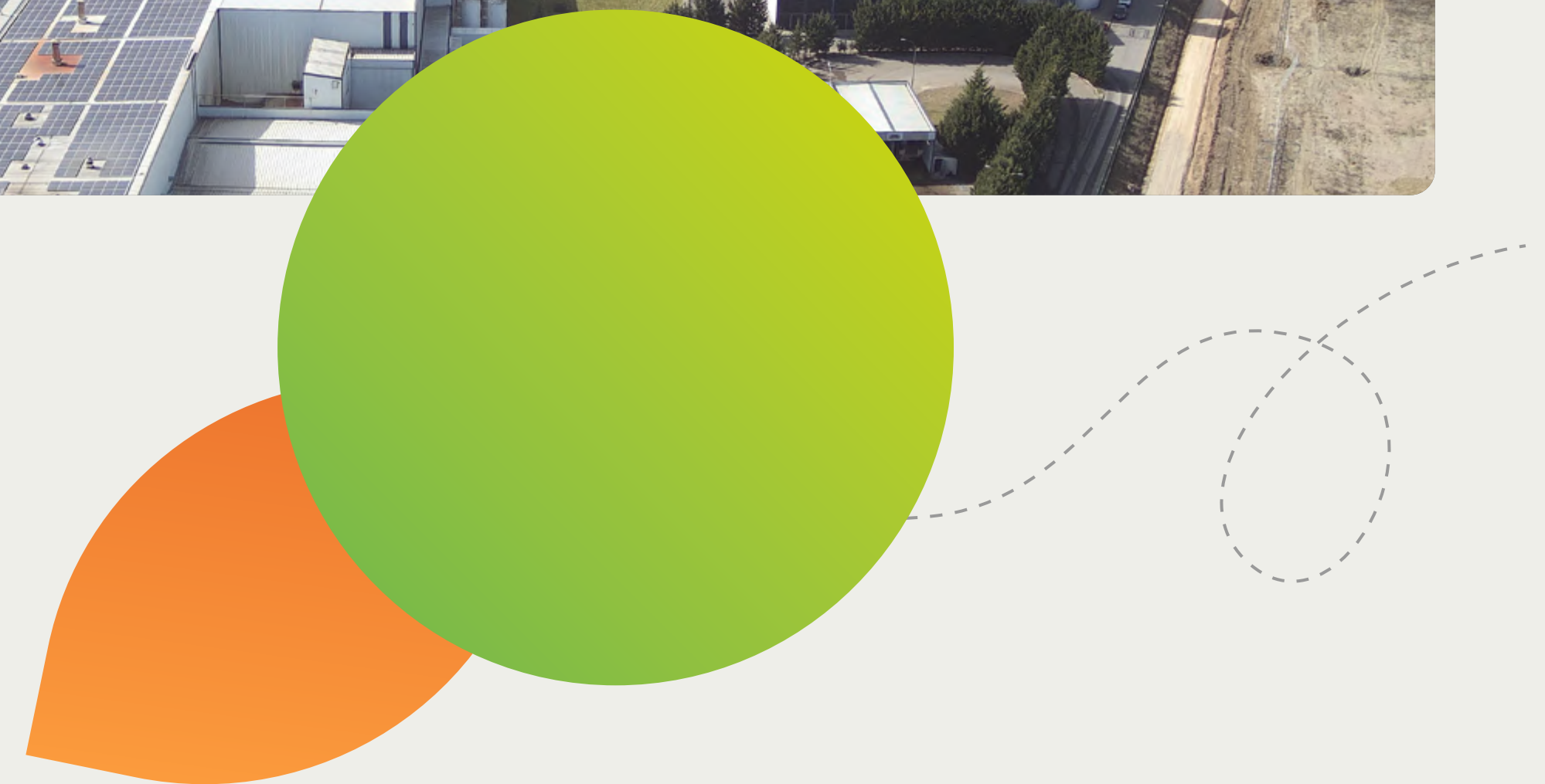
Consumo total de electricidad (MWh)

2023	705,872.17
2024	713,598.05
2025	682,684.38

Consumo total de energía de fuentes renovables (MWh)*

Fuente	2023	2024	2025
Paneles solares	20,290.15	19,897.18	19,014.03
Energía eólica	116,777.90	111,230.19	120,652.63
Otros	86,636.35	59,906.36	64,787.19
Total	223,704	191,033	204,453.86

*Los datos reportados son adicionales a los proyectos de energía implementados y no incluyen el suministro de energía renovable de la red eléctrica ni la cogeneración eficiente.



Acciones clave

Operaciones propias (iniciativas de Alcance 1 y 2)

COMUNIDAD AMBIENTAL

Nuestra comunidad ambiental incluye a más de 130 miembros de Sigma Foods de todas las Unidades de negocio, dedicados a promover la excelencia ambiental mediante la reducción del consumo de recursos para beneficios tanto ambientales como económicos. Durante reuniones periódicas, los miembros comparten proyectos e ideas para reducir el uso de agua y energía, permitiendo la estandarización de iniciativas en diversas regiones.

SUMMIT ANUAL DE AGUA Y ENERGÍA

Durante 2025, llevamos a cabo la quinta edición del Evento de Agua y Energía, una plataforma estratégica diseñada para acelerar la innovación, la excelencia operativa y la colaboración interregional en eficiencia de recursos.

La Cumbre reunió a líderes de ingeniería, medio ambiente y operaciones de todas nuestras regiones para presentar proyectos de alto impacto enfocados en reducir el consumo de agua, el uso de energía y las emisiones asociadas. Los proyectos fueron evaluados con base en su impacto medible, escalabilidad, innovación y retorno financiero.

Europa: Se implementó un control experto en Torrijos que permite a los equipos reducir costos de energía y mantenimiento mediante el ajuste de presión, temperatura, parámetros temporales y otras funcionalidades de compresores (más detalles se presentan en la siguiente sección: Refrigeración).

CAPEX VERDE

Nuestro Programa de Acción Climática está respaldado por nuestro marco de CAPEX Verde, que evalúa proyectos de descarbonización alineando métricas financieras con indicadores de sostenibilidad. Este enfoque permite a la Compañía alinear su ambición climática con las expectativas de los inversionistas.

Indicadores evaluados para cada proyecto:

- Proyectos con bajas o nulas emisiones de gases de efecto invernadero
- % del total de emisiones mitigadas
- Toneladas de CO₂ reducidas por cada USD 1,000 invertidos
- Retorno sobre la inversión (ROI)

Los proyectos dentro del alcance del CAPEX Verde incluyen los siguientes temas:



Transporte



Combustibles más limpios



Refrigeración



Fuentes más limpias de electricidad

TRANSPORTE

La electrificación de operaciones y transporte sigue siendo una prioridad para reducir el consumo directo de combustibles. Como parte de nuestras iniciativas para abordar el cambio climático, desarrollamos nuestro programa “Sostenibilidad en movimiento”, que cuenta con dos líneas de trabajo: la evaluación de tecnologías competitivas y sistemas de refrigeración que reducen emisiones de GEI manteniendo condiciones óptimas para garantizar la inocuidad y frescura de los alimentos, y la optimización de rutas de distribución para mejorar la eficiencia del combustible.


México: En 2025, concluimos una fase piloto de tres años para la electrificación de la flota. Durante el periodo piloto, se incorporaron 62 vehículos en las operaciones.


La transición hacia la movilidad eléctrica reduce directamente las emisiones de Alcance 1 derivadas del consumo de combustibles, preparando a la Compañía para futuros cambios regulatorios y tecnológicos.

COMBUSTIBLES MÁS LIMPIOS

Exploramos continuamente oportunidades para descarbonizar el uso de combustibles. Estas iniciativas incluyen la migración a gas natural, la introducción de sistemas de recuperación térmica y la sustitución de combustibles fósiles, por ejemplo, mediante la evaluación de alianzas estratégicas para producir energía a partir de biomasa o biogás. También evaluamos el uso de hidrógeno verde como una alternativa futura para el uso eficiente de energía con menor impacto ambiental.

Avanzamos en nuestra transición hacia fuentes de energía con menor huella de carbono mediante la implementación de biomasa certificada. Continuamos evaluando oportunidades para ampliar el uso de biomasa certificada y otras alternativas de combustibles bajos en carbono cuando sean técnica y económicamente viables.

 **Portugal:** En Rio Maior, un proyecto de biomasa tiene como objetivo reducir más de 4,800 toneladas de CO₂eq (emisiones Alcance 1), sustituyendo combustibles fósiles convencionales en procesos térmicos.

 **Ecuador:** En Sangolquí, otro proyecto de biomasa inició operaciones sustituyendo fuentes convencionales de combustibles fósiles en procesos térmicos. Se espera que esta iniciativa logre una reducción anual de 1,500 toneladas de CO₂eq (emisiones Alcance 1).

REFRIGERACIÓN

Nuestro programa de refrigeración busca migrar nuestras operaciones hacia refrigerantes naturales o con bajo potencial de calentamiento global (GWP), manteniendo el mantenimiento y monitoreo para prevenir fugas de gas.

En 2025 fortalecimos nuestros marcos internos de orientación y criterios técnicos para reducir progresivamente el riesgo ambiental. Mejoramos la gestión de datos de refrigerantes, lo que permite acciones correctivas más rápidas y una identificación más precisa de áreas de riesgo.

Los líderes locales de refrigeración y mantenimiento colaboran estrechamente con el equipo de Agua & Energía y especialistas en refrigerantes para asegurar reportes consistentes y la implementación de mejores prácticas. Las plantas mantienen bitácoras para monitorear inventarios de refrigerantes e identificar causas de fugas. A través de prácticas de mantenimiento preventivo reducimos emisiones fugitivas.



FUENTES MÁS LIMPIAS DE ELECTRICIDAD

La Compañía busca reducir pérdidas de energía mediante sistemas de monitoreo y control, benchmarking de operaciones similares y seguimiento de indicadores de eficiencia. En nuestras operaciones, utilizamos fuentes más limpias o renovables, como energía eólica, solar, energía limpia y cogeneración. Esto se logra mediante inversiones en nuevas tecnologías y el desarrollo de sistemas de gestión.

Inversión en energía renovable

En 2025, continuamos invirtiendo en generación renovable en sitio. Los proyectos de paneles solares continúan avanzando en Europa (Portugal, Bélgica y Rumania). Estas inversiones reducen directamente emisiones y fortalecen la resiliencia energética a largo plazo.

Portugal: Avanzamos en nuestra estrategia de descarbonización mediante la instalación de paneles solares en sitio, reforzando nuestro compromiso con la transición energética y la resiliencia operativa. Con una capacidad instalada de 1,700 kW, el sistema genera aproximadamente 3,000 MWh anuales, cubriendo el 19% del consumo total de electricidad de la planta. Diseñado con una vida útil de 30 años, el proyecto generará ahorros en costos de energía evitando aproximadamente 552 toneladas de CO₂eq por año.

Adquisición de energía renovable

En conjunto con las inversiones en sitio, en 2025 incrementamos la adquisición de electricidad renovable y continuamos con acuerdos previos.

México: Durante el año, la planta Noreste se convirtió en la primera instalación en operar con 100% electricidad eólica en México.

Bélgica, España, Portugal y Países Bajos: Durante 2025, se aseguraron acuerdos de electricidad renovable para **Bélgica** (100%) y **Portugal** (30%) con implementación a partir de 2026. Asimismo, continuamos con el suministro de electricidad renovable en **España** (38%) y **Países Bajos** (100%).

Perú: Se mantuvieron contratos de suministro 100% renovable.

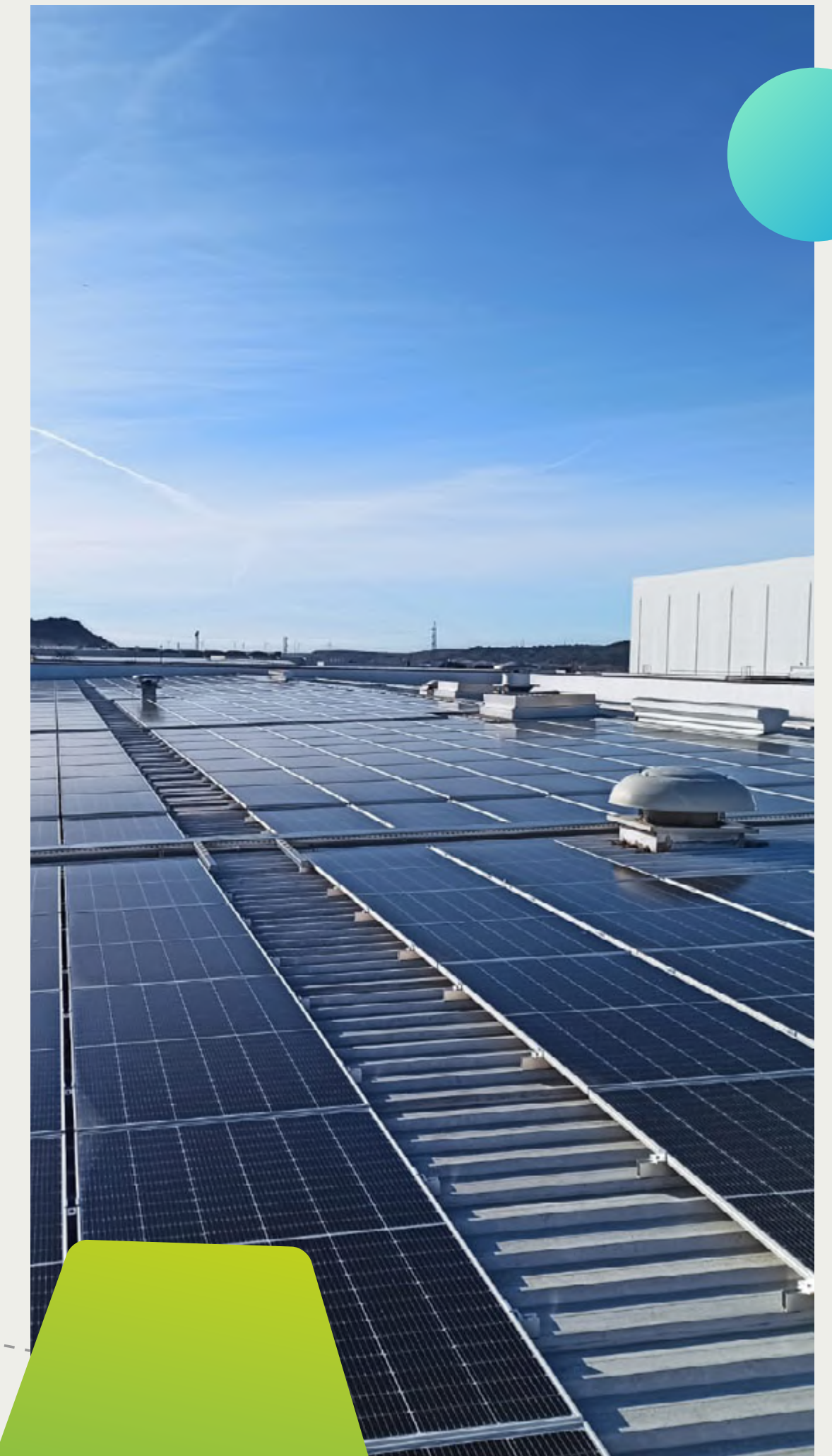
EFICIENCIAS

En 2025, fortalecimos nuestras capacidades de intercambio de mejores prácticas a través del equipo Benchmark bajo la unidad de Excelencia Operativa. Se consolidó un equipo especializado en eficiencia para identificar, replicar y escalar mejoras operativas de alto impacto.

Los equipos de Agua & Energía y Benchmark trabajan como asesores técnicos centralizados del equipo de Finanzas, colaborando transversalmente con Unidades de negocio, gerentes de planta y equipos funcionales para mejorar eficiencias. Los líderes locales en cada Unidad e negocio son responsables de la implementación y el seguimiento del desempeño, mientras que los equipos centrales proporcionan orientación, herramientas y consolidación de datos.

España: En la planta de Torrijos, dado que la refrigeración puede representar hasta el 50% del consumo eléctrico total, esta iniciativa introduce automatización avanzada y optimización en tiempo real alineada con la demanda de la planta y las condiciones ambientales. El sistema está diseñado para mejorar el desempeño energético en sistemas de refrigeración natural basados en amoníaco. Beneficios clave:

- 227,000 kWh reducidos anualmente.
- US \$26.8 mil en ahorros anuales de energía.
- 43 toneladas de CO₂eq reducidas (Alcance 1 y 2).
- 10% de reducción en el consumo energético de equipos.



Cadena de valor (iniciativas de Alcance 3)

METODOLOGÍA Y GESTIÓN DE DATOS DE ALCANCE 3

Durante 2025, fortalecimos nuestras capacidades internas para avanzar hacia una gestión climática basada en datos. Esto incluyó la aceleración de esfuerzos de digitalización para optimizar los cálculos de emisiones y asegurar mayor consistencia metodológica.

Adicionalmente, comenzamos a contabilizar emisiones de la Categoría 10 tras reconocer el suero como subproducto, una iniciativa que refuerza nuestro compromiso con los principios de economía circular.

Sigma Foods continúa trabajando en una estrategia estructurada de descarbonización de la cadena de valor centrada en fortalecer la integridad de los datos, integrar criterios climáticos en la innovación, promover inversiones que generen reducciones medibles de emisiones y escalar la colaboración con proveedores.

RED DE DESCARBONIZACIÓN

Entendiendo que la mayor parte de nuestras emisiones Alcance 3 proviene de nuestras compras, impulsamos la colaboración a través de la red de descarbonización, diseñada para involucrar a proveedores mediante el intercambio de mejores prácticas, benchmarking de avances y la aceleración de la reducción de emisiones en nuestra cadena de valor. Durante 2025, nuestra red de descarbonización alcanzó a 38 proveedores, representando el 28.6% del total de bienes adquiridos por la Compañía. A través de esta red, comprendemos sus desafíos, esfuerzos y obtenemos datos de emisiones más precisos.

Nuestros impactos climáticos más significativos ocurren en la cadena de valor, lo que hace esencial la colaboración con proveedores para lograr reducciones significativas de emisiones.

PROYECTOS EN LA CADENA DE VALOR

🇲🇽 México: Aditivos en alimentos

Hemos probado proyectos piloto de suplementación en alimentación con granjas lecheras mexicanas que forman parte de nuestro programa Fomento Lechero, con el objetivo de incorporarlos en la dieta de las vacas para reducir emisiones de metano durante el proceso digestivo (emisiones entéricas), sin afectar su salud, productividad ni la calidad de la leche.

Estos pilotos representan avances relevantes hacia la implementación de tecnologías que permitan una producción ganadera con menor huella de carbono.

Probamos aditivos en la alimentación de más de 1,000 vacas durante seis meses, reduciendo un total de 300 toneladas de emisiones de CO₂eq.

Progreso

Compromiso de sostenibilidad 2025:

Reducción del 20% de CO₂eq relacionada con nuestras plantas y flota de transporte, por tonelada de alimento producido (comparado con 2015).

100%

NUESTRO LOGRO:

24%

Compromiso de sostenibilidad 2025:

67% de la electricidad utilizada en nuestras plantas proveniente de fuentes más limpias o renovables.

100%

NUESTRO LOGRO:

68%

Iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia (SBTi)

- Sigma se compromete a reducir sus emisiones de GEI de Alcance 1 y 2 en un 20% para 2027 respecto a una línea base de 2019. Adicionalmente, buscamos reducir nuestras emisiones de GEI de Alcance 3 en un 9.8% en el mismo período.
- Sigma Europe se encuentra en proceso de establecer un Objetivo Basado en la Ciencia alineado con la trayectoria de 1.5°C.

Gestión del agua

GRI 303: 3-3
GRI 303-1, 303-2, 303-3

● Por qué es importante

El agua es fundamental para las operaciones de Sigma Foods y para las comunidades donde operamos. Como empresa de alimentos con instalaciones en regiones de estrés hídrico, la gestión responsable del agua es clave para la continuidad operativa, la gestión de riesgos y la estrategia a largo plazo.

Reconocemos que la gestión responsable del agua es crucial para la adaptación climática y la protección de la naturaleza.



▲ Modelo operativo y equipo líder

El CEO de la Compañía y la alta dirección participan en el desarrollo y validación de políticas relacionadas con el agua y compromisos de largo plazo. El avance en los KPIs de agua se revisa trimestralmente con la alta dirección.

Además, los directores operativos de todas las Unidades de negocio son responsables de trasladar los objetivos de agua a la ejecución a nivel planta. Este modelo estructurado asegura que las iniciativas de eficiencia hídrica y cumplimiento se implementen de manera consistente en todas nuestras operaciones.

Nuestro enfoque se basa en eficiencia, reutilización, optimización de infraestructura y supervisión de gobernanza. Las prioridades de la estrategia de Sigma Foods incluyen mejorar la intensidad hídrica (m³/tonelada de producto), identificar riesgos y oportunidades, e implementar planes de acción.

Es fundamental que comprendamos los riesgos hídricos físicos, regulatorios y reputacionales para asegurar la continuidad del negocio. Para este enfoque utilizamos Waterplan® y WRI Aqueduct, con el fin de evaluar riesgos hídricos a nivel sitio en nuestras operaciones. Con Waterplan® integramos datos externos basados en satélite (incluyendo indicadores hidrológicos y de cuencas) con evaluaciones internas de planta para generar una matriz integral de riesgos donde los sitios se clasifican de mayor a menor riesgo, permitiendo asignar recursos estratégicamente y atender primero las exposiciones críticas.



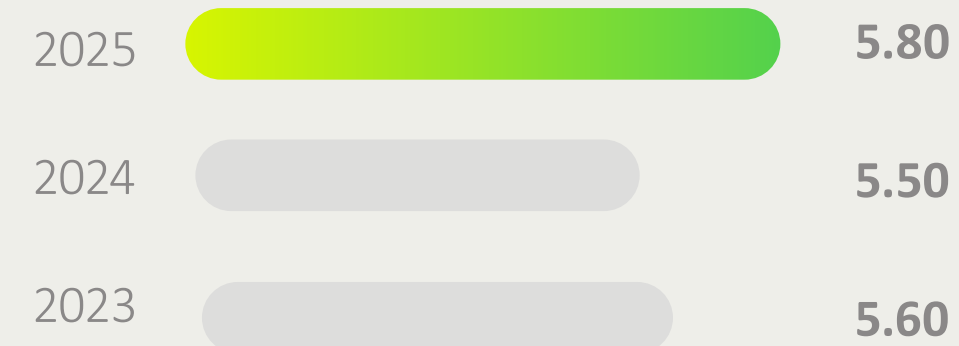
Visita nuestra Política de Gestión del Agua aquí.

GESTIÓN DEL AGUA

Extracción de agua (millones m³)



Extracción de agua en zonas con estrés hídrico (millones m³)

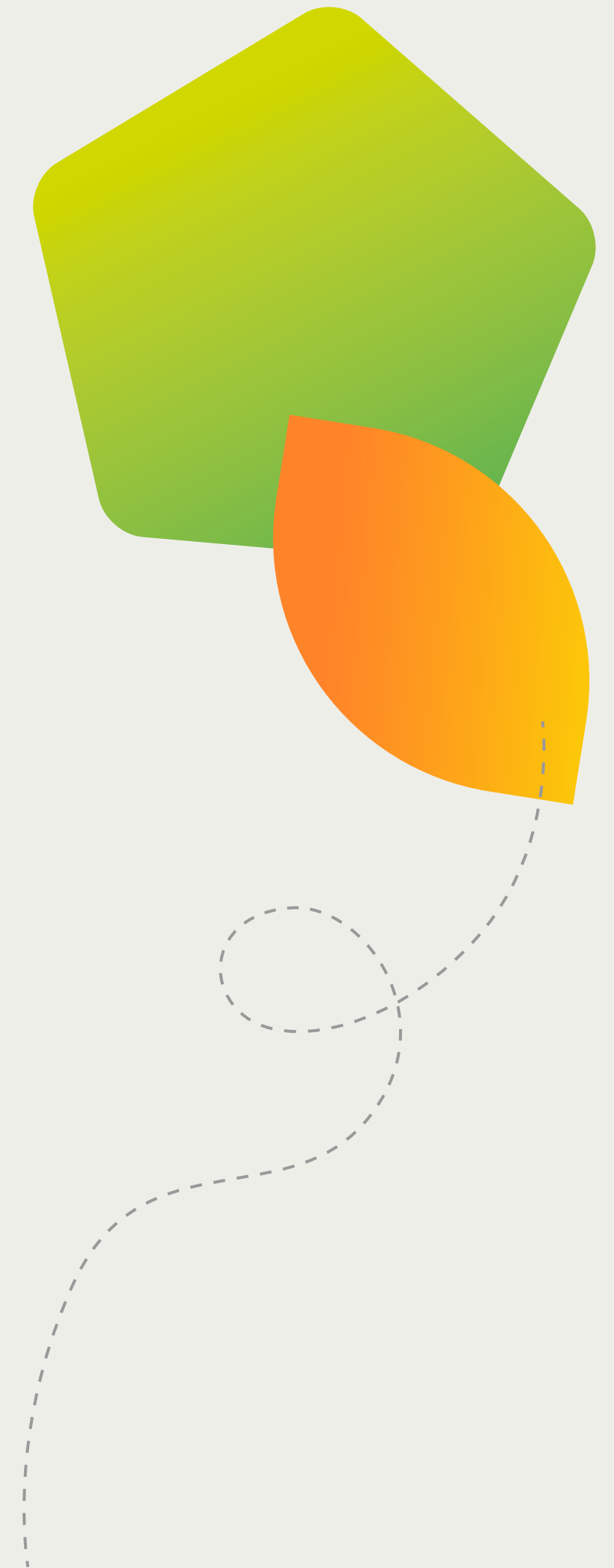


Extracción de agua por fuente (millones m³)

	2023	2024	2025
Agua superficial	-	-	-
Agua subterránea	4.75	4.66	5.10
Agua de mar	-	-	-
Agua producida	-	-	-
Agua de terceros	4.92	5.1	4.76

Extracción de agua en zonas con estrés hídrico por fuente (millones m³)

	2023	2024	2025
Agua superficial	-	-	-
Agua subterránea	2.68	2.73	2.71
Agua de mar	-	-	-
Agua producida	-	-	-
Agua de terceros	2.92	2.8	3.09



Acciones clave

Summit anual de agua y energía

A través de la 5ª edición del Summit de agua y energía, se desarrollaron dos proyectos relacionados con el agua, liderados por la Comunidad Ambiental.

- 🇨🇷 **Reducción continua de agua en hornos (planta Xalostoc):** mediante el rediseño del sistema de preenfriamiento, así como la optimización de la distribución y reutilización de salmuera, la planta redujo el consumo de agua en su sistema de hornos de mayor uso, logrando:
 - Reducción de 89 m³/día a 12 m³/día.
 - 24,900 m³ de agua recuperada anualmente.
 - Reducción del 3% en el KPI de intensidad hídrica comparado con 2024.
- 🇨🇷 **Sistema avanzado de reutilización de agua (planta Eugenia):** la planta mejoró su proceso de tratamiento de aguas residuales con filtración multimedia, carbón activado y suavizadores para permitir su reutilización en condensadores. Algunos de los principales beneficios son:
 - 7,320 m³ de agua a recuperar.
 - Reducción del 20% en el KPI de intensidad hídrica comparado con 2024.
 - Incremento de la tasa de reutilización de 49% a 81%.

Estrategia de monitoreo del agua

En 2025, lanzamos nuestra Estrategia de monitoreo del agua, diseñada para mejorar la gestión y visibilidad del uso del agua mediante una plataforma unificada y medidores de flujo automatizados. Esta iniciativa nos permite identificar los principales puntos de consumo y priorizar mejoras de eficiencia.

- 🇪🇸 En las plantas **Campofrío** y **Bureba** en **España**, implementamos un sistema de monitoreo que rastrea los flujos de agua en procesos clave, ayudándonos a identificar las mayores oportunidades para incrementar la eficiencia hídrica.
- 🇨🇷 En nuestra planta de **Alajuela** en **Costa Rica**, se aprobó un sistema integrado de monitoreo de agua, energía y vapor, que será implementado entre 2025 y 2026.

Tratamiento de aguas residuales

Operamos plantas de tratamiento de aguas residuales en nuestras instalaciones para asegurar el cumplimiento regulatorio y una descarga responsable. Continuamos expandiendo los sistemas de reutilización en nuestros sitios de producción, particularmente en regiones con alto estrés hídrico, incorporando tecnologías avanzadas de filtración y suavización para incrementar la calidad y aplicabilidad del agua tratada. Cuando es técnicamente viable, el agua tratada se reutiliza en sistemas de enfriamiento, saneamiento, riego y apoyo a procesos.

- 🇨🇷 La **planta Atitalaquia** incrementó su capacidad diaria de reutilización de agua de 150 m³ a 400 m³ mediante la optimización de sistemas y mejoras en infraestructura.

La **planta Pénjamo** implementó un sistema avanzado de reutilización alcanzando aproximadamente 8,760 m³ de agua reutilizada, principalmente en sistemas de refrigeración y riego.

La **planta Eugenia** alcanzó el 100% de reutilización del agua tratada entrante, maximizando la circularidad dentro de la instalación.
- 🇸🇻 **El Salvador** mejoró su planta de tratamiento de aguas residuales mediante la instalación de mecanismos para la descarga de agua.
- 🇪🇸 Debido al aumento en la capacidad de producción en nuestra **planta de Torrijos**, invertimos en la modernización de nuestra instalación de tratamiento de agua para gestionar eficazmente mayores volúmenes de agua.

Progreso

Compromiso de sostenibilidad 2025:

Reducción del 20% en el consumo de agua por tonelada de alimento producido (comparado con 2018)

100%

NUESTRO LOGRO:

26%

Economía circular

GRI 306: 3-3

GRI 301-2, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5

En Sigma Foods, la economía circular está integrada en la forma en que diseñamos, producimos y distribuimos nuestros productos. Al reducir residuos, optimizar materiales e innovar en empaques, fortalecemos la resiliencia operativa mientras contribuimos a la mitigación del cambio climático y al consumo responsable. Nuestro enfoque se estructura en dos frentes prioritarios: Empaques y Residuos.

Por qué es importante

La producción de alimentos genera de forma natural subproductos orgánicos, residuos de empaque y otros flujos de residuos operativos. Reducir la generación de residuos contribuye a disminuir la huella ambiental, optimizar el uso de recursos y apoyar los esfuerzos relacionados con el clima. Además, los empaques desempeñan un papel fundamental en garantizar la inocuidad alimentaria, la integridad del producto y su vida útil; sin embargo, también representan una oportunidad relevante debido al consumo de recursos y los residuos post-consumo. Reconociendo este doble desafío, buscamos desarrollar soluciones innovadoras de empaque que mejoren la protección del producto mientras reducen el uso de materiales, mejoran la reciclabilidad y disminuyen nuestro impacto ambiental total.



Modelo operativo y equipo líder

Las iniciativas de Residuos y Empaques se gestionan a través de un modelo transversal que involucra a Compras, I+D, Marketing, Operaciones y Sostenibilidad.

Los equipos de Empaques de I+D integran principios de diseño circular en los procesos de desarrollo de empaques en colaboración con proveedores. Las decisiones estratégicas sobre selección de materiales, diseño, reciclabilidad y relación con proveedores se revisan a nivel corporativo y se implementan localmente en nuestros mercados.

La gestión de residuos está integrada en nuestro marco operativo y es supervisada por el equipo central de Cadena de Valor y Economía Circular de Sostenibilidad. Los gerentes de planta son responsables del desempeño en materia de residuos, apoyados por coordinadores ambientales a nivel sitio y equipos centrales de sostenibilidad que definen políticas, objetivos y sistemas de monitoreo.

Operamos bajo procedimientos estandarizados de gestión ambiental alineados con los requisitos regulatorios locales, y monitoreamos la generación y valorización de residuos mediante plataformas internas de reporte integradas en nuestro marco general de gobernanza de datos ASG.

En 2025, nuestras operaciones en Europa evitaron el uso de más de 265 toneladas de plástico.

Acciones clave

EMPAQUES

Durante 2025, priorizamos el rediseño de formatos de empaque seleccionados para mejorar su reciclabilidad, incorporando materiales que cumplen con estándares de desempeño e inocuidad alimentaria, al tiempo que mejoran los resultados ambientales. Las revisiones a nivel portafolio nos permitieron identificar oportunidades de reducción y sustitución de materiales, particularmente en componentes primarios de empaques con mayor intensidad ambiental.

Continuamos optimizando el peso de los empaques sin comprometer la integridad del producto, su vida útil o calidad, aplicando principios de eco-diseño desde las etapas iniciales de desarrollo. Fortalecimos la colaboración con proveedores estratégicos para alinear criterios de sostenibilidad con decisiones de compra y explorar materiales alternativos con menor impacto ambiental. Adicionalmente, mejoramos los sistemas de gestión de datos para incrementar la transparencia y trazabilidad de la composición de los empaques, respondiendo a expectativas regulatorias y de inversionistas en evolución respecto a la gestión de plásticos y desempeño en economía circular.

Reducción de plástico virgen en Yoplait

Logramos una reducción del 10% en el grosor del plástico PS para envases de yogurt, resultando en una disminución de 60 toneladas de plástico virgen en 2025.

Reducción de plástico virgen en la marca Aoste

Esta iniciativa busca reducir el peso de material virgen incrementando el contenido reciclado del 30% al 60% en la película inferior de PET del empaque, con una reducción esperada de 213 toneladas de plástico virgen anuales.

Reducción de empaque en Portugal

Nuestras operaciones en Portugal redujeron su uso de empaque en 8.5 toneladas en 2025.

RESIDUOS

En 2025, aceleramos la implementación de nuestra estrategia de reducción y valorización de residuos en todas las operaciones. Nos centramos en iniciativas de optimización de procesos para reducir pérdidas de materia prima y mejorar la eficiencia del rendimiento en nuestras líneas de producción, integrando la minimización de residuos dentro de nuestro marco de excelencia operativa. A nivel de planta, fortalecimos las prácticas de separación desde el origen para mejorar las tasas de recuperación y la trazabilidad de los residuos, apoyados por controles internos más claros y mecanismos estandarizados de reporte.

Adicionalmente, ampliamos la recuperación de subproductos orgánicos mediante el fortalecimiento de alianzas con gestores de residuos certificados e identificamos canales de uso secundario, como alimento para animales y otras alternativas de valorización, reduciendo así la dependencia de rellenos sanitarios y las emisiones asociadas. En conjunto, implementamos planes de acción específicos por planta para la desviación de residuos de relleno sanitario e incrementamos la concientización de los colaboradores mediante programas de capacitación centrados e iniciativas de mejora continua lideradas por equipos multidisciplinarios. Estos esfuerzos no solo redujeron el impacto ambiental, sino que también contribuyeron a la eficiencia operativa y la gestión de costos, reforzando la materialidad financiera y ambiental de la gestión de residuos.

Biodigestor en Estados Unidos

En Oklahoma, se lanzó un proyecto piloto para desviar residuos de relleno sanitario, utilizando un biodigestor que convierte los residuos de la planta en composta.



Acerca de este informe

GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4, 2-5

Este Informe de Sostenibilidad tiene como objetivo proporcionar información clara y transparente a nuestros grupos de interés sobre las prioridades de sostenibilidad, así como los resultados de las principales iniciativas ambientales, sociales y de gobernanza implementadas durante el año.

Ciclo de reporte

Este es el Informe Anual de Sostenibilidad 2025 de Sigma Foods S.A.B. de C.V. y de su subsidiaria Sigma Alimentos, S.A. de C.V., y abarca el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025.

Entidades incluidas en el informe

El alcance cubierto en este Informe incluye nuestras operaciones globales y contiene datos de Sigma Alimentos S.A. de C.V., una empresa de propiedad total de Sigma Foods S.A.B. de C.V. Para obtener más información sobre nuestras entidades, por favor consulte el Informe Anual 2025, disponible en nuestro sitio web.

Temas materiales

Para identificar los temas prioritarios a incluir en nuestro informe, consideramos las conclusiones de nuestro

Análisis de Materialidad, la Estrategia de Sostenibilidad de Sigma, nuestros Compromisos 2025 y los procesos internos de planeación de la Compañía. Los resultados de nuestro Análisis de Materialidad 2021, así como la lista de temas materiales, pueden consultarse en la sección de Sostenibilidad de nuestro sitio web.

Cambios en la Compañía y reexpresión de información

Derivado de los procesos de venta y adquisiciones realizados durante el periodo 2025, la información presenta cambios para el año reportado en comparación con los alcances reportados en años anteriores. Asimismo, hubo cambios en los procesos o criterios para la recopilación de información sobre energía, emisiones y residuos que implican la reexpresión de datos históricos, derivados del proceso de verificación de emisiones de Alcance 1, 2 y 3 para los años 2019, 2022 y 2024.

Preparación de la información

La información de este Informe se obtuvo a través de entrevistas con directivos en nuestras oficinas corporativas y unidades de negocio alrededor del mundo, bases de datos internas y cuestionarios relacionados con sostenibilidad.

Monitoreo de métricas

Para medir los resultados de nuestras iniciativas, los indicadores clave de desempeño y el avance hacia nuestros Compromisos 2025, utilizamos criterios internos para monitorear el desempeño de la Compañía en áreas clave de nuestra Estrategia de Sostenibilidad. La información presentada ha sido validada internamente. Adicionalmente, la información no financiera de nuestras operaciones en Europa ha sido validada por un tercero independiente conforme a los lineamientos NFIS.

Estándares de reporte

Este informe fue elaborado con referencia a los Estándares GRI, la metodología global más utilizada para reportes de sostenibilidad. Para más información sobre GRI, visite su sitio web. Asimismo, continuamos avanzando en nuestros esfuerzos por reportar esta información con referencia a los estándares SASB.

Este informe no ha sido verificado por ninguna entidad externa independiente.

Sigma Foods, S.A. de C.V.

Av. Gómez Morín 1111
Colonia Carrizalejo, San Pedro Garza García,
Nuevo León 66254

Para más información sobre nuestro Informe de Sostenibilidad, Estrategia ASG e iniciativas, favor de contactar a:

sustainability@sigma-alimentos.com

investorrelations@sigma-alimentos.com

ir@sigmafoods.com

Detalle de desempeño

MEDIO AMBIENTE

		2022	2023 ^[1]	2024 ^[1]	2025 ^[1]	VARS % A-c-A	EQUIVALENTE SASB
GRI 302 ^[3]	Energía - 2016						FB-PF-130a.1, FB-MP- 130a.1
302-1	Consumo total de energía dentro de la organización (millones de GJ)	7.419	6.854	6.925	6.846	-1.1%	
	Consumo total de combustibles procedentes de fuentes no renovables (millones de GJ)	4.658	4.224	4.232	4.175	-1.3%	
	Diésel	1.487	1.383	1.354	1.344	-0.8%	
	Combustóleo	0.231	0.199	0.181	0.186	2.7%	
	Gasolina	0.115	0.205	0.205	0.135	-34.1%	
	Gas LP	0.125	0.121	0.117	0.113	-3.5%	
	Gas natural	2.700	2.316	2.374	2.398	1.0%	
	Consumo total de combustibles procedentes de fuentes renovables (millones de GJ)	0.060	0.088	0.124	0.103	-17.1%	
	Biomasa	0.060	0.088	0.087	0.063	-28.2%	
	Biogas	-	-	0.037	0.040	0.0%	
	Consumo total de energía adquirida (millones de GJ)	2.701	2.541	2.569	2.568	0.0%	
	Consumo total de electricidad (millones de GJ)	2.564	2.448	2.463	2.458	-0.2%	
	Convencional (consumo de la red eléctrica local o nacional)	1.608	1.492	1.615	1.561	-3.4%	
	Cogeneración	0.162	0.151	0.160	0.160	0.4%	
	Fuentes renovables (PPAs, VPPAs, Paneles solares en sitio)	0.794	0.805	0.688	0.736	7.0%	
	Consumo total de energía térmica (millones de GJ)	0.136	0.093	0.106	0.111	4.2%	
302-3	Ratio de intensidad energética de la organización (GJ / ton de alimento)	4.26	3.94	3.79	3.75	-1.0%	
GRI 303 ^[3]	Agua y efluentes - 2018						
303-3	Extracción total de agua						FB-MP-140a.1, FB-PF-140a.1
	Extracción total de agua de todas las zonas (millones de m³)	11.43	9.65	9.75	9.86	1.1%	
	Agua subterránea	6.48	4.75	4.66	5.10	9.5%	
	Agua de terceros	4.95	4.90	5.10	4.76	-6.6%	
	Extracción total de agua de todas las zonas con estrés hídrico (millones de m³)	6.98	5.59	5.61	5.81	3.7%	
	Agua subterránea	3.79	2.67	2.73	2.72	-0.3%	
	Agua de terceros	3.19	2.91	2.88	3.10	7.5%	
	Ratio de intensidad de uso de agua (m ³ de agua extraída / ton de alimento)	6.3	5.5	5.3	5.4	1.3%	
	Ratio de intensidad de uso de agua (m ³ de agua extraída / ingresos en millones USD)	1539	1137	1108	1074.8	-3.0%	

MEDIO AMBIENTE

		2022	2023 ^[1]	2024 ^[1]	2025 ^[1]	VAR % A-c-A	EQUIVALENTE SASB
GRI 305 ^[2]	Emisiones - 2016						FB-MP-110a.1
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1), CO ₂ equivalente (miles ton CO ₂ e)	421.3	421.7	393.8	394.9	0.3%	
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2), CO ₂ equivalente (miles ton CO ₂ e)	185.1	190.4	192.8	198.4	2.9%	
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3), CO ₂ equivalente (miles ton CO ₂ e)	12,025	11,814	12,291	- ^[7]	-	
305-4	Ratio de intensidad de las emisiones de GEI de la organización						
	Intensidad de las emisiones (ton CO ₂ e / ton de alimento)	7.26	7.01	7.0	0.3 ^[7]	-95.4%	
	Intensidad de las emisiones (ton CO ₂ e / ingresos en millones USD)	1701.14	1461.05	1,463	0 ^[7]	-100.0%	
	Emisiones de alcance 3 por categoría (miles ton CO₂e) ^[7]	12,025	11,814	12,291	-	0.0%	
	Bienes y servicios adquiridos	10,963	10,833	11,185	-	-	
	Bienes de capital	66	84	184	-	-	
	Actividades relacionadas con combustibles y energía	118	83	113	-	-	
	Transporte y distribución durante la fase upstream	329	339	260	-	-	
	Desechos generados en las operaciones	60	46	42	-	-	
	Viajes de negocio	4	5	10	-	-	
	Desplazamiento de los empleados	112	112	128	-	-	
	Activos arrendados durante la fase upstream	66	48	16	-	-	
	Transporte y distribución durante la fase downstream	132	119	164	-	-	
	Procesamiento de los productos vendidos	NA	NA	NA	-	-	
	Uso de los productos vendidos	NA	NA	NA	-	-	
	Tratamiento al final de la vida útil de los productos vendidos	176	147	188	-	-	
	Activos arrendados durante la fase downstream	NA	NA	NA	-	-	
	Franquicias	NA	NA	NA	-	-	
	Inversiones	NA	NA	NA	-	-	

MEDIO AMBIENTE

GRI 306 Residuos - 2020 ^[4]							
	Residuos de la operación ^[6]	Total 2024 ^[1]	Destinados a valorización 2025	Destinados a eliminación 2025	Total 2025 ^[1]	VARs % Total 2025 vs 2024	EQUIVALENTE SASB
306-3	Peso total de los residuos (ton)	130,616.48	77,877.39	57,657.17	135,534.57	3.8%	
	Grasas y lodos de PTAR	56,928	40,881	13,944	54,826	-3.7%	
	Papel y cartón	10,067	14,158	33	14,192	41.0%	
	Madera	7,565	11,902	24	11,926	57.6%	
	Plásticos	8,225	5,259	1,590	6,849	-16.7%	
	Metal	1,073	1,515	106	1,621	51.1%	
	Residuos sólidos urbanos y de proceso	46,241	3,922	40,650	44,572	-3.6%	
	Otros (construcción, electrónicos, entre otros)	517	240	1,309	1,549	199.6%	
306-4	Residuos destinados a valorización (ton)	Total 2024 ^[1]	Procesado en las instalaciones 2025	Procesado fuera de las instalaciones 2025	Total 2025	VARs % Total 2025 vs 2024	EQUIVALENTE SASB
	Residuos peligrosos	1,603	0	92	92	-94.2%	
	Preparación para la reutilización	7	0	10	10	43.0%	
	Reciclado	73	0	67	67	-7.5%	
	Otras operaciones de valorización	1,523	0	15	15	-99.0%	
	Residuos no peligrosos	56,688	0	77,785	77,785	37.2%	
	Preparación para la reutilización	3,248	0	9,217	9,217	183.8%	
	Reciclado	28,142	0	31,408	31,408	11.6%	
	Otras operaciones de valorización	25,298	0	37,161	37,161	46.9%	
306-5	Residuos destinados a eliminación (ton)	Total 2024	Procesado en las instalaciones 2025	Procesado fuera de las instalaciones 2025	Total 2025	VARs % Total 2025 vs 2024	EQUIVALENTE SASB
	Residuos peligrosos	228	0.00	1,300.29	1,300.29	471.0%	
	Incineración (con recuperación energética)	19	0	19	19	-1.1%	
	Incineración (sin recuperación energética)	56	0	48	48	-14.5%	
	Traslado a un vertedero	21	0	1	1	-95.8%	
	Otras operaciones de eliminación	133	0	1,233	1,233	829.5%	

MEDIO AMBIENTE

GRI 306 Residuos - 2020 ^[4]							
306-5	Residuos destinados a eliminación (ton)	Total 2024 ^[1]	Procesado en las instalaciones 2025	Procesado fuera de las instalaciones 2025	Total 2025	VARs % Total 2025 vs 2024	EQUIVALENTE SASB
	Residuos no peligrosos	72,098	0.00	56,356.91	56,356.91	-21.8%	
	Incineración (con recuperación energética)	1,887	0	2,593	2,593	37.4%	
	Incineración (sin recuperación energética)	3	0	495	495	15,867.1%	
	Traslado a un vertedero	61,381	0	52,010	52,010	-15.3%	
	Otras operaciones de eliminación	8,827	0	1,260	1,260	-85.7%	
	Residuos alimentarios ^[2]	Total 2024 ^[1]	Destinados a valorización 2025	Destinados a eliminación 2025	Total 2025	VARs % Total 2025 vs 2024	EQUIVALENTE SASB
306-3	Peso total de los residuos (ton)	31,269	47,280	11,974	59,254	89.5%	
	Operaciones	24,562	39,713	10,556	50,269	105%	
	Logística	6,707	7,566	1,418	8,985	34%	
306-4 ^[5]	Residuos destinados a valorización (ton)	Total 2024 ^[1]	Procesado en las instalaciones 2025	Procesado fuera de las instalaciones 2025	Total 2025	VARs % Total 2025 vs 2024	EQUIVALENTE SASB
	Residuos no peligrosos	22,605	0	47,280	47,280	109%	
	Otras operaciones de valorización	22,605	0	47,280	47,280	109%	
306-5	Residuos destinados a eliminación (ton)	Total 2024	Procesado en las instalaciones 2025	Procesado fuera de las instalaciones 2025	Total 2025	VARs % Total 2025 vs 2024	EQUIVALENTE SASB
	Residuos no peligrosos	8,664	0	11,974	11,974	38%	
	Traslado a un vertedero u otras opciones de disposición final	8,664	0	11,974	11,974	38%	

^[1] Se excluyen los activos vendidos en Italia y Francia e incluyen las operaciones adquiridas en Estados Unidos para 2023-2025.

^[2] Se incluyen las operaciones de Centros de Distribución y Almacenamiento, así como otros sitios.

^[3] Incluye consumos de sitios de manufactura y transporte.

^[4] De 2024 a 2025, hemos continuado mejorando la forma en la cual reportamos nuestros residuos, estableciendo criterios fijos para definir los residuos generados en nuestras operaciones. Por lo mismo, las variaciones año con año son importantes. Consideramos que en el próximo año, la comparabilidad de cifras mejorará significativamente.

^[5] Los residuos de alimentos recuperados son enviados a sub-procesos externos para su circularidad.

^[6] Incluye residuos derivados de sitios de manufactura y no considera subproductos como suero de leche, entre otros.

^[7] Las emisiones de Alcance 3 están en proceso de cálculo, lo cual afecta los resultados de emisiones absolutas y los ratios de intensidad de emisiones.

BIENESTAR

GRI 2	Contenidos Generales - 2021	2022	2023 ^[1]	2024 ^[1]	2025	VARs A-c-A	EQUIVALENTE SASB
2-7	Empleados						
	Empleados totales (Núm)	45,280	46,442	47,777	48,195	0.9%	
Empleados por género	Mujeres	18,264	18,923	19,088	19,469	2.0%	
	Hombres	26,982	27,342	28,675	28,726	0.2%	
	No declarado	34	177	14	0	-100.0%	
Empleados por región	México	27,885	29,148	30,203	30,453	0.8%	
	LATAM	5,841	5,911	5,982	6,031	0.8%	
	Europa	8,033	7,412	7,555	7,574	0.3%	
	EE.UU.	3,521	3,971	4,037	4,137	2.5%	
	Empleados con contrato laboral permanente	43,488	44,701	45,969	45,616	-0.8%	
Por género	Mujeres	17,329	18,084	18,264	18,360	0.5%	
	Hombres	26,127	26,440	27,692	27,256	-1.6%	
	No declarado	32	177	13	0	-100.0%	
Por región	México	27,296	27,879	29,017	28,797	-0.8%	
	LATAM	5,164	5,836	5,894	5,698	-3.3%	
	Europa	7,512	7,019	7,035	7,006	-0.4%	
	EE.UU.	3,516	3,967	4,023	4,115	2.3%	
	Empleados con contrato laboral temporal	1,792	1,741	1,808	2,579	42.6%	
Por género	Mujeres	936	839	824	1,109	34.6%	
	Hombres	854	902	983	1,470	49.5%	
	No declarado	2	0	1	0	-100.0%	
Por región	México	589	1,269	1,186	1,656	39.6%	
	LATAM	677	75	88	333	278.4%	
	Europa	521	393	520	568	9.2%	
	EE.UU.	5	4	14	22	57.1%	

BIENESTAR

GRI 2	Contenidos Generales - 2021	2022	2023 ^[1]	2024 ^[1]	2025	VARs A-c-A	EQUIVALENTE SASB
	Empleados con contrato laboral de jornada completa	44,116	45,369	46,667	46,744	0.2%	
Por género	Mujeres	17,898	18,050	18,216	18,297	0.4%	
	Hombres	26,185	27,142	28,437	28,447	0.0%	
	No declarado	33	177	14	0	-100.0%	
Por región	México	27,325	28,591	29,639	29,620	-0.1%	
	LATAM	5,817	5,907	5,978	5,987	0.2%	
	Europa	7,487	6,907	7,021	7,007	-0.2%	
	EE.UU.	3,487	3,964	4,029	4,130	2.5%	
	Empleados con contrato laboral de media jornada	1,164	1,073	1,110	1,451	30.7%	
Por género	Mujeres	953	557	872	1,172	34.4%	
	Hombres	210	200	238	279	17.2%	
	No declarado	1	-	-	-	-	
Por región	México	560	279	564	833	47.7%	
	LATAM	24	4	4	44	1000.0%	
	Europa	546	505	534	567	6.2%	
	EE.UU.	34	7	8	7	-12.5%	
2-30	Convenios colectivos						
	Total de empleados cubiertos por los convenios de negociación colectiva (%)	33	33	33	31	-5.8%	
	México	27	28	28	30	6.5%	
	LATAM	5	6	6	9	58.8%	
	Europa	74	73	73	74	0.8%	
	EE.UU.	ND	ND	ND	ND	-	

BIENESTAR

GRI 401	Empleo - 2016	2022	2023 ^[1]	2024 ^[1]	2025	VARs A-c-A	EQUIVALENTE SASB
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación del personal						
	Contrataciones de empleados (Núm)	12,994	9,138	8,848	7,949	-10.2%	
Nuevas contrataciones por género	Mujeres	5,353	3,686	3,286	3,077	-6.4%	
	Hombres	7,641	5,275	5,548	4,816	-13.2%	
	No declarado	-	177	14	56	300.0%	
Nuevas contrataciones por edad	Menores de 30 años	6,152	3,953	4,199	3,624	-13.7%	
	Entre 30 y 50 años	6,293	4,605	4,233	3,947	-6.8%	
	Mayores de 50 años	549	580	416	378	-9.1%	
Nuevas contrataciones por región	México	8,390	6,028	5,878	5,099	-13.3%	
	LATAM	1,683	1,247	1,172	1,113	-5.0%	
	Europa	1,291	761	1,016	1,037	2.1%	
	EE.UU.	1,630	1,102	782	700	-10.5%	
Nuevas contrataciones por categoría laboral	Empleados operativos	11,148	7,918	6,914	6,821	-1.3%	
	Empleados administrativos	1,806	1,193	1,903	1,088	-42.8%	
	Empleados ejecutivos	40	27	31	40	29.0%	
	Rotación de empleados (Núm)	11,877	12,501	12,362	11,889	-3.8%	
Rotación por género (Núm)	Mujeres	4,610	4,794	4,679	4,284	-8.4%	
	Hombres	7,267	7,681	7,668	7,604	-0.8%	
	No declarado	-	26	15	1	-93.3%	
Rotación por edad (Núm)	Menores de 30 años	5,172	4,882	4,818	4,550	-5.6%	
	Entre 30 y 50 años	5,717	6,489	6,282	6,138	-2.3%	
	Mayores de 50 años	988	1,130	1,262	1,201	-4.8%	
Rotación por región (Núm)	México	7,516	8,173	8,240	7,648	-7.2%	
	LATAM	1,655	1,933	1,754	1,790	2.1%	
	Europa	1,063	953	902	964	6.9%	
	EE.UU.	1,643	1,442	1,466	1,487	1.4%	
Rotación por categoría laboral (Núm)	Empleados operativos	10,111	8,710	10,093	10,614	5.2%	
	Empleados administrativos	1,727	3,725	2,172	1,231	-43.3%	
	Empleados ejecutivos	39	66	97	44	-54.6%	

BIENESTAR

GRI 401	Empleo - 2016	2022	2023 ^[1]	2024 ^[1]	2025	VARs A-c-A	EQUIVALENTE SASB
	Tasa de rotación total (%)	26.5	27.9	27.0	24.8	-2.2 pp	
Tasa de rotación total por género	Mujeres	25.6	26.7	25.2	22.5	-10.4%	
	Hombres	27.1	28.7	28.2	27.1	-3.8%	
Tasa de rotación total por edad	Menores de 30 años	59.0	55.6	51.8	45.9	-11.5%	
	Entre 30 y 50 años	20.7	23.5	22.5	21.7	-3.8%	
	Mayores de 50 años	11.7	13.4	14.5	13.5	-7.0%	
Tasa de rotación total por región	México	27.2	29.5	28.9	24.3	-16.1%	
	LATAM	28.8	33.6	29.9	30.0	0.4%	
	Europa	13.4	12.0	12.1	12.7	5.7%	
	EE.UU.	48.3	42.2	39.1	36.4	-7.0%	
Tasa de rotación total por categoría laboral	Empleados operativos	29.6	25.4	28.3	28.3	0.3%	
	Empleados administrativos	17.5	38.0	22.9	12.6	-45.1%	
	Empleados ejecutivos	5.8	9.9	14.3	5.9	-58.9%	
401-3	Permiso parental						
Mujeres	Empleados que se han acogido al permiso parental (Núm)	474	529	508	419	-17.5%	
	Empleados que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental (Núm)	415	405	404	396	-2.0%	
	Tasas de regreso al trabajo de empleados que se acogieron al permiso parental (%)	88	77	80	95	15.5 pp	
Hombres	Empleados que se han acogido al permiso parental (Núm)	570	563	621	596	-4.0%	
	Empleados que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental (Núm)	567	502	573	584	1.9%	
	Tasas de regreso al trabajo de empleados que se acogieron al permiso parental (%)	99	89	92	98	5.7 pp	
Total	Empleados que se han acogido al permiso parental (Núm)	1,044	1,092	1,129	1,015	-10.1%	
	Empleados que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental (Núm)	982	907	977	980	0.3%	
	Tasas de regreso al trabajo de empleados que se acogieron al permiso parental (%)	94	83	87	97	10.5 pp	

BIENESTAR

GRI 403	Salud y seguridad ocupacional - 2018	2022	2023 ^[1]	2024 ^[1]	2025	VARs A-c-A	EQUIVALENTE SASB
403-9	Lesiones por accidente laboral						
	Fallecimientos por accidente laboral (Núm)	1	0	0	1	100.0%	
	Tasa de fallecimientos (fallecimientos por millón de horas trabajadas)	0.01	0	0	0.01	0.0 pp	
	Lesiones por accidente laboral registrables (Núm)	711	727	704	603	-14.3%	
	Tasa de lesiones (accidentes laborales registrables por millón de horas trabajadas)	7.23	7.25	6.83	5.73	-1.1 pp	
	Horas trabajadas (millones de horas)	98.3	100.32	103.06	105.25	2.1%	
GRI 404	Formación y enseñanza - 2016	2022	2023 ^[1]	2024 ^[1]	2025	VARs A-c-A	EQUIVALENTE SASB
404-1	Media de horas de formación al año por empleado						
	Media de horas de formación por empleado durante el periodo objeto del informe (Núm)	30.3	29.09	30.72	25.47	-17.1%	
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional						
	Total (%)	12.2	13.29	13.35	16.75	3.4 pp	
Por género (%)	Mujeres	4.3	5.0	5.1	7.09	1.9 pp	
	Hombres	7.9	8.3	8.2	9.66	1.5 pp	
Por categoría laboral (%) ^[2]	Empleados operativos	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0 pp	
	Empleados administrativos	50.5	61.3	55.7	77.7	22.0 pp	
	Empleados ejecutivos	84.38	86.49	96.54	100	3.5 pp	
GRI 405	Diversidad e igualdad de oportunidades - 2016	2022	2023 ^[1]	2024 ^[1]	2025	VARs A-c-A	EQUIVALENTE SASB
405-1	Diversidad en empleados						
	Total de empleados (Núm)	45,280	46,442	47,777	48,195	0.9%	
	Menores de 30 años	9,269	9,317	10,514	9,469	-9.9%	
	Entre 31 y 50 años	27,594	28,172	28,446	29,532	3.8%	
	Mayores de 51 años	8,417	8,953	8,817	9,194	4.3%	
	Empleados operativos	34,598	36,648	36,865	38,043	3.2%	
	Menores de 30 años	7,460	7,818	8,332	7,887	-5.3%	
	Entre 31 y 50 años	20,842	21,948	21,760	23,033	5.9%	
	Mayores de 51 años	6,296	6,882	6,773	7,123	5.2%	

BIENESTAR

GRI 405	Diversidad e igualdad de oportunidades - 2016	2022	2023 ^[1]	2024 ^[1]	2025	VARs A-c-A	EQUIVALENTE SASB
	Empleados administrativos	10,004	9,113	10,189	9,373	-8.0%	
	Menores de 30 años	1,798	1,491	2,167	1,568	-27.6%	
	Entre 31 y 50 años	6,359	5,833	6,262	6,043	-3.5%	
	Mayores de 51 años	1,847	1,789	1,760	1,762	0.1%	
	Empleados ejecutivos	678	681	723	779	7.7%	
	Menores de 30 años	11	8	15	14	-6.7%	
	Entre 31 y 50 años	393	391	424	456	7.5%	
	Mayores de 51 años	274	282	284	309	8.8%	
GRI 406	No Discriminación - 2016	2022	2023 ^[1]	2024 ^[1]	2025	VARs A-c-A	EQUIVALENTE SASB
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas						
	Casos de discriminación durante el periodo del informe, registrados a través de mecanismos formales (Núm)	104	182	201	212	5.5%	
Estatus	Casos que aún se están evaluando (%)	23	25	24	37	13.1 pp	
	Casos que ya concluyeron la evaluación (%)	77	75	76	63	-13.1 pp	
Evaluación concluida	Casos evaluados y desestimados porque la evaluación mostró que no tenía mérito (%)	33	31	40	28	-11.9 pp	
	Casos evaluados con planes de reparación en curso (%)	68	69	60	72	11.9 pp	
Acciones tomadas	Casos resultantes en despido de empleados (%)	31	30	29	51	21.7 pp	
	Casos donde se hayan rescindido o no se hayan renovado contratos con terceros (%)	0	0	0	0	0.0 pp	
	Otras acciones de reparación (%)	69	70	71	50	-20.7 pp	

^[1] Se excluyen los activos vendidos en Italia y Francia e incluyen las operaciones adquiridas en Estados Unidos para 2023-2024.

^[2] Los porcentajes de empleados que reciben evaluaciones periódicas de desempeño y desarrollo profesional, por categoría de empleo, se recalcularon utilizando el número de empleados de cada categoría en lugar del total de empleados.

SALUD Y NUTRICIÓN

GRI 417	Marketing y etiquetado - 2016	2022	2023	2024	2025	VARs A-c-A
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios					
	¿La organización está obligada a aportar información relevante en el etiquetado de sus productos?	Sí	Sí	Sí	Sí	-
	Categorías de productos para las que se evalúa el cumplimiento de los procedimientos de etiquetado en relación al total de la cartera de productos (%)	100	100	100	100	0.0%
	Ingredientes	Sí	Sí	Sí	Sí	-
	Información nutricional	Sí	Sí	Sí	Sí	-

VALOR COMPARTIDO

GRI 204	Prácticas de adquisición - 2016	2022	2023	2024	2025	VARs A-c-A
204-1 ^[1]	Proporción de gasto en proveedores locales					
	Presupuesto de adquisiciones que se emplea en proveedores locales (%)	66	60	66	59	-6.6 pp
GRI 308	Evaluación ambiental de proveedores - 2016	2022	2023	2024	2025	VARs A-c-A
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas					
308-1	Proveedores evaluados en relación con los impactos ambientales (Núm)	145	321	322	582	80.7%
GRI 414	Evaluación social de proveedores - 2016	2022	2023	2024	2025	VARs A-c-A
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas					
414-1	Proveedores evaluados en relación con los impactos sociales (Núm)	146	321	322	582	80.7%

^[1] Se ha considerando a proveedores de materia prima, como se establece en nuestro compromiso de Abastecimiento Responsable.

GOBERNANZA Y POLÍTICAS

GRI 2	Contenidos Generales - 2021	2023	2024	2025	VARs A-c-A
2-9	Estructura de gobernanza y composición (Núm)				
	Miembros Ejecutivos	3	3	2	-33%
	Hombres	3	3	2	-33%
	Independentes	0	0	0	-
	Mujeres	0	0	0	-
	Independentes	0	0	0	-
	Miembros No Ejecutivos	13	10	12	20%
	Hombres	12	10	10	0%
	Independentes	11	9	2	-78%
	Mujeres	1	1	2	100%
	Independentes	1	1	2	100%

Índice GRI: Contenidos generales

DECLARACIÓN DE USO	Sigma, S.A. de C.V. ha reportado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2024 utilizando como referencia los Estándares GRI.
GRI 1 UTILIZADO	GRI 1: Fundamentos 2021

CONTENIDO	NOMBRE DEL CONTENIDO	RESPUESTA EN TABLA	PÁGINA(S)
GRI 2: Contenidos Generales 2021			
1. La organización y sus prácticas de información			
2-1	Detalles de la organización	Nombre de la organización: Sigma Foods, S.A. de C.V. Propiedad Jurídica: Sigma Foods, S.A. de C.V., Estados Financieros: Visita Aquí	5, 6, 104
2-2	Entidades incluidas en la memoria de sostenibilidad de la organización	Estados Financieros: Visita Aquí	103
2-3	Período de presentación de la memoria, frecuencia y punto de contacto		103
2-4	Repetición de la información		103
2-5	Garantía externa	No se lleva a cabo un proceso de verificación externa.	103
2. Actividades y trabajadores			
2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Sigma Foods es una sociedad dedicada a la producción, comercialización y distribución de productos cárnicos, lácteos y de otros alimentos refrigerados y congelados. Estados Financieros: Visita Aquí Para llevar a cabo sus actividades, Sigma depende del abastecimiento de las materias primas que le proporcionan sus proveedores, entre las que se encuentran productos cárnicos bovinos, porcinos y avícolas y productos lácteos, principalmente.	5, 6, 8
2-7	Empleados	La mayoría de las actividades de la organización son realizadas por empleados de Sigma Foods. No existió variación significativa en el número de empleados por tipo de contrato, género o región. La información se obtiene a través del Sistema de Personal de Sigma Foods.	65, 108
2-8	Trabajadores que no son empleados	Se cuenta con 926 trabajadores que no son empleados. Los principales trabajos que realizan son: limpieza de instalaciones, vigilancia, servicios de comida, trabajo auxiliar en centros de distribución o producción, entre otros.	
3. Gobierno Corporativo			
2-9	Estructura y composición del gobierno corporativo		25, 115
2-10	Nombramiento y selección del máximo órgano de gobierno	Los miembros del Consejo de Administración de Sigma Foods fueron ratificados por los accionistas en la Asamblea Anual General. Se provee información de cada uno para evaluar categoría, experiencia e independencia.	25
2-11	Presidencia del máximo órgano de gobierno		25, 27
2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos		25, 32, 33
2-13	Delegación de la responsabilidad de la gestión de los impactos		25, 32, 33

CONTENIDO	NOMBRE DEL CONTENIDO	RESPUESTA EN TABLA	PÁGINA(S)
2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	El máximo órgano de gobierno de Sigma Foods, que es el Consejo de Administración, revisa la información más relevante y prioritaria de ASG a través del Comité de Auditoría, que es el responsable de estos temas que se revisan por lo menos dos veces al año.	16, 25, 32
2-15	Conflictos de intereses		38
2-16	Comunicación de preocupaciones críticas		33, 38
2-17	Conocimiento colectivo del máximo órgano de gobierno		27
2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	En Sigma Foods el Comité de Prácticas Societarias tiene a su cargo la evaluación del desempeño y la determinación de las compensaciones en general, así como las de ejecutivos clave incluyendo la del Presidente del Consejo de Administración y la del Director General, y la aprobación del nombramiento y remuneración de los directivos relevantes que dependen de ellos.	
4. Estrategia, políticas y prácticas			
2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible		3, 12, 15
2-23	Compromisos políticos		9, 13, 23, 38
2-24	Incorporación de los compromisos políticos		14, 17, 32, 38
2-25	Procesos para remediar los impactos negativos		14, 32, 40
2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear problemas		40
2-27	Cumplimiento de leyes y reglamentos	Cualquier procedimiento relacionado a incumplimientos de la legislación y normativa ambiental, social y/o económica aplicable a Sigma Foods se encontraría en la Nota 29 de los Estados Financieros 2025: Visita Aquí	42
2-28	Asociaciones de miembros		20
5. Compromiso con los grupos de interés			
2-29	Enfoque de la participación de los grupos de interés	Contamos con múltiples canales de comunicación que tienen el propósito de mantener informados a nuestros grupos de interés y escuchar sus opiniones sobre cuestiones económicas, sociales y ambientales	16, 19
2-30	Convenios colectivos		109
Materialidad			
3-1	Proceso de determinación de los temas materiales		16
3-2	Lista de temas materiales		16
3-3	Gestión de los temas materiales		16

Índice GRI: Contenidos materiales

CONTENIDO	NOMBRE DEL CONTENIDO	N.º REF. ESTÁNDAR SECTORIAL	RESPUESTA EN TABLA	PÁGINA(S)
Temas Materiales: MEDIO AMBIENTE				
Acción Climática				
3: Temas Materiales 2021				
3-3	Gestión de los temas materiales	13.1.1		90
301: Materiales 2016				
301-2	Insumos reciclados		Equivalente SASB: FB-PF-410a.1	101
305: Emisiones 2016				
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	13.1.2	Se incluyen todos los gases aplicables que dicta el Protocolo GHG. El valor se calcula cada año utilizando los consumos de combustible en plantas y transporte propio, y fugas de refrigerantes bajo control operacional y utilizando el factor de emisión correspondiente. Los datos se obtuvieron directamente de las instalaciones operativas y del transporte. Fuente para los factores de emisión: IPCC. Equivalente SASB: FB-MP-110a.1	90, 105
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	13.1.3	Se incluyen todos los gases aplicables que dicta el Protocolo GHG. El valor se calcula cada año utilizando los consumos de electricidad en los sitios bajo control operacional, bajo la metodología basada en el mercado (market based) y utilizando el factor de emisión correspondiente. Se utiliza un factor por proveedor cuando aplica, en los otros casos, se utiliza el factor que publica directamente el gobierno del país o el factor proveniente de Carbon Footprint. Los datos se obtuvieron directamente de las instalaciones operativas.	90, 105
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	13.1.4	Sigma se encuentra actualmente en proceso de calcular sus emisiones de gases de efecto invernadero de alcance 3; estas se darán a conocer una vez que el proceso de cálculo haya concluido y se haya validado, garantizando así la coherencia, la fiabilidad y la comparabilidad de la información comunicada.	
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	13.1.5	Se incluyen todos los gases aplicables que dicta el Protocolo GHG. Se incluye la emisión de gases de CO ₂ eq equivalentes emitidos dentro de la organización, tanto en la producción como en la distribución propia, dentro de las emisiones de energía directa e indirecta (alcance 1 y 2).	90, 105
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	13.1.6		90

CONTENIDO	NOMBRE DEL CONTENIDO	N.º REF. ESTÁNDAR SECTORIAL	RESPUESTA EN TABLA	PÁGINA(S)
Gestión del Agua				
3: Temas Materiales 2021				
3-3	Gestión de los temas materiales	13.7.1		98
303: Agua y Efluentes 2018				
303-1	Interacción con el agua como recurso compartido	13.7.2	El agua se utiliza para el proceso productivo, para la limpieza de las instalaciones, sistemas de refrigeración y servicios de higiene. Las descargas se tratan dentro de las plantas y en algunos casos con un tercero basados en la normatividad local. Para la gestión responsable del agua en zonas de estrés hídrico se lleva un seguimiento con la herramienta Aqueduct del WRI en la que se ven riesgos físicos asociados con la extracción de agua que permiten desarrollar estrategias para mitigar riesgos en las operaciones. La información se obtuvo de informes mensuales de plantas de producción. Equivalente SASB (303-3): FB-MP-140a.1, FB-PF-140a.1	98
303-2	Gestión de los impactos relacionados con vertidos	13.7.3		98
303-3	Extracción de agua	13.7.4		98, 104
Economía circular y empaques sustentables				
3: Temas Materiales 2021				
3-3	Gestión de los temas materiales	13.8.1		101
306: Residuos 2020				
306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	13.8.2		101
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	13.8.3		101
306-3	Residuos generados	13.8.4		101, 106
306-4	Residuos no destinados a eliminación	13.8.5		101, 106
306-5	Residuos destinados a eliminación	13.8.6		101, 106
Energía limpia y eficiente				
3: Temas Materiales 2021				
3-3	Gestión de los temas materiales			90
302: Energía 2016				
302-1	Consumo total de energía dentro de la organización		Equivalente SASB: FB-PF-130a.1, FB-MP-130a.1	90, 104
302-3	Intensidad energética			90, 104

CONTENIDO	NOMBRE DEL CONTENIDO	N.º REF. ESTÁNDAR SECTORIAL	RESPUESTA EN TABLA	PÁGINA(S)
Temas Materiales: BIENESTAR				
Cultura organizacional y ambiente de trabajo				
3: Temas Materiales 2021				
3-3	Gestión de los temas materiales			66, 71
401: Empleo 2016				
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal			66, 110
401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales			66, 71
401-3	Permiso parental			111
Capacitación y desarrollo de los colaboradores				
3: Temas Materiales 2021				
3-3	Gestión de los temas materiales			69
404: Formación y enseñanza 2016				
404-1	Media de horas de formación al año por empleado			69, 112
404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición			69
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y el desarrollo de su carrera			112
Diversidad, igualdad de oportunidades e inclusión				
3: Temas Materiales 2021				
3-3	Gestión de los temas materiales	13.15.1		73
405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016				
405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	13.15.2		27, 65, 112
406: No discriminación 2016				
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	13.15.4		40, 113

CONTENIDO	NOMBRE DEL CONTENIDO	N.º REF. ESTÁNDAR SECTORIAL	RESPUESTA EN TABLA	PÁGINA(S)
Salud, seguridad, bienestar y balance de vida				
3: Temas Materiales 2021				
3-3	Gestión de los temas materiales	13.19.1		67
403: Salud y seguridad en el trabajo 2018				
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	13.19.2		67
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	13.19.3	Los datos se recopilan periódicamente a nivel planta y se reportan a los líderes de cada Unidad de Negocio. Esto se registra en un documento homologado. Contamos con un programa de 12 mejores prácticas para la gestión de la salud y seguridad en el trabajo. Cada año se realiza seguimiento de los indicadores de seguridad. Los procesos para identificar peligros y evaluar riesgos se adaptan según las funciones del trabajo. Mantenemos comunicación abierta con colaboradores a través de diversos canales como el Buzón de Transparencia y varias herramientas de comunicación efectiva, así como capacitaciones.	67
403-3	Servicios de salud en el trabajo	13.19.4		67
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	13.19.5		67
403-5	Formación de los trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	13.19.6		67
403-6	Promoción de la salud de los trabajadores	13.19.7		67
403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo	13.19.9	El sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo cubre al 100% de nuestra fuerza laboral.	67
403-9	Lesiones por accidente laboral	13.19.10		112

CONTENIDO	NOMBRE DEL CONTENIDO	N.º REF. ESTÁNDAR SECTORIAL	RESPUESTA EN TABLA	PÁGINA(S)
Temas Materiales: SALUD Y NUTRICIÓN				
Innovación, investigación, desarrollo y colaboración científica				
3: Temas Materiales 2021				
3-3	Gestión de los temas materiales			50
Acabar con el desperdicio de alimentos				
3: Temas Materiales 2021				
3-3	Gestión de los temas materiales			101
306: Residuos 2020				
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos		Los datos se recopilan periódicamente por líderes de cada Unidad de Negocio en un documento homologado con información contabilizada en los sitios de operación por una persona encargada del manejo y monitoreo. El impacto está enfocado en actividades propias, así como corriente abajo en la cadena de valor, tratando de reducir residuos y revalorizar lo que no se pueda reducir. Para ello, se manejan los residuos por medio de distintos acuerdos con terceros. Los residuos se clasifican en peligrosos y no peligrosos según lo dispuesto por la autoridad local. Para los residuos de alimentos, se tienen proyectos de mejora de eficiencia y aseguramiento de la calidad, proyectos de mejor predicción de la demanda, así como eficiencia y optimización de rutas y actividades de circularidad en la revalorización como alimento para mascotas y otros animales, plantas de rendimiento o energía.	101
306-3	Residuos generados			101, 107
306-4	Residuos no destinados a eliminación			101, 107
306-5	Residuos enviados a vertederos			101, 107
Alimentos saludables y nutritivos				
3: Temas Materiales 2021				
3-3	Gestión de los temas materiales			57

CONTENIDO	NOMBRE DEL CONTENIDO	N.º REF. ESTÁNDAR SECTORIAL	RESPUESTA EN TABLA	PÁGINA(S)
417: Marketing y etiquetado 2016				
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios			57, 114
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios		Cualquier procedimiento se encontraría en la Nota 29 de los Estados Financieros 2025: Visita Aquí	
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing		Cualquier procedimiento se encontraría en la Nota 29 de los Estados Financieros 2025: Visita Aquí	
Inocuidad y calidad de los alimentos				
3: Temas Materiales 2021				
3-3	Gestión de los temas materiales			50, 57, 60
416: Salud y seguridad de los clientes 2016				
416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y seguridad	13.10.2		50, 57, 60
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad of products and services	13.10.3	Cualquier procedimiento se encontraría en la Nota 29 de los Estados Financieros 2025: Visita Aquí	

CONTENIDO	NOMBRE DEL CONTENIDO	N.º REF. ESTÁNDAR SECTORIAL	RESPUESTA EN TABLA	PÁGINA(S)
Temas Materiales: VALOR COMPARTIDO				
Abasto sustentable y gestión de la cadena de valor				
3: Temas Materiales 2021				
3-3	Gestión de los temas materiales			83
204: Prácticas de abastecimiento 2016				
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	13.22.1, 13.23.1		114
308: Evaluación ambiental de proveedores 2016				
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales			83, 114
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			83, 90, 114
414: Evaluación social de proveedores 2016				
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales			83, 114
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			83, 114
Temas Materiales: GOBIERNO CORPORATIVO				
Ética e integridad				
3: Temas Materiales 2021				
3-3	Gestión de los temas materiales			43
418: Privacidad del cliente 2016				
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente		Cualquier procedimiento se encontraría en la Nota 29 de los Estados Financieros 2025: Visita Aquí	
Desempeño económico				
3: Temas Materiales 2021				
3-3	Gestión de los temas materiales	13.22.1		11

SIGMA FOODS

ESTRATEGIA DE NEGOCIO

GOBIERNO CORPORATIVO

PERSONAS

SOCIOS

PLANETA

ACERCA DE ESTE
INFORME



Sigma Alimentos, S.A. de C.V.
Av. Gómez Morín 1111 Colonia Carrizalejo
San Pedro Garza García, Nuevo León 66254