



ALIMENTAMOS UN MUNDO MEJOR

detrás de nuestras acciones



detrás de
cada



rebanada...

PARA

TI

...hay un gran
compromiso

para lograr la mejor
experiencia nutricional con
recetas simples y naturales

detrás de
cada

PARA LA



VIDA

maestro
panadero...

...hay
pasión

GRUPO
BIMBO

para que cada textura,
aroma y sabor de
nuestros productos sean
una experiencia única

detrás de
cada

PARA LA



sonrisa...

...hay
experiencia

para hacer que cada
día demos lo mejor de
nosotros y así ayudar a
los que nos rodean

detrás de
cada



**iniciativa
verde...**

...hay
responsabilidad



para construir
y vivir en un
mejor planeta

nuestro propósito

alimentar

un mundo

mejor

GRUPO BIMBO ES LA EMPRESA DE PANIFICACIÓN LÍDER MÁS GRANDE DEL MUNDO Y UN JUGADOR RELEVANTE EN SNACKS. CUENTA CON 217 PANADERÍAS, OTRAS PLANTAS Y MÁS DE 1,600 CENTROS DE VENTAS ESTRATÉGICAMENTE LOCALIZADOS EN 34 PAÍSES DE AMÉRICA, EUROPA, ASIA Y ÁFRICA. SUS PRINCIPALES LÍNEAS DE PRODUCTOS INCLUYEN PAN DE CAJA, BOLLERÍA, PAN DULCE, PASTELITOS, GALLETAS, ENGLISH MUFFINS, BAGELS, TORTILLAS, FLATBREAD Y BOTANAS SALADAS, ENTRE OTROS. GRUPO BIMBO FABRICA MÁS DE 9,000 PRODUCTOS Y TIENE UNA DE LAS REDES DE DISTRIBUCIÓN MÁS GRANDES DEL MUNDO, CON MÁS DE 57,000 RUTAS Y MÁS DE 149,000 COLABORADORES. SUS ACCIONES COTIZAN EN LA BOLSA MEXICANA DE VALORES (BMV) BAJO LA CLAVE DE PIZARRA BIMBO Y EN EL MERCADO EXTRABURSÁTIL DE ESTADOS UNIDOS, A TRAVÉS DE UN PROGRAMA DE ADR NIVEL I, BAJO LA CLAVE DE PIZARRA BMBOY.



misión

Alimentos deliciosos y nutritivos en las manos de todos.

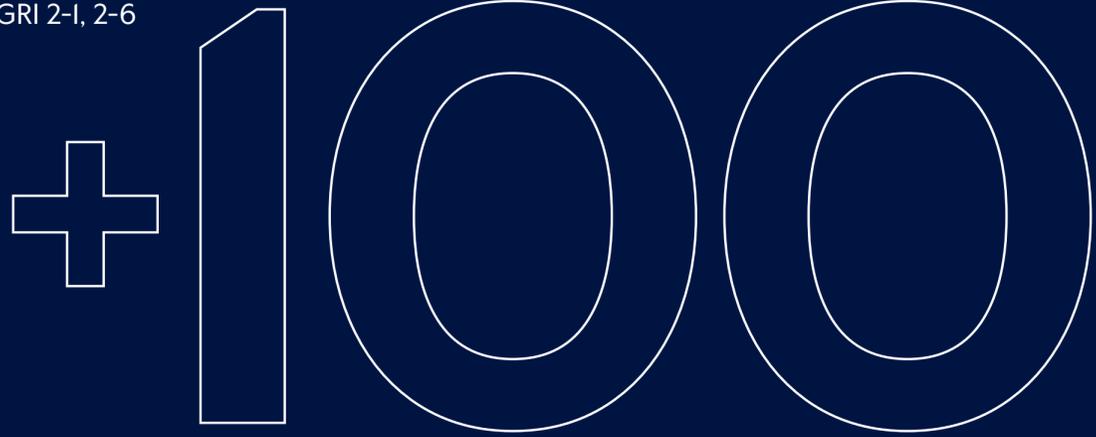
filosofía

Construir una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana.

creencias

Valoramos a la persona
Somos una comunidad
Conseguimos resultados
Competimos y ganamos
Somos operadores eficaces
Actuamos con integridad
Trascendemos y permanecemos en el tiempo

GRI 2-1, 2-6



MARCAS

34
países

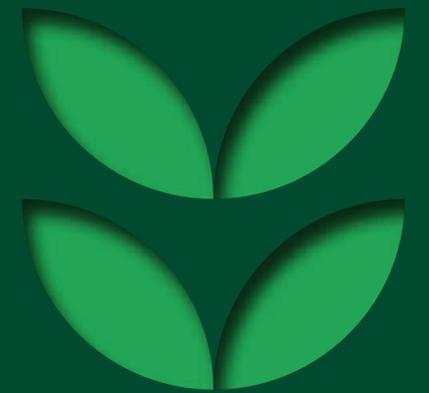
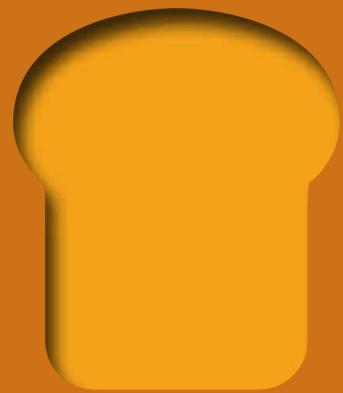
+9k
productos

+57k
rutas

217
panaderías

+149k
colaboradores

+1,500
centros de venta



ARGENTINA · BRASIL · CANADÁ · CHILE · CHINA · COLOMBIA · COREA DEL SUR · COSTA RICA · ECUADOR · EL SALVADOR · ESPAÑA · ESTADOS UNIDOS · FRANCIA · GUATEMALA · HONDURAS · INDIA · ITALIA · KAZAJISTÁN · MARRUECOS · MÉXICO · NICARAGUA · PANAMÁ · PERÚ · PORTUGAL REINO UNIDO · RUSIA · SUDÁFRICA · SUIZA · TURQUÍA · UCRANIA · URUGUAY · VENEZUELA

2023

2022

Ventas
Netas

+0.3%

\$399,879 MDP

\$398,706 MDP

UAFIDA
Ajustada

+2.8%

\$54,942 MDP

\$53,446 MDP

MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL

estimados y estimadas ACCIONISTAS

2023 fue un año histórico para nuestra empresa.

En el mundo post pandemia, donde las personas regresaron a sus oficinas y los cambios que habíamos visto en los hábitos de consumo, se afianzaron o retrocedieron, logramos resultados récord, gracias a la confianza que clientes y consumidores tienen en nosotros.

Han sido ciertamente 4 años durante los que la resiliencia y compromiso extraordinario de todos nuestros colaboradores, animados por nuestro Propósito de Alimentar un Mundo Mejor, y buscando ser siempre una Empresa Sustentable, Altamente Productiva y Plenamente Humana han hecho posible que hoy, a pesar de tiempos especialmente turbulentos, somos casi 40% más grandes, tenemos 2.2 puntos porcentuales más de margen EBITDA Ajustado y nuestro retorno sobre el capital mejoró 170 puntos porcentuales para cerrar en 14.1%.



La escalada de tensiones comerciales entre las principales potencias globales, la volatilidad en los precios de las materias primas, así como situaciones específicas del sector energético influyeron en nuestras operaciones. Aún con estos retos, nuestra empresa fue resiliente y supo adaptarse, manteniendo nuestra posición como líderes en la industria de la panificación. Bimbo, una vez más, fue la marca de alimentos más elegida en los hogares de México. Por séptimo año consecutivo, Grupo Bimbo mantuvo su posición como la compañía con la Mejor Reputación Corporativa en México, según el ranking de Merco. También estamos orgullosos que nuevamente Ethisphere nos reconoció como una de las Empresas Más Éticas del Mundo.

Continuamos nuestro enfoque de satisfacer a nuestros consumidores, quienes son nuestros verdaderos jefes, y a la vez ser un gran socio comercial para nuestros clientes. Como resultado de nuestra estrategia de sustentabilidad hicimos el lanzamiento de nuevos productos, tales como Pan Bimbo Sin Harina en México, Nutrella Pan Integral en su nuevo formato en Brasil, Bimbo 50/50 en España y Good Zero Bread en India, Hoy día, el 41% de nuestras ventas provienen de productos con un perfil saludable, y buscamos ser cada vez un mayor factor positivo en la nutrición de quienes nos prefieren. Asimismo, trabajamos en iniciativas de apoyo a comunidades locales en todo el mundo.

Cerramos el año con resultados récord. Nuestras Ventas Netas fueron de casi \$400 mil millones de pesos y el EBITDA Ajustado fue de aproximadamente \$55 mil millones de pesos. Esto implica crecimientos, excluyendo el efecto cambiario, de 10.7% y 12.3%, respectivamente para el año (y tasas de crecimiento compuestas a 10 años de 5% y 9%, respectivamente).

Continuamos reinvertiendo nuestras ganancias, concentrados en crecer y mejorar la productividad de nuestra cadena de valor. Durante el año llevamos a cabo inversiones históricas en capital, por más de \$2,000 millones de dólares; de hecho, en los últimos 5 años hemos invertido aproximadamente \$5,770 millones de dólares en CAPEX, 1.8 veces más que el promedio de las compañías de consumo a nivel global. Lo anterior, con la finalidad de impulsar el crecimiento y rentabilidad en el largo plazo. Además, cerramos seis adquisiciones estratégicas que fortalecen nuestro portafolio de productos y operaciones en Canadá, Estados Unidos, Suiza, España y en Rumanía con Vel Pitar, la cual representó nuestra entrada a un mercado atractivo y de alto crecimiento en nuestra industria.

Fortalecimos nuestro perfil de deuda, con la emisión de más de \$1,800 millones de dólares en los mercados de capitales, tanto mexicano como internacional, incluyendo nuestro primer bono ligado a la sustentabilidad en México por \$15,000 millones de pesos, el cual destaca por ser el primero con esa estructura emitido en Latinoamérica y el quinto de Alcance 3 emitido a nivel global.

Estoy orgulloso de resaltar que durante el año tuvimos importantes avances alineados con nuestra ambiciosa Estrategia de Sustentabilidad en cada una de sus prioridades:

PARA TI:

- 98% de nuestros productos de consumo diario son libres de saborizantes y colorantes artificiales.
- Conseguimos el 95% de nutrición positiva en nuestro portafolio diario de panes, bollería y desayuno.
- Apoyamos estilos de vida saludables en la niñez con programas como “El sueño Bimbo” en Argentina, con el cual contribuimos al sueño de niñas de ser futbolistas.
- Con la adquisición de Natural Bakery en Canadá, continuamos enriqueciendo el portafolio de productos de granos enteros como: 6 Grains Bread, Canadian Rye, Dark Sourdough Rye, Multigrain Rye, y Crusty 60% Whole Wheat.

PARA LA VIDA:

- Celebramos con éxito la Bimbo Global Race, donde superamos los 330 mil corredores, de los cuales 114 mil lo hicieron de manera virtual en 89 países. Gracias a esta participación masiva, donamos más de 2.8 millones de rebanadas de pan a bancos de alimentos en todo el mundo.
- Aumentamos a 27.6% de talento femenino en posiciones de liderazgo respecto a 2022, seguimos trabajando en acciones que nos permitirán alcanzar nuestra meta al 2030 de tener 40% de talento femenino en posiciones en liderazgo.
- Logramos impactar positivamente a la sociedad y a nuestros consumidores a través de 263 proyectos de Buen Vecino en 28 países.

PARA LA NATURALEZA:

- 92% de la energía eléctrica que consumimos a nivel global ya proviene de fuentes renovables. De hecho, 27 de los 34 países en los que operamos están completamente abastecidos por fuentes de energía renovable. Con ello, ratificamos nuestro compromiso de lograr una operación 100% de energía eléctrica renovable para 2025.
- Alcanzamos aproximadamente 170,000 hectáreas en las que promovimos prácticas de Agricultura Regenerativa en Norteamérica y México. Para el 2030, seguimos orientados en contribuir a la siembra de más de 200,000 hectáreas de trigo con prácticas regenerativas. Asimismo, buscamos que para 2050 el 100% de los ingredientes clave de nuestros productos sean producto de tierras cultivadas con agricultura regenerativa.
- Instalamos y mejoramos 18 plantas de tratamiento de agua residual a nivel global, logrando alcanzar nuestra meta del 96% de reúso de agua tratada.
- El 94% de los residuos generados en nuestras operaciones a nivel global son reciclados. Además, contamos con 76 panaderías que ya son cero residuos a relleno sanitario.
- Durante el año agregamos 1,262 vehículos eléctricos a nuestra flota, lo cual nos ayudará a reducir la emisión de 16,084 toneladas de CO₂ en nuestras operaciones de logística. Con un total de 2,693 vehículos eléctricos somos la empresa con la flotilla/transporte verde más grande en Latinoamérica.
- Fuimos reconocidos con un rating "A" por Carbon Disclosure Project por nuestras acciones globales para mitigar el efecto del cambio climático.

CIMIENTOS:

- 95% de los productos se elaboran en panaderías y otras plantas certificadas conforme a la GFSI (Global Food Safety Initiative).
- 97% del papel y cartón que usamos están libres de deforestación ya que proceden de fuentes certificadas sustentables o recicladas.

Mirando hacia adelante, seguiremos trabajando para garantizar la calidad superior de nuestros productos, llegando al hogar de millones de familias cada día y comprometidos a influir de manera positiva en la alimentación y en la vida de todas ellas.

Me da mucho gusto presentarles los resultados destacados en este informe, los cuales reflejan el arduo trabajo y el compromiso excepcional de todos nuestros colaboradores. Gracias a estos resultados, pudimos retribuirles a nuestros accionistas \$7,200 millones de pesos en dividendos y recompra de acciones.

Quiero expresar mi más sincero reconocimiento a los más de 149 mil mujeres y hombres que forman parte de nuestra familia Grupo Bimbo y que, con su dedicación y esfuerzo diario, hacen posible nuestro éxito.

Gracias a su valiosa contribución, hoy podemos afirmar con orgullo que somos una empresa que busca Alimentar a un Mundo Mejor.

Seguimos poniendo todos los días nuestro mayor esfuerzo en hacer que esta sea una empresa digna de la confianza de todas las personas a quienes servimos: a nuestros colaboradores, a nuestros clientes y consumidores, a nuestros proveedores, a nuestros accionistas, y a todas las comunidades en las que operamos buscando ser siempre una fuerza positiva:

**una empresa buena,
de personas buenas.**

Atentamente,

Daniel Servitje
Presidente del Consejo
y Director General

nuestras CATEGORÍAS

1

pan



2

bollería



3

pan
dulce



4

pastelitos



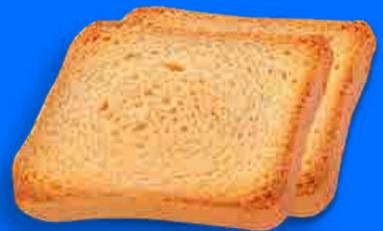
5

galletas



6

pan
tostado



7

english
muffins



8

bagels



9

tortillas y
flatbread



10

botanas
saladas



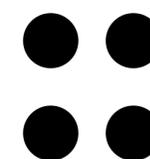
participación en el mercado global

Nuestros consumidores están cada vez más de su salud y la del planeta, por lo que buscan alimentos sabrosos, nutritivos y respetuosos con el medio ambiente. Hemos demostrado nuestra flexibilidad para adaptarnos rápidamente a los cambios en sus preferencias, contando con una posición única para captar el potencial de crecimiento.

Somos el líder global de la industria de la panificación, y contamos con una participación de mercado relevante en la industria de snacks:



industria de la panificación



Industria de snacks

1er jugador global

Top 10

3.4% participación de mercado

>1.0% participación de mercado

2.4x más grandes en participación de mercado que el 2do competidor

Tendencias para seguir impulsando el crecimiento:

Evolución de recetas originales y sencillas a más modernas y personalizadas

Variedad de ingredientes locales

Botanas naturales y ricas en proteína

Atributos de comidas completas

desempeño FINANCIERO

Ventas
Netas

8.6%

TCAC 2013-2023



En 2023, fuimos testigos de un año récord en varias métricas, incluidas nuestras inversiones de capital, marcado por un desempeño sobresaliente a pesar de los desafíos en algunos mercados. Seguimos comprometidos con invertir en nuestro negocio, buscando proactivamente eficiencias y oportunidades transformacionales a lo largo de la cadena de suministro en todos los mercados en los que operamos.”

Daniel Servitje,
Presidente del Consejo de
Administración y Director General



VENTAS NETAS

Las Ventas Netas alcanzaron niveles récord en \$399,879 millones, un aumento de 0.3%, atribuible a una mezcla de precios favorable en todas las regiones, lo cual fue más que contrarrestado por el efecto del tipo de cambio. Excluyendo el efecto cambiario, las Ventas Netas aumentaron 10.7%.

Norteamérica¹

Las Ventas Netas en Norteamérica excluyendo el efecto del tipo de cambio y la Semana 53 en 2022, aumentaron 8.1%, debido a la mezcla de precios favorable.

México

Las Ventas Netas incrementaron 11.5%, atribuible a la mezcla favorable de precios. Todas las categorías y canales crecieron, destacando galletas, tortillas y bollería, así como los canales de conveniencia y autoservicios, los cuales registraron tasas de crecimiento de doble dígito.

EAA²

Excluyendo el efecto del tipo de cambio las Ventas Netas crecieron 23.5%, reflejando la implementación de la estrategia de precios, así como la adquisición de Vel Pitar en Rumanía. Esto fue parcialmente contrarrestado por débiles resultados en el negocio con marca de China.

Latinoamérica³

Excluyendo el efecto del tipo de cambio las Ventas Netas incrementaron 16.9%, principalmente por una mezcla de precios favorable y los sólidos resultados en Brasil y la división Latin Centro.



Notas:

- 1 La región de Norteamérica incluye los resultados de las operaciones de Estados Unidos y Canadá.
- 2 La región de EAA incluye los resultados de las operaciones en Europa, Asia y África.
- 3 La región de Latinoamérica incluye los resultados de las operaciones en Centro y Sudamérica.



UTILIDAD BRUTA

La Utilidad Bruta aumentó 0.1% mientras que el margen se contrajo 10 puntos base a 51.4%, debido a mayores costos de materias primas durante la mayor parte del 2023.

UTILIDAD DE OPERACIÓN

La Utilidad de Operación disminuyó 34% y el margen se contrajo 460 puntos base, principalmente por el beneficio no monetario de US \$963 millones proveniente del ajuste al pasivo de los MEPPs⁴ registrado en 2022. Excluyendo el efecto de los MEPPs, la Utilidad de Operación aumentó 2.7% y el margen se expandió 20 puntos base, atribuible al desempeño de las ventas y a eficiencias en la red de distribución.

UAFIDA AJUSTADA

La UAFIDA Ajustada del 2023 alcanzó un nivel récord de \$54,942 millones, un aumento de 2.8%, y el margen se expandió 30 puntos base, debido principalmente al sólido desempeño de las ventas y a los ahorros en productividad a lo largo de la cadena de valor.

Norteamérica

En Norteamérica la contracción del margen de 50 puntos base se debió principalmente al continuo entorno inflacionario, principalmente de costos laborales y de materias primas. Esto fue parcialmente compensado por la estrategia de precios favorable y la mejora en productividad en la cadena de suministro.

México

En México, el margen se expandió 100 puntos base, principalmente atribuible al fuerte desempeño de las ventas y a eficiencias en la red de distribución.

EAA

EAA registró una expansión de 20 puntos base en el margen, principalmente debido al buen desempeño de las ventas y por un menor costo de ventas, lo cual fue parcialmente compensado por los débiles resultados en China.

Latinoamérica

El margen de Latinoamérica se expandió 70 puntos base, principalmente por el buen desempeño de las ventas, una mejora en la mezcla de productos, beneficios de productividad a lo largo de la cadena de suministro y los buenos resultados sostenidos en Brasil.

Nota:

⁴ Planes de Pensiones Multipatronales ("MEPPs", por sus siglas en inglés)

RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO

El Resultado Integral de Financiamiento totalizó \$10,447 millones, en comparación con \$8,270 millones en 2022, el aumento se atribuye a mayores gastos por intereses y a la apreciación del peso mexicano.

UTILIDAD NETA MAYORITARIA

La Utilidad Neta Mayoritaria de 2023 disminuyó 67% y el margen se contrajo 790 puntos base, debido al beneficio de los MEPPs⁵ registrado en 2022 y a la venta de Ricolino. Excluyendo estos efectos, la Utilidad Neta Mayoritaria disminuyó 0.9% y el margen se contrajo 10 puntos base.

ESTRUCTURA FINANCIERA

Al 31 diciembre del 2023, la Deuda Total fue de \$109,935 millones, en comparación con \$84,054 millones al 31 de diciembre del 2022. El aumento se debió principalmente a la reclasificación contable por el pago de las Notas Perpetuas Subordinadas USD, así como a inversiones en capital e inversiones estratégicas durante el año.

El vencimiento promedio de la deuda fue de 12.1 años, con un costo promedio de 7.12%. La Deuda a Largo Plazo representó el 88% del total; 54% de la deuda estuvo denominada en pesos mexicanos, 38% en dólares estadounidenses, 5% en euros y el 3% en dólares canadienses.

La razón de Deuda Neta a UAFIDA Ajustada, la cual no incluye el efecto de la NIIF 16, fue de 2.1 veces, en comparación con 1.5 veces al 31 de diciembre de 2022.

MEZCLA de monedas

54%^{MXN}

38%^{USD}

5%^{EUR}

3%^{CAD}

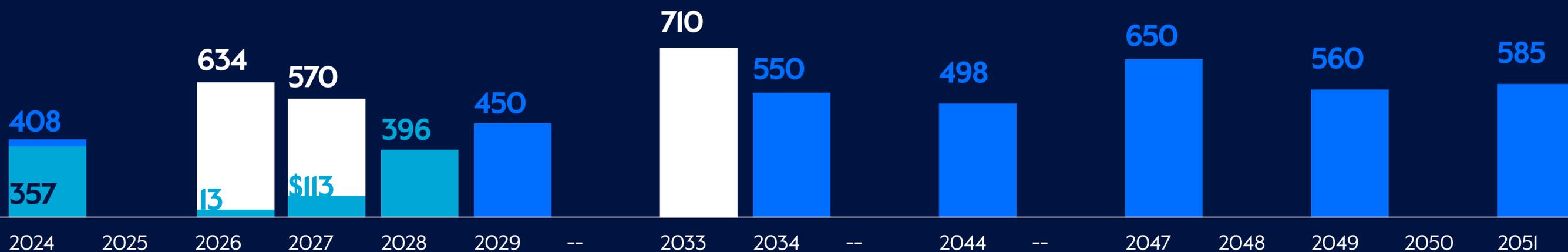
Nota:

⁵ Planes de Pensiones Multipatronales ("MEPPs", por sus siglas en inglés)



2023 fue un año excelente. A pesar de muchos retos y el efecto negativo del tipo de cambio, alcanzamos niveles récord en Ventas y UAFIDA Ajustada, y logramos nuestra guía financiera. También fue un año con inversiones estratégicas e históricas a largo plazo, y un periodo en donde fortalecimos nuestro perfil de deuda, mientras reafirmamos nuestro compromiso con el grado de inversión.”

Diego Gaxiola,
 Director Global de Administración
 y Finanzas



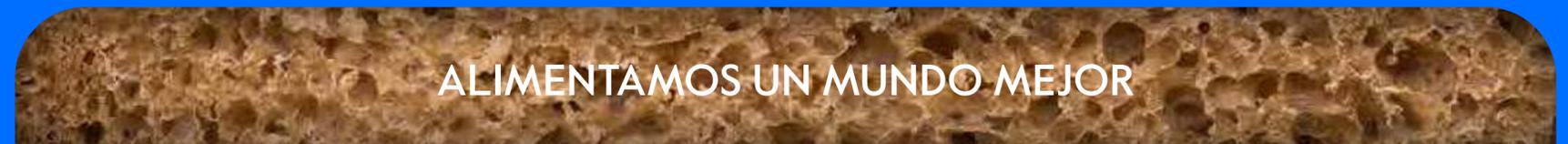
PERFIL DE amortización⁶

préstamos bancarios
 bonos usd
 bonos mxn

⁶ No incluye la deuda de largo plazo a nivel subsidiaria por US\$64 millones. Incluye emisión a 30 años de BBU.

alimentamos

un mundo mejor



ALIMENTAMOS UN MUNDO MEJOR

PARA TI

Facilitar dietas planetarias con una diversidad nutricional

PARA LA VIDA

Mejorar la vida de todas las personas a las que llegamos

PARA LA NATURALEZA

Proteger y regenerar nuestros sistemas naturales

**Mejores perfiles
nutricionales
para todos**



**Fortalecer a
nuestras
comunidades**



**Cuidar a
nuestra gente**



**Cero
desperdicios**



**Marcas
sustentables y
transparentes**



**Dietas más
saludables a base
de plantas**



**Agricultura
regenerativa**



**Cero emisiones
netas de
carbono**



Estándares
Ambientales

Clidad e Inocuidad
Alimentaria

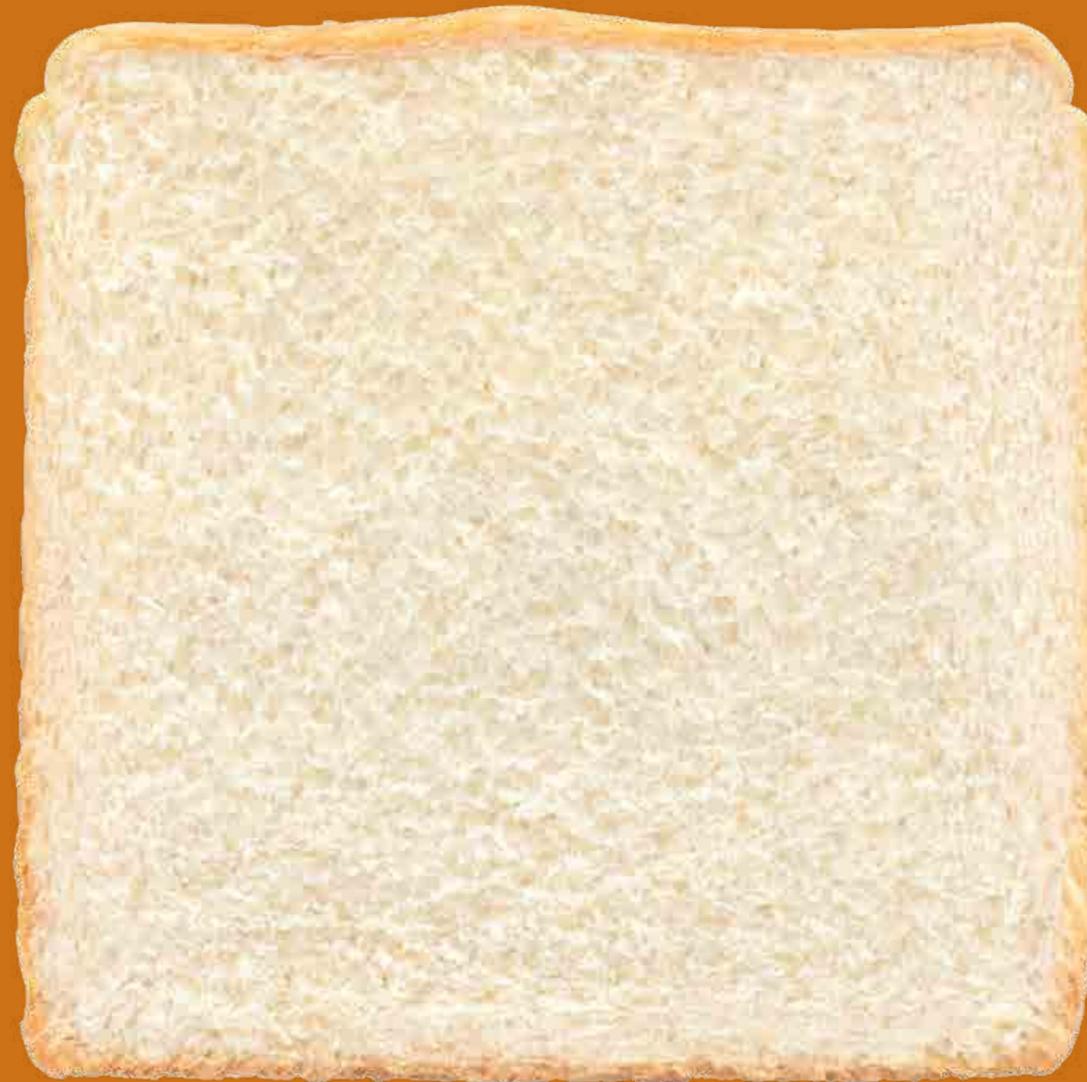
Derechos humanos y
estándares laborales

Abastecimiento sustentable
de materias primas

ESTAMOS COMPROMETIDOS CON MEJORAR LA NUTRICIÓN DE NUESTRO PORTAFOLIO DE PRODUCTOS PARA TI A TRAVÉS DE DIETAS MÁS SIMPLES Y SALUDABLES. NUESTRA PROMESA PARA LA VIDA ES FORTALECER NUESTRAS RELACIONES CON LAS COMUNIDADES Y COLABORADORES CON LOS QUE CRECEMOS CONJUNTAMENTE, ASEGURANDO UN AMBIENTE LABORAL EQUITATIVO Y JUSTO. NOS ESFORZAMOS POR SER SUSTENTABLES PARA LA NATURALEZA EN CADA PARTE DE NUESTROS PROCESOS Y EN LA CADENA DE VALOR, PROTEGIENDO AL PLANETA Y RESTAURANDO NUESTROS ECOSISTEMAS.

para TI

En Grupo Bimbo promovemos mejores dietas, amigables con nuestra salud y con nuestro entorno



MEJORES PERFILES
NUTRICIONALES
PARA TODOS



MARCAS
SUSTENTABLES Y
TRANSPARENTES



DIETAS MÁS
SALUDABLES A BASE
DE PLANTAS

Buscamos influir positivamente en los estilos de vida de nuestros consumidores, colaboradores y comunidades con las que interactuamos diariamente. Reconocemos que solo a través de la construcción de sistemas alimentarios resilientes, justos y sustentables, podremos enfrentar los grandes desafíos por venir en un futuro próximo.



	Líneas de acción	Meta 2030:
 <p>MEJORES PERFILES NUTRICIONALES PARA TODOS</p>	<p>Brindar la mejor experiencia nutricional a través de recetas más simples y naturales, con nutrición positiva en cada bocado.</p>	<p>El 100% de nuestra oferta de panificación y botanas consistirá en recetas sencillas y naturales con nutrición en cada bocado, asegurando opciones asequibles en todos nuestros puntos de venta.</p>
 <p>MARCAS SUSTENTABLES Y TRANSPARENTES</p>	<p>Empoderar a nuestros consumidores para tomar mejores decisiones mediante información clara y transparente sobre nuestros productos.</p>	<p>El 100 % de los productos de Grupo Bimbo ofrecerá transparencia nutricional y sustentable en el empaque. Se promoverán activamente dietas más saludables por medio de campañas educativas claras.</p>
 <p>DIETAS MÁS SALUDABLES A BASE DE PLANTAS</p>	<p>Aumentar la presencia de cereales de grano entero y otros ingredientes superiores de origen vegetal.</p>	<p>El 100% de nuestra oferta de productos horneados y botanas puede ser parte de una dieta saludable a base de plantas mediante la inclusión de una amplia gama de cereales integrales e ingredientes saludables basados en plantas en nuestras recetas.</p>

definiendo nuestras acciones nutrimentales hacia 2025



¿CÓMO LO HAREMOS?

A través de la revisión de la estrategia de precio, promociones, distribución y producto, en cada país, para asegurar que tenemos una propuesta que ayude a las personas a elegir la opción más nutritiva.

Con campañas de comunicación que promuevan su consumo y divulguen los beneficios del consumo de granos enteros.

¿CÓMO LO MEDIREMOS?

Revisaremos anualmente la penetración de hogares de nuestros panes integrales en todos los países, buscando llegar cada año a más hogares. En aquellos países donde no se cuente con panel de hogares para realizar la medición, utilizaremos el criterio de crecimiento en ventas respecto al año anterior.



mejores perfiles nutricionales

La receta ideal para construir mejores dietas es integrar alimentos variados, respetuosos con nuestro entorno, que nos aporten los nutrimentos que necesitamos, sin carencias ni excesos. De esta forma, cuidamos tanto la salud de las personas como la de nuestro planeta.

100%

de nuestra oferta de panes, bollería y desayuno de consumo diario consistirá en recetas sencillas y naturales, con nutrición en cada bocado y asegurando opciones asequibles en todos nuestros puntos de venta.

100%

de nuestro portafolio de consumo diario de panes, bollería y desayuno se elaborará con recetas simples y naturales.

100%

de nuestro portafolio de consumo diario de panes, bollería y desayuno brindará nutrición positiva.

METAS 2025

• Las marcas/productos de mayor venta del portafolio de consumo ocasional dirigidas a adultos deberán:

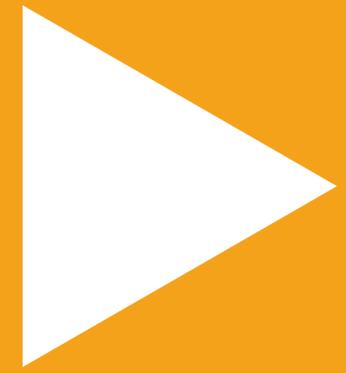
• Cumplir con nuestros límites públicos sobre grasas saturadas, grasas trans, azúcares añadidas y sodio, o

• Brindar opciones a través de extensiones de línea con nutrición positiva y/o libres de sabores y colores artificiales, o

• Brindar opciones en formato de porciones controladas, o

• Realizar una reducción significativa de sus nutrientes críticos

• Lanzar al menos un programa por región para apoyar a grupos vulnerables a través de productos accesibles y asequibles con nutrición positiva y/o con programas para reducir la inseguridad alimentaria.



METAS 2030

100%

de nuestra oferta de panificación y snacks consistirá en recetas sencillas y naturales con nutrición en cada bocado, asegurando opciones asequibles en todos nuestros puntos de venta.

100%

de nuestros productos de panificación y *snacks* serán elaborados con recetas simples y naturales.

100%

de nuestros productos de panificación y *snacks* brindarán nutrición positiva.

15%

de las ventas de nuestra cartera de consumo ocasional serán en forma de “porciones controladas”.

**NUESTRA TRAYECTORIA:
AUMENTANDO LA AMBICIÓN**

**2018-2022
META CUMPLIDA**

**2023
META CUMPLIDA**

2025

2030

Consumo diario

Etiquetado Limpio

Eliminación de jarabe de maíz de alta fructosa, aceite y grasas parcialmente hidrogenadas, caramelo 3 y 4, diacetilo y azodicarbonamida

22% de nuestro portafolio diario de panes, bollería y desayuno están hechas con recetas simples y naturales

Recetas simples y naturales. (10-15 ingredientes, todos reconocibles)
Cumplimiento en nutrición positiva*

Recetas simples y naturales con nutrición positiva*

Nutrición Positiva

Eliminación de colores y sabores artificiales. Cumplimiento de niveles máximos de sodio, grasas saturadas, grasas trans y azúcares añadidos. Nutrición positiva en panes y bollería de especialidad en granos (HSR** ≥ 3.5)

95% de nuestro portafolio diario de panes, bollería y desayuno tiene nutrición positiva*

Cumplimiento en nutrición positiva*

Consumo ocasional

Etiquetado Limpio

Eliminación de aceites y grasas parcialmente hidrogenados, caramelo 3 y 4, y azodicarbonamida

Extensiones de línea en productos de mayor venta

Recetas sin ingredientes artificiales

Nutrición Positiva

Sin colorantes ni sabores artificiales, o Cumpliendo valor HSR** establecido, o Control de porción

Cumplimiento de niveles máximos de sodio, grasas saturadas, grasas trans y azúcares añadidos o valor definido de HSR** para la categoría



* Nutrición positiva se refiere a alcanzar la calificación objetivo de Health Star Rating (HSR) de acuerdo con la categoría de producto.
** Health Star Rating

34
países en
donde
tenemos
presencia



La malnutrición es un desafío global y complejo que afecta a las personas en todas las etapas de su vida y no permite su desarrollo integral. Abarca desde la emaciación, la falta de micro y macronutrientes, hasta el sobrepeso y la obesidad.

Los problemas de malnutrición a menudo coexisten en una misma región, país o persona, y requieren una solución integral y multisectorial que involucre a gobiernos, sociedad, sector privado y academia, con acciones específicas dentro de su ámbito. La malnutrición y las enfermedades crónicas asociadas a dietas pobres son una de las principales causas de muerte en el mundo.

Al ser un problema complejo y multifactorial debe ser abordado desde diferentes perspectivas. Una de ellas es la forma en la que integramos nuestra dieta diaria a través de mejores alimentos, diversos, sustentables, enfocados a cada momento de consumo y necesidad. Es nuestra tarea ofrecer una amplia variedad de productos deliciosos, inocuos, con la mejor calidad nutrimental posible en base a su rol en la dieta, que puedan ayudar a nuestros consumidores a integrar mejores patrones de alimentación.

¿CÓMO LO LOGRAREMOS?

Tenemos presencia en 34 países, donde ofrecemos productos que nuestros consumidores incluyen en su dieta diaria y ocasional donde nuestros principales ingredientes son los cereales. El pan es un alimento muy popular y culturalmente integrado en los países donde operamos, permitiéndonos contribuir de manera positiva en la salud de las personas y al uso eficiente de los recursos de nuestro entorno. Por eso, desarrollamos una estrategia a corto, mediano y largo plazo para trabajar en la mejora continua de la calidad nutrimental de nuestro portafolio y ofrecer más y mejores opciones alineadas a las grandes tendencias de alimentación. Para lo anterior, nos guiamos por 5 principios nutrimentales y 4 grandes ejes de acción los cuales conforma nuestras guías nutrimentales.

5 PRINCIPIOS NUTRICIONALES PARA MEJORAR NUESTRO PORTAFOLIO

Evaluamos y mejoramos la calidad nutricional de nuestro portafolio constantemente, guiando nuestros esfuerzos para desarrollar las mejores opciones que refuercen nuestro compromiso por ofrecer recetas más saludables, sencillas y completas. Para lograr esto, definimos un estándar nutricional de acuerdo con 5 principios alineados con las recomendaciones internacionales:



01

Alineación con guías nutrimentales internacionales: consideramos las recomendaciones en materia de nutrición tanto globales, como locales de nuestros principales mercados con el fin de entender el rol que tienen nuestros productos en la construcción de mejores dietas.

02

División del portafolio de acuerdo con el rol de consumo: dividimos nuestro portafolio de productos con base en la frecuencia de consumo (consumo diario y consumo ocasional). Determinamos reglas más estrictas para el portafolio de consumo diario, derivado del potencial de impacto positivo que pueden tener en la dieta de nuestros consumidores.

03

Nutrición diferenciada con base en consumidor objetivo: consideramos las diferencias en requerimientos nutrimentales entre niños y adultos, definiendo requerimientos más estrictos en aquellos productos dirigidos a nuestro público infantil (entre los 36 meses y 12 años).

04

Nutrición positiva: construimos nuestro portafolio a través de umbrales nutricionales, desde los nutrientes a limitar hasta aquellos que buscamos incentivar en la dieta. Lo anterior, basado en los nutrientes y grupos alimentarios dentro de las guías nutrimentales locales y globales.

05

Recetas sencillas: desarrollamos productos más naturales y amigables con el planeta a través de recetas más sencillas, con ingredientes que nuestros consumidores puedan entender e incluso, encontrar en sus propias despensas.

**4 EJES DE ACCIÓN
DENTRO DE NUESTRAS
GUÍAS NUTRICIONALES**

01

02

03

04

Nutrición Positiva:
Nuestra oferta de productos busca un balance entre nutrimentos a reducir e incentivar en la dieta usando como parámetro de medición la metodología establecida en el *Health Star Rating System*.

Etiquetado Limpio:
Nuestra oferta está elaborada con recetas más simples y naturales.

Fortificación para públicos vulnerables:
Nuestra oferta de productos cuenta con opciones fortificadas con micronutrientes, accesibles y asequibles a públicos vulnerables con alguna deficiencia nutrimental detectada.

Porciones Inteligentes:
Nuestra oferta de productos cuenta con opciones con control de porciones para ofrecer momentos especiales sin culpa.

Cada uno de estos 4 ejes de acción tiene un enfoque específico en el abordaje de la malnutrición de acuerdo con lo siguiente:



nos alineamos con recomendaciones globales

Para alcanzar las metas y objetivos definidos en nuestros 4 ejes de acción, nos alineamos a las recomendaciones de la OMS (Organización Mundial de la Salud) del Plan de Acción Global para la Prevención y Control de las Enfermedades no Transmisibles 2013-2022. Con este marco de referencia, buscamos que nuestras acciones estén en sintonía con la agenda nutricional de los temas más relevantes a nivel global y donde podemos generar un mayor impacto.

96% de nuestro portafolio de productos de consumo diario cumple con los lineamientos nutricionales establecidos*.



LÍNEAS DE ACCIÓN OMS

Reducir el nivel de sal/sodio añadido a los alimentos

Aumentar la disponibilidad, asequibilidad y consumo de frutas, verduras y alimentos de origen vegetal

Reducir los ácidos grasos saturados en los alimentos y reemplazarlos con ácidos grasos insaturados

Reemplazar las grasas trans industriales con grasas no saturadas

Reducir el contenido de azúcares libres y añadidos en alimentos y bebidas no alcohólicas

Limitar el consumo excesivo de calorías y/o reducir el tamaño de las porciones y la densidad energética de los alimentos

Desarrollar medidas para mejorar la disponibilidad, asequibilidad y aceptabilidad de productos alimenticios más saludables

ALINEACIÓN CON GUÍAS NUTRIMENTALES GB

Umbrales de niveles de sodio establecidos para todas nuestras categorías de productos con un enfoque prioritario en nuestros productos de consumo diario (meta a 2025) y botanas saladas (metas a 2030)

Accesibilidad a través de nuestra amplia red de distribución en los diferentes países donde tenemos presencia. De igual forma, contamos con una política global de asequibilidad para hacer llegar nuestros productos con mejor calidad nutricional a todos nuestros consumidores.

Umbrales de niveles de grasas saturadas establecidos para todas nuestras categorías de productos con un enfoque prioritario en nuestros productos de consumo diario (meta a 2025)

Lineamientos establecidos para todas nuestras categorías de productos a nivel global de acuerdo con las recomendaciones definidas por la Organización Mundial de la Salud:

- Eliminación de grasas y aceites parcialmente hidrogenados
- Menos de 2g de ácidos grasos trans industrialmente producidos por 100g de grasas totales

Umbrales de niveles de azúcares añadidos establecidos para todas nuestras categorías de productos con un enfoque prioritario a nuestros productos de consumo diario (meta a 2025)

Lineamientos definidos para desarrollo de portafolio con control de porciones.

- A 2025: Control de porciones en nuestras marcas de mayor venta dentro de la categoría de consumo ocasional
 - Niños: 200 kcal o menos por envase
 - Adultos: 250 kcal o menos por envase

Parámetros de nutrición positiva con base en metodología de Health Star Rating System en todas nuestras categorías de productos, buscando alcanzar el nivel de 3.5 o más estrellas en nuestras categorías de consumo diario.

*Porcentaje de SKUs que cumplen con los lineamientos nutricionales establecidos.

nutrición positiva

Consideramos niveles máximos de grasas saturadas, grasas trans, azúcares añadidos y sodio y niveles mínimos de fibra, proteínas, vitaminas y minerales para que nuestro portafolio tenga un equilibrio nutricional positivo dependiendo de las categorías de producto y del consumidor objetivo a quién van dirigidos.



Consumo diario

Consumo ocasional

META CUMPLIDA 2018-2022

META CUMPLIDA 2023

2025

2030

Cumplimiento de niveles máximos de sodio, grasas saturadas, grasas trans y azúcares añadidos

95% de nuestro portafolio diario de panes, bollería y desayuno tiene nutrición positiva*

Cumplimiento en nutrición positiva* (HSR \geq 3.5)

Recetas simples y naturales con nutrición positiva

69% de productos top seller cumplen con alguna de las opciones de cumplimiento a 2025

Extensiones de línea en productos de mayor venta:

- Sin colorantes ni sabores artificiales, o
- Cumpliendo valor HSR establecido, o
- Control de porción, o
- Con reducciones significativas de nutrientes críticos

Cumplimiento de niveles máximos de sodio, grasas saturadas, grasas trans y azúcares añadidos o valor definido de HSR para la categoría

* Nutrición positiva se refiere a alcanzar la calificación objetivo de HSR de acuerdo con la categoría de producto.

nutrición positiva

¿QUÉ MEDIMOS?

El equilibrio nutricional que queremos alcanzar en nuestros productos mediante niveles máximos de sustancias a limitar en la dieta y la presencia de nutrientes donde se busca incrementar su consumo como fibra, proteína y micronutrientes. Una estrategia integral debe considerar ambos grupos de elementos para una evaluación holística de la calidad nutrimental de cada producto.

¿POR QUÉ LO MEDIMOS?

Los nutrientes no son procesados por nuestro organismo de una manera aislada. Las interacciones entre los mismos determinan el impacto de un alimento en nuestra dieta y la salud. Debido a lo anterior, es necesario un enfoque integral al momento de determinar la calidad nutrimental de un alimento.

¿CÓMO LO MEDIMOS?

En el proceso de medición de la calidad nutrimental de nuestro portafolio y la determinación del estatus de nutrición positiva de nuestro portafolio consideramos y medimos tres grandes líneas de acción:

01

Estrategia de reducción de nutrientes críticos como sodio, grasas saturadas, grasas trans y azúcares añadidos

02

Estrategia de incremento de fibra, granos enteros, vitaminas y minerales por porción

03

Evaluación integral de nutrición positiva a través de la metodología del estándar *Health Star Rating System*

ESTRATEGIA DE REDUCCIÓN DE NUTRIMENTOS CRÍTICOS COMO SODIO, GRASAS SATURADAS, GRASAS TRANS Y AZÚCARES AÑADIDOS

Reducimos nutrientes críticos a través de umbrales definidos para cada uno de estos nutrientes por momento de consumo. Estos son determinados por la frecuencia del consumo del producto en la dieta (diario u ocasional), el tipo de consumidor objetivo (adultos o niños), las recomendaciones locales de ingesta diaria del nutriente en cuestión (determinado por los valores de ingesta diaria definidos a nivel local), así como la porción de consumo.

Porcentaje de SKUs en cumplimiento con niveles máximos de grasas saturadas, grasas trans, sodio y azúcares añadidos establecidos en nuestras guías nutrimentales internas:



NUTRIMENTOS QUE REDUCIR EN LAS DIETAS:

UNIDAD DE NEGOCIO	CONSUMO DIARIO			
	GRASAS SATURADAS	GRASAS TRANS	AZÚCARES AÑADIDOS	SODIO
Bimbo Bakeries USA	100%	100%	100%	98%
Bimbo Canada	100%	99%	100%	96%
Bimbo México	95%	96%	100%	90%
El Globo	99%	100%	100%	99%
Barcel	NA	NA	NA	NA
HW	NA	NA	NA	NA
Bimbo Latin Centro	100%	100%	100%	94%
Bimbo Latin Sur	100%	100%	100%	100%
Bimbo Brasil	100%	100%	100%	100%
Bimbo Reino Unido	100%	100%	100%	100%
Bimbo Iberia	100%	100%	100%	99%
Bimbo Marruecos	100%	100%	100%	100%
Bimbo Rumania	100%	92%	100%	100%
Bimbo China	100%	100%	100%	100%
TOTAL	99%	99%	100%	97%

AVANCE
2030

96%
de nuestra cartera de productos de consumo diario cumple con los niveles de sodio, ácido, grasas saturadas y trans y azúcares añadidos, establecidos dentro de nuestras guías nutrimentales internas.

02

ESTRATEGIA DE INCREMENTO DE FIBRA, GRANOS ENTEROS, VITAMINAS Y MINERALES

Incrementamos estos nutrimentos a través de umbrales para cada uno de estos ingredientes y nutrimentos por momento de consumo. En el caso de pan y bollería blanca se determinó un nivel mínimo de 3g de fibra por 100g de producto a 2030 (con un umbral intermedio a 2025 de 2g de fibra por 100g de producto). Para panes, bollería y tortillas integrales o de grano entero, los productos deben ser buena fuente de fibra y contener al menos 8g de granos enteros por porción.



NUTRIMENTOS QUE INCREMENTAR EN LAS DIETAS:

Porcentaje de volumen de ventas de productos de consumo donde se han añadido fibra, granos enteros, vitaminas y minerales.

UNIDAD DE NEGOCIO

Bimbo Bakeries USA
Bimbo Canada
Bimbo México
El Globo
Barcel
HW
Bimbo Latin Centro
Bimbo Latin Sur
Bimbo Brasil
Bimbo Reino Unido
Bimbo Iberia
Bimbo Marruecos
Bimbo Rumania
Bimbo China
TOTAL

CONSUMO DIARIO

BUENA FUENTE DE

FIBRA	VITAMINAS / MINERALES	GRANOS ENTEROS
26%	52%	4%
17%	92%	13%
16%	8%	3%
6%	0%	0%
NA	NA	NA
NA	NA	NA
23%	12%	6%
29%	5%	4%
44%	2%	3%
35%	0%	2%
80%	0%	0%
0%	0%	0%
0%	0%	0%
46%	11%	0%
29%	28%	4%

CONSUMO OCASIONAL

BUENA FUENTE DE

FIBRA	VITAMINAS / MINERALES	GRANOS ENTEROS
2%	11%	1%
0%	17%	1%
4%	0%	2%
0%	0%	0%
30%	0%	0%
29%	0%	0%
7%	3%	1%
6%	3%	0%
0%	8%	0%
NA	NA	NA
12%	4%	0%
0%	0%	0%
0%	0%	0%
1%	0%	0%
8%	2%	1%

Durante 2022 trabajamos para incrementar el contenido de fibra y granos enteros en nuestros productos denominados como “integrales” o de grano entero. En 2023 nos esforzamos por mejorar nuestra oferta de pan y bollería blanca. El pan blanco es uno de los productos más ampliamente aceptados por nuestros consumidores dada su versatilidad, por lo cual se incorpora a su dieta diaria. Definimos una meta a 2030 para incrementar el contenido de fibra al estándar “contiene fibra” definido dentro del CODEX alimentario (3g de fibra dietaría por cada 100g de producto) para este tipo de panes. Establecimos también una meta intermedia a 2025 de 2g de fibra por cada 100g de producto. La fibra dietética es uno de los nutrimentos más relevantes en la dieta de nuestros consumidores y existe suficiente evidencia sobre la falta de su consumo en diferentes poblaciones.



ALCANCE DE LA META DEFINIDA PARA PAN Y BOLLERÍA BLANCA DE 2G FIBRA EN 100G DE PRODUCTO A 2023

UNIDADES DE NEGOCIO	META 3: % CUMPLIMIENTO
Bimbo Bakeries USA	100%
Bimbo Canada	50%
Bimbo México	100%
El Globo	33%
Barcel	NA
HW	NA
Bimbo Latin Centro	74%
Bimbo Latin Sur	85%
Bimbo Brasil	100%
Bimbo Reino Unido	100%
Bimbo Iberia	100%
Bimbo Marruecos	80%
Bimbo Rumania	100%
Bimbo China	100%
Total	87%

AVANCE 2030

87%
de nuestros SKUs de panes y bollería blanca tienen al menos 2g de fibra dietética por 100g

Evaluación integral de nutrición positiva a través de la metodología HSR: Con la incorporación del estándar Health Star Rating System, ahora podemos brindar una mayor transparencia sobre la calidad nutrimental de nuestro portafolio de productos. Esta metodología, desarrollada en Australia y Nueva Zelanda, califica el perfil nutrimental general de los productos y les asigna un valor, de ½ a 5 estrellas. Este distintivo permite diferenciar de forma rápida, fácil y estandarizada entre las diferentes alternativas de un producto.

Dentro de nuestra estrategia para poder llevar a cabo estas mejoras, realizamos una evaluación del 100% de las categorías de productos. Desde Grupo Bimbo, hemos establecido estándares para las diferentes categorías de productos, aspirando a las 3.5 estrellas para nuestro portafolio de **panes, bollería, bagels y english muffins** salados a 2025.



UNIDADES DE NEGOCIO	META 2: % CUMPLIMIENTO
Bimbo Bakeries USA	97%
Bimbo Canada	96%
Bimbo México	98%
El Globo	64%
Barcel	NA
HW	NA
Bimbo Latin Centro	89%
Bimbo Latin Sur	99%
Bimbo Brasil	100%
Bimbo Reino Unido	100%
Bimbo Iberia	100%
Bimbo Marruecos	95%
Bimbo Rumania	92%
Bimbo China	92%
Total	95%

AVANCE DE METAS ASOCIADAS A NUTRICIÓN POSITIVA:

95% de SKUs de portafolio de **panes, bollería, english muffins y bagels** salados con nutrición positiva

desglose de cumplimiento HSR por tipo de portafolio*



36% ocasional HSR<=2.5 2% ocasional HSR 3 2% ocasional HSR>=3.5



1% diario HSR<=2.5

4% diario HSR 3

Alcance: Productos donde Grupo Bimbo es propietario de la marca y la receta con venta registrada del 1 de enero de 2023 a 5 de enero de 2024.

Exclusiones:

- Productos donde Grupo Bimbo no es dueño de las recetas o marcas, incluyendo marcas privadas
- Productos destinados a Food Service
- Productos destinados a consumidor no final
- Organizaciones: BQ

16% sin identificar

37% diario HSR>=3.5

HSR ≥3.5

ESTRATEGIA DE MEJORA

Productos con calidad nutrimental óptima. Continuaremos evaluando espacios de mejora, incluyendo fibra, granos enteros, proteínas de origen vegetal de alto valor biológico, nueces, semillas, entre otros.

3

Estrategias enfocadas para continuar reduciendo nutrientes críticos como sodio, azúcares añadidos y grasas saturadas, así como incrementando fibra, granos enteros, proteínas de origen vegetal de alto valor biológico, nueces y semillas, entre otros. En donde sea viable, buscamos incrementar la calificación a 3.5 estrellas o más con base en el rol del consumo en la dieta.

≤2.5

Productos mayormente enfocados al consumo ocasional. Donde sea viable, se buscará la calidad nutrimental, manteniendo la preferencia de nuestros consumidores. Las mejoras principalmente se enfocarán en tener recetas más simples y naturales, y ofrecer extensiones de línea con control de porción o con reducciones significativas (+25%) de nutrientes críticos.

% VENTA POR CUMPLIMIENTO HSR SIN IDENTIFICAR 16%

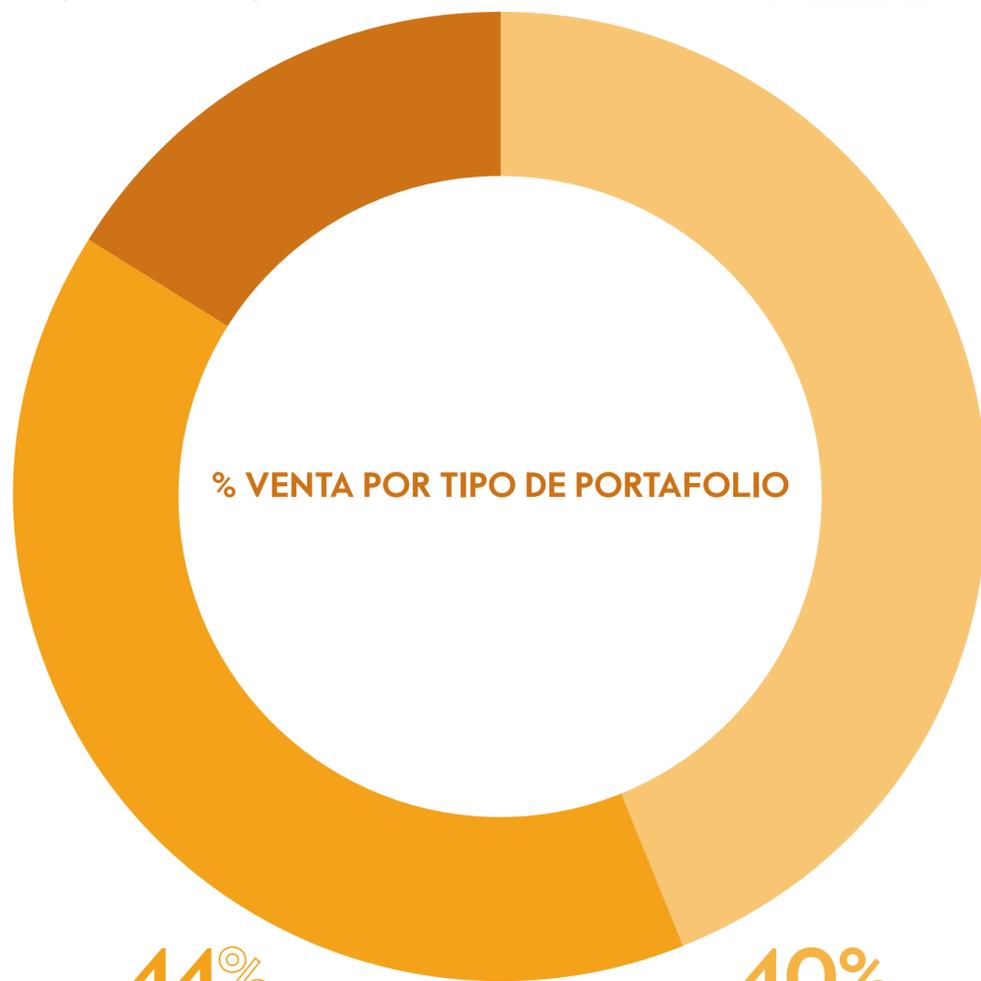


6% 3é

41% ≥3.5é

37% <3★

16% SIN IDENTIFICAR



44% DIARIO

40% OCASIONAL

*Health Star Rating

Deficiencia de Vitamina D en el mundo



Sara Lee Pan blanco EE.UU.

Buena fuente de:

- Vitamina A
- Vitamina D
- Vitamina E
- Calcio y hierro
- Og grasas trans

Sin colorantes ni saborizantes artificiales

En Grupo Bimbo hemos desarrollado lineamientos y acciones enfocadas a ayudar a reducir prevalencias en las deficiencias de micronutrientes como la Vitamina D. Dentro de estas acciones, se detectan deficiencias de vitaminas y minerales en cada región en base a los estudios llevados a cabo por autoridades sanitarias locales y se desarrollan productos con un perfil nutrimental adecuado (score HSR > 3.5 estrellas), asequibles y ampliamente aceptados por las poblaciones vulnerables a las que van enfocados.

casos de éxito

En años recientes, se ha encontrado que la vitamina D es esencial para la salud y fortalecimiento de los huesos, el sistema inmunológico, muscular, cardiovascular y mental. Su deficiencia puede aumentar el riesgo de fracturas y enfermedades crónicas.

Aproximadamente un billón de personas en todo el mundo padece deficiencia de vitamina D y alrededor del **50% de la población mundial tiene insuficiencia de vitamina D.**

Pan Blanco Bimbo Perú

- Fuente de vitamina D
- Og de grasas trans
- Sin colores ni sabores artificiales
- HSR= 3.5 estrellas



etiquetado limpio

Ofrecemos un portafolio de productos con recetas más sencillas y mejores ingredientes con el fin de responder a las necesidades de nuestros consumidores que buscan alimentos con los que sientan más familiarizados.



Consumo diario

Consumo ocasional



META CUMPLIDA
2018-2022

META CUMPLIDA
2023

2025

2030

Eliminación de colores y sabores artificiales

22% de nuestro portafolio diario de panes, bollería y desayuno está hecho con recetas simples y naturales

Recetas simples y naturales. (10-15 ingredientes, todos reconocibles)

Recetas simples y naturales con nutrición positiva

Eliminación de aceite y grasas parcialmente hidrogenadas, caramelo 3 y 4, diacetilo y azodicarbonamida

69% de productos top seller cumplen con alguna de las opciones de cumplimiento a 2025

Extensiones de línea en productos de mayor venta:

- Sin colorantes ni sabores artificiales, o
- Cumpliendo valor HSR establecido, o
- Control de porción

Recetas sin ingredientes artificiales

etiquetado limpio

¿QUÉ MEDIMOS?

La calidad de nuestras recetas a través de la reducción de ingredientes percibidos como artificiales. Ponemos especial énfasis en los ingredientes sobre los que nuestros consumidores y grupos de interés han manifestado su preocupación por su potencial impacto en el medio ambiente o en la calidad de la dieta.

¿POR QUÉ LO MEDIMOS?

Los consumidores prefieren alimentos con ingredientes cada vez más fáciles de entender, sin aditivos, sin conservantes, sin colorantes ni sabores artificiales, entre otros. Ellos creen en productos simples, claros, confiables, transparentes y auténticos. Nuestra estrategia se centra en la cantidad y tipo de ingredientes y aditivos de nuestras recetas, buscando usar ingredientes más amigables para nuestros consumidores, incluso aquellos que se puedan encontrar en sus alacenas.

¿CÓMO LO MEDIMOS?

Para lograrlo, hemos establecido diferentes niveles de cumplimiento en nuestras directrices globales de etiquetado limpio. A través de éstas, hemos definido acciones que nos permitan reducir el número de ingredientes en la medida que la tecnología y la aceptación del consumidor nos lo permita.

Cada categoría de producto tiene un nivel definido de etiquetado limpio, así como metas a lo largo del tiempo para alcanzar los objetivos que nos hemos propuesto.



PROGRESO 2023 AVANCE DE META DE ETIQUETADO LIMPIO POR ORGANIZACIÓN PARA PANES Y BOLLERÍA

Organización*	% etiqueta limpia
Bimbo Bakeries USA	34%
Bimbo Canada	11%
Bimbo México	11%
El Globo	87%
Barcel	NA
HW	NA
Bimbo Latin Centro	8%
Bimbo Latin Sur	27%
Bimbo Brasil	11%
Bimbo Reino Unido	0%
Bimbo Iberia	20%
Bimbo Marruecos	0%
Bimbo China	2%
Total	22%

* Se excluye Rumania

fortificación para públicos vulnerables



¿QUÉ MEDIMOS?

La definición de estrategias regionales enfocadas en reducir deficiencias de micronutrientes detectadas o que contribuyan a reducir la inseguridad alimentaria en poblaciones vulnerables. Esto se realiza a través de alimentos accesibles, asequibles, nutrimentalmente adecuados y fáciles de integrar en la dieta de los consumidores.

¿POR QUÉ LO MEDIMOS?

El acceso a una alimentación adecuada que proporcione la energía y los nutrientes necesarios para el desarrollo óptimo de las personas es un gran desafío a nivel global. La inseguridad alimentaria afecta a alrededor de 2 mil millones de personas en el mundo y la desnutrición afecta a 1 de cada 3 personas en todo el mundo. Esto representa un impacto significativo no sólo en la salud y el bienestar de las personas, sino que también tiene repercusiones sociales y económicas. Se estima que la desnutrición tiene un costo económico global de aproximadamente 3.5 mil millones de dólares al año.

¿CÓMO LO MEDIMOS?

A través del desarrollo de programas regionales con productos fortificados con micronutrientes donde se ha detectado una deficiencia o bien a través de programas para combatir la inseguridad alimentaria. Como ejemplo, tenemos programas con bancos de alimentos. Para el desarrollo de estos, se tienen lineamientos internos que determinan el enfoque que deben tener dichos programas, micronutrientes de enfoque, características de alimentos a fortificarse, así como fichas de trabajo por país donde se indican las deficiencias detectadas a nivel local.

Inseguridad alimentaria en el mundo

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), alrededor de 811 millones de personas en el mundo sufrieron de inseguridad alimentaria crónica entre 2020 y 2022. Esta cifra ha aumentado en los últimos años debido a varios factores, incluyendo la pandemia de COVID-19, los conflictos armados y los desastres naturales.

casos de éxito

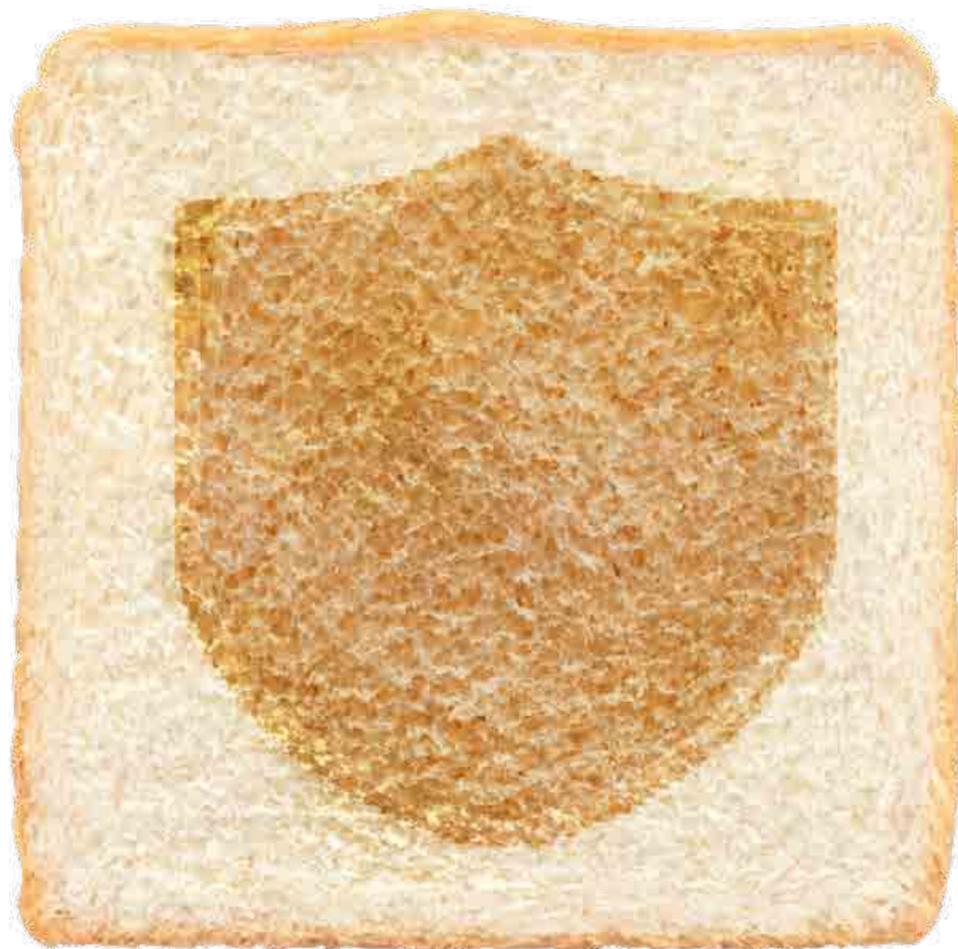
Todo nuestro portafolio de New York Bakery Co. está libre de colorantes y sabores artificiales y obtiene una puntuación de 3,5 estrellas o más en el sistema de calificación Healthy Star Rating.



Magic Breakfast ofrece desayuno y asesoramiento de expertos a más de 200.000 niños y jóvenes cada día para combatir el hambre de la mañana en las escuelas de Inglaterra y Escocia. El objetivo del programa Magic Breakfast es garantizar que ningún niño o joven tenga demasiada hambre para aprender.

Desde enero de 2020, hemos proporcionado nuestros deliciosos bagels de New York Bakery Co para apoyar a las escuelas asociadas a esta iniciativa en el Reino Unido, y cada año nuestros colaboradores y clientes de Grupo Bimbo UK Ltd. recaudan bagels adicionales para Magic Breakfast a través de Bimbo Global Race.





PÚBLICOS VULNERABLES

ORGANIZACIÓN

Bimbo Bakeries USA

Bimbo Latin Centro

Bimbo Latin Sur

Bimbo Reino Unido

PROGRAMA

Sara Lee Classic White Bread

Pan Blanco Actidefens

Pan Integral Rendidor

Pan Blanco Vitamina D

Magic Breakfast

DETALLES

Enfoque en fortificación

- Buena fuente de hierro, vitamina D, A & E
- Excelente fuente de calcio

Enfoque en fortificación

- Presente en Guatemala, Costa Rica, Colombia, Ecuador
- Fortificado con Hierro y Zinc

Enfoque en fortificación

- Presente en Perú
- Fortificado con Hierro

Enfoque en fortificación

- Presente en Perú, Uruguay, Argentina
- Fortificado con Vitamina D

Enfoque en seguridad alimentaria

- **Magic Breakfast** es una organización que ayuda a erradicar la inseguridad alimentaria en escuelas. Se donan bagels con 3g fibra por cada 100g que cumplen con los requerimientos para los almuerzos en escuelas
- **"Magic Breakfast"** ayuda a más de 200,000 niños y jóvenes cada día ofreciendo desayunos y asesoramiento experto para combatir el hambre matutina en colegios de Inglaterra y Escocia. Existe para asegurarse de que ningún niño o joven se quede sin aprender por hambre

porciones inteligentes

Las porciones son una herramienta eficaz para que las personas conozcan la cantidad adecuada de alimentos que deben consumir en cada ocasión, mejorando así la calidad de su dieta. Proporcionar información que ayude a entender mejor la porción adecuada, junto con el aumento de nuestra oferta de productos con distintas opciones que buscan reducir la ingesta calórica en un momento de consumo, permite a nuestros consumidores gozar de sus alimentos y tener dietas más sanas, ricas y variadas.

¿QUÉ MEDIMOS?

Buscamos desarrollar una oferta diferenciada en el mercado altamente competitivo que nos permita proporcionarles a nuestros consumidores la opción de consumir sus productos favoritos en porciones controladas. Estos cuentan con las siguientes características:



Sabroso: Al tener un control de porción se puede seguir disfrutando de productos llenos de sabor sin sobrepasar nuestra ingesta calórica.

Moderado: Nos permite tener un consumo consciente y responsable de ciertos grupos de alimentos.

Accesible y conveniente: Presentaciones con envases individuales, listos para llevar a cualquier lugar.

Restringido en calorías: Con la cantidad adecuada de calorías en una sola porción para incentivar estilos de vida saludables.

Tiempos de celebrar o consentirse: Productos para celebrar, compartir o tener un momento de indulgencia sin culpa.

META 2030:

15%
de las ventas de nuestra cartera de consumo ocasional serán en forma de porciones controladas

porciones inteligentes

¿POR QUÉ LO MEDIMOS?

El tamaño de las porciones que consumimos de los alimentos que conforman nuestra dieta ha ganado mucho interés en los últimos años, como parte de la búsqueda de alternativas para combatir el sobrepeso y la obesidad. Podemos seguir disfrutando de ciertas categorías de productos de forma consciente.

El contenido, tamaño y número de porciones, así como el lugar y frecuencia de consumo son algunos de los temas que hoy son del interés de expertos en alimentación y nutrición, gobiernos y la industria de alimentos en el mundo entero.

Las porciones de alimentos suelen ser una herramienta poderosa para incrementar la educación nutrimental de los consumidores, empoderarlos a tomar mejores decisiones de consumo y aumentar la conciencia del impacto que tienen los alimentos en su salud. Nuestros consumidores también entienden cada vez mejor cuáles son las cantidades reales de consumo de estos. Tener un mayor conocimiento sobre las porciones que incluimos en cada momento de consumo nos ayuda a tener una mejor percepción de cómo debemos construir mejores y más variadas dietas donde todos los alimentos tengan un espacio en la misma al combinarse en las porciones y momentos correctos.

¿CÓMO LO MEDIMOS?

Desarrollando opciones con control de porciones para aquellos productos de mayor venta de nuestro portafolio de consumo ocasional.

CONTROL DE PORCIONES

ORGANIZACIÓN	SIN COLORES NI SABORES ARTIFICIALES	CONTROL DE PORCIÓN (<250 KCAL/ENVASE)	REDUCCIÓN SIGNIFICATIVA (+25% REDUCCIÓN DE INGREDIENTE CRÍTICO SIGNIFICATIVO)	CUMPLIMIENTO NUTRIGUIDES	EN PROCESO DE CUMPLIMIENTO
Bimbo Bakeries USA		Butter Loaf Cake		Thomas' Cinnamon Raisin Swirl	Entenmann's Rich Frosted Donuts
		Pound Cake		Thomas' Blueberry Bagel	Entenmann's Pop'ems Glazed
		Entenmann's Soft Variety Donuts		Thomas' Cinnamon Raisin Bagel	Entenmann's Soft Assorted Frosted Donuts
					Entenmann's Variety Donuts
Bimbo Canada		Vachon Jos Louis		Sunmaid Raisin Cinnamon Swirl Bread	Vachon Ah Caramel
		Vachon Half Moon Cakes		Dempster's Maple French Toast Bagels	Chocolate Cup Cakes
		Hostess Twinkies			
		Vachon Apple & Raspberry Passion Flakie			
		Vachon May West			
		Jelly Log Cakes			
Bimbo México		Choco Roles		Pan Tostado	Nito
		Pingüino		Príncipe Marinela	Donita Espolvoreada
		Gansito		Mantecadas Vainilla	Panqué Nuez
				Pan Molido	
El Globo		Garibaldi		Dona Salon	Mil Hojas El Globo
		Chocolatin		Dona Spice	Panqué Nuez
		Pastel Mil hojas		Pastel Strawberry	Pastel Moka
		Pastel Salón			

CONTROL DE PORCIONES

ORGANIZACIÓN	SIN COLORES NI SABORES ARTIFICIALES	CONTROL DE PORCIÓN (<250 KCAL/ENVASE)	REDUCCIÓN SIGNIFICATIVA (+25% REDUCCIÓN DE INGREDIENTE CRÍTICO SIGNIFICATIVO)	CUMPLIMIENTO NUTRIGUIDES	EN PROCESO DE CUMPLIMIENTO
Barcel		Chips Fuego		Runners	Takis Fuego USA
		Takis Fuego MX			Big Mix Fuego
		Chips Jalapeño			Takis Waves Fuego
					Takis Huakamole
					Takis Blue Heat
HW					Takis Fajita
				Trocitos de piña deshidratada con chile	
				Trocitos de mango deshidratado con chile	
				Trocitos de manzana con canela	
				Moneditas con semillas	
				Botana de maíz, garbanzo, mijo sabor queso	
				Moneditas con semillas y quinoa	
Bimbo Latin Centro					Palomitas con tomate y especias
				Roles de canela	Tostada Ondulada
		Tostada Media Luna Mantequilla		Pan tostado clásico	Casero Vainilla
				Tostados integrales	
				Sponch fresa	
				Panquecitos	
				Pinguinos	
				Tostados Mantequilla	

CONTROL DE PORCIONES

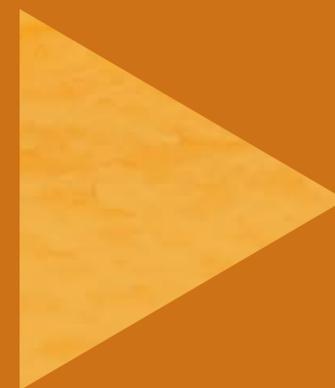
ORGANIZACIÓN	SIN COLORES NI SABORES ARTIFICIALES	CONTROL DE PORCIÓN (<250 KCAL/ENVASE)	REDUCCIÓN SIGNIFICATIVA (+25% REDUCCIÓN DE INGREDIENTE CRÍTICO SIGNIFICATIVO)	CUMPLIMIENTO NUTRIGUIDES	EN PROCESO DE CUMPLIMIENTO
Bimbo Latin Sur		Braunichoc		Madalenas	Pan Dulce con Fruta
		Gansito		Bimbolete	Vainillas
		Mankeke			Paneton
		Pingüino Peru			
		Pingüino Chile			
Bimbo Brasil				Bolo Laranja	
				Bolo Abacaxi	
				Crocantíssimo Tradicional Queijo e Cebol	
				Crocantíssimo Tradicional Churrasco	
				Crocantíssimo Tradicional Salame e Limão	
			Crocantíssimo Tradicional Peito de Peru		
Bimbo Reino Unido	NA				
Bimbo Iberia		Donettes Rayados	Takis Fuego	Donuts Glacé	Donuts Fondant
		Bollycao Clásico		Bimbo Cruapan	Donuts Bombon
		Donettes Clásico			Qé Caña
		Magdalena Redonda			
Bimbo Marruecos		Madleines Bimbo			
		Mini Pizza Complet			
		Mini Pizza Oigon Ail			
		Pizza Huile d'olive			
		Pizza ronde			
		Pizza Ronde Nature			
		Mini Pizza Nature			
		Pizza Complete			
	Kekito Bimbo				



marcas sustentables y transparentes

Nuestro compromiso es empoderar a nuestros consumidores, al ofrecerles productos que contengan información clara y transparente sobre nuestras recetas saludables, involucramiento con las comunidades y compromisos ambientales.

NUESTRO COMPROMISO



2025

100%

de nuestro portafolio ocasional y para niños ofrecerá transparencia nutricional fundamentada en evidencia científica en el empaque y en medios digitales.

Brindaremos educación nutricional a

cinco millones

de personas en todo el mundo por medio de nuestros proyectos de educación nutricional y bienestar.

AVANCE AL 2023



Desarrollamos el lineamiento de transparencia de los empaques para garantizar que proveemos de forma inmediata al consumidor la información que le es relevante.

Alcanzamos a más de 110 millones de personas, compartiendo recetas variadas hechas por el equipo de Nutrición y H&W para promover dietas planetarias y balanceadas.

2030

Brindaremos educación nutricional a

ocho millones

de personas en todo el mundo por medio de nuestros proyectos de educación nutricional y bienestar.

nuestro plan

Los empaques de nuestros productos son el medio de comunicación directo entre nosotros y nuestros consumidores. Todos ellos contienen la información que se exige, tanto por normatividad, como por nuestros principios y lineamientos internos, guiados por la Política Global de Etiquetado Nutricional.

Desde nuestro etiquetado impulsamos un enfoque centrado en los consumidores para empoderarlos a tomar decisiones basadas en información clara, sencilla, inmediata y transparente.

La información que se encuentra en el empaque expresa no sólo de qué está hecho, sino también de dónde viene, cómo se hizo y cuál es el esfuerzo que realizamos para que tenga el menor impacto posible en el medio ambiente.

Nos alineamos a los avances tecnológicos actuales y a las regulaciones y lineamientos correspondientes para promover estrategias de comunicación que faciliten la difusión de la información relevante sobre nuestros productos y valores. En caso de que el país no cuente con un marco regulatorio oficial, desde las áreas correspondientes aseguramos la definición de porciones y de información a desglosar en el etiquetado nutricional.

En Grupo Bimbo nos aseguramos de reportar nuestro impacto en la comunidad y el medio ambiente de manera honesta y transparente en todo momento.



COMPONENTES DE NUESTRO ETIQUETADO

- **Información nutrimental:** Declaración por porción: calorías, grasa total, grasa saturada, grasas trans, carbohidratos, fibra dietética, azúcares, proteínas y sodio
- **Sustentabilidad:** Promovemos prácticas amigables con nuestro planeta y comunicamos lo que estamos haciendo en favor del medio ambiente
- **Declaraciones de propiedades saludables:** Mostrando un sólido respaldo científico para todas las declaraciones de propiedades saludables
- **Porciones:** Fortalecemos el concepto de porción recomendada para conducir a los consumidores hacia dietas balanceadas
- **Etiqueta frontal:** Integramos del esquema de guía diaria de alimentación GDA (Guideline Daily Amount, por sus siglas en inglés), donde no hay regulaciones sobre el tema



comunicación responsable

Para velar por el bienestar y salud de nuestros consumidores, creamos lineamientos de comunicación responsable “Así hacemos **Marketing**”, alineados a nuestro Código de Ética. Estos lineamientos nos ayudan a delimitar aquellos criterios que nuestros equipos de Marketing deben cumplir al desarrollar campañas de comunicación para ser confiables y transparentes, promoviendo una alimentación balanceada y nutritiva.

Llevar una comunicación responsable sobre nuestros productos y organización es fundamental para contar con la confianza y preferencia de nuestro público

Con el objetivo de desarrollar nuestras estrategias de **marketing**, nos esforzamos constantemente en ofrecer el máximo valor a nuestros consumidores, asegurándonos de contribuir positivamente a su nutrición y cuidar por sus derechos.

En el 2024 planteamos los siguientes objetivos en materia de mercadotecnia responsable:

- Promover dietas adecuadas y estilos de vida saludables en nuestras estrategias publicitarias.
- Mantener una publicidad social y éticamente responsable, hacia todos nuestros consumidores, regida por los más altos estándares establecidos a nivel mundial en distintos temas





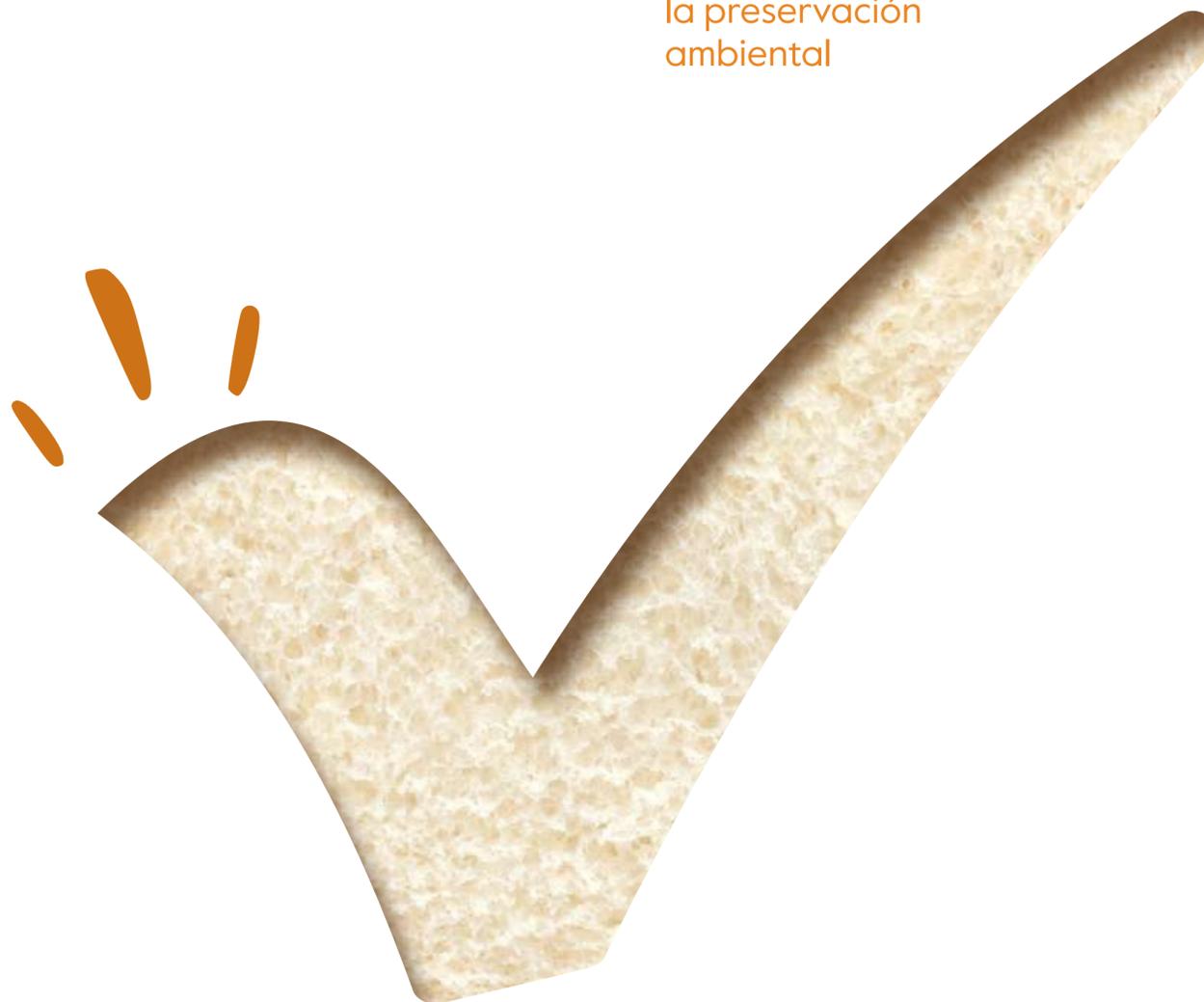
ADEMÁS, HEMOS ESTABLECIDO LOS SIGUIENTES OBJETIVOS PARA RESPALDAR NUESTRAS ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA RESPONSABLE:



- Impulsar la **transparencia** y rendición de cuentas sobre nuestro impacto en el planeta, en la nutrición, en las personas y en nuestras comunidades
- Asegurar la **comprensión de nuestras recetas** y fomentar estilos de vida saludables
- **Evitar el desperdicio de alimentos**
- Promover los principios de la **economía circular**
- Demostrar con casos de éxito el avance hacia los **compromisos** planteados
- **Fortalecer una comunidad de agentes de cambio** que apuesten por la salud, el bienestar, la lucha contra la desigualdad y la preservación ambiental
- **Promover valores universales** que permeen en nuestros consumidores, como parte fundamental de nuestra cultura

En 2023 no registramos casos de incumplimiento de la normativa o códigos voluntarios en materia de mercadotecnia y comunicación responsable

Sabemos que, para asegurar la continuidad del negocio, debemos evolucionar y adaptarnos a los cambios en el mercado, las regulaciones y la sociedad. Por ello, el enfoque de nuestras marcas contempla criterios para mantenernos a la vanguardia y favorecer la preferencia de nuestros clientes y consumidores.



nuestro compromiso con la niñez

Reconocemos que nuestra publicidad no resta importancia al papel de los padres y otros adultos responsables en la orientación de la dieta y el estilo de vida de los niños. Reiteramos nuestro compromiso de continuar implementando una estrategia que muestre contenidos que promuevan un modo de vida saludable y fomenten los derechos de los niños, la autoestima positiva y valores no violentos.

En 2023, continuamos trabajando para generar un impacto positivo a través de estrategias de marketing que tuvieran como prioridad la comunicación responsable de todas nuestras marcas. Actualizamos nuestra Política Global de Comunicación y Publicidad de Productos para Público Infantil, para alinearla con la directriz de la Organización Mundial de la Salud (OMS), reconocidos por sus altos estándares en prácticas de marketing responsable. Además, prohibimos la publicidad de productos en escuelas, excepto con solicitud y autorización expresa, con el objetivo de educar y/o promover estilos de vida saludables.

Nuestros nuevos lineamientos de comunicación responsable enfatizan que nuestras marcas y productos:

- No promueven estereotipos sociales ni llaman al prejuicio, provocando deliberadamente cualquier tipo de discriminación.
- No atribuyen valores nutritivos o características superiores o distintas a las que posea el alimento publicitado.
- No utilizan personas con influencia que sean menores de 13 años (v.g. celebridades, **influencers**, personas famosas en las redes sociales, etc.) o personas cuyo público objetivo sea la audiencia de niños menores de 13 años.



En 2023, también lanzamos nuestra Política Global sobre Diversidad, Equidad e Inclusión en la Comunicación de Marcas, con el objetivo de reflejar la diversidad y promover la equidad e inclusión en cualquier tipo de comunicación de nuestras marcas.

Reconocemos el papel que desempeña el **marketing** digital en la actualidad. Por ello, nos comprometemos a no generar campañas publicitarias, ni anuncios dirigidos especialmente a menores de 13 años de productos que cumplan con el perfil nutricional saludable. Aseguramos que nuestras publicaciones en redes sociales sean dirigidas a los adultos en casa y, en el caso de medios masivos de comunicación, segmentamos los contenidos dependiendo de franjas horarias para identificar espacios donde no se incluya a menores de edad.

Promovemos estilos de vida saludables, la autoestima positiva y valores fundamentales con nuestros consumidores más jóvenes para alimentar su desarrollo integral.

Como parte de nuestros compromisos, en 2023 tuvimos acciones fundamentales que reflejan nuestro actuar a favor de la niñez:

- I. Desde 2022, nuestro patrocinio global al F.C. Barcelona y nuestro rol como principal patrocinador del F.C. Barcelona Femenino ha sido de gran relevancia para amplificar nuestro propósito “Alimentamos un mundo mejor” e incrementar la preferencia de nuestra marca. Esto lo hemos hecho a través de una estrategia con 3 pilares:
 - a. Promover el talento femenino, la equidad, diversidad e inclusión.
 - b. Promover estilos de vida y hábitos alimenticios saludables.
 - c. Apoyar y alimentar a las nuevas generaciones.

Construyendo sobre la visión estratégica del patrocinio, desarrollamos acciones como “El Sueño Bimbo”, que tiene como objetivo apoyar a niñas (provenientes de Argentina en esta edición) al tener la oportunidad de convivir e inspirarse con las jugadoras del F.C. Barcelona Femenino en diferentes entrenamientos en las instalaciones deportivas del Club en Barcelona.

2. Nuestro torneo **Futbolito Bimbo en México**, fomenta la actividad física en niños de 9 a 11 años. Además, refuerza valores y estilos de vida saludable entre la comunidad escolar que participa en el torneo.



información nutricional y sustentable de nuestros productos

Fomentar la transparencia y sustentabilidad en nuestros productos es fundamental. Esto significa dar a conocer, a través de nuestros diferentes canales, los ingredientes de nuestras recetas, nuestros esfuerzos sobre responsabilidad social y sustentabilidad. Creemos que todas las organizaciones deben ser honestas, abiertas y directas con sus clientes, sus competidores y consigo mismas.

Trabajamos arduamente para que las marcas en los países en los que operamos incluyan la información más relevante sobre nuestros esfuerzos en las siguientes áreas de impacto:



TRANSPARENCIA NUTRIMENTAL

En nuestras marcas presentes en España, Reino Unido, Canadá, Estados Unidos, China, Brasil, México, Centroamérica y Sudamérica proporcionamos información nutricional de forma sencilla y transparente en el empaque y/o en línea, por medio de códigos QR o sitios web que permiten conocer a profundidad esta información.

Contamos con una Política Global de Etiquetado Nutricional y guías para el cumplimiento de GDA (**Guidelines Daily Amount**) a los cuales se alinean todas nuestras marcas en todos los países en los que operamos, además del cumplimiento de la regulación local.

Además de que los ingredientes de nuestras recetas se encuentran declarados en nuestros empaques, nuestras marcas en España, México, Reino Unido, Canadá, China, Estados Unidos, Brasil y Chile, cuentan con la lista de ingredientes y perfil nutrimental publicados en nuestros sitios web locales.

CÓDIGOS QR

En algunos países es posible acceder a la información nutrimental de nuestros productos al escanear su código QR por medio de una aplicación en dispositivos móviles. Esto facilita al usuario obtener en tiempo real una experiencia interactiva con la marca, información acerca de nuestros productos, así como consejos de recetas de nutrición.

En España participamos en la iniciativa del programa *Too Good To Go*, donde sensibilizamos al consumidor para que aprenda y aplique prácticas referentes a la reducción de desperdicio en alimentos. Por ejemplo, comprobando si el producto aún se puede consumir, aunque haya llegado a su fecha de caducidad.



Estados Unidos ya tiene implementado en todos sus productos los códigos QR. En México esperamos que para el 2025 ya se haya implementado en las marcas principales.

MENSAJES FUNCIONALES

Trabajamos con los equipos de Nutrición y Bienestar, así como el de Innovación y Desarrollo, en un proceso global que pueda abarcar a todas nuestras marcas, para promover mensajes funcionales basados en evidencia científica que faciliten la comprensión de los consumidores sobre nuestras recetas, sus beneficios y cualquier información adicional que les pueda ser de utilidad sobre nuestros productos.

Entre septiembre y noviembre de 2023 alcanzamos a más de 110 millones de personas en redes sociales con mensajes que promueven dietas planetarias y balanceadas.



GRI FP4_M, FP4_V, FP4_P

HERRAMIENTAS DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE

Menú semanal equilibrado: apoyo para cumplir con una alimentación equilibrada a lo largo del día y de la semana. Este respeta las proporciones de cada grupo de alimentos y su variedad.

Valora tu dieta: evaluación en línea que indica si la dieta habitual se ajusta a las recomendaciones de una alimentación saludable. Esta herramienta ofrece algunos consejos a nuestros consumidores sobre qué aspectos potenciar o tomar en cuenta para mejorar su dieta.

Plato saludable: herramienta que ayuda a equilibrar y variar las comidas y cenas de un solo vistazo. Es un método práctico para el día a día, muy sencillo de aplicar y con un resultado fantástico para incluir los grupos de alimentos principales en estas comidas.



GRI 2-29

BNUTRITION: DIALOGANDO SOBRE NUTRICIÓN



Para identificar y gestionar estrategias a seguir en aquellos productos e ingredientes donde nuestros consumidores manifiesten dudas y preocupaciones, contamos con una estrategia de nutrición llamada BNutrition que consta de dos grandes procesos:

ESCUCHA DE PREOCUPACIONES RELACIONADAS CON TEMAS DE NUTRICIÓN DE PÚBLICOS DE INTERÉS COMO CONSUMIDORES Y PROFESIONALES DE LA SALUD.

A través de herramientas digitales como Sprinklr, analizamos la conversación actual en torno a temas e ingredientes específicos en redes sociales, noticias y blogs a nivel global, regional y local. De esta forma tenemos una colaboración más asertiva con organizaciones de diferentes países para juntos acercarnos a la meta de ofrecer productos saludables, accesibles y transparentes.

En 2023, mediante el proyecto Visita Médica, sensibilizamos a 1,000 profesionales de la salud y nutriólogos en la Ciudad de México y el Estado de México sobre los beneficios de nuestro portafolio de productos, así como su calidad e ingredientes. A su vez, recibimos su retroalimentación y fomentamos una buena percepción de nuestra oferta. Si tomamos en consideración que cada profesional da un promedio de 5 consultas al día, podríamos tener un impacto potencial de 100,000 personas mensuales.

73.3
millones de
personas
alcanzadas



+140
mil seguidores en
redes sociales

02

ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y POTENCIALES MEJORAS A NUESTRA ESTRATEGIA DE CALIDAD NUTRIMENTAL EN LA OFERTA DE PRODUCTOS.

Trabajamos en fortalecer el posicionamiento de BNutrition entre nuestro público objetivo como referente en materia de nutrición, transparencia e inocuidad alimentaria. Lo logramos brindando información sustentada en la ciencia, considerando las tendencias globales, hablando de los beneficios del consumo de pan en una dieta balanceada, de la calidad de ingredientes, así como de los procesos en la elaboración de los productos.

Como resultado de nuestros esfuerzos por interactuar con el mercado, del 2022 al 2023 tuvimos:

- +140 mil seguidores en general en todas nuestras plataformas digitales y redes sociales
- Alcance de 73.3 millones personas
- Interacción con nuestro contenido de 882 mil.

Con esto, registramos un incremento en el sentimiento, percepción y una conversación positiva del:



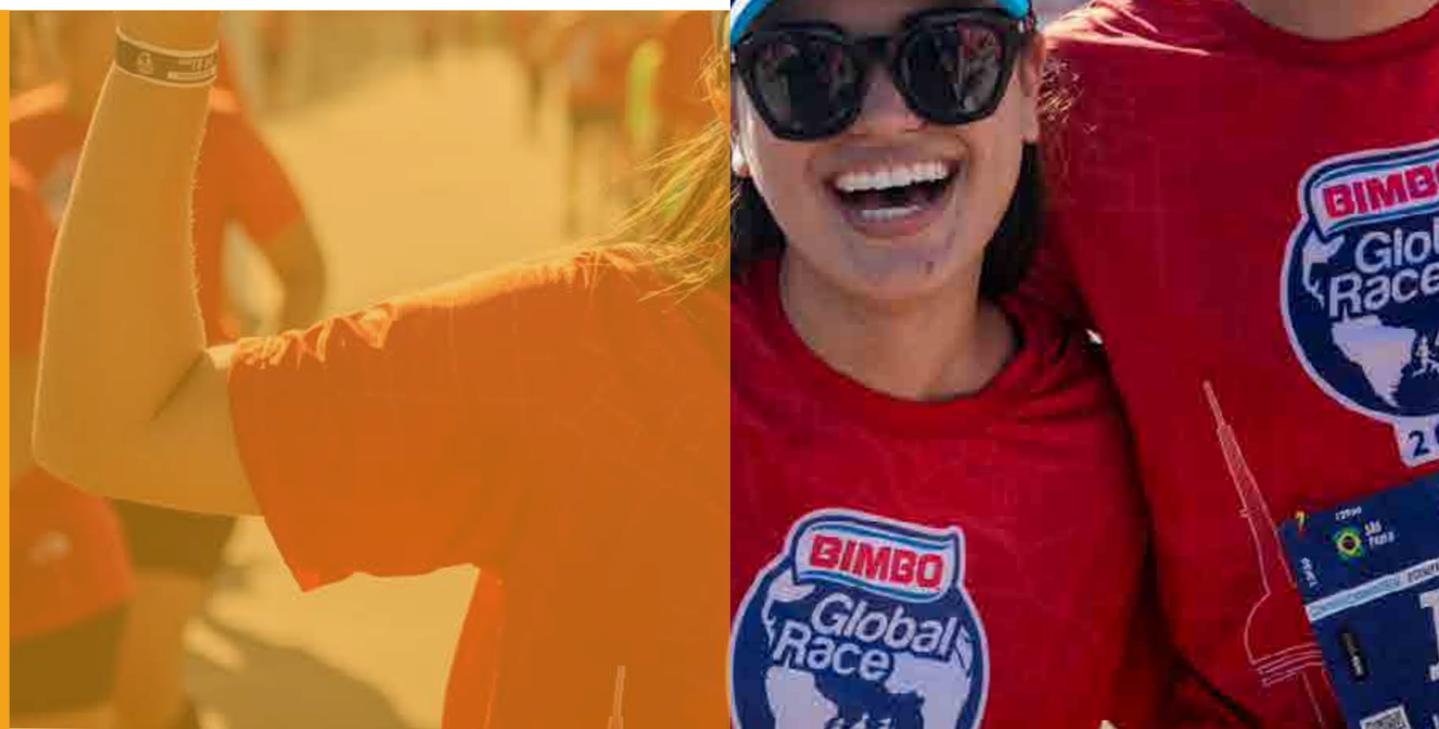
GRI FP4_G

PROMOVIENDO ESTILOS DE VIDA SALUDABLES

A través de nuestra estrategia de marcas sustentables y transparentes, apostamos por la concientización. Usamos nuestras diferentes plataformas digitales y campañas de marketing para difundir nuestro progreso y ayudar a nuestros consumidores a lograr un consumo responsable y consciente.

Además, promovemos programas y acciones que refuerzan la actividad física, al mismo tiempo que facilitan experiencias multiculturales, familiares, la diversidad, equidad e inclusión.

caso
de éxito



BIMBO GLOBAL RACE (BGR)
Desde hace 8 años, la *Bimbo Global Race*, ha reunido a más de 330 mil personas en más de 80 países para correr juntos por el mundo.

La BGR lleva a la vida su compromiso a través del apoyo de causas que trascienden. Por eso, donamos 20 rebanadas de pan por cada inscripción a los diferentes bancos de alimentos. Somos una comunidad de personas que, inspirados en ayudar y conectar, contribuimos todos los días para hacer un mundo mejor mediante pequeñas acciones diarias.

Una vez al año nos reunimos todos los países para correr simultáneamente en una gran celebración donde participan familias y amigos unidos por una misma causa. Este año, la BGR fue un éxito, logrando la participación de 89 países, más de 114 mil corredores en carrera física y más de 2.8 millones de rebanadas donadas, beneficiando a 33 Bancos de Alimentos alrededor del mundo.



facilitar dietas más saludables a base de plantas

Estamos comprometidos con promover, a través de nuestros productos, dietas planetarias con diversidad nutrimental que favorezcan la presencia de granos enteros e ingredientes superiores de origen vegetal.

NUESTRO COMPROMISO



2025

Masificar el consumo de productos a base de granos enteros, llegando a más hogares, incrementando la penetración 5pp y así cerrar la brecha con panes blancos, a través de productos sabrosos a un precio asequible y con disponibilidad en puntos de venta.

Difundir los beneficios del consumo de granos enteros para la salud y para el planeta.

Todas nuestras categorías de producto, en todos los mercados, tendrán una oferta competitiva que contribuye a una dieta a base de plantas más saludable.

2030

100%

de nuestra oferta de productos horneados y snacks puede formar parte de una dieta planetaria más saludable mediante la inclusión de una amplia gama de granos enteros e ingredientes vegetales saludables en nuestras recetas, accesibles para todos.

AVANCE AL 2023



92.3

millones de hogares alcanzados.

Hicimos una campaña global para comunicar los beneficios de los granos enteros, con un alcance de 2.8 millones de personas a través de medios digitales.

Hemos realizado grandes esfuerzos en innovación en todas las organizaciones, alcanzando la meta de proyectos lanzados que se habían planificado, siendo la categoría panes de caja la de mayor actividad.

97%

del cumplimiento de las metas

nuestro plan

Trabajamos día a día en aumentar la presencia de cereales integrales y otros ingredientes de origen vegetal en nuestros productos para fomentar las dietas saludables a base de plantas.

Para impulsar el consumo de los granos enteros, estamos enfocados principalmente en 3 pilares:



Promover el consumo de cereales integrales:

Con un portafolio óptimo y recetas deliciosas, buscamos masificar su consumo. Ofrecemos productos para cada ocasión de consumo en todos los mercados, asegurando su accesibilidad y un sabor que no es una barrera.

Mejoramos la difusión y comunicación, fortaleciendo la educación sobre cereales integrales:

- a. En el empaque.
- b. A través de campañas globales y locales (sobre todo medios digitales).
- c. Generando más demanda gracias a nuestros productos con recetas sabrosas.
- d. Con estrategias de comunicación interna que convierten a nuestros colaboradores en embajadores de los beneficios del pan integral.

Innovación: Trabajamos en que todas las categorías de nuestros productos sean una alternativa de consumo saludable, que responda a una dieta planetaria.

PROMOVIENDO EL CONSUMO DE CEREALES INTEGRALES

Nuestros principales ingredientes son los cereales, por lo que somos una gran opción de alimentación sustentable para las personas y el planeta. Para lograr nuestras metas, requerimos un conocimiento profundo de nuestros consumidores. Necesitamos detectar aquellos aspectos que podrían dificultarnos promover el consumo de granos enteros.

Los consumidores de pan de molde cada vez son más conscientes de la importancia de buscar una alimentación más sostenible y saludable para ellos y sus familias. Sin embargo, en 2023 detectamos a través del estudio a consumidores *“Understanding wholegrain consumption”*, realizado por la empresa IPSOS, que existen diferentes áreas de oportunidad dentro de nuestra estrategia para promover los panes de cereales integrales:



Desconocen los beneficios digestivos y que aportan para la dieta los panes integrales y a base de granos enteros

Para ser panes a base de granos, estos deben ser **visibles**, por ende no se relacionan como uno de los principales alimentos fuente

Para ser panes a base de granos. Estos deben ser **visibles**.

- El precio: consideran que es más caro que el pan blanco
- El sabor: para los consumidores, no es una experiencia de consumo superior



Estamos comprometidos con promover, a través de nuestros productos, dietas planetarias con diversidad nutrimental que favorezcan la presencia de granos enteros e ingredientes superiores de origen vegetal.

100%
de alcance en la meta de ventas de panes de grano entero

100%
de alcance en la meta de proyectos de innovación planificados

90%
de alcance en la meta de penetración de hogares

De cara a 2024, mediremos qué porcentaje de ventas de nuestro portafolio responde a una dieta a base de plantas más saludable (portafolio que contiene al menos 3g fibra / 100g).

En 2023 hemos tenido un año retador. Alcanzamos globalmente 92.3 M de hogares, lo que ha significado una pérdida de hogares vs 2022, debido a incrementos de precio.

En todos los mercados tenemos al menos un pan de grano entero, asequible dentro del top 10 de ventas.

Sabemos cuáles son los atributos de preferencia de los panes de grano entero a nivel global y se han realizado mejoras en los productos integrales en varias geografías para ofrecer un mejor producto a nivel organoléptico.

Adicionalmente hemos realizado en un estudio global donde se han identificado las barreras de consumo para tomar acciones para promover el consumo.

- **Chile:** Lanzamos el Pan Blanco con Avena, con un gran recibimiento.



- **México:** Lanzamos exitosamente Oroweat Centeno, con ventas por más de 6 millones de pesos, y Wonder 12 granos, con ventas por casi 6 millones de pesos.



- **España:** Lanzamos Bimbo 50/50, que busca levantar la barrera de sabor para toda la familia, con una campaña que resaltaba sus beneficios nutricionales.



- **Estados Unidos:** Lanzamos en octubre a nivel nacional la campaña de **Grains Almighty** para las marcas de Arnold, Brownberry y Oroweat, promoviendo el consumo de granos. Como parte de ella, se lanzaron dos variedades de panes: **“Gut Balance”** para el equilibrio intestinal con prebióticos y **“Plant Protein”** con proteína vegetal con harina de garbanzo.

- **India:** Ejecutamos la campaña de comunicación en empaques en el relanzamiento de productos de Harvest Gold, con una calidad superior.



- **Brasil:** Impulsamos un formato pequeño bajo la marca Nutrella pan integral, que lo hace el más accesible del mercado en precio unitario.



- **Usamos el mensaje:**
“If your tummy is happy, then you are happy”

- **Canadá:** Cerramos la adquisición de Natural Bakery, enriqueciendo el portafolio con productos como: 6 Grains Bread, Canadian Rye, Dark Sourdough Rye, Multigrain Rye, y Crusty 60% Whole Wheat



Nuestro objetivo es asegurar el acceso a un portafolio saludable. En particular, buscamos llegar a consumidores de bajos ingresos y poblaciones vulnerables.

Este año se realizó un análisis de penetración de panes por nivel socioeconómico para la mayoría de los países en donde operamos. Con ello, una vez más demostramos la amplia penetración de nuestros panes en la población de todos los estratos sociales.

*Health Star Rating

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN SOBRE CEREALES ENTEROS

Para fomentar el consumo de los granos enteros, también es fundamental acercar a los consumidores la información necesaria para que conozcan el impacto positivo en su dieta y su salud, así como derribar algunas barreras o mitos que se han creado en torno a los panes integrales a base de cereales enteros.

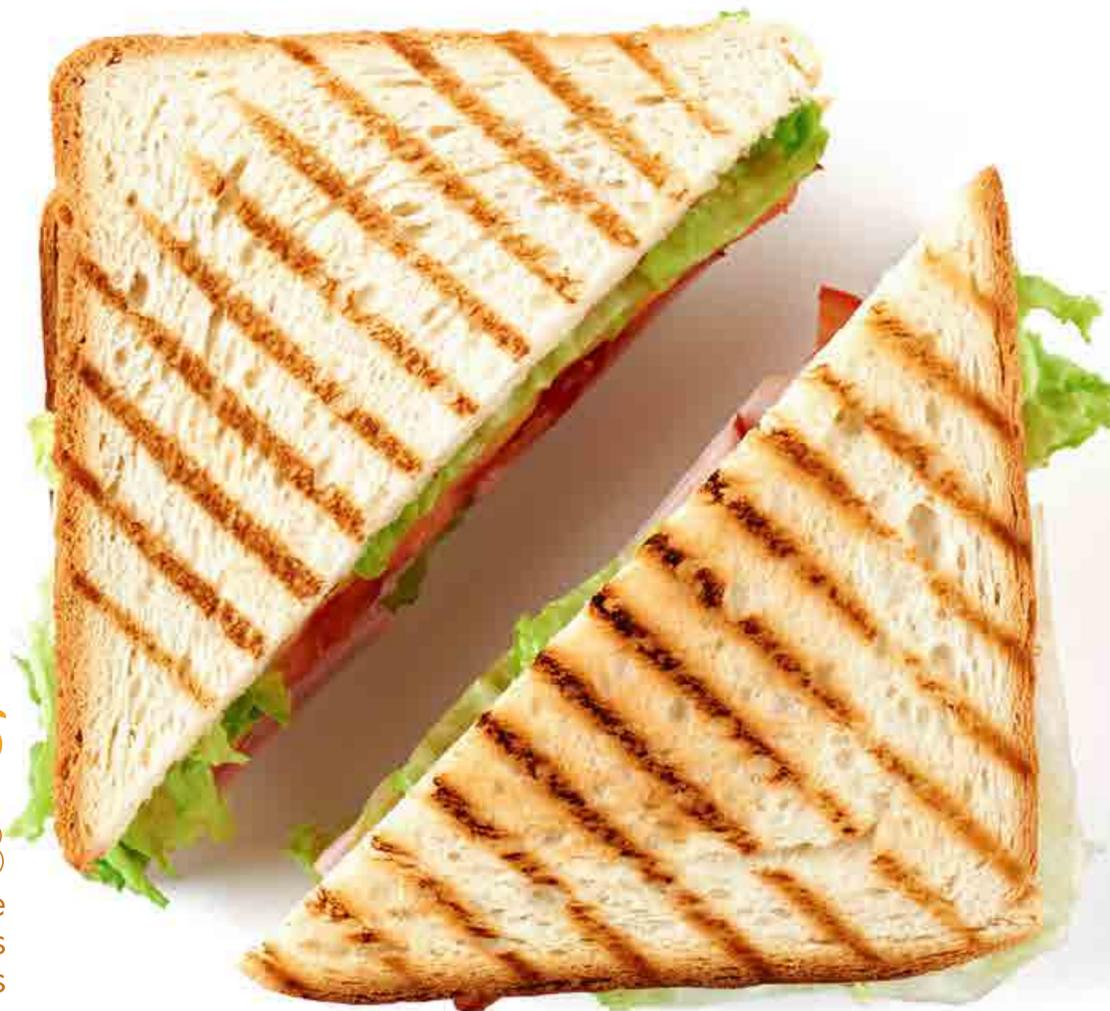
En 2023, como parte de nuestras acciones para promover este conocimiento, hicimos una campaña para el Día Mundial del Sándwich en 11 países. Alcanzamos a 2.8 millones de personas a través de medios digitales por medio de **influencers** relevantes en distintas geografías. 43% de los comentarios sobre este esfuerzo fueron positivos, 55% neutros y tan solo el 2% negativos.

En Bimbo México mantuvimos una comunicación constante con el mercado bajo la línea Cero Cero a través de diversos medios, principalmente digitales. Considerando todo el esfuerzo del año, tuvimos un alcance de más de 78 millones de usuarios únicos. El portafolio Cero Cero ofrece a los consumidores la posibilidad de alimentarse con un pan sin grasas ni azúcares añadidos, sumando inclusive opciones sin harina y multigrano, que suman a tener un balance nutricional.

En 2024 continuaremos con este esfuerzo de manera global para seguir promoviendo nuestro portafolio de panes integrales.

CAMPAÑA "DÍA MUNDIAL DEL SÁNDWICH"

2.8
Millones de
personas
alcanzadas



43%
de comentarios
positivos

La innovación fue uno de los principales enfoques en 2023 en todas las categorías de productos, buscando atraer a más consumidores y ampliando nuestra oferta de productos saludables con productos sabrosos y superiores.

Hemos impulsado el uso de diversos cereales y otros ingredientes de origen vegetal, con una excelente recepción de los consumidores. Este año las organizaciones cumplieron con el 100% de las innovaciones programadas.

Además, durante el 2023, el área de **Health & Wellness** trabajó de la mano con cada organización para definir un portafolio de productos accesibles y saludables que forman parte de una dieta planetaria. Gracias a su arduo trabajo, este año superamos nuestra meta, lo que representa \$3 mil millones de dólares.



Sanissimo, como marca abanderada de nuestro portafolio saludable, tuvo varios lanzamientos en diferentes organizaciones en 2023. Entre ellos: Salmas chipotle, Totopos de Ají, Nachos Tomate y Albahaca, Mini tostaditas, Mini galletas de arroz, Tostadas y Totopos coliflor. Con esto, acumula ya ventas globales por más de \$100 millones de dólares.



casos de éxito

En Centroamérica lanzamos Bondat, una galleta a base de avena que empodera a los consumidores, aportando sabor y nutrición en cada bocado.

En México lanzamos dos marcas saludables nuevas: Verygüel y I Feel Food. La estrategia de posicionamiento estuvo enfocada en clubs de precios, desplegando 6 SKUs y alcanzando ventas por más de \$10 millones de Pesos.



Verygüel son snacks a base de frutas con el mensaje "Reduce Food Waste". En el proceso de manufactura aprovechamos frutas que nos son comercializadas en su estado natural, contribuyendo a reducir el desperdicio de alimentos.



Externamente, contamos con diversas estructuras que se entrelazan con expertos, científicos, centros de investigación, y proveedores, con el fin de co-desarrollar soluciones a lo largo de toda la cadena de valor. Buscamos entregar a nuestros consumidores los mejores productos a precios accesibles.

INNOVACIÓN ABIERTA	ENFOQUE	GANANCIAS DE EFICIENCIA	REDUCCIÓN DE COSTOS/ GENERACIÓN DE INGRESOS	ACCESO A CAPITAL HUMANO, TECNOLOGÍAS, INVENTOS, ETC.
Proveedores	Co-desarrollo y validación de soluciones tecnológicas específicas	Mejora nutricional en el portafolio de producto Nuevos procesos de manufactura	Tecnología propietaria o co-propietaria Modelos de exclusividad de las soluciones desarrolladas	Acceso a conocimiento e infraestructura especializado
Spin-offs, start-ups	Co-desarrollo y validación de soluciones tecnológicas específicas en etapas temprana	Mejora nutricional en el portafolio de productos Nuevos procesos de manufactura Nuevos materiales de empaque.	Acceso a tecnologías y procesos de vanguardia de diferentes ecosistemas de innovación (USA, Israel) Con todos los startups se firman acuerdos de confidencialidad y se busca que la tecnología desarrollada sea propietaria	Ejecución de modelos de trabajo ágiles y multidisciplinarios
Universidades/ centros de investigación/ expertos	Co-desarrollos de retos técnicos específicos para el mediano y largo plazo	Mejora nutricional en el portafolio de productos Nuevos materiales de empaque	Tecnología propietaria o copropietaria Modelos de exclusividad de las soluciones desarrolladas	Acceso a pool de talento (estudiantes, profesorado)



NUESTROS PROYECTOS ÍCONO

Nos enorgullecen los proyectos innovadores del año 2023. Desde el lanzamiento de productos deliciosos que han cautivado a nuestros consumidores, hasta avances tecnológicos que transforman nuestra cadena de valor, cada iniciativa refleja nuestro compromiso inquebrantable con la excelencia y la sustentabilidad.

Estas innovaciones van más allá de simplemente satisfacer gustos. Cada una cuenta una historia de éxito, mostrando cómo impactamos positivamente a comunidades enteras. Nuestra resiliencia no solo nos ha posicionado como líderes, sino que también impulsa nuestra búsqueda constante de excelencia.

PROYECTO	CAPÍTULO
Cruapan	
Cero Cero Sin Harina	Capítulo Para Ti
Torres de control logísticas	Capítulo Cero Emisiones
Nueva Generación de la Flota eléctrica	Capítulo Cero Emisiones
Control de Incendios	Capítulo Colaboradores / Salud y Seguridad
Integración de inteligencia artificial en nuestros procesos	Capítulo Para Ti

Al incorporar las voces de nuestros clientes y consumidores en cada fase, nos aseguramos de que nuestras innovaciones no solo cumplan, sino superen expectativas. Miramos hacia el futuro conscientes de que estos proyectos establecerán las bases para un crecimiento continuo y un impacto positivo duradero.

LOGROS Y RETOS DE 2023

Los resultados del 2023 destacan la vitalidad y el crecimiento sostenido de nuestro negocio, así como la frescura de nuestro portafolio. Además de innovar en el lanzamiento de nuevos productos, ampliamos nuestra visión de punta a punta, liderando numerosos proyectos de innovación destinados a potenciar la productividad y rentabilidad. Apostamos por la innovación como una herramienta integral para optimizar todos los indicadores de la compañía, logrando resultados significativos en todas las áreas.

Nos enorgullece destacar nuestra innovación en pro de nuestros colaboradores. Fomentamos la innovación transversalmente a través de nuestra *Innovation School*, que incluye programas de capacitación en ámbitos como marcos de trabajo ágiles, creatividad, resiliencia y pensamiento estratégico. Estos aspectos son fundamentales para el desarrollo de competencias en innovación y reflejan nuestro compromiso con el crecimiento profesional y la excelencia en todas las áreas de nuestro equipo.

Hemos implementado también herramientas de innovación, entre las cuales destacan los *Hackathons*. Los *Hackathons* implican trabajar colaborativamente para abordar desafíos específicos, desarrollar prototipos y crear soluciones funcionales en un periodo corto de tiempo. Estos eventos, que desarrollamos tanto global como localmente, son reconocidos por fomentar la creatividad y el trabajo en equipos interdisciplinarios, actuando como catalizadores clave para crear una cultura de innovación. Utilizamos los Hackathons como una estrategia efectiva para estimular la creatividad y descubrir soluciones novedosas y efectivas para diversos retos.

Seguimos impulsando la responsabilidad social de la mano de la innovación y el compromiso de ser líderes en el sector.

OBJETIVOS A FUTURO

Sabemos que en el 2024 vienen retos significativos para la sociedad, el medioambiente y el mundo financiero. Estamos determinados a innovar en nuestros procesos y productos cada día, al mismo tiempo que desarrollamos destrezas y habilidades para ser flexibles y enfrentar el mundo actual. Continuaremos impulsando a nuestros equipos a explorar y desarrollar proyectos innovadores. La intención es replicar con éxito estos proyectos en todas las regiones donde operamos, generando crecimiento y proporcionando a nuestros consumidores en todas partes la misma accesibilidad a la calidad y experiencia excepcional de nuestros productos.

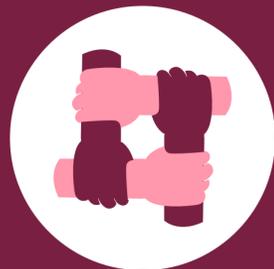
En nuestra búsqueda constante de entregar productos deliciosos, nutritivos y accesibles, así como optimizar nuestra cadena productiva, reconocemos que la innovación es el medio esencial para lograr estos objetivos. Hemos trabajado con equipos multipaíses y distintas organizaciones para tener la sensibilidad de las macrotendencias que impactarán al mundo en los siguientes años. Queremos estar preparados para detectar necesidades específicas de nuestros consumidores y usuarios.

Nos comprometemos a encontrar y aplicar tecnologías más avanzadas que nos permitan mejorar la eficiencia de nuestra operación al mismo tiempo que cumplir con nuestros objetivos de sustentabilidad. Aprovecharemos los avances tecnológicos para elevar nuestra productividad y rentabilidad a nuevos niveles de excelencia.



para LA VIDA

Cada paso que damos nos brinda la oportunidad de alimentar un mundo mejor con programas que son trascendentes para las personas, amigables con el planeta y alineados con nuestro propósito.



FORTALECER
NUESTRAS
COMUNIDADES



CUIDAR A
NUESTRA GENTE

En Grupo Bimbo, fortalecemos a las comunidades, contribuyendo a su prosperidad y al cuidado de la naturaleza.

Para nosotros, la persona es nuestra prioridad principal. A través del diálogo y la colaboración, entendemos sus necesidades. Contribuimos de manera significativa a su crecimiento y desarrollo, centrándonos en el bienestar, la protección del medio ambiente y la promoción de la diversidad e inclusión. Lo hacemos a través de la educación, con la participación de todos.

Líneas de acción



**FORTALECER
NUESTRAS
COMUNIDADES**

Mejoramos la vida de todas las personas con quienes nos vinculamos



**CUIDAR A
NUESTRA GENTE**

Priorizamos la seguridad, salud y bienestar de nuestros colaboradores, creando un entorno laboral diverso inclusivo y equitativo que promueve el crecimiento personal y profesional



nuestros objetivos principales

METAS 2025

Implementar la medición de impacto en los programas

Reducir al menos 30% la tasa TRIR en comparación con 2020

30%
del talento femenino ocupará puestos de liderazgo

METAS 2030

Implementar al menos un proyecto de impacto social por centro de trabajo, beneficiando a nuestras comunidades, pequeños agricultores y/o tenderos con los que trabajamos en Grupo Bimbo

40%
de talento femenino en posiciones de liderazgo y lograr progreso localmente en otros grupos históricamente subrepresentados

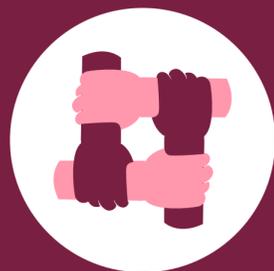
Mantendremos una reducción constante del 5% indicador TRIR que nos permitirá ubicarnos por debajo del 1.00

Grupo Bimbo será un lugar de trabajo inclusivo y accesible para personas con discapacidad (PcD), contando con al menos una PcD en cada centro de trabajo

Aumentar nuestro gasto con proveedores diversos y trabajar para lograr el mejor programa de diversidad de proveedores

Contaremos con al menos un proyecto de inversión social por organización con enfoque en Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)

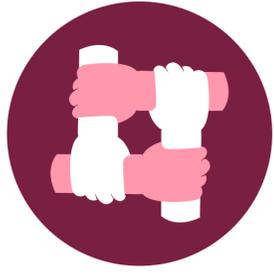
Todas nuestras estrategias de mercadotecnia y comunicación interna y externa reflejarán la diversidad de las comunidades a las que servimos



FORTALECER
NUESTRAS
COMUNIDADES



CUIDAR A
NUESTRA GENTE



fortalecer nuestras comunidades

Nuestro compromiso con las comunidades donde operamos es activo y consciente. Reconocemos y atendemos las necesidades únicas de cada región, colaborando con organizaciones civiles para lanzar programas significativos.

Estos programas, impulsados por el corazón de nuestra labor comunitaria (nuestros colaboradores), buscan generar un impacto positivo y sostenible para un futuro más equitativo.



META
2030

Apoyar y generar un impacto positivo en las localidades donde vivimos y operamos, así como a lo largo de la cadena de valor. Lo haremos a través de nuestros programas de inversión social de apoyos económicos y en especie, proyectos de **Buen Vecino** y **Voluntariado** con enfoque en el desarrollo comunitario



AVANCE
AL 2023

~\$230
millones de pesos



programas sociales

Los programas sociales son una parte esencial de nuestra filosofía y de la finalidad social, económica y ambiental de nuestra empresa para servir a más personas. El reto actual es alcanzar nuestro máximo potencial siendo sustentables desde el diseño, replicando ágilmente esta mentalidad en todas las personas para ganar en grande y cumplir nuestro propósito de **Alimentar un Mundo Mejor.**

Nuestros programas



Nos esforzamos por crear un cambio positivo y trascendente, orientando nuestras acciones hacia un futuro más sustentable y equitativo.





GRI 203-2, 413-1

Impacto Social

Definición

Categoría de Impacto

Educación

Ampliar el acceso a la educación de la población mediante el impulso de iniciativas pertinentes y la mejora de la infraestructura básica.

- Diversidad, equidad e inclusión
- Apoyo y reconocimiento
- Promoción de la cultura y de la infancia
- Orientación y Desarrollo

Seguridad

Garantizar un entorno saludable y seguro que genere confianza en la comunidad y promueva el adecuado desarrollo de las actividades cotidianas.

- Adecuación de espacios

Bienestar

Promover el bienestar físico y mental asegurando la satisfacción de las necesidades básicas de los individuos y fomentando acciones saludables.

- Asistencia humanitaria
- Comunidades inclusivas
- Mejora de la salud

Medio Ambiente

Incentivar la conciencia y sensibilización sobre la importancia de preservar nuestros recursos naturales y entorno, así contribuyendo significativamente a la mejora de la calidad de vida.

- Cero residuos
- Sensibilización ambiental
- Mejoramiento forestal
- Transformación sostenible

Actividad Física

Fomentar un estilo de vida saludable a través de la implementación de iniciativas y la adecuación de espacios específicamente destinados a la promoción de la actividad física.

- Apoyo en actividades deportivas
- Mejora de espacios recreativos
- Actividad física inclusiva

inversión social

Nuestra estrategia de inversión social es un reflejo de nuestro compromiso inquebrantable con el desarrollo sustentable. Nos permite brindar apoyo a proyectos en 23 países, poniendo especial atención en áreas cruciales como la educación, el medio ambiente, la actividad física, la seguridad y el bienestar.



DONATIVOS 2023

	donativo económico	donativo en especie	donativos totales
Europa, Asia y África	25	17	42
Latinoamérica	7	242	249
Norteamérica	48	0	48
México	229	45	274
Total	309	304	613

nuestros logros



INVERSIÓN FINANCIERA

Hemos invertido un total de \$238.8 millones de pesos mexicanos, equivalente al 0.5% de nuestra Utilidad Neta.

En el programa de **Buen Vecino** hemos invertido más de 27 millones de pesos.

Nota: Se incluyeron los \$27.3 MDP que se mencionan debajo de Buen Vecino.

APOYO A ASOCIACIONES CIVILES

Colaboramos activamente con **384 asociaciones civiles**. Impulsamos proyectos que se enfocan en salud, conservación del medio ambiente, educación y desarrollo comunitario. Nuestro apoyo se distribuye de la siguiente manera:

19%

salud

4%

medio ambiente

31%

educación

46%

bienestar

ALIMENTOS PARA SIEMPRE

Jalisco y el proyecto: Rescate del Cultivo del trigo y mejoramiento nutricional de las familias purépechas de Charapan, Michoacán

DONATIVOS EN ESPECIE

Contribuimos con **donativos en especie** valuados en \$181.8 millones de pesos mexicanos, beneficiando a 284 bancos de alimentos.

DONATIVOS DIVERSIFICADOS

Otorgamos un total de **613 donativos**, tanto en especie como económicos, apoyando diversas causas y necesidades.

Esta combinación de esfuerzos y recursos refleja nuestra dedicación a crear un impacto social positivo y duradero en las comunidades donde operamos, alineados siempre con nuestros valores y objetivos de sustentabilidad.

BIMBO GLOBAL RACE

A través de este evento, tanto presencial como virtual, distribuimos más de 2.8 millones de rebanadas de pan en 33 bancos de alimento, reforzando nuestro compromiso con la nutrición y la salud global.

GRI 203-I, 413-I

COMPROMISO Y APOYO ANTE DESASTRES NATURALES

Entendemos que nuestro compromiso con las comunidades a las que servimos se extiende en momentos de desastres naturales. Por esto, hemos desarrollado un sistema para gestionar donativos y apoyos económicos, garantizando una actuación rápida y coordinada cuando más se necesita.

A lo largo del 2023, el mundo fue testigo de diversos desastres naturales. En Grupo Bimbo nos movilizamos de inmediato para brindar apoyo. Las acciones que se detallan a continuación reflejan la amplitud y profundidad de nuestro compromiso:

Terremoto en Turquía

En respuesta al terremoto, donamos más de 165,000 piezas de producto y contribuimos 30,000 dólares americanos al proyecto de hospitales móviles en colaboración con **Rotary**. En total, nuestro apoyo fue de aproximadamente 860,000 pesos mexicanos.

Terremoto en Marruecos

Apoyamos a las comunidades afectadas con donativos de casi 17,000 piezas de producto y contribuciones a través del **Banco de Alimentos**. En total, nuestro apoyo fue de más de 105,000 pesos mexicanos.

Huracán Otis en Acapulco, México

Tras la llegada del huracán, actuamos solidariamente para apoyar a las comunidades afectadas. Nuestra campaña de procuración de fondos "**Grupo Bimbo Unido Contigo**" distribuyó más de 15 millones de pesos, gracias a los donativos de colaboradores, familias fundadoras y nuestra empresa, beneficiando directamente a 380 colaboradores cuyas viviendas sufrieron daños.

Además, coordinamos donativos de productos Bimbo y Barcel, trabajando con la Cruz Roja Mexicana y Fundación Origen para distribuir la ayuda efectivamente. Apoyamos en logística con la Cruz Roja y SEDENA para transportar despensas y enseres en nuestros tractocamiones. Brindamos también atención médica a más de 200 colaboradores y sus familias.

Este apoyo, iniciado en 2023, continuará en 2024. Reafirmamos nuestro compromiso con la recuperación y fortalecimiento de las comunidades impactadas.

Estas acciones no solo demuestran nuestra capacidad para responder de manera efectiva ante emergencias, sino también nuestro deseo de contribuir al bienestar de las comunidades en tiempos de necesidad. Nuestro enfoque en la inversión social nos permite no solo asistir en la recuperación, sino también fomentar la resiliencia a largo plazo en las comunidades que apoyamos.



buen vecino

A través de nuestro programa Buen Vecino, creamos y fortalecemos lazos con las comunidades cercanas a nuestros centros de trabajo. Lo hacemos a través de proyectos que promueven el bienestar, la preservación del medio ambiente y la diversidad e inclusión, mediante la educación.

TOTAL DE PERSONAS BENEFICIADAS

+440,910

de las cuales:

+306,150

México

+69,820

Europ, Asia y África

+45,510

Norteamérica

+19,430

Latinoamérica



IMPACTOS MÁS SIGNIFICATIVOS

Nuestro granito de harina y maíz

29%

Educación

Mejores niveles de educación, reducción de brechas sociales, mejores oportunidades e instalaciones educativas inclusivas.

11%

Medio Ambiente

Mejor gestión de recursos y residuos, impulso de la mejora en la calidad del aire y fomento de una alimentación saludable.

11%

Actividad Física

Más y mejores espacios recreativos para facilitar actividad física de personas con discapacidad.

2%

Seguridad

Mejora del bienestar emocional y espacios más seguros.

47%

Bienestar

Acceso a infraestructuras públicas, servicios básicos, impulso de la seguridad alimentaria y hábitos saludables.

TOTAL DE PROYECTOS

	Educación	Medio Ambiente	Actividad Física	Seguridad	Bienestar	Total
Europa, Asia y África	7	5	2	1	16	31
Latinoamérica	40	4	8		8	60
Norteamérica	12	7	12	1	54	86
México	17	12	8	3	46	86
Totales	76	28	30	5	124	263

100%

Mejora de la calidad de vida de las personas con las que nos vinculamos

nuestros logros

13%
crecimiento en el número de proyectos, lo que nos permite llegar a 263 iniciativas en total

28
países en donde expandimos nuestro programa reforzando nuestra huella global y capacidad de impacto

+440,910
personas beneficiadas

9
países de Latinoamérica en donde lanzamos proyectos con enfoque en liderazgo femenino y mejor nutrición a través del deporte

~1,300
mujeres beneficiadas, incluyendo niñas y adolescentes, promoviendo comunidades más fuertes y equitativas

263
proyectos de Buen Vecino a nivel Global

30%
Educación

10%
Medio Ambiente

47%
Bienestar

11%
Actividad Física

2%
Seguridad

Integramos la perspectiva DEI a 40% de los proyectos de Buen Vecino

1,752

proyectos de 2012 a 2023 Logros acumulados

impacto social

Medimos nuestro impacto en la calidad de vida de todas las personas con las que nos vinculamos.

40%
enfoque en DEI

47% bienestar

- 47% Asistencia humanitaria
- 46% Comunidades inclusivas
- 6% Alimentación garantizada
- 1% Mejora de salud

30% educación

- 45% Diversidad e Inclusión
- 42% Promoción Cultura Infancia
- 9% Orientación y Desarrollo
- 4% Apoyo y Reconocimiento

2% seguridad

- 100% Adecuación de espacios

10% medio ambiente

- 46% Transformación sustentable
- 25% Sensibilización ambiental
- 14% Cero residuos
- 14% Mejoramiento forestal

11% actividad física

- 50% Actividad física inclusiva
- 37% Apoyo en actividades deportivas
- 13% Mejora espacios recreativos

voluntariado

Fomentamos el liderazgo social de nuestros colaboradores a través de nuestro **Programa de Voluntariado**, dirigido a impulsar el desarrollo sostenible y el apoyo a las comunidades. Nuestras acciones se centran en proyectos que abarcan la educación, el medio ambiente y la promoción de la diversidad, equidad e inclusión.



La iniciativa de voluntariado subraya nuestro firme compromiso con el desarrollo comunitario y la sustentabilidad.



NUESTROS LOGROS

24 países en el programa

+23,000 horas de voluntariado

+16,800 voluntarios participan en **172 actividades**

+7.5 mdp en apoyo a los colaboradores afectados por el Huracán OTIS en México

KERMESSES SALUDABLES

Junto con nuestra comunidad de voluntarios y Banco de Alimentos participamos con la Fundación Cartoneros y Sus Chicos (en Pilar, Argentina) y con la organización Hogar María de la Esperanza (en Hurlingham, Argentina). Tenemos el objetivo de educar sobre hábitos de alimentación saludable a través de juegos y actividades interactivas.



REFORESTACIÓN

Realizamos actividades de voluntariado de reforestación dentro del programa “Mejores Alianzas, Mejores Bosques”. En 2023, nos planteamos la meta de incluir a más de **1,500 participantes, 14 hectáreas y 9 mil árboles**. Logramos involucrar a más de 1,300 participantes, reforestando más de 15.5 hectáreas con 9,900 árboles.

Logros y casos de éxito

ALIMENTOS PARA SIEMPRE, JALISCO, MÉXICO

Seleccionamos a un grupo de mujeres en Jalisco para mejorar su alimentación y la de sus comunidades. Realizamos un diagnóstico técnico de huertos, proporcionamos capacitación y asistencia técnica, y organizamos eventos para promover la alimentación saludable y la preservación de especies nativas.



“MANOTÓN”: COMUNIDADES INCLUSIVAS

Contactamos a la ONG Atomic Lab para colaborar en la construcción y ensamblaje de prótesis hechas con impresoras 3D para apoyar a personas con discapacidad. 76 Colaboradores de Bimbo Argentina participaron en el ensamble de 8 prótesis.



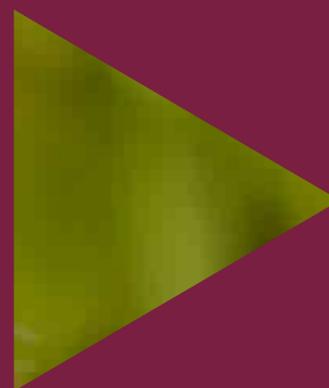
RESCATE DEL CULTIVO DEL TRIGO

Nos centramos en mejorar la nutrición de las familias purépechas de Michoacán al optimizar sus sistemas agroalimentarios. Colaboramos con Pro México Indígena para establecer 3 parcelas demostrativas de trigo, organizamos una feria alimentaria y dimos seguimiento al crecimiento de los niños.



cuidar a nuestra gente

Estamos comprometidos con la promoción de entornos laborales seguros, diversos e inclusivos. Queremos que nuestros colaboradores estén libres de riesgos, puedan ser ellos mismos y alcancen su máximo potencial, al mismo tiempo que forman parte de una amplia comunidad dedicada a llevar alimentos deliciosos y nutritivos en las manos de todos.



META 2030

Mantener una reducción de nuestra tasa TRIR (Índice Total de Accidentes Registrables, por sus siglas en inglés) constante en cada centro de trabajo, desempeñándose con estándares de seguridad de clase mundial

40% de talento femenino en posiciones de liderazgo. Lograr progreso localmente en otros grupos históricamente subrepresentados



AVANCE AL 2023

1.79 TRIR
-9% vs. 19.96 TRIR 2022

27.6% talento femenino en posiciones de liderazgo

Grupo Bimbo, un equipo diverso, equitativo e incluyente

En 2023, en Grupo Bimbo contamos con una familia de:

149,144
colaboradores contratados autónomos

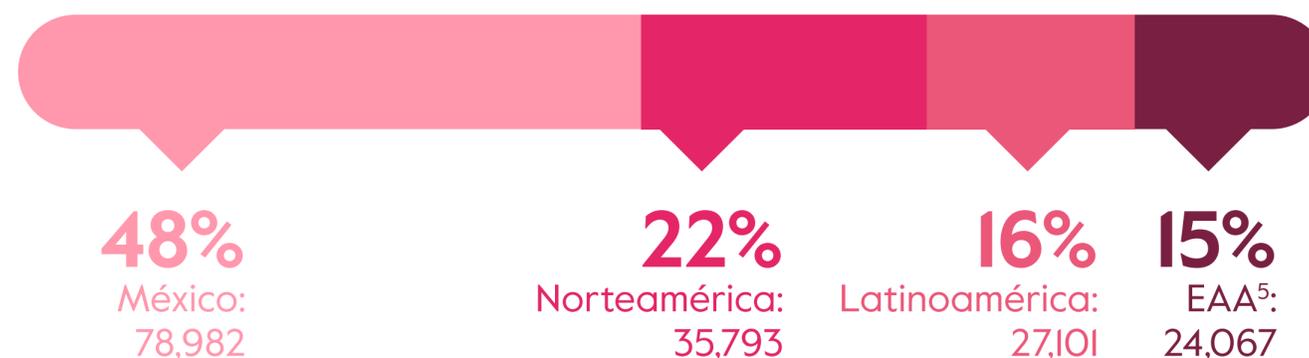
12,109 colaboradores contratados por un tercero
4,690 colaboradores en nómina²

165,943 colaboradores en 34 países¹

DIVERSIDAD DE GÉNERO³



MULTICULTURALIDAD



ALTOS EJECUTIVOS⁴ PROVENIENTES DE LA COMUNIDAD LOCAL⁶



¹ Suma de colaboradores en nómina y trabajadores contratados autónomos y *outsourcing*.

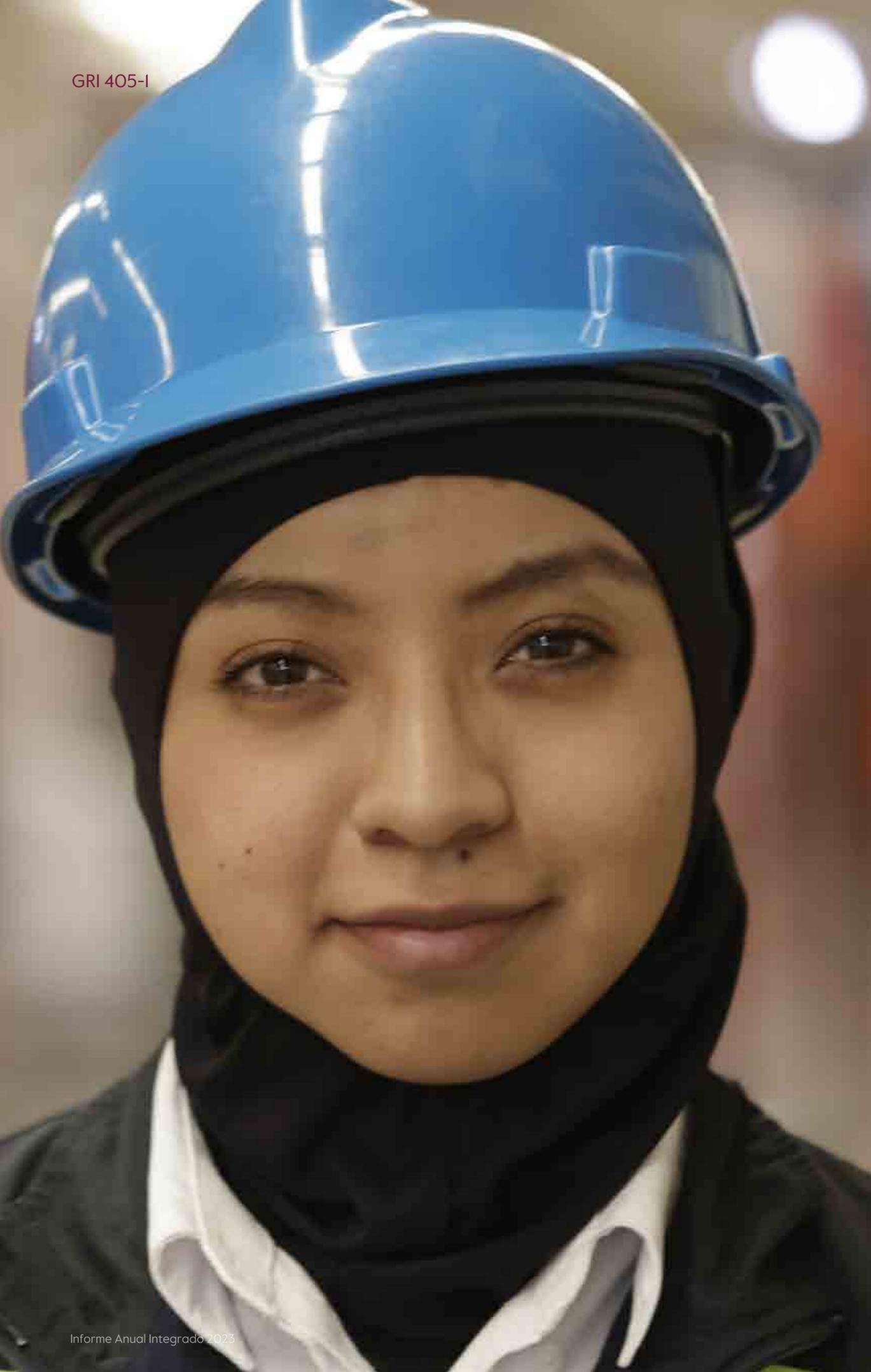
² Se incluyen nuevas adquisiciones en 2023.

³ No se reporta sexo en los colaboradores que no están en nómina de Grupo Bimbo, ya que no forman parte del registro de personal en las Organizaciones.

⁴ Solo en EE.UU.

⁵ Europa, Asia y África.

⁶ Se considera como "Alto Directivo" a partir del 2do. Nivel directivo y superiores. Por "Local": definimos a nuestros directivos nacidos o con el derecho legal de residir de forma permanente (naturalizado o titulares de visados permanentes). Por "Ubicaciones de Operación Significativas": consideramos a todas las organizaciones que tienen nivel directivo en su estructura.



22%
Menores
de 30

17%
Mayores
de 50

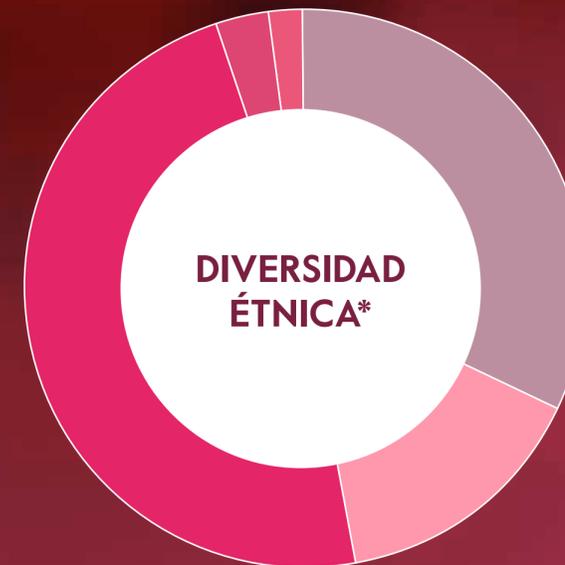


61%
entre 30
y 50 años

3%
Asiáticos

2%
Otros

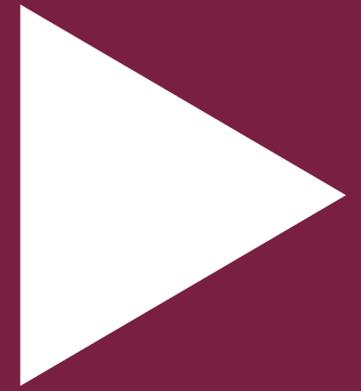
32%
Hispanos
o latinos



48%
Caucásico

15%
Afroamericanos o
afrodescendientes

*solo en EE.UU.



Meta 2025

30%
de puestos de liderazgo serán
ocupados por mujeres

Metas 2030

Mostrar un progreso significativo en la equidad de género a nivel mundial, con una representación del 40% de talento femenino en puestos de liderazgo

Aumentar nuestro gasto con proveedores diversos y impulsar un programa de diversidad de proveedores

Contaremos con al menos un proyecto de inversión social por organización con enfoque en Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)

Todas nuestras estrategias de mercadotecnia y comunicación interna y externa reflejarán la diversidad de las comunidades a las que servimos

Aspiramos a reflejar la diversidad demográfica de las comunidades donde vivimos y servimos a través de una cultura de inclusión.

Nuestra estrategia de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) se estructura bajo cinco ejes principales:



GRI 2-23

GOBIERNO EN DEI

En 2023 fortalecimos nuestro marco global normativo de políticas, procesos y protocolos relacionados con DEI. La estrategia se rige por una serie de políticas que puede ser consultada [aquí](#), así como estándares de accesibilidad y medidas de seguridad para personas con discapacidad.

El proceso de cumplimiento normativo incluye la divulgación y conocimiento de políticas y procedimientos, incluyendo el marco normativo de DEI.

También, contamos con capacitaciones locales adicionales en temas de DEI, incluyendo la prevención del acoso y discriminación y los sesgos inconscientes.





CONOCIMIENTO Y SENSIBILIZACIÓN

Consideramos que la formación en diversidad e inclusión es esencial para crear conciencia, así como para desarrollar habilidades y conductas que contribuyan a crear un entorno laboral seguro para todos.

El **Seminario Global DEI** es el curso más amplio en materia de diversidad en nuestra organización. En 2023 lo relanzamos con conceptos renovados y alineado a la estrategia de la compañía y capacitamos a más facilitadores para asegurar una difusión efectiva en toda la organización.

En noviembre celebramos el **Mes Global de Diversidad e Inclusión** para crear conciencia sobre el respeto a la individualidad y los Derechos Humanos.

A lo largo del año contamos con capacitaciones y acciones locales, así como campañas de comunicación, para sensibilizar a nuestro equipo sobre temas relacionados a este.

equidad de género en nuestro talento

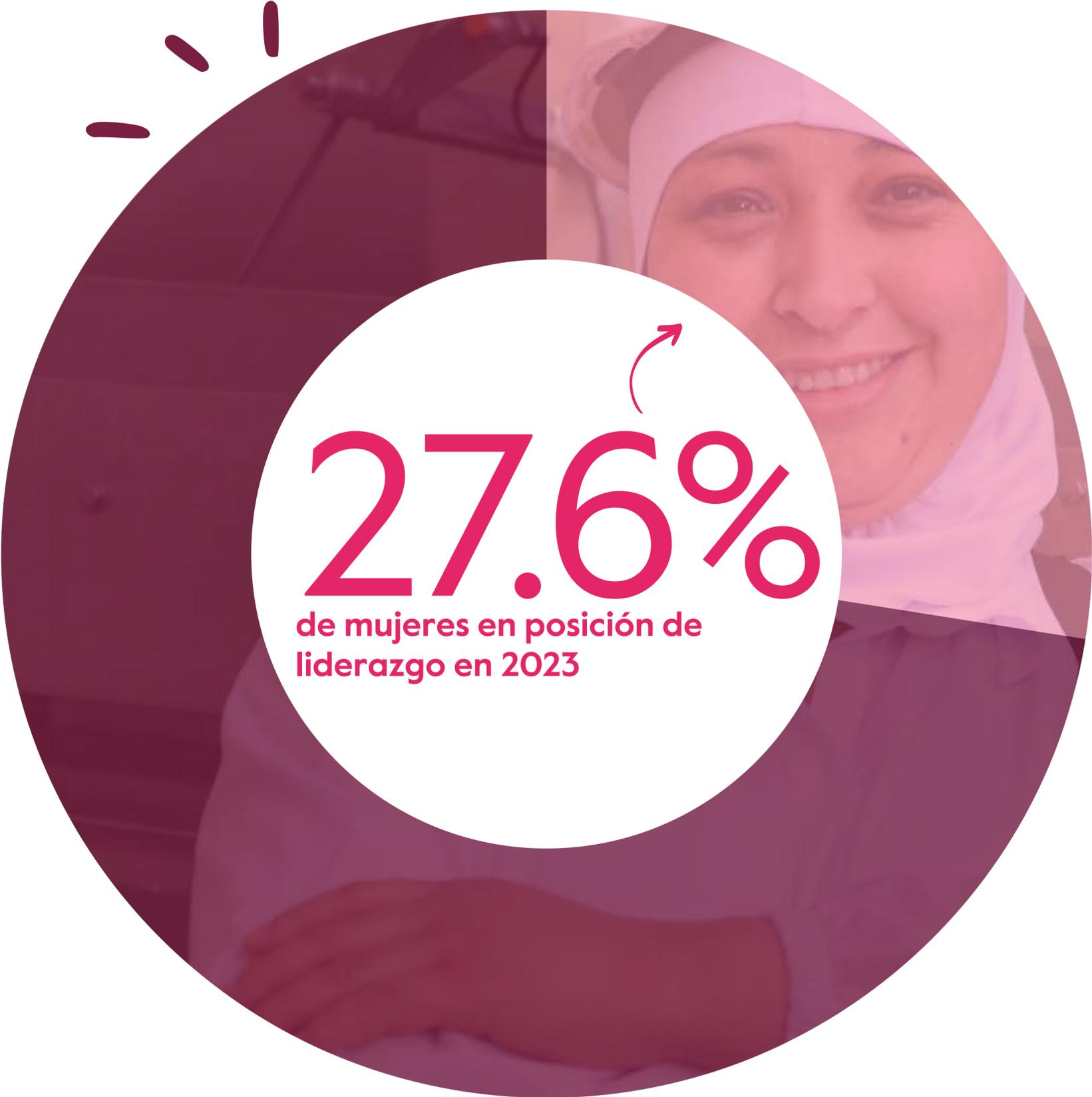
Nuestra misión es procurar que cada miembro del equipo tenga acceso a las mismas oportunidades, en un ambiente que valora y celebra la diversidad en todas sus formas.

Para 2030 tenemos el objetivo de una representación del 40% de talento femenino en puestos de liderazgo a nivel mundial.

Nos esforzamos por aumentar la representación de las mujeres en todas nuestras unidades de negocio. Queremos prepararlas para roles de liderazgo, brindando ambientes de trabajo seguros con una perspectiva de derechos humanos, libres de acoso y discriminación.

En 2023, fuimos incluidos por primera vez en el Índice de Igualdad de Género de Bloomberg que solamente incluye a 484 empresas de 45 países. El índice reconoce el esfuerzo para promover y sensibilizar a los grupos de interés en temas de Diversidad, Equidad e Inclusión.

Este año también recibimos el reconocimiento como “Empresa líder de la inclusión” en EMEA, por nuestras prácticas en este campo y, por cuarto año consecutivo, el Distintivo Naranja del Gobierno del Estado de México en 9 centros de trabajo por promover la igualdad entre mujeres y hombres.



27.6%

de mujeres en posición de
liderazgo en 2023

**DISTRIBUCIÓN
DE TALENTO
FEMENINO EN
GRUPO BIMBO***

% mujeres en posiciones de liderazgo

Directivas

Gerentes

Jefaturas

Supervisores

Comité ejecutivo

Porcentaje de mujeres en puestos directivos en funciones generadoras de ingresos (por ejemplo, ventas) como % de todos estos directivos (es decir, excluyendo funciones de apoyo como Personas, TI, Legal, etc.)

Porcentaje de mujeres en puestos relacionados con STEM (ciencias, tecnología, ingeniería y mecánica) (como % del total de puestos)

2022

2023

ΔPP

26.0%

27.6%

1.6

20.9%

24.0%

3.1

26.3%

28.2%

1.9

32.7%

33.6%

0.9

24.8%

26.3%

1.5

11.1%

14.3%

3.2

N.A

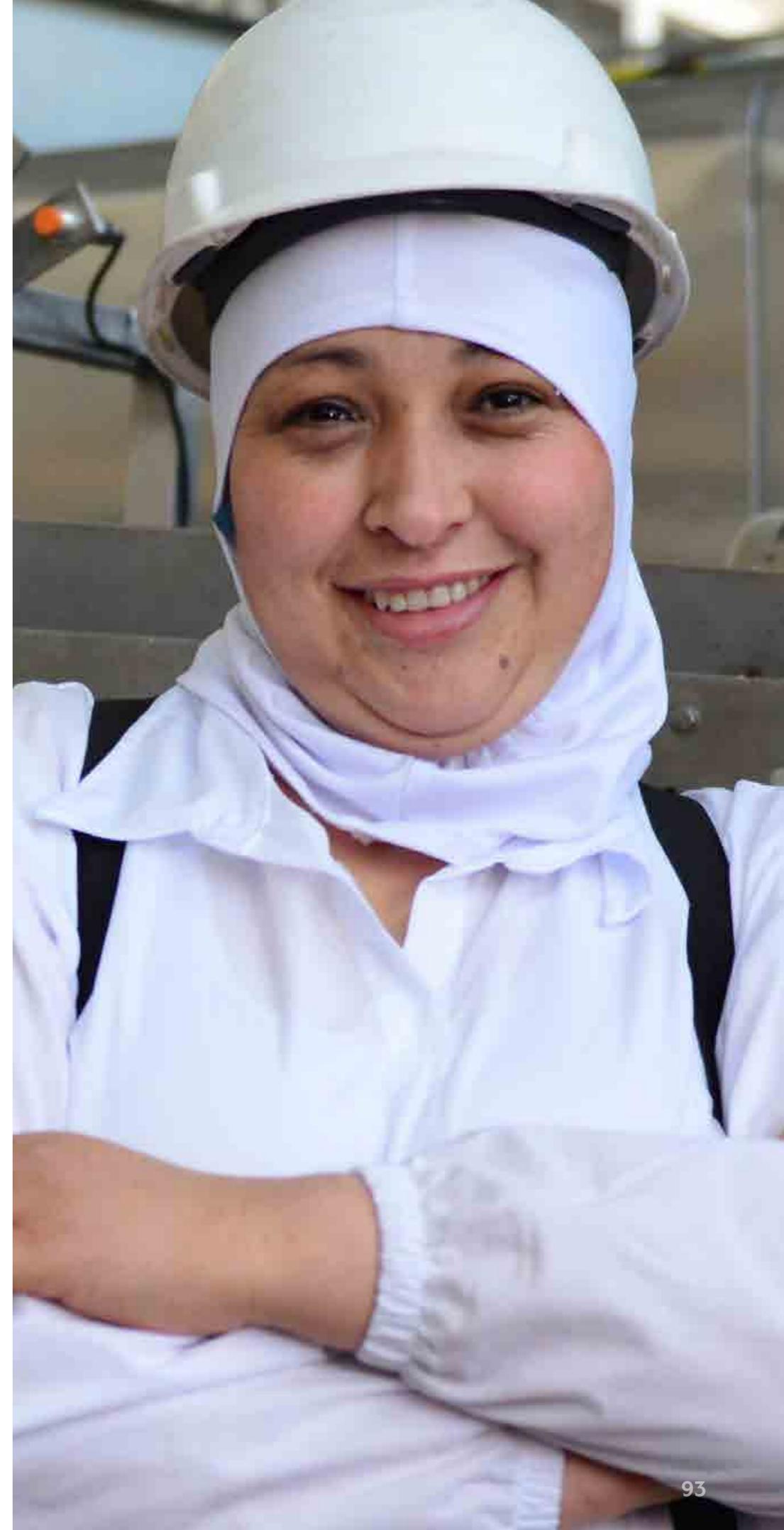
19.4%

N.A

N.A

21.2%

N.A

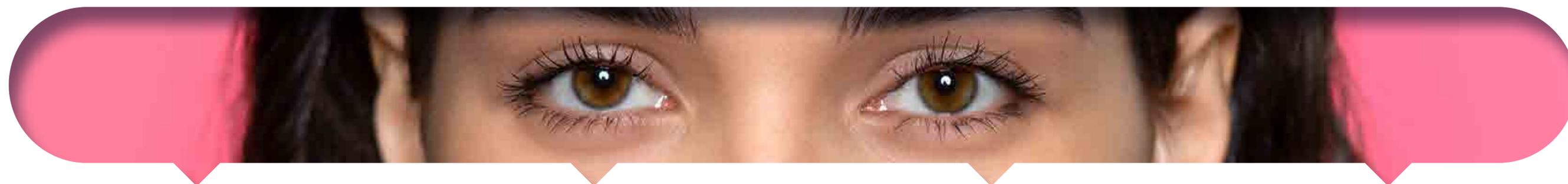


ALGUNAS DE NUESTRAS INICIATIVAS Y PROGRAMAS PARA IMPULSAR EL LIDERAZGO FEMENINO INCLUYEN:

- Mejora en nuestros procesos de reclutamiento y selección para garantizar una evaluación justa y equitativa.
- Alianzas con organizaciones especializadas para identificar candidatas talentosas con alguna discapacidad.
- Firma de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPs por sus siglas en inglés) de las Naciones Unidas (ONU) como Grupo Bimbo, dado que ya los habíamos firmado localmente en varios países donde estamos presentes.

“La equidad de género no solo es una meta, sino un accionable fundamental. Las empresas debemos construir espacios donde todas las personas tengan igualdad de oportunidades para alcanzar su máximo potencial. Nos enorgullece unirnos, ahora de forma global, a los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres de la ONU (Organización de las Naciones Unidas), ya que refrenda nuestro compromiso por acelerar la construcción de un mundo más equitativo”.

Daniel Servitje,
Presidente del Consejo y Director General



CÍRCULOS DE LIDERAZGO

Programa de mentoría y acompañamiento para el desarrollo de talento femenino en posiciones de liderazgo, basado en la metodología de **Lean In** de Sheryl Sandberg. Busca el desarrollo de habilidades y capacitación a través de grupos interdisciplinarios que conducen a las mujeres para conseguir sus objetivos profesionales.

EMPOWERING WOMEN'S TALENT BIMBO EMEA

Programa enfocado en el empoderamiento y desarrollo del talento femenino, así como a la construcción de una empresa líder de inclusión. En 2023 recibimos el reconocimiento como “Empresa líder de la inclusión” por el desarrollo y reconocimiento de empresas líderes en diversidad y sus prácticas destacadas en el campo de la diversidad.

“WOMEN'S NETWORK” BIMBO QSR

Red de **networking** para generar conciencia sobre la importancia de la mujer en las industrias, además de llevar a cabo el **Steering Committee** de **Women's Network**.

DISTINTIVO NARANJA BIMBO MÉXICO

Distintivo otorgado por el Gobierno del Estado de México para reconocer centros de trabajo que promueven la igualdad entre mujeres y hombres. Estamos orgullosos de que, por cuarto año consecutivo, nueve de nuestros centros de trabajo recibieron la distinción.

equidad salarial

Nuestro compromiso con la equidad de género también se refleja en la remuneración salarial. Durante 2023, establecimos un diagnóstico para identificar posibles inequidades salariales en cada nivel organizativo.

RATIO DE REMUNERACIÓN ENTRE HOMBRES Y MUJERES DE NUESTRAS PRINCIPALES OPERACIONES POR PAÍS

PAÍS	ORGANIZACIÓN	ADMINISTRATIVOS	SUPERVISORES	EJECUTIVOS Y DIRECTIVOS
Chile	Bimbo Latin Sur	0.89	0.98	0.82
Brasil	Bimbo Brasil	0.98	1.18	0.77
Canadá	Bimbo Canada	0.94	0.94	1.03
Estados Unidos	Bimbo Bakeries USA	0.98	0.96	0.88
España	Bimbo EMEA	1.00	1.02	0.95
México	Bimbo México	0.86	0.97	0.78
Colombia	Bimbo Latin Centro	0.87	0.87	0.95

La relación representa el número de veces que la compensación anual total de las mujeres es mayor, igual o menor en comparación con la de los hombres. Por ejemplo: la compensación anual total de las mujeres nivel Administrativo en Chile es 0.9 veces la de los hombres, es decir, menor; mientras que para nivel Supervisor es relativamente igual.



inclusión de talento con discapacidad

La subrepresentación de personas con discapacidad en centros de trabajo es un desafío que vemos como una oportunidad para mejorar y enriquecer nuestro equipo. Creemos firmemente que, al proporcionar oportunidades laborales inclusivas, contribuimos al bienestar y desarrollo personal de las personas con discapacidad.



lograremos la inclusión

a través de estrategias de reclutamiento, revisiones de accesibilidad en los centros de trabajo y programas de sensibilización de liderazgo en programas de atracción de talento.

Contamos con

el Estándar Global de Accesibilidad Universal, que establece los lineamientos para garantizar las condiciones que deben cumplir nuestras instalaciones. Además, colaboramos activamente con bolsas de trabajo, ONGs y asociaciones civiles para ofrecer puestos de trabajo adecuados que se ajusten a las necesidades específicas de cada persona.

Nuestra meta a 2030

es que Grupo Bimbo sea un lugar de trabajo incluyente y accesible para personas con discapacidad (PcD), contando con al menos una PcD en cada centro de trabajo.

integración a la operación

Nos esforzamos por extender la integración de la estrategia de DEI de manera transversal a toda nuestra cadena de valor, enfocándonos en la implementación de estrategias que beneficien a todas las personas.

Entre las acciones y programas destacados en 2023 se encuentran; impulso de diversidad de proveedores, mapeo de centros de trabajo e instalaciones.



Mapeo

de nuestros centros de trabajo con el fin de adaptarlos y hacerlos más accesibles y amigables para todos.

Impulsar la diversidad de proveedores

se crea equidad para brindar a proveedores pequeños la capacidad de licitar contratos, ahora y en el futuro, con nosotros.

Instalaciones

de salas de lactancia y baños universales.

integración al mercado

Buscamos impactar también a las comunidades con las que interactuamos.

Contamos con una Política Global sobre Diversidad, Equidad e Inclusión en la Comunicación de Marcas que nos permite establecer lineamientos generales para reflejar la diversidad y promover la equidad e inclusión en cualquier tipo de comunicación. Asimismo, lanzamos la primera campaña global basada en los pilares de diversidad, equidad e inclusión como socio principal del Fútbol Club Barcelona Femenino.

De cara al 2030 hemos establecido la meta de que al menos un proyecto por Organización se desarrolle bajo este importante enfoque. Con ello reforzamos nuestro compromiso con la inclusión y la diversidad en todas nuestras operaciones y comunidades. En 2024 haremos pública nuestra Política de marketing inclusivo.



40% de los proyectos en 2023

se enfocaron en iniciativas de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI), tales como:

Brindar instalaciones

educativas incluyentes

Reducir las brechas

sociales con expendios con causa

Brindar acceso

a infraestructuras públicas como juegos infantiles incluyentes y sustentables, parques sensoriales y espacios de convivencia para todos

Apoyar organizaciones

civiles enfocadas en facilitar actividades físicas y la inclusión de personas con discapacidad

modelo global de talento

Contamos con una familia de colaboradores apasionados que trabajan con amor para llevar calidad y sabor a cada hogar. Nuestra estrategia global tiene como objetivo crear un ambiente de trabajo inclusivo, seguro, representativo y colaborativo, en donde se reconozca el mérito, se incentive la formación y el crecimiento profesional continuo. Esta receta única no solo impulsa el desarrollo individual, también contribuye al éxito colectivo de la organización.

ATRAER AL MEJOR TALENTO

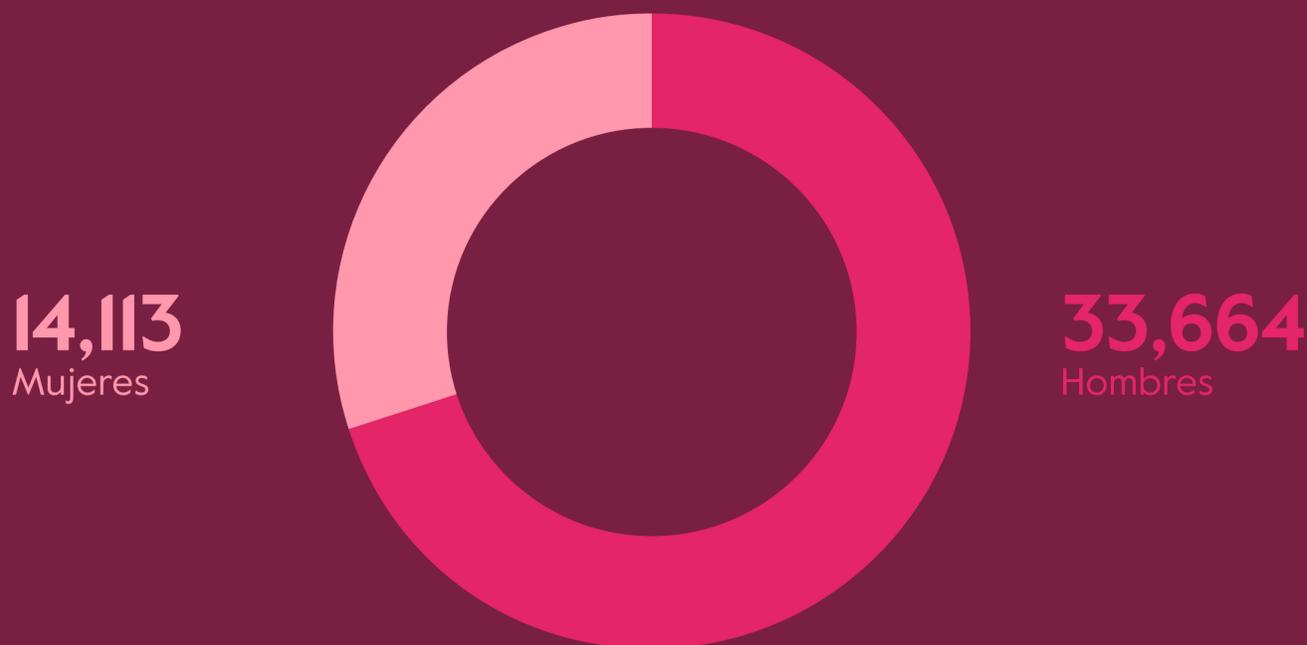
Durante el proceso de selección nos enfocamos en identificar no solo habilidades técnicas, sino también en encontrar individuos que encajen con la cultura de equipo que caracteriza a nuestra empresa. Esta aproximación integral busca profesionales altamente capacitados que sean personas que compartan los valores y el compromiso de nuestra familia Bimbo.

Durante 2023 ampliamos nuestros canales de reclutamiento, transitando a un modelo cada vez con más herramientas digitales que permita responder de manera más eficiente a las necesidades de talento de cada región o unidad de negocio.

Además, hemos establecido lineamientos específicos para asegurar que nuestro grupo de candidatos sea lo más diverso posible. Este enfoque nos permite construir un equipo diverso y dinámico, donde cada individuo aporta su singularidad, contribuyendo así al ambiente inclusivo y colaborativo que caracteriza a nuestra familia profesional en Grupo Bimbo.

NUEVAS CONTRATACIONES EN 2023:

CONTRATACIONES EN 2023 POR GÉNERO



CONTRATACIONES EN 2023 POR REGIÓN



desarrollando a nuestros colaboradores

Con el objetivo de que nuestro equipo fortalezca sus competencias y encarne nuestros valores, promovemos y monitoreamos activamente la participación en capacitaciones institucionales como de contenidos especializados, tanto en nuestros formatos presenciales como en línea. Para lograr que todos nuestros colaboradores perfeccionen sus habilidades y vivan nuestros valores, damos difusión y seguimiento a capacitaciones en formatos presenciales y virtuales.



+20%
el número promedio de horas de capacitación anuales por colaborador, en comparación con nuestra línea base (2021).

Capacitar a todos los niveles gerenciales con el objetivo de proporcionar las herramientas y habilidades necesarias para desarrollar su potencial en el trabajo.

Todos los años realizamos una planeación anual de capacitaciones en cada unidad de negocio, con el fin de determinar que las horas promedio de formación sean mayores al año anterior. Gracias al seguimiento trimestral con cada unidad de negocio, superamos en un 100% nuestras horas de capacitación anual en comparación con la línea base (2021).

28hrs

promedio de capacitación

	2021	2022	2023
Horas totales de capacitación (millones)	2.1	3.5	4.0
Horas promedio de capacitación	20.4	25	28
Inversión en formación y capacitación (UNIDAD):		258 USD	191 USD
PROMEDIO DE HORAS CAPACITACIÓN POR GÉNERO Y CATEGORÍA LABORAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Directivos	26	21	22
Ejecutivos	57	67	64
Supervisores y administrativos	48	44	46
Operativos y otros	28	20	22
Total general	36	25	28

gestión de talento



95,381
colaboradores evaluados

A través de evaluaciones periódicas de desempeño, obtenemos información detallada sobre los comportamientos, contribución al plan de negocios y potencial de nuestros colaboradores. El proceso se realiza anualmente en todos los países incorporados a los sistemas de Personal (HRIS) de Grupo Bimbo.

La evaluación de los comportamientos se realiza en consonancia con nuestras Creencias y la Contribución Individual, que se define de acuerdo con la aportación de cada colaborador al Plan de Negocio. En este, se evalúan metas relacionadas a las iniciativas de la estrategia de sustentabilidad y vinculadas al bono por desempeño.

CATEGORÍA LABORAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	% Colaboradores que fueron evaluados por su desempeño
Operativos, Administrativos y Supervisores	18,748	72,241	90,989	77%
Ejecutivos y mandos medios	1,296	2,890	4,186	97%
Directivos	42	164	206	100%

*Solo se reportan los colaboradores elegibles para evaluación. No se incluyen recientes ingresos, bajas recientes, entre otros.



Comportamientos

La calificación final se compone de un 55% proveniente de la evaluación del jefe y un 45% del promedio de calificaciones de los reportes directos. En el caso de colaboradores sin equipo a cargo, la evaluación del jefe representa el 100% de la calificación final.



Contribución Individual

Utilizamos una escala global y estandarizada para todo Grupo Bimbo, donde se espera que la contribución del colaborador se traduzca en el logro de objetivos y el cumplimiento de las expectativas.

Se enfoca en los colaboradores que obtuvieron calificaciones de 4 y 5 en Contribución Individual, seguido de aquellos con calificaciones de 1 y 2, representando los extremos de desempeño.

PROGRAMA DE MOVILIDAD INTERNACIONAL INTERNA

Fomentamos la movilidad internacional para que nuestros colaboradores puedan mostrar su talento en todo el mundo.

compensación y beneficios

Nuestra estrategia de Compensación está diseñada con el objetivo de mantener la calidad de vida de nuestros colaboradores y garantizar condiciones laborales dignas y justas. Operamos bajo un modelo de compensación competitivo, que también refleja nuestro compromiso con el bienestar y la equidad para todos los miembros de nuestro equipo.

Para mantenernos alineados a mercado y asegurar nuestra competitividad, llevamos a cabo análisis comparativos de la compensación regularmente, adaptándonos a la variabilidad del mercado.

La equidad interna también es clave para mantener un ambiente de trabajo justo y equitativo. Cada posición es ubicada con base en su impacto para el negocio y el tipo de conocimientos especializados, competencias y liderazgo que requiere la misma en un tabulador de rangos salariales. Cada colaborador puede ir avanzando dentro de esos rangos con su buen desempeño y experiencia acumulada.

En el caso de nuestros colaboradores autónomos y externos, supervisamos que las condiciones de empleo, contratación y las prestaciones que se otorgan cumplan con los principios establecidos en Grupo Bimbo.

Nuestros colaboradores reciben en promedio al menos dos veces el salario mínimo en cada una de nuestras operaciones representativas, que operamos sin distinción de género.

RELACIÓN DEL INCREMENTO DE LA COMPENSACIÓN ANUAL TOTAL DEL COLABORADOR CON LA MAYOR COMPENSACIÓN Y EL RESTO

PAÍS	ORGANIZACIÓN	RATIO DEL PORCENTAJE DE INCREMENTO EN COMPENSACIÓN ANUAL TOTAL
Chile	Bimbo Latin Sur	0.84
Brasil	Bimbo Brasil	5.35
Canadá	Bimbo Canada	15.38
Estados Unidos	Bimbo Bakeries USA	15.30
España	Bimbo EMEA	3.45
México	Bimbo México	0.91
Colombia	Bimbo Latin Centro	0.75

La relación representa el número de veces que al colaborador con mayor ingreso se le incrementó su compensación anual total en comparación con la mediana del incremento que tuvieron el resto de los colaboradores en el mismo país.

Nos enorgullecemos de ofrecer a nuestros colaboradores beneficios que no solo cumplen con las normativas legales, sino que los superan, adaptándose específicamente al contexto de cada país y categoría laboral. Entendemos que las necesidades y expectativas varían según la ubicación geográfica y el tipo de trabajo, por lo que nos esforzamos en personalizar nuestros paquetes de beneficios para satisfacer estas particularidades.

Contamos con incentivos que buscan vincular la compensación a los resultados de negocio, retribuir el desempeño y reconocer el mérito.

Bono anual por desempeño: estímulo monetario anual que busca reconocer el desempeño de la compañía y la contribución individual al plan de negocio de los colaboradores elegibles. Se determina a través de la evaluación de desempeño y del comportamiento. Es tan importante el alcanzar los objetivos, como el cómo los alcanzamos. Todas las metas de la Estrategia de Sustentabilidad son evaluadas en el Plan de Negocios y son vinculadas al bono.

Incentivo de Largo Plazo: esquema que hace partícipes a los colaboradores elegibles de los resultados de la compañía acumulados en el largo plazo.

★ BENEFICIO	● TIEMPO COMPLETO	◐ MEDIO TIEMPO	🔄 TEMPORALES	🌐 REGIONES/ PAÍSES DE APLICACIÓN
Acciones virtuales (<i>Phantom Shares</i>) Ejecutivos y Directivos Nivel I	Sí	No	No	Todas las regiones: Brasil, Canadá, EMEA, Asia, LAC, LAS, México, Reino Unido, Estados Unidos y BQ.
Automóvil asignado Ejecutivos y/o Directivos Niveles I y 2	Sí	No	No	India, Colombia, Guatemala, Honduras, Iberia (España y Portugal), México, Nicaragua, Ecuador, Panamá, Reino Unido, EE.UU., Venezuela, Brasil, El Salvador, Costa Rica, Marruecos, Italia, BQ ASIA (Ieros Ejecutivos/Gerentes de Planta y VP's). (El Salvador, Honduras, Nicaragua solo a ventas) LAS aplica para los 2dos ejecutivos sin son asignados internacionales que en su país de origen tengan la prestación. Reino Unido: se le da a colaboradores de medio tiempo. China: solo asignados internacionales EE.UU.: Car allowance para el equipo de ventas. Francia: Car allowance para todos los niveles. Canadá: Car allowance para gerentes de ventas y de niveles de dirección adelante Sudáfrica: los directores reciben un subsidio para automóvil India: De niveles directores en adelante.
Permisos por maternidad o paternidad	Sí	Sí	Sí	Colaboradores de Tiempo Completo: México, Canadá, EMEA, LAS, LAC, EE.UU., Brasil, Asia, BQ EMEA, BQ Asia, India. Se ofrecen a colaboradores Medio Tiempo solo en: EMEA, EE.UU., Canadá, Rusia, Francia, Italia, Ucrania, Turquía, Kazajistán. Se ofrecen a colaboradores Temporales solo en: EMEA, Francia, Italia, Rusia, Turquía, Kazajistán, LAC.

 BENEFICIO	 TIEMPO COMPLETO	 MEDIO TIEMPO	 TEMPORALES	 REGIONES/ PAÍSES DE APLICACIÓN
Bono Anual por Desempeño	SÍ	SÍ	SÍ	Brasil, Canadá, China (excepto nivel administrativo), India, EMEA, México, Estados Unidos, LAC, LAS, BQ EMEA, BQ ASIA. Se ofrece a colaboradores Medio tiempo solo en: Francia, Italia, Ucrania.
Chequeo Médico Al menos a niveles directivos	SÍ	SÍ	SÍ	México, Reino Unido, LAC, Brasil, BQ EMEA, BQ Asia, China, Iberia, Estados Unidos, Canadá (Niveles Ejecutivos solamente), Sudáfrica LAS (Argentina, Chile, Paraguay, Perú). Se ofrece a colaboradores Temporales y Medio tiempo en: Reino Unido, Ucrania, BQ US.
Seguro de vida	SÍ	SÍ	SÍ	Argentina, Brasil, Canadá, Chile, EMEA, LAC, México, Perú, USA, Francia, Sudáfrica, Turquía, BQ Asia, India. Se ofrecen a colaboradores Medio tiempo solo en: Turquía, Francia, EE.UU. (después de un año de antigüedad), Marruecos y Reino Unido. Se ofrecen a colaboradores Temporales solo en: El Salvador, Honduras, Brasil, Canadá, Turquía y Marruecos.
Seguro gastos médicos	SÍ	SÍ	SÍ	Se ofrece a todos los niveles: Argentina (excepto nivel operativo), Brasil, Chile, Ecuador, Marruecos, España, BQ EMEA (excepto Rusia y Kazajistán), BQ US, India y BQ Asia, Canadá, EE.UU. y Sudáfrica. Se ofrece a nivel Ejecutivo en adelante: China (solo asignados internacionales), Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Portugal, México, Nicaragua, Perú, Uruguay, Reino Unido. Se ofrece a nivel Supervisor en adelante: Panamá, Reino Unido, Rusia y Kazajistán. Se ofrece a nivel operativo y supervisor: Guatemala (contributivo) y Honduras. Se ofrecen a colaboradores Medio Tiempo solo en: Reino Unido, Francia, Italia, Turquía, Ucrania, Marruecos y EE.UU. (después de un año de antigüedad). Se ofrecen a colaboradores Temporales solo en: Turquía y Marruecos.

creando espacios seguros y saludables para nuestros colaboradores



En todas nuestras operaciones, la seguridad y el bienestar de nuestros colaboradores es prioritario. Con el compromiso de mejorar continuamente, cada año redoblamos esfuerzos para enriquecer y actualizar nuestro modelo de seguridad y bienestar.

Nuestro objetivo es forjar ambientes de trabajo seguros y libres de riesgos, donde los accidentes sean prevenidos y nuestros colaboradores puedan desarrollarse en un entorno que priorice su salud física y emocional.

MODELO DE SALUD, SEGURIDAD Y BIENESTAR

A nivel global contamos con el Modelo de Seguridad y Bienestar, el cual se basa en 4 pilares:

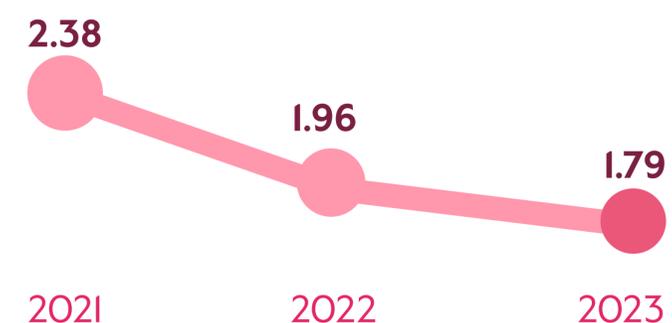
1. Liderazgo
2. Estructura
3. Procesos y acciones
4. Personas

Nuestro modelo de seguridad se extiende en todos los centros de trabajo de Grupo Bimbo con una cobertura del 100% de nuestros colaboradores, visitantes y contratistas. Los objetivos generales del modelo son:

- Consolidar una cultura de seguridad y bienestar en Grupo Bimbo.
- Revertir la tendencia de accidentabilidad.
- Lograr cero accidentes.
- Autogestionar un estilo de vida saludable.

Buscando la consolidación de nuestra estrategia de reducción de accidentes, hemos dado mayor relevancia a acciones preventivas como las observaciones de seguridad, la capacitación en temas estratégicos, el cumplimiento a no conformidades en seguridad, entre otros.

HEMOS LOGRADO UNA REDUCCIÓN DEL 9% DEL TRIR VS. EL 2022



liderazgo

Nuestra Política Global de Seguridad formaliza el compromiso con la seguridad física de nuestros colaboradores mediante principios fundamentales que promueven una cultura de prevención, cero accidentes, autocuidado y mejora continua.

Ofrecemos capacitaciones y certificaciones a nuestros líderes para que vivan la política de seguridad y sean ejemplo en todo momento para sus equipos.

Tasa de días trabajados perdidos 1.4816

PRINCIPALES RIESGOS IDENTIFICADOS Y MEDIDAS DE MITIGACIÓN

Riesgo

Riesgo de lesiones en manos por la intervención con maquinaria en movimiento sin seguir procedimientos de seguridad establecidos en panaderías y centros productivos.

Riesgo eléctrico, frecuente cuando no se siguen los protocolos establecidos.

Riesgo por accidentes viales en las áreas comerciales y de distribución, por responsabilidad de nuestros colaboradores o por terceros.

Riesgos de caídas en trabajos de alturas o espacios confinados al no seguir procedimientos respectivos.

Riesgo de lesiones musculoesqueléticas y lumbares por posturas incorrectas y cargas manuales constantes en el trabajo.

Medidas para su mitigación

Análisis de riesgos en maquinaria y equipo.

Reforzamiento de capacitación sobre estándares de seguridad.

Investigación de las causas raíz de los accidentes e incidentes.

Comunicación de los accidentes, conatos e incidentes, sus causas y medidas de prevención entre distintos centros de trabajo y regiones.

Inspecciones y recorridos aleatorios.



capacitaciones en seguridad

Todas nuestras organizaciones cuentan con amplios programas de capacitación en seguridad. Promovemos la capacitación continua entre nuestros colaboradores, asegurando que ningún colaborador ejecute actividades para las que no esté capacitado.

1.91 horas

promedio de capacitación en temas de salud y seguridad

987.19 horas

de formación en temas de salud y seguridad

Buscamos hacer partícipes a nuestros colaboradores en los temas de seguridad y prevención a través de las siguientes acciones:

- Campañas de comunicación.
- Buzones de seguridad para que los colaboradores reporten cualquier condición de riesgo o acciones inseguras que detecten.
- Encuestas donde los colaboradores evalúan la eficiencia de nuestro Modelo de Gestión preventiva, la responsabilidad de la empresa y de los jefes para el cuidado de su seguridad, salud y bienestar.
- Reuniones periódicas donde se exponen los resultados de seguridad y se abre un foro de escucha para los colaboradores (juntas mayores, juntas de equipo, juntas administración sindicato).

campaña de comportamientos

En 2023 difundimos cuatro comportamientos clave en materia de seguridad: **cuido, corrijo, comunico y celebro**. Con ellos buscamos impulsar el empoderamiento y la cultura de la prevención en salud y seguridad entre todos los colaboradores, especialmente entre nuestros líderes.

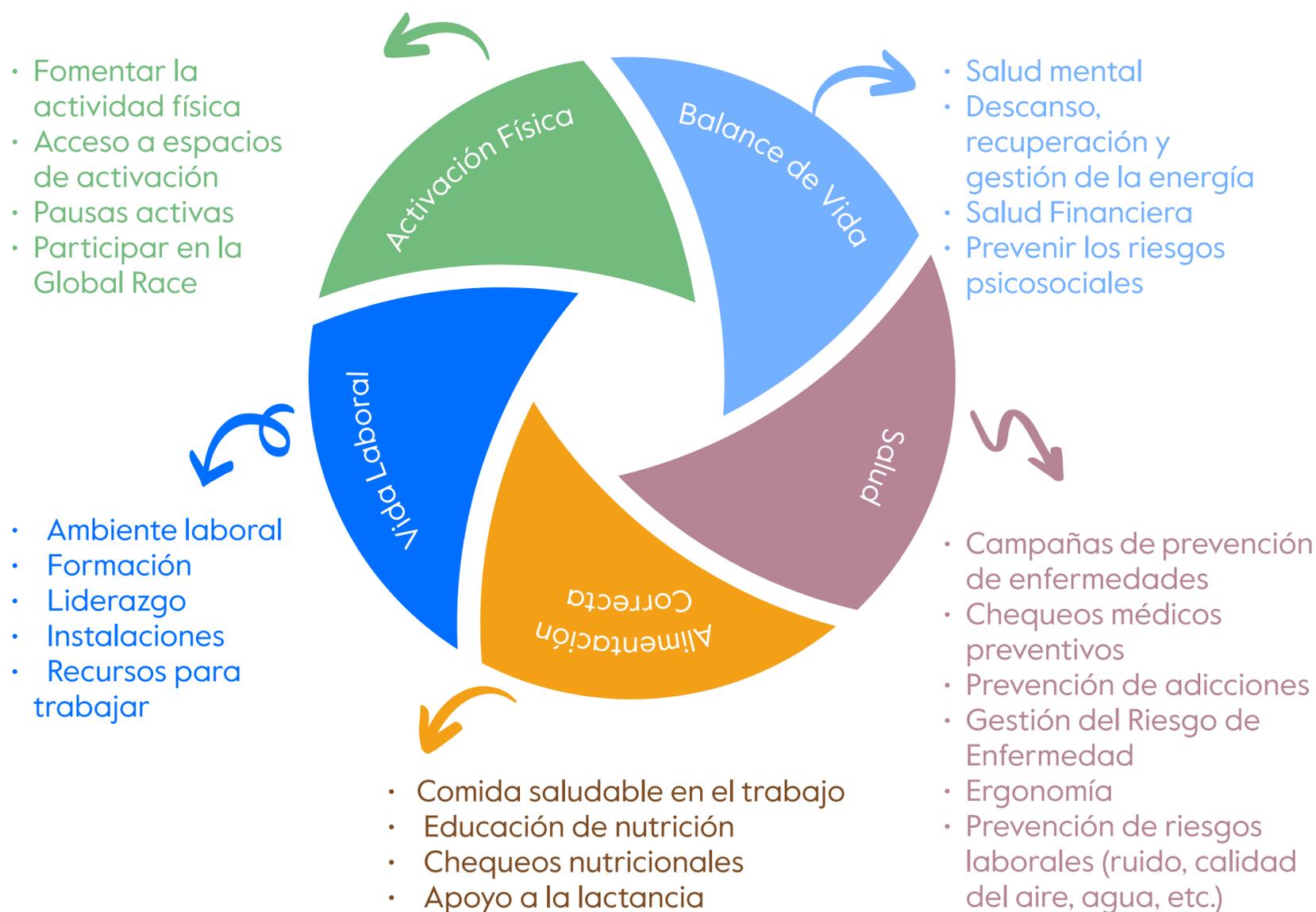
Tenemos cero tolerancia ante actitudes y acciones negligentes en temas de seguridad.

promoción de la salud y bienestar

Trabajamos para enriquecer la calidad de vida de nuestros colaboradores. Aspiramos a ser reconocidos como “el mejor lugar para trabajar”, garantizando un ambiente laboral sano y ofreciendo programas dedicados al cuidado de la salud física y mental.

Buscamos el bienestar integral poniendo dentro de nuestro modelo de bienestar el pilar “Vida laboral”. Con esta iniciativa, buscamos no solo enriquecer la experiencia de bienestar, sino también fortalecer el compromiso de la organización con el crecimiento y la satisfacción general de nuestros colaboradores.

ACCIONES DEL MODELO DE BIENESTAR



Contamos con una Política Global de Bienestar que describe nuestras responsabilidades y compromisos.

Mantenemos la continuidad de las iniciativas de bienestar en cada uno de los pilares del modelo, entre los que destacamos.

Toda iniciativa de Bienestar se basa en 4 principios:



01

02

03

04

Convicción
La participación en los programas es voluntaria.

Confidencialidad
Resguardamos los datos sensibles.

Flexibilidad
Cada iniciativa se adapta a las condiciones sociales y culturales de cada localidad.

Colaboración:
Trabajamos con diversas áreas para promover los programas.

Para asegurar un enfoque coherente y efectivo, cada una de las organizaciones de Grupo Bimbo cuenta con un Comité de Bienestar y su respectivo observatorio. De esta manera podemos monitorear y evaluar continuamente el impacto de nuestras iniciativas, medir el nivel de participación, identificar áreas de mejora y garantizar la mejora continua.

ALIMENTACIÓN CORRECTA

Programa de menús y comedores saludables

Ampliamos la variedad de opciones de alimentos saludables y balanceados disponibles en los comedores de todos nuestros centros de trabajo, fomentando una alimentación sana.

Talleres y pláticas sobre orientación alimentaria

Buscamos empoderar a nuestros colaboradores con información que les permita tomar decisiones más saludables.

Asesoría nutricional

Ofrecemos asesoría nutricional por profesionales de la salud en algunos centros de trabajo. Esta plataforma está al alcance de colaboradores y familiares directos.

Salas de lactancia materna

Fomentamos su uso y difundimos nuestra política de Lactancia Materna para mantener nuestro compromiso con este tema crucial.

ACTIVACIÓN FÍSICA

Instalaciones en nuestros centros de trabajo

Permiten a los colaboradores realizar alguna actividad física (canchas de fútbol, voleibol, básquetbol, senderos para caminar, gimnasios, entre otros).

Pausas activas

Que permiten a los colaboradores hacer ejercicios de estiramientos y calentamientos durante la jornada.

Convenios con gimnasios y centros deportivos a precios preferenciales.

Promoción de la actividad física

En México, con apoyo de "Mexicanos Activos", logramos la certificación como "Organización Activa y Saludable".

Carrera Bimbo Global Race

Promovemos e invitamos a nuestros colaboradores a involucrarse activamente, demostrando un alto nivel de participación y compromiso con la actividad física y el espíritu deportivo.

SALUD

Salud en el trabajo

Disponibilidad de profesionales de la salud y acceso a servicios médicos en nuestras oficinas y centros de trabajo.

Telemedicina

Acceso remoto a servicios médicos para colaboradores y núcleo familiar directo.

Plataformas de beneficios médicos y de salud

Acceso a colaboradores y familiares.

Ferías y campañas de la salud

Servicios de evaluación médica y educación sobre salud preventiva, así como vacunas contra enfermedades comunes.

Programa Plus 40

Evaluaciones médicas especializadas para colaboradores mayores de 40 años, enfocadas en prevención.

BALANCE VIDA

Líneas de apoyo emocional

Acceso 24/7 para colaboradores y familiares directos. Especialistas en crisis emocionales.

Encuestas de riesgo psicosocial

Implementamos y monitoreamos los planes de acción basados en las encuestas para identificar y manejar los riesgos psicosociales en el trabajo que impactan la salud mental de los colaboradores.

Flexibilidad laboral

Programas que permiten a los colaboradores adaptar sus horarios o modalidad de trabajo, mejorando el balance entre la vida laboral y personal. Aplicables en sitios donde la naturaleza del trabajo lo permite.

Talleres de concientización sobre salud mental:

ofrecemos talleres sobre salud mental y técnicas como el *mindfulness* para promover estilos de vida saludables.

alcance de los programas de bienestar en Grupo Bimbo

VIDA LABORAL

Difusión interna de bienestar

Utilizamos videos de 1 a 3 minutos para comunicar internamente nuestra propuesta de valor, programas y sus beneficios, asegurando que la información sea accesible y atractiva para todos.

Training for Leaders

Involucramos activamente a nuestros líderes en los programas de formación, lo cual ha resultado en un efecto inspirador y motivador para nuestros colaboradores.

Los programas de Bienestar que ofrecemos van dirigidos a todos nuestros colaboradores. Esto incluye todos los centros de trabajo de las Organizaciones, afiliadas y subsidiarias, en sus diferentes geografías, funciones y áreas de negocio. Reconocemos que las personas somos seres sociales, y que vivir en comunidades es parte de lo que nos brinda salud y calidad de vida.

Buscamos que los programas o iniciativas de Bienestar que ofrecemos a los colaboradores incluyan a sus familiares en la medida de lo posible. Entre estos destacan los programas de telemedicina o asistencia médica, psicológica y/o nutricional; acceso a algunos beneficios como seguros de gastos médicos, jornadas de vacunación, y exámenes médicos. Participamos en eventos deportivos (p. ej. Bimbo Global Race) y de salud como pláticas, talleres y ferias de salud. Estas acciones son reportadas y monitoreadas de manera continua, y buscamos que año con año se sumen más.

para LA NATURALEZA

Cada acción representa una semilla plantada para un futuro más sostenible y transformador. Trabajamos en conjunto por la regeneración, crecimiento, circularidad y la creación de un impacto positivo en el planeta.



CERO
DESPERDICIOS



CERO EMISIONES
NETAS DE CARBONO



AGRICULTURA
REGENERATIVA



Nuestra estrategia **Para la Naturaleza** está enfocada en tres ejes: **cero desperdicios, cero emisiones netas de carbono y agricultura regenerativa.**

Cada paso que damos en esta dirección es una declaración de nuestra responsabilidad hacia el planeta y un testimonio de cómo, a través de nuestras acciones, estamos contribuyendo a moldear un mundo más próspero y armonioso.



nuestros objetivos principales

METAS 2025

100%
de nuestros empaques serán reciclables, biodegradables o compostables

100%
de la energía eléctrica será de fuentes renovables

100%
de reuso de agua tratada

METAS 2030

100%
de nuestros empaques soportará una economía circular

100%
de nuestros empaques soportará una economía circular.

-20%
de nuestro consumo de agua contra línea base 2019

-50%
del desperdicio de alimentos desde su generación

-200k
hectáreas utilizando prácticas de agricultura regenerativa

50%
de nuestras emisiones directas (Alcance 1) y 28% en nuestras emisiones indirectas (Alcance 3)

METAS 2050

Cero CO₂e
Alcanzaremos cero emisiones netas de carbono

100%
de nuestros ingredientes clave procederán de tierras cultivadas con prácticas de agricultura regenerativa



CERO DESPERDICIOS



CERO EMISIONES NETAS DE CARBONO



AGRICULTURA REGENERATIVA

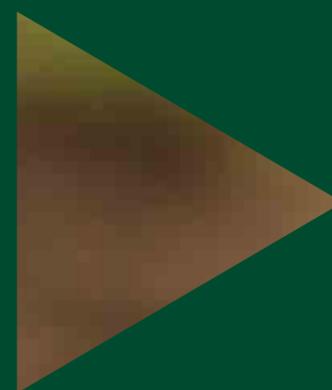


cero desperdicios

Nuestro compromiso es fomentar la economía circular y reducir los desperdicios en toda nuestra cadena de valor mediante empaques sustentables, operaciones eficientes y gestión responsable de los alimentos y el agua.

La reducción de desperdicios no solo preserva los recursos naturales y disminuye la huella ambiental, sino que también fortalece la eficiencia operativa al minimizar costos asociados con la gestión de residuos.

En Grupo Bimbo no sólo nos alineamos con las normativas ambientales, sino que también impulsamos la innovación y la diferenciación en el mercado, consolidándonos como una empresa comprometida con la excelencia y el cuidado del planeta.



NUESTRO COMPROMISO

2025

100%

de nuestros empaques serán reciclables, biodegradables o compostables

-50%

en el desperdicio de alimentos en nuestras operaciones, reincorporándolos a la cadena de alimentos, incluyendo destinos sustentables

100%

de nuestra agua tratada en servicios fuera de los procesos será reusada (vs. 2019)

100%

de nuestras unidades de negocio promoverán el reciclaje y la economía circular, con el fin de eliminar la generación de residuos.



AVANCE AL 2023

93%

de nuestros empaques son de materiales reciclables

-43%

en el desperdicio de alimentos

55%

empaques sustentables y circularidad

En Grupo Bimbo, los proyectos para la optimización de empaques son considerados prioritarios y están incluidos en nuestra estrategia. Garantizamos la calidad e inocuidad de cada producto que llega a manos de nuestros consumidores, al mismo tiempo que implementamos estrategias para prevenir el desperdicio en todas las etapas de nuestra cadena de valor.

Abordamos los impactos ambientales con medidas como la migración a empaques sustentables, la reducción de residuos y la colaboración en programas de reciclaje. Nos comprometemos a gestionar adecuadamente los residuos, reducir emisiones y promover la circularidad.

Nuestros empaques protegen y conservan la calidad de los productos, reduciendo el desperdicio. Buscamos eliminar el exceso de plástico de los empaques, priorizando la protección durante la distribución y la calidad del producto. En cafeterías, optamos por materiales compostables y gestionamos el reciclaje de los empaques.

MATERIALES POR PESO Y VOLUMEN (%)

* El papel y cartón en empaques se considera renovable.

Renovables

68%

No renovables

32%

Hemos logrado un 93% de materiales de empaques reciclables y continuamos desarrollando proyectos para que en los siguientes meses alcancemos el 95% de materiales reciclables.



Seguimos trabajando en la investigación de nuevas tecnologías sustentables para nuestros empaques. Por lo que se realiza la sustitución de materiales no reciclables en nuestros productos. Por ejemplo, en México, Iberia y Latin Sur se realizó el cambio de las charolas para pasteles y panes dulces; en Latin Centro y Latin Sur se inició el cambio de empaque para tortillas; en Bimbo Bakeries USA se inició el cambio de empaque para Little Bites.

Cada año todas las unidades de negocio trabajan para reducir la cantidad de materiales de empaque asegurando su calidad e inocuidad.

Durante el último año, se logró también una reducción significativa de aproximadamente 272 toneladas de plástico mediante proyectos enfocados en disminuir el espesor y las dimensiones de los empaques.

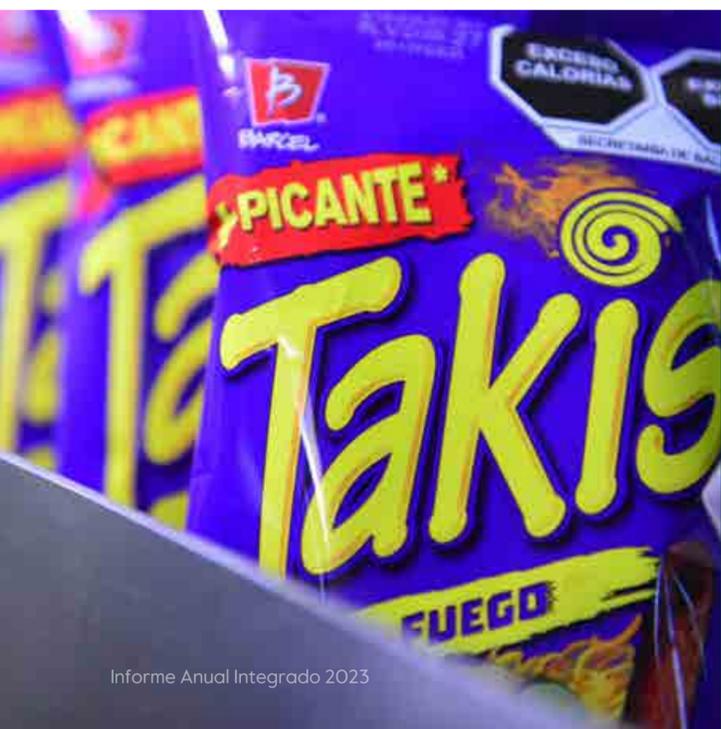
- **En Estados Unidos, logramos una reducción de 39% en el peso del empaque para Pan de Hamburguesas destinado al sector de servicios de alimentación, aplicable a marcas como Mrs. Bairds y Rainbo.**
- **En la región de Iberia, pudimos reducir 25% del peso del empaque utilizadas para el Pan Cruapan.**
- **En Argentina, redujimos 7% el peso del empaque que contienen los productos de las reconocidas marcas Bimbo, Fargo, Artesano y Oroweat.**
- **En Barcel logramos reducir 3% el peso del empaque utilizada para los Takis destinados a la exportación.**
- **En el Reino Unido alcanzamos una disminución de 29% en el peso del empaque utilizadas para los Bagel Thin.**

Buscamos consistentemente nuevas tecnologías de materiales reciclables, renovables y reciclados para minimizar nuestro impacto al medio ambiente.

Reducción de

5.4

millones de kilogramos de empaques plásticos desde 2010 hasta la fecha



CIRCULARIDAD

Para nosotros, invertir en el desarrollo de la circularidad es de suma relevancia pues no solo disminuye la generación de residuos, conservando recursos y reduciendo la huella ambiental, sino que también fortalece la resiliencia de la cadena de suministro y mejora la eficiencia operativa.

Con este enfoque, realizamos análisis de riesgo en cada país donde tenemos presencia, para evaluar la posibilidad de crear alianzas con empresas, gobiernos y organizaciones civiles para la recuperación y reciclaje de residuos post-consumo.

Este año llevamos a cabo varios proyectos para promover el uso de empaques con contenido de material reciclado. Por ejemplo, en Estados Unidos lanzamos el empaque para pan Arnold; y en España, introdujimos al mercado empaques para Pan Blanco y Pan Integral con 30% de material reciclado en ambos países; en Costa Rica desarrollamos los multiempaques de Pan Blanco con 50% de material reciclado.

Además, en 2023, implementamos proyectos en México y América Latina para incorporar material reciclado en las charolas utilizadas en el transporte de nuestros productos, incluyendo el reciclaje de nuestros propios empaques.

Por otra parte, este año comenzamos a trabajar en estrategias que nos permitirán mejorar más en el futuro. Por ejemplo, trabajamos con los proveedores más grandes de resinas para el uso de materiales provenientes del reciclaje avanzado, una alternativa crucial al reciclaje mecánico tradicional. Esta tecnología implica la pirólisis, un método para transformar el plástico en materia prima para la producción de resina plástica. Este enfoque se presenta como una solución eficaz para abordar la problemática de los plásticos flexibles y optimizar la gestión de estos materiales.



PROGRAMAS POST CONSUMO

Hemos establecido alianzas estratégicas en cada región para recuperar los empaques post-consumo y reciclarlos. A través de estos programas, también promovemos la educación ambiental y la gestión adecuada de residuos entre los consumidores. Nuestras principales alianzas por región son:

* Nota: los residuos recuperados de los programas de post-consumo en los que participamos provienen de una variedad de fuentes y empresas colaboradoras. Debido a la diversidad de nuestros empaques y los diferentes contextos de reciclaje en diversas regiones, no disponemos de datos desglosados por categoría de empaque primario.

BIMBO BAKERIES USA
Colaboramos con Terracycle, logrando recuperar **5.97 toneladas métricas en el 2023**.

BIMBO LATIN CENTRO
En Costa Rica, a través del programa de recompensas Ecoins, **acopiamos 732 kilogramos de materiales valorizables**.

En Colombia, formamos parte del Programa Visión 30/30, en colaboración con la Asociación Nacional de Industriales (ANDI), **logrando recuperar 429 toneladas**.

BIMBO BRASIL
A través del programa "Dê a Mão para o Futuro" **recuperamos 648.29 toneladas**. Además, participamos en Eu Reciclo, logrando **reciclar 95 toneladas de plástico**.

BIMBO LATIN SUR
En Argentina establecimos una asociación con la **Fundación Botellas de Amor**, convirtiendo nuestras plantas en puntos de acopio de botellas rellenas con plásticos flexibles. Estas botellas se envían a la empresa **4E Madera Plástica**, donde se utilizan para fabricar muebles donados a las comunidades donde operamos. **En el 2023, recuperamos 110 kg de plástico**. Para el próximo año, planeamos aumentar la cantidad acopiada mediante campañas de comunicación interna y externa para involucrar a más miembros de la comunidad.

En Uruguay, **recuperamos 207 kg** con el programa Eco. Ladrillos.uy.

BIMBO EMEA - ESPAÑA
Colaboramos con Ecoembes, recuperando **4,385 toneladas**.

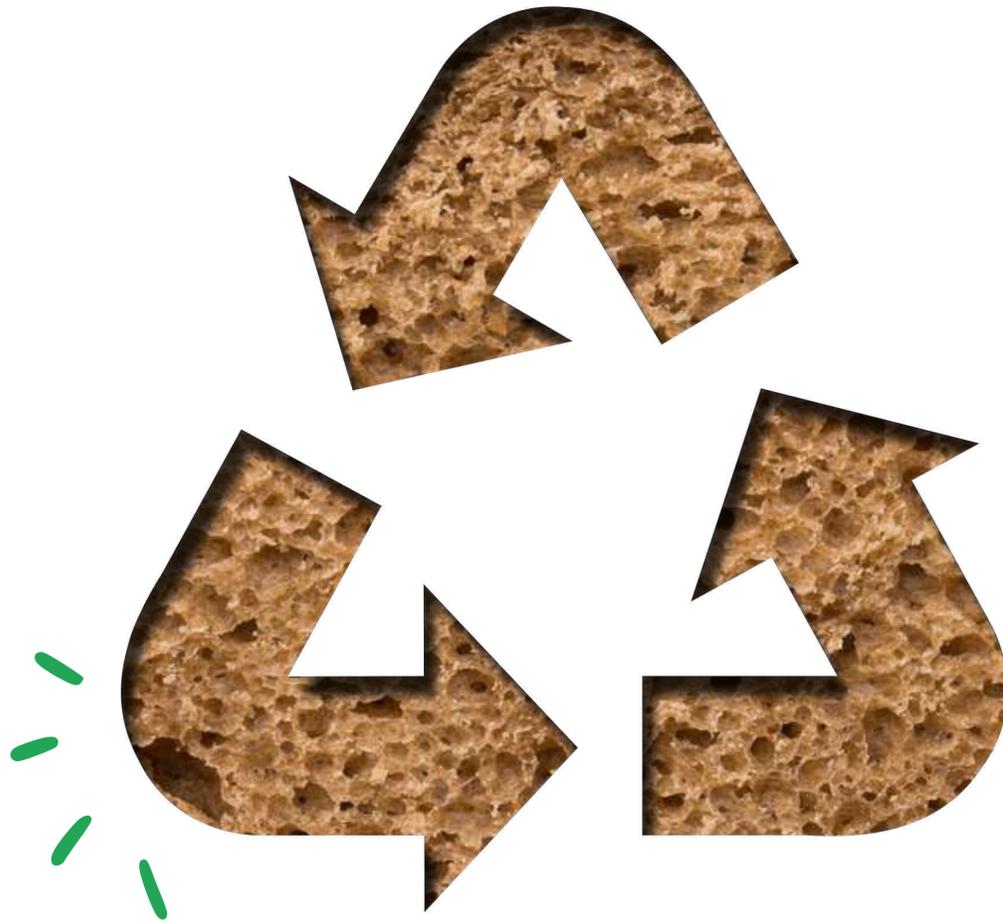
BIMBO MÉXICO, BARCEL
En asociación con ECOCE, acopiamos **25,719 toneladas de empaques flexibles en el 2023**, destinadas al co-procesamiento en Cemex Regenera (12,841 toneladas) y Geocycle (12,808 toneladas).

A través de la aplicación ECOLANA, incentivamos a los consumidores a reciclar, logrando acopiar y reciclar más de **1,173 kilogramos de residuos**.

En colaboración con Plastianguis, **recogimos más de 9.2 toneladas de residuos post-consumo**, intercambiados por productos de la canasta básica y cuidado personal, beneficiando a más de 2,000 hogares.

Mediante la alianza con Walmart en Reciclamanía Evoluciona, **reciclamos más de 239 toneladas de residuos post-consumo, incluyendo 2.4 toneladas de polipropileno y 4.7 toneladas de polietileno**, los materiales de nuestros empaques.

En 2023



Por otra parte, contamos con buenas prácticas de economía circular en México. Entre ellas se encuentran:

- Utilizamos tarimas y tinas en nuestros procesos productivos y logísticos, fabricadas con 20% de empaques, un 2% de película plástica (playo) y un 78% de plásticos HDPE (polietileno de alta densidad reciclado) para las tinas, o 78% de PP (polipropileno) para tarimas. Todos recuperados de residuos postindustriales.
- En el 2023, recolectamos directamente de las plantas de Bimbo y Barcel un total de 525,847 kilogramos de envolturas, que utilizamos como materia prima para elaborar pellets. Estos pellets se emplean en la fabricación de tinas, tarimas y esquineros sustentables que forman parte de nuestra cadena de valor.
- Además, a lo largo del año se adquirieron un total de 245,060 tarimas, tanto nacionales como de exportación, y 1,225,083 tinas.

525,847

kilogramos de envolturas recolectadas de las plantas de Bimbo y Barcel

245,060

tarimas nacionales y de exportación adquiridas

1,225,083

tinas nacionales y de exportación adquiridas

GESTIÓN DE RESIDUOS

Sabemos que la correcta gestión de residuos en cada una de las áreas de nuestra compañía es indispensable para mejorar nuestro desempeño ambiental. Por ello, implementamos un control y gestión adecuado de la recolección, el transporte y el tratamiento de los residuos generados.

Nuestros residuos provienen principalmente de:



Empaque y envoltura de ingredientes usados en la producción

Residuos plásticos

Residuos alimenticios

Uso de servicios

Residuos de empaque y embalaje

GENERACIÓN DE RESIDUOS (TONS)

Todos los residuos se reportan en toneladas métricas

* Todos los residuos peligrosos son reciclados y manejados de acuerdo con la legislación de cada país donde operamos
 **Residuos reciclables efectivamente reciclados

En Grupo Bimbo consideramos distintos destinos en materia de disposición de residuos dentro de los que se consideran como aprovechables coprocesamiento, reciclaje y compostaje, la única clasificación que se considera no aprovechable y por lo tanto no deseable en la cadena de disposición es a relleno sanitario.

Desarrollamos estrategias de gestión de residuos centradas en disminuir la producción y fomentar la reutilización y el reciclaje. Todas nuestras iniciativas se ejecutan en estricta conformidad con la legislación local vigente y en cumplimiento de nuestros estándares medioambientales; buscando el 100% de reciclaje y/o valorización.

	2019	2020	2021	2022	2023
Reciclables	296,903	339,160	361,319	383,864	375,217
No reciclables	18,093	18,300	17,882	13,805	10,942
Peligrosos*	2,440	1,044	1,089	1,272	1,739
Reciclados**	291,602	326,741	351,081	376,395	370,210
Total	317,436	358,594	380,289	398,941	389,663
% Reciclaje	92%	91%	92%	94%	95%

NOTA: Datos en proceso de validación por un tercero.

GRI 306-I, 306-2



Se logró el desarrollo de una bolsa para los Pan Blanco y Pan Integral en Bimbo Iberia, utilizando tecnología de reciclaje avanzado, con un contenido del 30% de material reciclado



Se realizó el desarrollo de una bolsa para Pan Arnold en Bimbo Bakeries USA, incorporando un 30% de material reciclado

Logros y casos de éxito

EN 2023, SE DESTACARON VARIOS CASOS DE ÉXITO EN EL ÁMBITO DE LOS EMPAQUES.

Estos logros fueron posibles gracias a la colaboración de una red de expertos técnicos en cada una de las unidades de negocio de la compañía. Esta red se encarga de revisar y definir todas las acciones relacionadas con la sustentabilidad a nivel de ingeniería de empaque, garantizando un enfoque integral y responsable en este aspecto clave para la empresa.



Se llevó a cabo el desarrollo de una bolsa para multiempaque de Panes Blancos en Bimbo Costa Rica con un contenido del 50% de material reciclado



Se logró desarrollar charolas de transportación elaboradas con plástico reciclado, incluyendo un 10% de empaques de Bimbo en Chile

Se utilizan tarimas y tinas de transportación elaboradas con plástico reciclado, incluyendo un 20% de empaques en México.



cero desperdicios alimentos

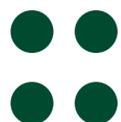
Estamos dedicados a impactar positivamente en las comunidades donde operamos. Uno de los principales objetivos dentro de nuestra estrategia de sustentabilidad es generar cero desperdicios de alimentos. Esta iniciativa desempeña un papel fundamental en la mitigación de los impactos negativos del cambio climático al reducir las emisiones asociadas con la producción y eliminación de alimentos no consumidos.

Como parte de este compromiso, hemos definido la iniciativa hacia “cero desperdicios”, donde concentramos nuestros esfuerzos tanto en la prevención del desperdicio de alimentos, como en su mejor aprovechamiento mediante el envío a destinos sustentables.

De esta forma, en nuestra estrategia evaluamos nuestro desperdicio de alimentos en cuatro nodos principales, con líderes especializados que supervisan y promueven avances en iniciativas o proyectos de mejora:



MANUFACTURA



LOGÍSTICA



CENTRO DE VENTAS



ÁREA COMERCIAL

En años anteriores nos enfocamos en desplegar el programa WOW (*War on Waste*), la iniciativa inaugural para establecer los fundamentos de una estrategia de reducción de desperdicio. Sus cinco pilares ahora forman parte integral de las operaciones diarias de las organizaciones y plantas, incorporándose de manera inherente en su gestión.

Como resultado de la incorporación de WOW en nuestras acciones diarias, lanzamos un listado de prácticas obligatorias, consolidando experiencias individuales en un compendio compartido con todas las organizaciones. Esta lista de prácticas prioriza la prevención y recuperación del desperdicio, pero también ofrece ideas prácticas para mejorar indicadores. Además, establecimos un seguimiento cercano en reuniones uno a uno. En estas, cada organización comparte acciones e iniciativas específicas implementadas para reducir impactos y potenciar resultados.

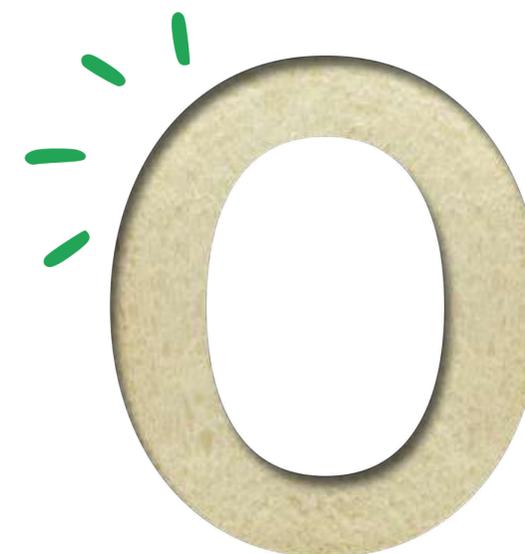
Hoy en día, el porcentaje de desperdicio de alimentos se ha integrado en un plan de negocios, reflejando cómo cada organización y equipo contribuye a través de este indicador. Cada unidad de negocio establece este parámetro como una meta que se revisa regularmente con la Dirección General.

-5%
de nuestro desperdicio evitando que se generara desde origen vs nuestra línea base 2020

43%
incremento en la recuperación del **Food Waste**

-5.9%
de desperdicios* en comparación con el 2022

99%
de los desperdicios que generamos se destinan a procesos sustentables, como compostaje y alimentación animal



* manufactura

Para dar seguimiento a las acciones implementadas y cumplir con esta meta, cada mes las organizaciones envían a Corporativo un informe detallado sobre la generación de desperdicios en todos los nodos de la **Cadena de Valor** (Manufactura, Logística, Centros de Distribución y Ventas).

Además, creamos comités para monitorear acciones y resultados, los cuales pueden reunirse mensual, bimensual o trimestralmente dependiendo de cada organización; con la finalidad de evaluar acciones, identificar lo que está funcionando y determinar áreas de refuerzo en la reducción del desperdicio. Los comités están conformados por colaboradores de niveles directivos, incluyendo vicepresidentes, de toda la cadena. También, se incluyen representantes de áreas operativas, principalmente en manufactura, como directores y gerentes de operaciones, áreas de mejora continua, mantenimiento, producción y líderes de capacitación. Con ello, logramos tener diferentes perspectivas y experiencias.

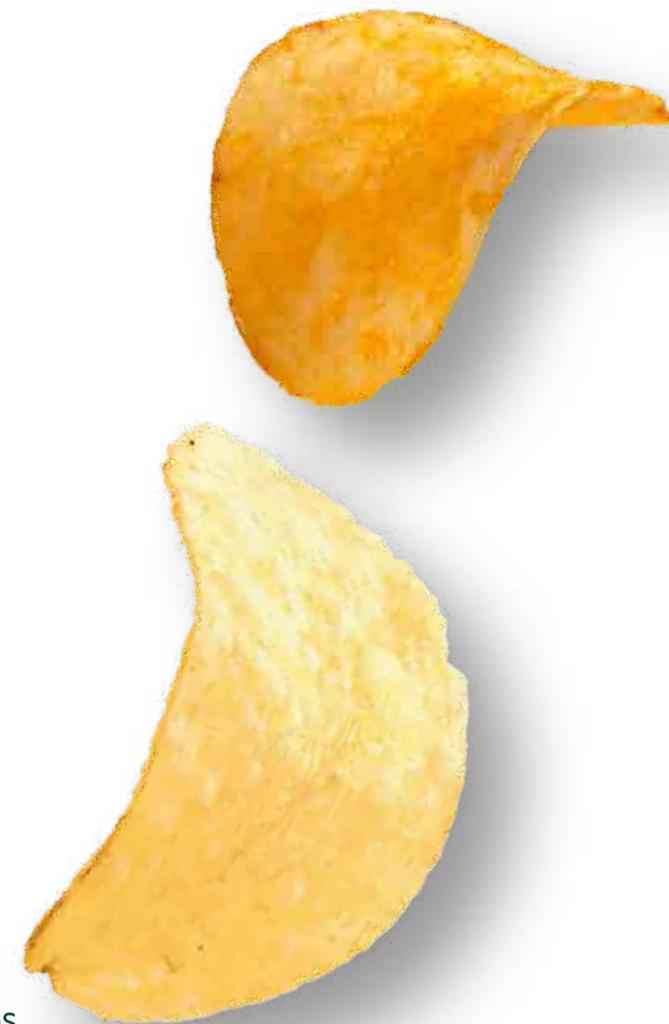
Implementamos una práctica denominada "microcomunidades de conocimiento". Estas son grupos conformados por expertos operativos de diversos niveles que se reúnen de manera regular para abordar distintos temas. El año pasado, inauguramos la microcomunidad de reducción de desperdicio, en la que participan las 10 organizaciones. En cada sesión, buscamos compartir buenas prácticas, revisar indicadores, estrategias y evaluar el progreso hacia los objetivos comunes de estas organizaciones. El propósito es conocer casos de éxito, identificar prácticas innovadoras y permitir su despliegue al resto de la organización de manera eficiente, acelerando así la mejora y el logro de nuestros compromisos.

Logramos un avance significativo este año en manufactura, siendo el primer año en el que redujimos eficazmente el desperdicio. Además, aumentamos el rescate a través de acciones como la creación de nuevos productos, entre otras iniciativas.

Para asegurar el rescate de productos que podrían desperdiciarse, monitoreamos mensualmente el número de panaderías que implementan las prácticas mandatorias.

Mantuvimos el impulso de nuestra iniciativa "**Green Logistics**", la cual está destinada a fomentar buenas prácticas en los nodos logísticos de nuestra cadena de valor. También dimos continuidad a los comités de devoluciones en nuestros centros de ventas.

En 2023 rescatamos dentro de nuestra cadena de valor un total de 27,085 toneladas de productos que no cumplen con los estándares de calidad, pero que son seguros para el consumo. Estos productos fueron reintegrados en nuestro proceso de fabricación, vendidos en mercados secundarios o donados a bancos de alimentos.



27,085

toneladas de producto rescatadas para vender en mercados secundarios o donados a bancos de alimentos.

76

panaderías que ya son cero residuos a relleno sanitario.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Mantenemos nuestro compromiso de generar alianzas estratégicas para abordar la crisis alimentaria y medioambiental a través del rescate de alimentos. Algunas de las alianzas que mantuvimos durante 2023 fueron:



MÉXICO

Participamos en la Iniciativa “Pacto por la Comida” en alianza con el Banco de Alimentos de México (BAMX) y el *Waste Resources Action Program (WRAP)*.



LATINOAMÉRICA Y CARIBE

Somos fundadores de #SinDesperdicio en Latinoamérica y el Caribe. Lideramos iniciativas con el Banco Interamericano de Desarrollo para abordar la pérdida y desperdicio de alimentos mediante políticas y capacitación.



LATINOAMÉRICA

Formamos parte del *Consumer Goods Forum (CGF)*, en el que participamos en diversas iniciativas, con énfasis en la “Coalición para el Desperdicio de Alimentos”. Así también colaboramos en la coalición global y hasta el año pasado reportamos nuestro desempeño.



EUROPA

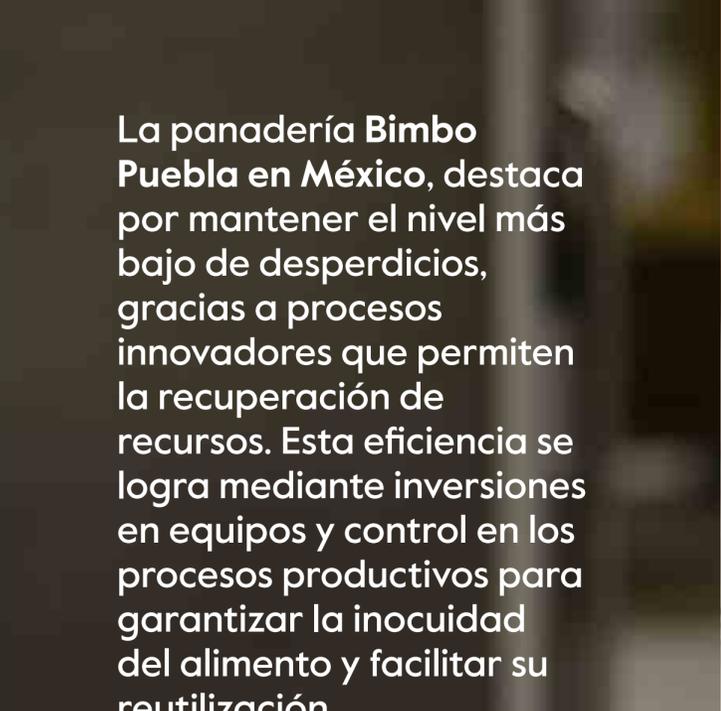
Nos destacamos como marca “*Waste Warrior*” en la iniciativa “*Too Good To Go*”, colaborando con otras marcas para combatir la pérdida de alimentos.





El Food Waste comercial ha disminuido 13.7% contra la línea base.

Bimbo Brasil y Bimbo Asia ya lograron su meta de reducción de desperdicio.



La panadería Bimbo Puebla en México, destaca por mantener el nivel más bajo de desperdicios, gracias a procesos innovadores que permiten la recuperación de recursos. Esta eficiencia se logra mediante inversiones en equipos y control en los procesos productivos para garantizar la inocuidad del alimento y facilitar su reutilización.



En Argentina, colaboramos con la start-up "Kigüi" para la recuperación de productos con vida corta en el mercado.



La implementación exitosa del Comité de Desperdicios, con equipos dedicados en cada ubicación, es una práctica crucial para perseguir la reducción constante de desperdicios.

En México, en colaboración con la aplicación CHEAF y sus sucursales de El Globo, se rescataron más de 900,000 piezas de producto para su venta en descuento, evitando así más de 255,000 empaques.



Inauguramos dos expendios con sentido social en colaboración con una fundación local para la recuperación de productos en Honduras.



Implementamos el programa "Recupera100%" en Bimbo Brasil, con el objetivo de fortalecer el enfoque y compromiso con el canal de rescate para alcanzar el 100%.

Nuestras organizaciones Bimbo Asia, Bimbo Brasil y Bimbo QSR han logrado reducir el desperdicio de alimentos en todos los nodos de sus cadenas de valor, obteniendo una disminución del 22.1%, 16.8% y 12.9%, respectivamente, en comparación con sus líneas base*.

*Nota: La línea base se establece como una combinación de los resultados obtenidos en los años 2020, 2021 y 2022 en las cadenas de valor de las organizaciones de Grupo Bimbo. - MOVER nota al caso de éxito de Bimbo Asia



El uso del proceso Sales and Operation Planning (S&OP) en Bimbo Brasil ha permitido la reducción del desperdicio.

Logros y casos de éxito

cero desperdicios de agua

Sabemos lo esencial que es el agua. Por eso, la cuidamos desde el campo hasta su reintegración en los sistemas naturales.

Reducir nuestra huella hídrica es un desafío. Lo enfrentamos a través de la implementación de proyectos que nos permitan reducir nuestro consumo y aumentar el reúso, manteniendo la calidad e inocuidad de nuestros productos.

De la mano de nuestra estrategia de agricultura regenerativa en México y en Estados Unidos, medimos y controlamos el agua para el riego de nuestros cultivos.

Asimismo, somos conscientes de que a nivel mundial enfrentamos un importante reto de estrés hídrico. Para ayudar a gestionarlo, contamos con mecanismos que buscan la conservación de nuestros ecosistemas, participando en proyectos forestales y concientizamos en todos los niveles de nuestra empresa la importancia y el uso del agua. Creemos que estos son factores cruciales para mitigar nuestros impactos y garantizar un futuro sustentable del agua.

Todos nuestros centros de trabajo fueron sometidos a un análisis de riesgo hídrico actualizado. Hemos identificado 84 sitios de manufactura con niveles de estrés hídrico alto a extremadamente alto*.

* Nuestro estudio de estrés hídrico fue realizado en 2023 por un tercero, con herramientas del Aqueeduct Water Risk Atlas basado en la categoría de una industria de "alimentos y bebidas". Se actualiza cada tres años por un especialista externo y anualmente de manera interna.

Derivado de ello, hemos implementado una serie de acciones de mitigación. Entre ellas, están:

- **Analizar nuestros equipos y actividades de mayor consumo.**
- **Captar agua de fuentes alternas.**
- **Colocar membranas de ultrafiltración a nuestros sistemas de tratamiento para asegurar que podemos reusar el 100% del agua tratada.**
- **Mejorar la disponibilidad de agua para las comunidades donde operamos, con nuestros proyectos Buen Vecino, programas de mejoramiento forestal, donaciones de agua tratada, entre otros.**

De igual forma, cada uno de nuestros centros de trabajo no ubicados en sitios de escasez hídrica, adapta planes y acciones según su contexto regional.

96%

de nuestra meta del reúso de agua tratada alcanzada vs. nuestra línea base 2019

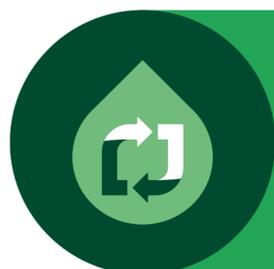


EFICIENCIA EN EL CONSUMO DE AGUA

Enfrentamos el desafío de promover la circularidad y reducir el desperdicio de agua en nuestros procesos y cadena de valor. Para ello, contamos con las siguientes iniciativas clave.



MEJORAS



01

MEJORAS EN PROCESOS DE LIMPIEZA

En conjunto con las áreas de calidad e inocuidad alimentaria se busca estandarizar la limpieza de equipos que representan un alto consumo de agua. En el 2023 adquirimos el mayor número de generadores de vapor seco para limpieza, y seguimos replicando el uso de detergentes de bajo consumo de agua en todas nuestras operaciones.

02

MEJORAS EN SERVICIOS A PROCESOS

Continuando con nuestros esfuerzos para tener las mejores tecnologías, durante 2023 mejoramos nuestros controles de medición de agua en línea, implementando sistemas remotos. De igual forma, hemos mejorado nuestra medición del consumo. Nuestros vehículos son lavados con agua proveniente de plantas de tratamiento, captación pluvial o por métodos secos.

03

MEJORAS EN SERVICIOS GENERALES

Ejecutamos prácticas mandatorias de sustentabilidad que son replicadas en todas nuestras operaciones. Hemos instalado más sistemas de captación de agua pluvial para poder obtener una fuente alterna de consumo de agua.

Crecimos líneas de producción y panaderías. Esto ha generado un aumento de 0.65% de metros cúbicos de agua por cada tonelada de alimento producida vs nuestra línea base (2019). Sin embargo, creemos que las réplicas de buenas prácticas y los proyectos ejecutados en este último año nos guían a alcanzar nuestros objetivos.

Como parte de nuestra estrategia de optimización del consumo de agua, seguimos replicando nuestras prácticas mandatorias. Entre ellas destacan:

- 34 panaderías y 264 centros de ventas y distribución ahora pueden medir su consumo alineado a la estrategia de conectividad de GBConnected
- Plantas de tratamiento con calidad de reuso:
 - 2 nuevas plantas de tratamiento
 - 10 reingenierías
- Contamos con programas de detección, eliminación y prevención de fugas
- Seguimos prácticas de limpieza sustentables como el lavado a alta presión, limpieza en seco, vapor seco, entre otros
- Limpiamos nuestros vehículos con limpieza en seco o agua tratada
- Instalamos 12 nuevos sistemas de captación pluvial



34

panaderías miden el consumo de agua de forma remota

12 + 10

nuevos sistemas de captación y tratamiento de agua pluvial

reingenierías ejecutadas en nuestro sistema de tratamiento

*Reúsos aprobados en lavado de vehículos, riego y sanitarios.

REÚSO DE AGUA TRATADA

Nos apegamos a las leyes más exigentes a nivel global. Contamos con un estándar global que regula nuestras descargas de agua, garantizando el cumplimiento de los requisitos y parámetros mínimos en todos nuestros centros de trabajo.

Actualmente reusamos el agua en:

- **Riego de áreas verdes**
- **Sanitarios**
- **Pozos de infiltración/absorción vs. regulación local**
- **Lavado de vehículos**
- **Limpiezas fuera de las zonas de producción**
- **Condensadores en ciclos de refrigeración**
- **Donación de agua a terceros**
- **Preparación de químicos para nuestras plantas de tratamiento**

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Nuestra estrategia de compensación hídrica se traduce en la participación de proyectos buen vecino estableciendo lazos con nuestras comunidades para lograr cuatro objetivos clave:

- A. Plan de conservación con impacto a nivel social
- B. Estrategia de gestión y eficiencia hídrica
- C. Metodología para el análisis de escenarios futuros
- D. Estrategia de comunicación y sensibilización

REÚSO DE AGUA EN GRUPO BIMBO

Los datos de consumo de agua presentados en este informe han sido verificados por un tercero, Carbon Trust, cumpliendo con la norma ISAE 3000. Los resultados y conclusiones presentados en este informe se basan en la información disponible al momento de la verificación y pueden estar sujetos a cambios en el futuro debido a factores externos que afecten el consumo de agua.

En los datos presentados se excluye a Ricolino.

Fuente de agua

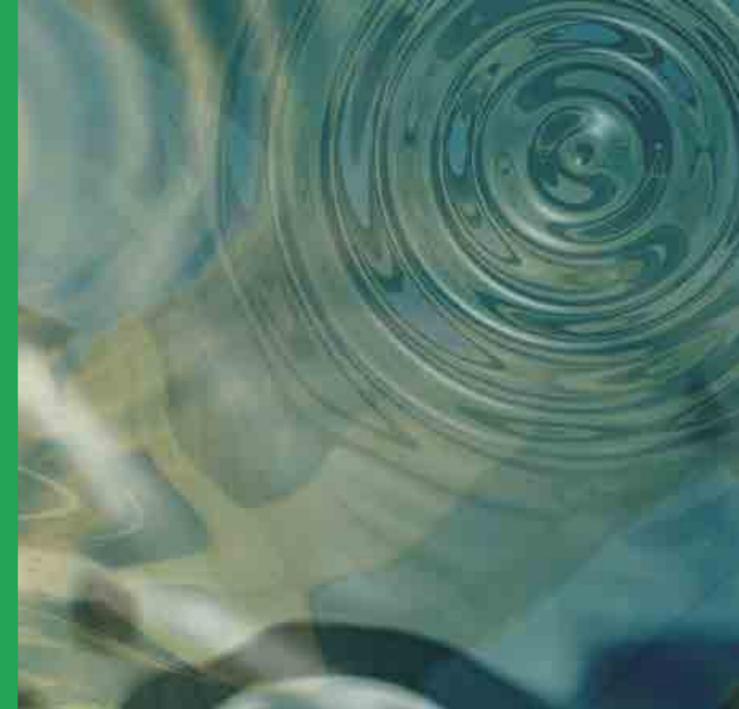
	2019	2020	2021	2022	2023
Agua tratada (m ³)	598,081	629,294	674,592	928,075	782,322
Agua reusada (m ³)	467,469	520,941	538,471	582,019	588,438
Porcentaje reúso vs línea base	74.3%	82.8%	85.6%	92.5%	98.4%

Uso de agua tratada y pluvial en el lavado de vehículos de lavado de vehículos a través de lavado en seco, uso de agua reciclada, uso de agua de lluvia en Bimbo y Barcel México, Centroamérica y Estados Unidos.

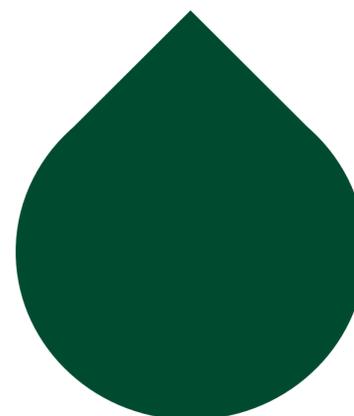


Bimbo Brasil / Bimbo Chile, lavado en seco de toda la flota.

Uso de agua de lluvia tratada en áreas generales.



Logros y casos de éxito



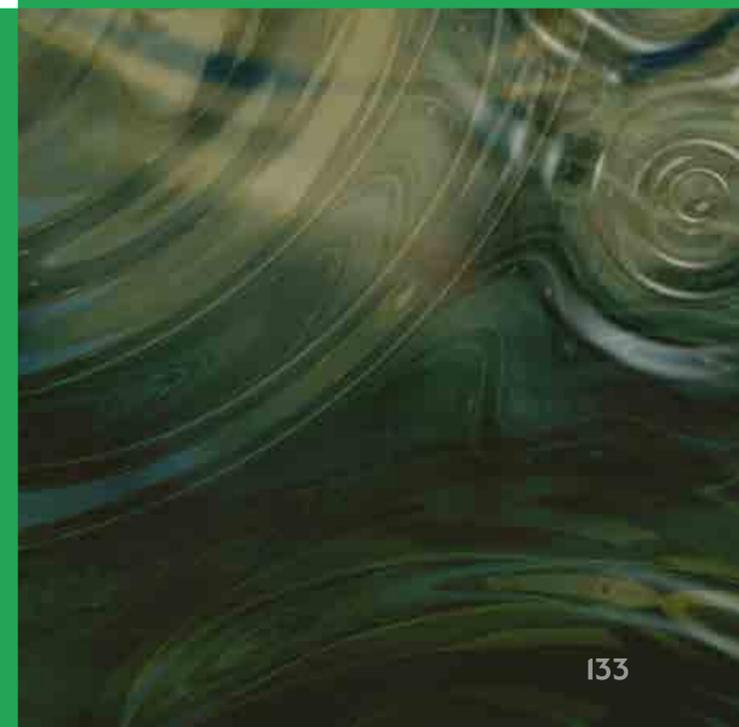
Reducción de consumo de agua por limpieza con maquinas de vapor en seco.

Sistemas de medición de agua en línea en México, Chile y Colombia.



97 plantas de tratamiento de aguas residuales con calidad de agua de reúso.

Mejora de sistemas de tratamiento con membranas de ultrafiltración.

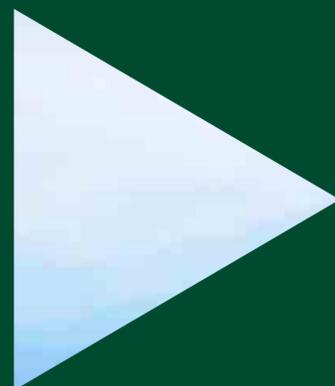




cero emisiones netas de carbono

Establecemos objetivos claros y compromisos sólidos para acelerar nuestra transición hacia cero emisiones netas de carbono.

Alineados a Science Based Targets como parte de la campaña de Race to Zero, seguimos avanzando con nuestros compromisos hacia el 2050 impulsando nuestras iniciativas en los tres alcances.



NUESTRO COMPROMISO

2025

100%
de la energía eléctrica será de fuentes renovables

2030

-50%
emisiones de Alcance I

-28%
emisiones de Alcance 3



AVANCE AL 2023

92%
de la energía eléctrica es de fuentes renovables

27
países consumen 100% energía eléctrica renovable

-9%
de reducción de emisiones de alcance I en nuestra estrategia movilidad sustentable.*

-3.7%
de reducción de emisiones de alcance 3.*

63%
de nuestros equipos de refrigeración operan con refrigerantes naturales.

*En proceso de validación por un tercero.

nuestra ruta hacia las cero emisiones netas de carbono

Desde 2012, hemos trabajado para reducir el impacto ambiental de nuestras operaciones y prevenir la generación desmesurada de emisiones contaminantes. Para ello, hemos enfocado nuestros esfuerzos en maximizar el uso de energía eléctrica de fuentes renovables y optimizar los recursos en nuestros procesos mediante la implementación de proyectos de eficiencia energética.

Nuestro compromiso para alcanzar las cero emisiones netas de carbono en 2050, siguiendo la metodología de Iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia (SBTi, por sus siglas en inglés), se basa en dos condiciones clave*:

1. Reducir las emisiones en nuestra cadena de valor a la misma intensidad que la reducción global, limitando así el calentamiento global a 1.5 °C.
2. Neutralizar las emisiones residuales no reducibles, eliminando permanentemente la cantidad equivalente de dióxido de carbono atmosférico, a través de otras medidas de secuestro de carbono.

* Definición de cero neto por la Iniciativa de Objetivos Basadas en la Ciencia (SBTi): <https://sciencebasedtargets.org/>

** Los datos presentados se encuentran en verificación por un tercero.



	2021	2022	2023
EMISIONES TOTALES DE ALCANCE** I, 2 Y 3			
Ton CO ₂ e alcance 1	1,108,620	1,127,129	1,113,797
alcance 2	128,019	61,393	34,545
alcance 3	8,696,636	10,071,853	9,000,000
total	9,933,276	11,260,375	10,148,342

NUESTRA RUTA HACIA CERO EMISIONES NETAS DE CARBONO



ALCANCE 1

Movilidad sustentable

Eliminación de combustibles fósiles

Refrigerantes naturales

Innovación y nuevas tecnologías

ALCANCE 2

Energía eficiente y edificios sustentables

Energía Renovable

Sistema de almacenamiento

Instalaciones eléctricas

ALCANCE 3

Suministro bajo en carbono

Agricultura regenerativa

Cero desperdicios

Colaboradores hacia las cero emisiones netas de carbono

Movilidad tercerizada sustentable

Huella de carbono de clientes

Inversiones

Mejoramiento forestal

En seguimiento a las 16 estrategias definidas para cumplir con nuestros objetivos de descarbonización.

alcance I

ESTRATEGIA I Movilidad sustentable

Buscamos reducir las emisiones de nuestra flota mediante la transición de unidades de combustible fósil a unidades con tecnologías más limpias, como vehículos eléctricos alimentados por energía eléctrica proveniente del sol y del viento o combustibles alternativos con bajas emisiones de carbono.

Al cierre de 2023 sumamos más de 2,690 vehículos eléctricos a nivel global, manteniendo nuestra posición como la compañía con la flota eléctrica más grande de América Latina. Con ello, evitamos la emisión de más de 800 Tons CO₂ anuales.

Adicionalmente, a lo largo de 2023, en México adquirimos 1,001 *vanettes*, + 300 vehículos eléctricos de supervisión, 6 tractores eléctricos y + 15 camiones eléctricos. Asimismo, en Costa Rica agregamos 54 vehículos eléctricos y en Colombia 3 camionetas y 50 vehículos eléctricos a sus flotas respectivas.

Además, este año tuvimos un gran avance en la migración a vehículos eléctricos en México, Estados Unidos, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Chile y España.

En 2023, creamos el Comité de Movilidad Sustentable, un equipo multidisciplinario que integra diversas áreas, incluyendo Ventures, Logística y Vehículos, Compras,

Ventas, Ingeniería y *Net Zero Carbon*. La finalidad de este comité es realizar un seguimiento detallado de los planes relacionados con la movilidad sustentable asegurando estar siempre a la vanguardia.

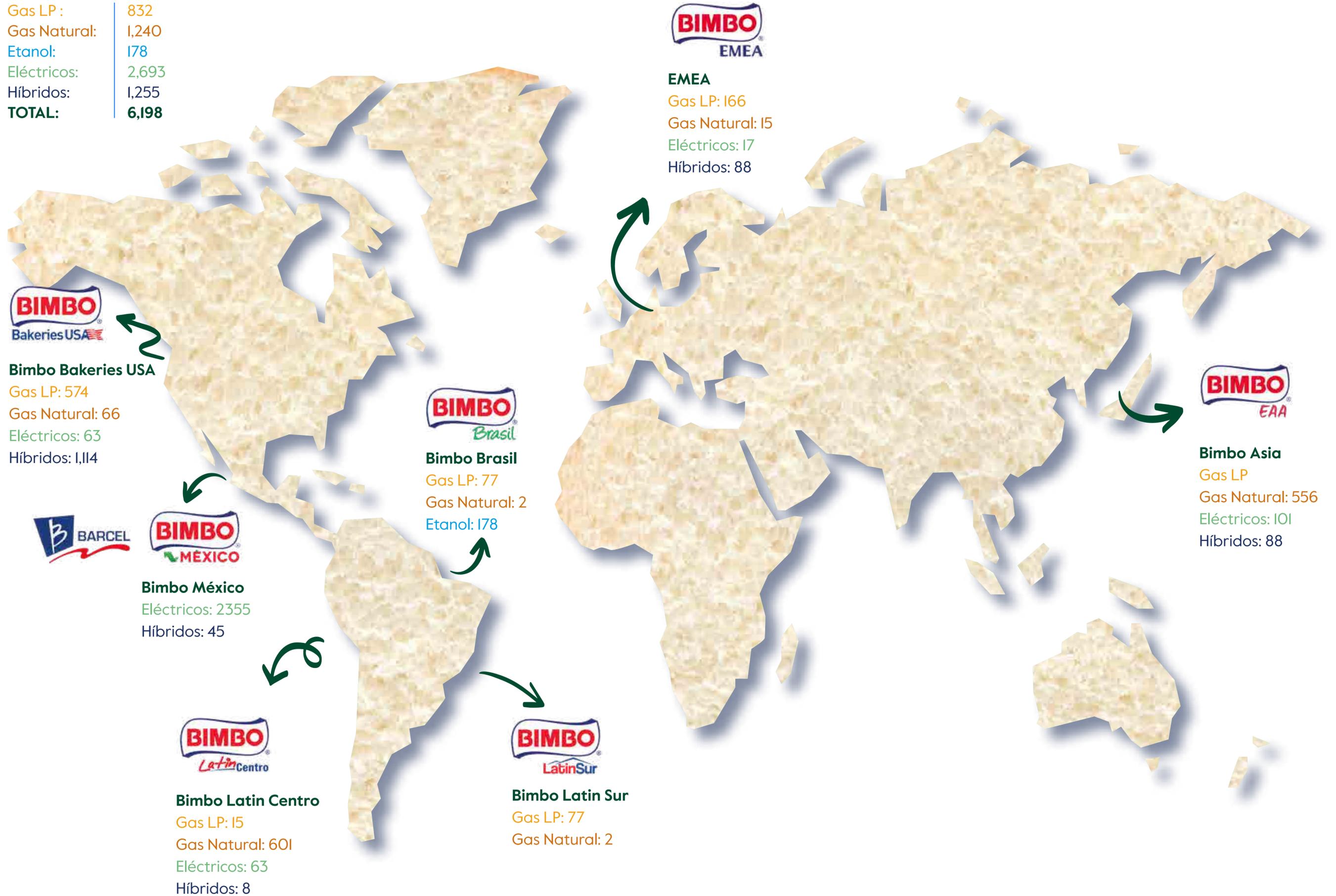
Somos conscientes de que alcanzar nuestros objetivos implica la implementación de diversas acciones. Por ello, exploramos alternativas como el gas propano renovable, reconociendo la importancia de ampliar nuestras opciones de combustibles sustentables. Asimismo, nos comprometemos a replicar los aprendizajes adquiridos y a identificar las estrategias más efectivas, con el fin de avanzar de manera sólida hacia nuestras metas.

+6,190
vehículos
con fuentes
alternativas



NUESTRA FLOTILLA

Gas LP :	832
Gas Natural:	1,240
Etanol:	178
Eléctricos:	2,693
Híbridos:	1,255
TOTAL:	6,198



ESTRATEGIA 2

Eliminación de combustibles fósiles

Con el firme objetivo de reducir el uso de combustibles fósiles en nuestra cadena de valor, continuamos explorando nuevas tecnologías, para la transición de equipos de producción como hornos y freidoras, hasta boilers y generadores de respaldo en equipos cero emisiones de carbono. Además, implementamos un proyecto piloto de conversión en hornos de gas a resistencias de electricidad y quemadores con fuentes alternas como hidrógeno, con prototipos líderes en la industria de la panificación.

Elaboramos un plan de descarbonización para cada planta en la organización de Latin Sur que incluye las tecnologías en exploración y las prácticas mandatorias que hemos reportado en años anteriores y dan beneficios en temas de eficiencia energética y reducción de emisiones.

Para conocer sobre nuestras 10 prácticas mandatorias, haz clic aquí.

ESTRATEGIA 3

Refrigerantes naturales

Durante 2022, se puso en marcha el primer sistema de con Refrigerantes Naturales en Latinoamérica en una panadería de productos frescos y durante el 2023, validamos el desempeño, seguridad y eficiencia de esta solución y lo replicamos en otras panaderías. Generando sinergias con contratistas locales, arrancamos sistemas en México, Costa Rica, Perú, Colombia y Argentina, comprobando que esta solución es eficiente en distintas latitudes de América Latina. Con lo anterior, los Refrigerantes Naturales son la primera opción en procesos de congelado y de producto fresco en Latinoamérica y estamos trabajando otras geografías para superar los retos que se presentan por la falta de oferta de equipo y servicio técnico, con el fin de acelerar nuestra migración.

ESTRATEGIA 4

Innovación y nuevas tecnologías

Seguimos en la exploración de nuevas tecnologías que nos permitan alcanzar nuestro objetivo de cero emisiones, de manera eficiente y accesible para la empresa.

Prueba piloto de conversión de quemadores de horno a fuentes alternativas.

63%
refrigerantes que utilizamos en nuestra operación son naturales

alcance 2

ESTRATEGIA 5

Energía eficiente y edificios sustentables

GB Connected Sustentabilidad es nuestra solución global para recopilar y digitalizar de forma automática información de los consumos a nivel general y de procesos críticos de electricidad, gas y agua en nuestros centros productivos, de distribución y de ventas, a través de conectividad IIoT (Internet Industrial de las Cosas) en tiempo real; con el objetivo de tener visibilidad y análisis junto con indicadores de desempeño operativos poder tomar decisiones que mejoren el aprovechamiento de estos recursos.

En 2023, terminamos de equipar 264 centros de venta y centros de distribución de Bimbo México, 22 plantas a nivel general de Bimbo México, la migración de plataforma de las 5 plantas que ya tenía Barcel + Barcel Atitalaquia al nivel 3 (equipos críticos).

ESTRATEGIA 6

Energía eléctrica renovable

En seguimiento a nuestro compromiso de utilizar energía eléctrica 100% renovable en nuestra operación para 2025.

En 2023, Rusia, Marruecos, Kazajistán, China*, Corea del Sur convirtieron su operación al uso de energía eléctrica 100% renovable, a través de la adquisición de certificados de energía renovable (iRECs) provenientes de energía limpia.

Guatemala se sumó a los países que usan energía eléctrica 100% renovable a través de un contrato de compra de energía hidroeléctrica.

Adicionalmente, en Octubre 2023 entro en operación el parque eólico de Canadá (Hilda wind) convirtiendo a la operación en 50% renovable.



100% energía eléctrica renovable

1. Estados Unidos
2. México
3. Guatemala
4. Costa Rica
5. Panamá
6. Colombia
7. Ecuador
8. Perú
9. Chile
10. Argentina
11. Paraguay
12. Uruguay
13. Brasil
14. Portugal
15. España
16. Francia
17. Italia
18. Reino Unido
19. Turquía
20. Kazajistán
21. Suiza
22. Marruecos
23. Rumania
24. Corea del Sur
25. China
26. Sudáfrica
27. Rusia

DATOS DESTACADOS

Al cierre de 2023

+290
sitios con GB
Connected
Sustentabilidad

27
países de nuestra
operación utilizan:

100%
energía eléctrica
renovable

92%
energía renovable
a nivel global
equivalente a una
reducción de 90%
de emisiones de
carbono vs 2019

*Bimbo y BQ

ESTRATEGIA 7 Sistemas de almacenamiento

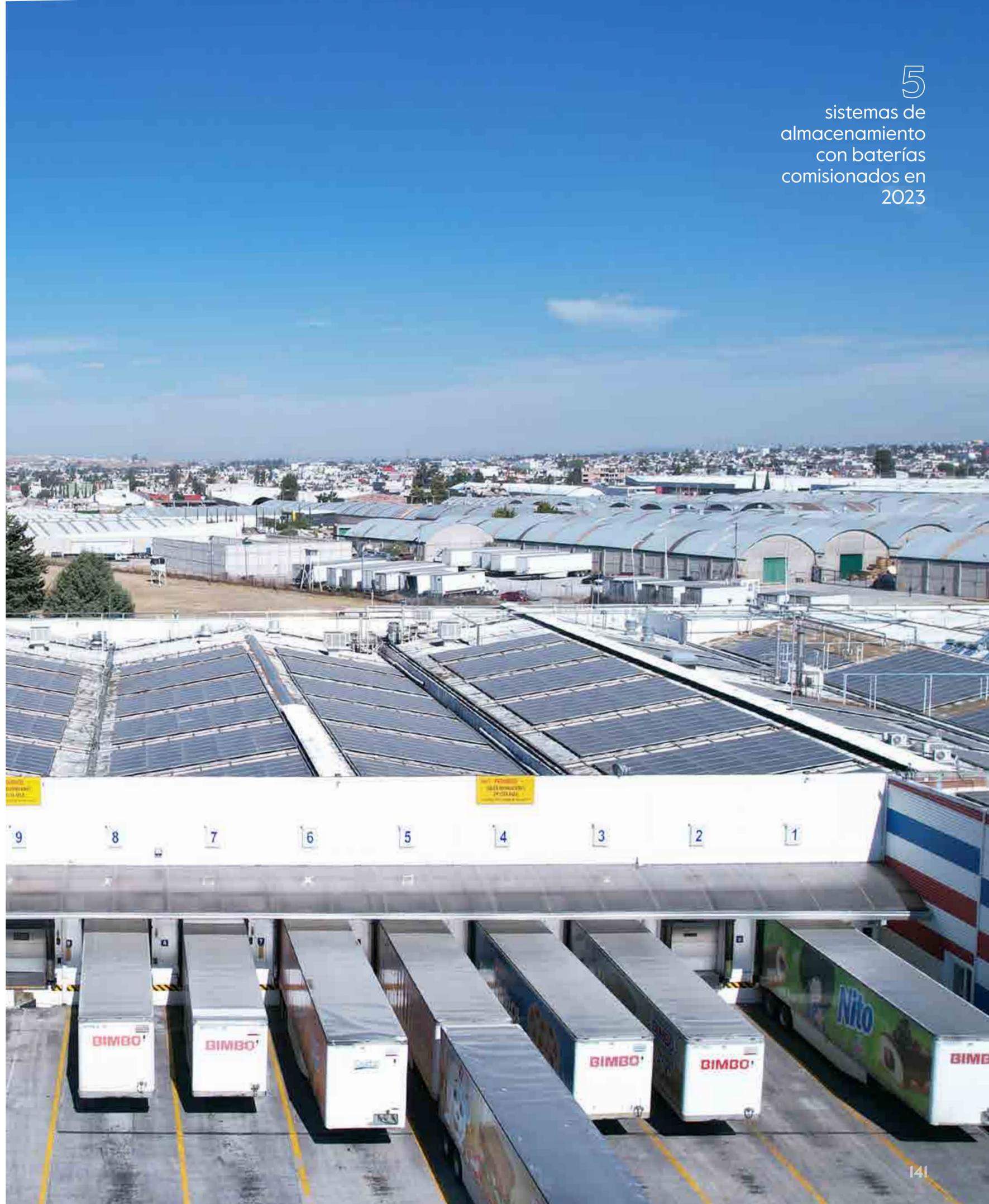
Continuamos con la implementación de sistemas de almacenamiento de baterías de ion litio como respaldo de energía eléctrica en nuestras panaderías para prevenir interrupciones en el proceso de producción y minimizar pérdidas de producto.

Al cierre de 2023, ya contamos con 13 sistemas de almacenamiento en México, Panamá, Costa Rica, Estados Unidos y Canadá.

ESTRATEGIA 8 Instalaciones eléctricas

Nuestros centros de trabajo operan con energía eléctrica, por eso, es de vital importancia garantizar el correcto funcionamiento de la instalación, dando seguimiento constante a los mantenimientos programados, asegurar la operatividad del sitio y la seguridad de nuestros colaboradores.

En 2023 equipamos 18 centros de venta con infraestructura eléctrica para recibir vehículos eléctricos. En línea con el lanzamiento del manual de seguridad de vehículos eléctricos que tiene como propósito guiar a los colaboradores en lo relacionado a la adopción y operación segura, estableciendo pautas detalladas que abarcan desde la operación responsable hasta el mantenimiento adecuado de las instalaciones de cargadores e infraestructura eléctrica.



alcance 3

+80%
tasa de respuesta
de cuestionario
CDP

ESTRATEGIA 9 Suministro bajo en carbono

Trabajamos estrechamente con nuestros proveedores clave para reducir la huella de carbono en toda la cadena de suministro.

Por quinto año consecutivo, Grupo Bimbo participó en el programa de Supply Chain de CDP promoviendo la divulgación de información sobre cambio climático con nuestros proveedores fortaleciendo así la estrategia con la cadena de suministro en este ámbito.

En 2023 fuimos reconocidos por CDP como Líder en Compromiso con Proveedores con una tasa de respuesta de +80% en temas relacionados con el cambio climático.

Adicionalmente, este año, impulsamos la estrategia *Low Carbon Supply* y creamos el programa B-CAP, con nuestros principales proveedores, donde buscamos entender la cadena de valor de nuestros proveedores a nivel global para apoyar en sus planes de descarbonización.

La estrategia inició ofreciendo *webinars* donde comunicamos la estrategia de sustentabilidad y cero emisiones netas de carbono de Grupo Bimbo, buscando compartir el papel crucial que desempeñan nuestros proveedores en nuestra cadena de valor.

Posteriormente, llevamos a cabo reuniones individuales con cada proveedor que participó, garantizando un seguimiento cercano, diálogo continuo y apoyo personalizado para que puedan definir y avanzar en sus estrategias.



ESTRATEGIA 10

Agricultura Regenerativa y cero deforestación

Continuamos impulsando las prácticas de Agricultura Regenerativa para reducir las emisiones en nuestros ingredientes desde el campo.

Para conocer más acerca de nuestras acciones de Agricultura Regenerativa, haz clic aquí.

Al mismo tiempo avanzamos con nuestro compromiso con cero deforestación. Para mayor información, haz clic aquí.

ESTRATEGIA 11

Cero Desperdicios

En el avance de la iniciativa hacia cero desperdicios al cierre 2023 el 93% de nuestros empaques son de materiales reciclables.

Para conocer más acerca de nuestras acciones en circularidad, haz clic aquí.

ESTRATEGIA 12

Colaboradores hacia las cero emisiones netas de carbono

En mira hacia la adopción de formas más limpias de transporte para nuestros colaboradores, estamos proporcionando alternativas híbridas y/o eléctricas, además de instalar una red de cargadores eléctricos en las oficinas corporativas para seguir impulsando dichas tecnologías.

ESTRATEGIA 13

Movilidad tercerizada sustentable

Continuamos trabajando en la reducción de emisiones de nuestras flotas tercerizadas mediante talleres y diálogos con nuestros proveedores. Para ello, proponemos la transición hacia tecnologías más limpias, como vehículos eléctricos con energía eléctrica renovable o combustibles alternativos de bajas emisiones de carbono.

ESTRATEGIA 14

Huella de Carbono de Clientes

Seguimos apoyando a nuestros clientes para reducir las emisiones en su cadena de valor con acciones contundentes, y hemos sido nombrados socios destacados por diversas empresas.





ESTRATEGIA 15
Inversiones

Continuamos desarrollando una estrategia interna para dirigir nuestras inversiones hacia proyectos o fondos que sean completamente libres de emisiones de carbono.

ESTRATEGIA 16
Mejoramiento forestal

Se autorizaron 5 millones de pesos para el desarrollo de 4 pilotos de mejoramiento forestal que estaremos desarrollando en 2024.

Iniciamos un programa de mejoramiento forestal en Costa Rica.



Convertimos 5 países en 100% renovables para dar un total de 27 países 100% renovables, igual a 92% energía eléctrica renovable global.

Por segundo año consecutivo, obtuvimos la calificación "A" en el *ranking* The A List 2023 de CDP.



Instalamos + 15 techos solares en México, Costa Rica, España y Portugal, de + 150 totales a nivel global.

Instalamos 5 sistemas de almacenamiento de energía renovable en Costa Rica y México.

logros y casos de éxito



Instalamos un equipo de refrigeración natural en Costa Rica, 63% de nuestros sistemas de refrigeración a nivel global operan con refrigerantes naturales.



Equipamos 18 sitios con infraestructura eléctrica para carga de vehículos eléctricos.

Prueba piloto exitosa en un horno de pan con un quemador de hidrogeno en Portugal.



Encendimos nuestro parque eólico en Canadá que nos vuelve 50% en el país.

Instalamos resistencias eléctricas en un horno de panquelería en Colombia.



agricultura regenerativa

Grupo Bimbo apoya prácticas de agricultura regenerativa que promueven la recuperación ambiental, económica y social, buscando la resiliencia y adaptación de los suelos. Reconocemos que, a largo plazo, el sustento de los agricultores dependerá de la disponibilidad y calidad de recursos naturales. De la misma forma, la salud y el bienestar de toda la población impactada por la producción agrícola se verá beneficiada.

En 2023 nuestra meta fue alcanzar 150,000 hectáreas registradas en el programa de Agricultura Regenerativa. Gracias a nuestras acciones y esfuerzos en este ámbito, superamos esta meta en un 13%, con aproximadamente 170,000 hectáreas. Esto incluyó 7,000 hectáreas de maíz, 200 hectáreas de papa y un incremento de 163,000 hectáreas de trigo. Estos resultados nos impulsan a seguir trabajando por la mejora constante y a replantear nuestras metas para los próximos años.



NUESTRO COMPROMISO

2050

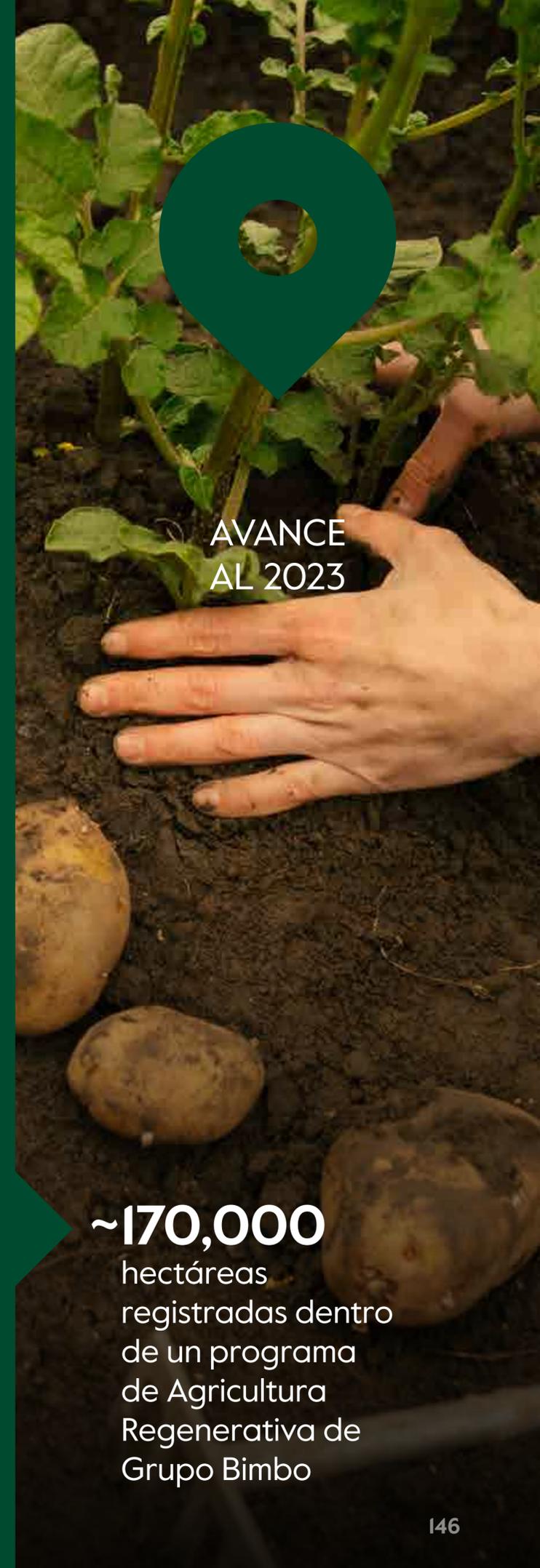
100%

de nuestros ingredientes clave se obtendrán de tierras cultivadas con prácticas de Agricultura Regenerativa

2024

200,000

Hectáreas registradas en el programa de agricultura regenerativa



AVANCE AL 2023

~170,000

hectáreas registradas dentro de un programa de Agricultura Regenerativa de Grupo Bimbo

agricultura regenerativa

En Grupo Bimbo sabemos que adoptar prácticas agrícolas regenerativas no solo mejora la salud del suelo y aumenta la biodiversidad, sino que también desempeña un papel crucial en la captura de carbono y otros servicios ecosistémicos de gran importancia. Al fomentar suelos saludables y ricos en carbono orgánico, ayudamos a almacenar carbono en el suelo, contribuyendo así a la mitigación del cambio climático. A largo plazo, esta estrategia promueve la resiliencia de nuestra cadena de suministro y asegura la disponibilidad y calidad de los ingredientes clave para nuestros productos.

En nuestro programa de agricultura regenerativa, promovemos el uso de químicos de bajo impacto ambiental. También incentivamos la liberación de insectos benéficos para controlar las plagas de forma natural, reduciendo así la necesidad de usar insumos químicos y contribuyendo a la biodiversidad.

PRÁCTICAS DE AGRICULTURA REGENERATIVA

Para alcanzar la meta de que el 100% de ingredientes clave se obtengan de tierras cultivadas con prácticas de Agricultura Regenerativa.

Proyectos piloto



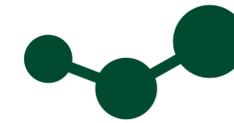
Desarrollamos proyectos con agricultores estratégicos y proveedores de trigo, maíz y papa en regiones clave

+127,000 hectáreas de trigo en Estados Unidos

19,000 hectáreas de trigo en Canadá

+20,000 hectáreas de trigo, maíz y papa en México

Capacitaciones



Capacitamos e impulsamos **networking** con agricultores y proveedores para alinearse con metas de mejora ambiental que impulsen un sistema alimentario resiliente

502 agricultores en México

38 cursos para los agricultores de maíz y trigo

Tecnología



Participamos en la investigación y el avance de tecnologías aplicadas a la agricultura

Desarrollamos cadenas de suministro desde la plantación o punto de origen del trigo, para trigo importado y trigo doméstico

Generamos conocimiento para establecer un programa de Agricultura Regenerativa en las principales zonas de producción en México

NUESTROS AVANCES EN 2023

En 2018 iniciamos nuestro proyecto de Agricultura Regenerativa en México. Un desafío importante ha sido integrar a más agricultores en estas iniciativas, ya que los beneficios de las prácticas de Agricultura Regenerativa no son inmediatos. Sin embargo, la creación de redes de *networking*, donde se tiene la oportunidad de intercambiar información, mejores prácticas, desafíos y demás experiencias, ha permitido que año con año incremente la cantidad de agricultores que se suman de manera voluntaria.

En junio 2023 comenzamos a buscar, identificar y evaluar posibles aliados en Agricultura Regenerativa en centro y Sudamérica. En julio extendimos nuestro programa a más productores ubicados en Estados Unidos y Canadá.

2023 marcó un hito en nuestro aprendizaje en el programa de Agricultura Regenerativa (RA). Este programa ha fortalecido la comunicación y el diálogo con diversos grupos de interés, como consultores agrícolas, agricultores, proveedores y otros actores clave. Esto nos permite respaldar y poner en el foco de atención al sector agrícola.

Con esto en mente, creamos un marco de trabajo que utilizaremos con todos nuestros pilotos para estandarizar las prácticas en línea con los KPIs definidos para este tema. Este marco de trabajo proporciona una estructura flexible que se puede adaptar al contexto regional y al nivel de madurez de Agricultura Regenerativa en cada caso.

Unimos fuerzas para alcanzar metas comunes con toda la cadena de valor. Generamos un impacto positivo en todos nuestros grupos de interés.

Contamos con un programa que promueve la salud del suelo, por lo que tuvimos un evento para capacitar a agrónomos y agricultores en Estados Unidos. Cubrimos los principios del suelo y las prácticas agrícolas con ejercicios prácticos en sus campos. Después, realizamos pruebas de suelo, seguimiento y revisión de resultados para evidenciar los beneficios de la agricultura regenerativa.

Cabe destacar que, en materia de trigo y maíz, estamos comprometidos activamente con desarrollar nuestra cadena de suministro con el objetivo de incrementar la transparencia, fortalecer los Derechos Humanos y preservar el medio ambiente.

Por sexto ciclo consecutivo, nuestra colaboración con el Centro Internacional de Mejoramiento de Maíz y Trigo (CIMMYT) ha aumentado la eficiencia en el uso de recursos, al mismo tiempo que ha resultado en la reducción de las huellas de carbono e hídrica.



trigo en México



8,390
hectáreas con
prácticas de
Agricultura
Regenerativa

245
agricultores
capacitados

+48,000
toneladas de
trigo producidas

+15%
de productividad
en el uso de
agua comparado
con prácticas
convencionales

-50%
de emisiones de
CO₂e para 2023

TRIGO EN MÉXICO

La agricultura regenerativa se ha convertido en un enfoque esencial en la producción de trigo en México, ya que es un país donde el cultivo de trigo desempeña un papel crucial en la seguridad alimentaria.

Además, en asociación con EDUCAMPO, se impartieron cursos a 120 agricultores en el programa de Fortalecimiento Humano y Social, centrados en temas de desarrollo personal, administración de recursos y gobernanza organizacional.

+1000%

crecimiento en 2023 de la superficie de hectáreas con prácticas de Agricultura Regenerativa vs. 2022

maíz en México

+73 mil toneladas de maíz producidas

Incorporamos prácticas agrícolas regenerativas en nuestra cadena de suministro de maíz.

7,307 hectáreas con prácticas de Agricultura Regenerativa

+3% de productividad en el uso de agua comparado con prácticas convencionales

257 agricultores capacitados

-55% de emisiones de CO₂e para 2023 vs. prácticas de agricultura convencional

130%

crecimiento en 2023 de la superficie con prácticas de agricultura regenerativa en cultivos de maíz vs. 2022

MAÍZ EN MÉXICO

También incorporamos prácticas agrícolas regenerativas en nuestra cadena de suministro de maíz. Al trabajar en estrecha colaboración con agricultores mexicanos, no solo elevamos la calidad de nuestras materias primas, sino que también impulsamos un modelo agrícola más sustentable y consciente del medio ambiente en el país.

Durante 2023, en México logramos aumentar la productividad del uso del agua en un 21% para los cultivos de maíz, como lo ha verificado el CIMMyT. Estos resultados se alcanzaron gracias a la adopción de prácticas como la labranza cero, la rotación de cultivos, el uso de cultivos de cobertura y la incorporación de residuos de cosechas anteriores en el suelo. Estas prácticas fomentan una mayor retención de agua en el suelo, reduciendo así la evaporación y manteniendo niveles óptimos de humedad.

trigo en Estados Unidos

Estamos decididos a impulsar la Agricultura Regenerativa. Por ello, este año llevamos a cabo diversas iniciativas destinadas a respaldar este objetivo.



papa en México

Papa certificada a través de GlobalG.A.P.

GLOBALG.A.P. es un esquema que promueve una producción segura y sustentable, beneficiando a productores, minoristas y consumidores globalmente. Conocido como la Norma para el Aseguramiento Integrado de Fincas (IFA), se aplica en cultivos, ganadería y acuicultura.

Los proveedores que siguen GlobalG.A.P. nos garantizan la calidad de la papa y su adhesión a buenas prácticas agrícolas mediante una carta de garantía. La certificación abarca aspectos como:

- Inocuidad alimentaria
- Trazabilidad
- Medio ambiente
- Salud y seguridad del trabajador
- Cuidado animal

Hemos acompañado a los proveedores en su proceso de certificación, y todos los que lo han completado, han obtenido su certificado. Esta relación de compromiso y colaboración entre proveedores, casa certificadora y Grupo Bimbo es clave para la mejora continua. A través de la casa certificadora, supervisamos el proceso de certificación y renovación de certificados, y junto con el equipo de calidad, realizamos visitas de campo aleatorias durante la cosecha.

Trabajamos con los equipos de Calidad para auditar y autorizar proveedores.

80%
de nuestros
proveedores
siguen la
metodología de
GlobalG.A.P.

20%
está en proceso de
certificación

biodiversidad

En Grupo Bimbo, trabajamos constantemente por mejorar nuestro desempeño ambiental. Por eso somos plenamente conscientes de su vital importancia a nivel global y como parte de nuestro compromiso con la sustentabilidad, buscamos gestionar nuestras operaciones en torno a la biodiversidad de manera responsable.

Con este compromiso presente, nos hemos enfocado en gestionar el tema de la biodiversidad a través de acciones concretas dentro de nuestras iniciativas abastecimiento sustentable y Agricultura Regenerativa.

Alineado con ello, colaboramos estrechamente con nuestros agricultores para minimizar nuestro impacto ambiental en la obtención de materias primas. En este sentido, estamos implementando la iniciativa de agricultura regenerativa para nuestros ingredientes clave, con el objetivo de mejorar la salud del suelo, proteger y conservar la biodiversidad, preservar el ciclo del agua, capturar carbono y promover la calidad de vida de los agricultores.

CERO DEFORESTACIÓN

Nuestro compromiso global de Cero Deforestación es una parte integral de nuestro programa de abastecimiento sustentable. Tenemos como objetivo garantizar que nuestros insumos clave estén certificados.

Además, Grupo Bimbo continúa supervisando de cerca la deforestación en toda nuestra cadena de suministro a través de **Starling**, una herramienta de seguimiento por satélite desarrollada en colaboración con **Airbus** y **Earthworm Foundation**.

Asimismo, establecimos una política de Cero Deforestación y un Código de conducta que todos nuestros proveedores deben firmar y cumplir.

Por otra parte, con este objetivo en mente, buscamos promover la adopción de comunidades maderables. Actualmente, contamos con un programa en colaboración con Reforestamos México en una comunidad situada a los pies de los volcanes Iztaccíhuatl y Popocatepetl, con el objetivo de impulsar las actividades ecoturísticas en esta región y en otros bosques, contribuyendo así a su conservación.

+1,300
voluntarios en
programas de
reforestación

6,000
árboles en
10 hectáreas
de bosques
mexicanos,
a los que se dio
mantenimiento
durante el año

CIMIENTOS

En Grupo Bimbo cumplimos con rigurosos estándares internos que han sido fundamentales en nuestra cultura, permitiéndonos mantener un liderazgo global con criterios de excelencia y un firme compromiso con la creación de un mundo mejor **Para Ti, Para la Vida y Para la Naturaleza.**



ESTÁNDARES
AMBIENTALES
Y EDIFICIOS
SUSTENTABLES



CALIDAD E INOCUIDAD
ALIMENTARIA



DERECHOS HUMANOS
Y ESTÁNDARES
LABORALES



ABASTECIMIENTO
SUSTENTABLE DE
MATERIAS PRIMAS

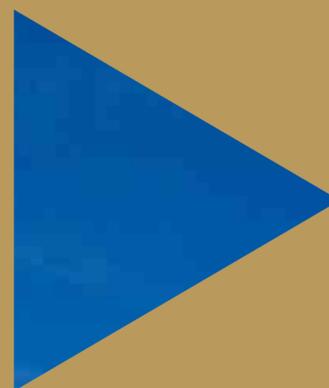




estándares ambientales

Estamos comprometidos a desarrollar un negocio responsable y sustentable, arraigado en una cultura de responsabilidad operacional.

Los Cimientos de nuestra estrategia representan políticas y estándares internos que han evolucionado con éxito, contribuyendo a nuestra cultura operacional y logrando la excelencia y liderazgo en sustentabilidad.



NUESTRO COMPROMISO

CUMPLIMIENTO LEGAL

100% de nuestras unidades de negocio cumplen con el marco legal de los países donde operamos y con nuestros estándares.

100% de nuestros centros de trabajo cuentan con un análisis de edificios sustentables a través de políticas y estándares internos que nos permiten desarrollar planes de mejora enfocados en las áreas de oportunidad de cada unidad de negocio.

CAPITAL NATURAL

Poner en marcha al menos un proyecto de conservación y/o mejora de la biodiversidad en cada unidad de negocio.



CUMPLIMIENTO LEGAL

Buscamos cumplir con la legalidad y con altos estándares ambientales en todas nuestras operaciones. Para lograrlo, implementamos políticas que aseguran la trazabilidad no sólo internamente, sino también en toda la cadena de suministro.

Ver Política Global de Medio Ambiente [aquí](#)

prácticas sustentables mandatorias en todas nuestras panaderías

Eficiencia del horno

Optimizamos usando quemadores de alta eficiencia, modernizando el sistema de control del horno y con un procedimiento mejorado de calibración del quemador.

Sistemas de recuperación de calor

Instalamos Sistemas de Recuperación de Calor (HRS) en chimeneas y compresores. Usamos aislamiento de lana mineral para optimizar la eficiencia en equipos de combustión y refrigeración.

Sistemas de calefacción

Sustituimos calderas por soluciones innovadoras, implementando sistemas de calefacción altamente eficientes en entornos laborales con condiciones climáticas extremas.

Eficiencia eléctrica

Incorporamos compresores de aire y motores altamente eficientes y paradas eficaces de transportadores. Maximizamos el uso de luz natural y tecnología LED, aplicamos sistemas de aire acondicionado en áreas esenciales y empleamos compresores enfriados por aire.

Mediciones de electricidad

Realizamos mediciones eléctricas mediante capacitores y un sistema de monitoreo conectado (GB Connected Energy) en todas nuestras líneas de producción. Esto nos permite supervisar y medir consumos de manera eficiente.

Eliminación de aire

Nos comprometemos con prácticas de limpieza eficaces y sustentables. Para evitar el uso de aire comprimido, implementamos sistemas de vacío en áreas clave, como el manejo de ingredientes menores y zonas de empaque, entre otras.

Ciclos cerrados de agua y tratamiento

Implementamos ciclos cerrados de agua y tratamientos específicos en áreas de uso como dosificadoras y lavadoras de cacerolas, entre otras. Tenemos el objetivo de maximizar los ciclos internos del agua antes del vertido.

Recuperación en la cadena de valor

Recuperamos productos, ingredientes secundarios y masa durante los procesos de producción. Además, implementamos un sistema eficiente de separación y reciclaje de residuos para mejorar la extracción y tratamiento de manera efectiva.

Electricidad renovable

Procuramos el uso exclusivo de electricidad renovable en todas nuestras instalaciones.

Limpiezas con vapor seco

Optamos por limpiadores de vapor seco en bandas, transportadores y otros equipos esenciales para la operación. Esta elección contribuye a nuestra iniciativa de limpieza en seco al reducir o eliminar el uso de agua.

edificios sustentables

Además de las prácticas mandatorias, seguimos evaluando la sustentabilidad de nuestros edificios, que incluyen panaderías, centros de ventas y centros de distribución. Estos criterios están alineados nuestro estándar global el cual esta basado en distintos estándares internacionales como la certificación LEED. Cada año usamos el resultado de esta evaluación para la definición de planes promoviendo la mejora del nivel de madurez de los edificios.

NIVEL 1

Nos aseguramos de cumplir con los requisitos operativos y legales mínimos en materia de sustentabilidad, realizando inversiones mínimas necesarias para las mejoras correspondientes.

NIVEL 2

Realizamos mediciones de los impactos en la sustentabilidad de nuestros edificios y tomamos acciones que implican una inversión moderada para su mejora.

NIVEL 3

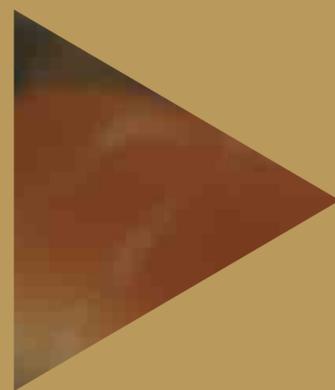
Implementamos una gestión integral con un enfoque en la mejora continua, destacando proyectos de inversión significativos para impulsar nuestro desarrollo.





calidad e inocuidad alimentaria

Trabajamos diariamente para ofrecer productos elaborados bajo los más altos y estrictos estándares de calidad e inocuidad. Estamos comprometidos con posicionarnos como la opción preferida de los consumidores en todas nuestras categorías de productos, al mismo tiempo que alineamos nuestra estrategia de Calidad e Inocuidad con la estrategia, cultura y filosofía de Grupo Bimbo.



NUESTRO COMPROMISO

2025

100%

de los productos se elaboren en panaderías y otras plantas certificadas conforme a la GFSI (Iniciativa Mundial de Inocuidad Alimentaria, por sus siglas en inglés).

100%

de nuestras panaderías y otras plantas estén auditadas para garantizar el cumplimiento de las normas más estrictas de calidad e inocuidad alimentaria.



CUMPLIMIENTO LEGAL

2023

95%

de los productos se elaboran en panaderías y otras plantas certificadas conforme a la GFSI.

81%

de nuestras panaderías y otras plantas han sido auditadas para garantizar el cumplimiento de las normas más estrictas de calidad e inocuidad alimentaria.

sistema global de calidad e inocuidad

Nos encontramos en un **proceso de transición y trabajo continuo** para robustecer e implementar nuestra estrategia de Calidad e Inocuidad. Queremos tener un mejor control y minimizar los riesgos relacionados.

En 2023 iniciamos la migración del Estándar Global de Inocuidad Alimentaria (EGIA) hacia la **implementación de nuestro nuevo Sistema Global de Calidad e Inocuidad**, que establece prioridades claras y KPI estratégicos a lo largo de toda la cadena de valor.

Antes de la creación y ejecución de este programa, nuestra estrategia se enfocaba en la manufactura. Ahora pretendemos abarcar toda la cadena de valor, con el fin de llevar un mayor monitoreo de nuestros productos y garantizar la máxima calidad e inocuidad. Esto se gestará desde la escucha de las opiniones y preocupaciones de los clientes, hasta el punto de venta.

NUESTRO SISTEMA GLOBAL ESTÁ ESTRUCTURADO EN CINCO PILARES FUNDAMENTALES:

01

PILAR CALIDAD:

Comprende los estándares relacionados a Control de Producto, Control de Proceso y Cuidado del Consumidor.

02

PILAR INOCUIDAD:

Comprende los estándares relacionados a Prerrequisitos, HACCP, Programa de Defensa de los Alimentos, **Food Safety** Plan y Análisis de Riesgos para Inocuidad.

03

PILAR CULTURA Y COMPETENCIAS:

Comprende los estándares de Capacitación y Administración del Sistema de Calidad e Inocuidad.

04

PILAR OPERACIONES EXTERNAS:

Comprende los estándares enfocados al Programa de Control de Materiales, Gestión de Proveedores, Gestión de Co-manufacturas, Almacenamiento y Distribución de Producto.

05

PILAR AUDITORÍAS TÉCNICAS:

Comprende los estándares enfocados al Compromiso de la Dirección y Programa de Auditoría e Inspecciones.

La implementación de la estrategia de calidad e inocuidad se monitorea a través de KPIs desglosados en 2 categorías:

01

Right to Play

Son aquellos indicadores fundamentales que nos dan el derecho a hornear productos para nuestros consumidores. Son aquellos que hablan del diseño, elaboración y entrega de productos seguros, inocuos y legales en las manos de todos nuestros consumidores.



02

Right to Win

Indicadores que perseguimos mediante la escucha y el entendimiento de nuestros consumidores para asegurarnos como los mejores en el mercado. Son indicadores que nos permiten hornear y entregar productos superiores en todo momento.



Este año conseguimos en GB-on la publicación de los **primeros siete estándares globales** que conformarán nuestro Sistema Global. Continuaremos fortaleciendo y ampliando nuestros lineamientos y estándares para garantizar la calidad e inocuidad de nuestros productos, considerando los siguientes temas:

<p>01</p>  <p>Control de agua</p> <p>Establece los requisitos de inocuidad aplicables al agua potable utilizada como ingrediente en el producto, en contacto con los productos o las superficies de contacto con productos. Define los usos permitidos para el agua pluvial acondicionada, agua pluvial y agua industrial residual tratada.</p>	<p>02</p>  <p>Diseño Sanitario en Instalaciones</p> <p>Considera los requisitos y condiciones relacionadas con el diseño sanitario de la infraestructura de cualquier Centro Productivo para prevenir la contaminación física, química y microbiológica de los alimentos.</p>	<p>03</p>  <p>Evaluación Superior 60-40</p> <p>Define lineamientos generales para llevar a cabo la Evaluación Superior 60-40 en todos nuestros productos, tanto nuevos como del portafolio actual.</p>	<p>04</p>  <p>Calificación del Producto</p> <p>Establece los criterios para realizar la calificación de un producto terminado, los elementos que deberán incluir las estaciones fijas y remotas de calificación, el registro de resultados y la obtención de indicadores de desempeño para la evaluación del producto terminado.</p>	<p>05</p>  <p>Superior Gold Standard</p> <p>Define las actividades generales para realizar el proceso de validación del cumplimiento con las especificaciones de Superior Gold Standard de los productos que manufacturamos y entregamos. Buscamos la preferencia significativa contra nuestros competidores.</p>	<p>06</p>  <p>Buenas Prácticas de Manufactura</p> <p>Considera condiciones y prácticas generales de fabricación que todos los Centros Productivos de Grupo Bimbo deben cumplir en la producción de alimentos seguros y de satisfacción para el consumidor.</p>	<p>07</p>  <p>Auditoría e Inspecciones ejecutadas en el Centro Productivo</p> <p>Establece el estándar para la ejecución de auditorías e inspecciones para que cada centro productivo pueda evaluar el cumplimiento y la aplicación continua de los estándares, políticas y procedimientos de la Dirección Global de Calidad e Inocuidad Alimentaria.</p>
---	---	--	--	---	--	---

Bajo nuestro plan de trabajo hacia 2025, nos hemos propuesto migrar de forma total del EGIA a estándares globales. Por ello, resaltamos nuestro continuo esfuerzo para el desarrollo de nuevos estándares globales, con la finalidad de tener un marco de gobierno de Calidad e Inocuidad para toda la compañía. Con esta migración, la estrategia de Calidad e Inocuidad se alinea con nuestra Visión y Misión, al buscar posicionar los procesos de Calidad e Inocuidad como una de las capacidades clave para cumplir con nuestras metas y objetivos.

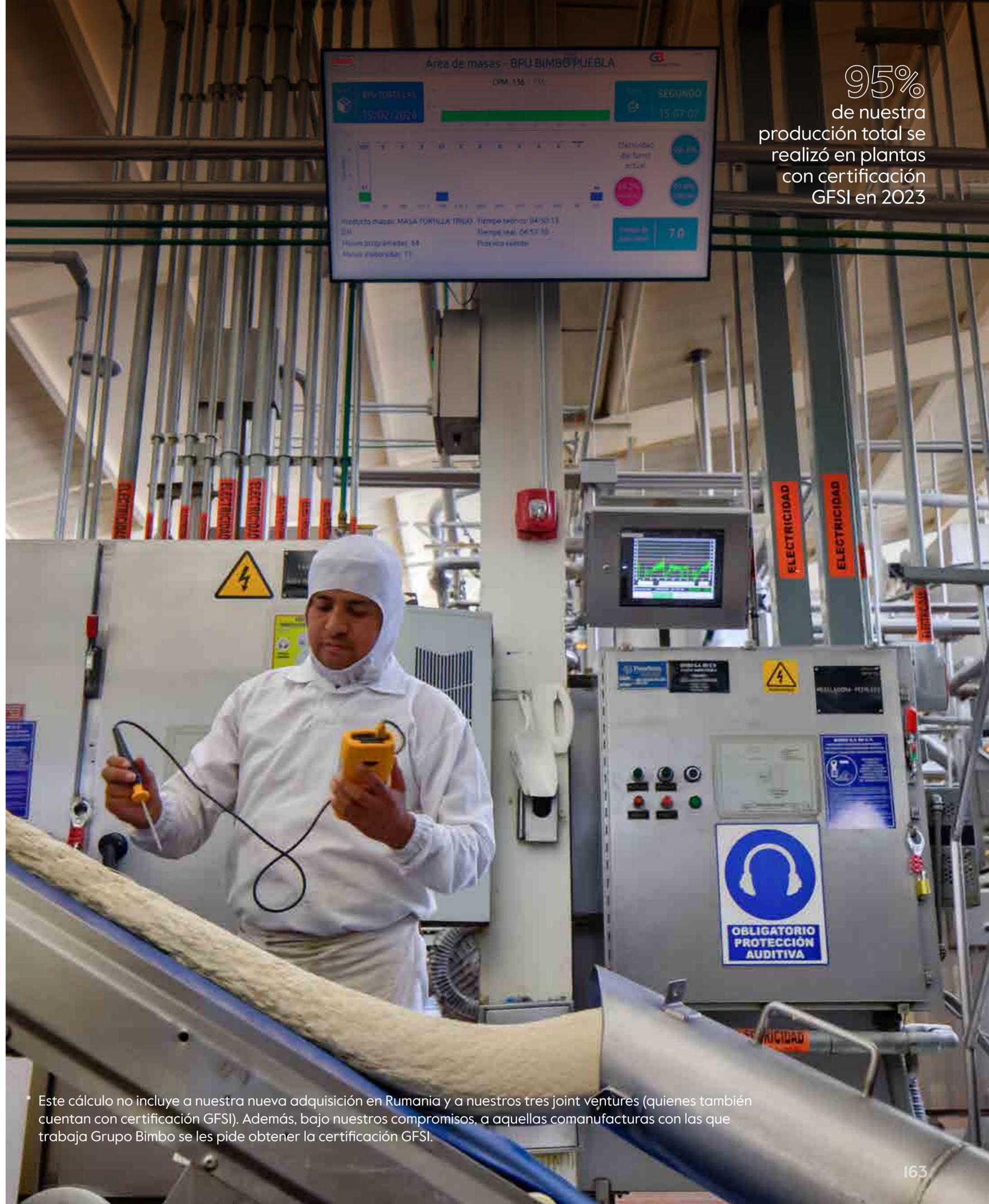
produciendo bajo los más altos estándares

Gracias a la implementación y seguimiento de nuestro Sistema Global de Calidad e Inocuidad, en el 2023 conseguimos importantes avances y acciones clave que nos permitirán reforzar nuestra estrategia.

De acuerdo con el recuento de plantas de Grupo Bimbo realizado por la Dirección Global de Operaciones, nuestra producción se distribuye en 202 plantas, de las cuales 182 cuentan con certificación GFSI*, mientras que a las restantes se les solicita una proyección y plan de trabajo para avanzar en los requerimientos del certificado.

Actualmente, cada una de nuestras plantas es responsable de llevar la información que se levante dentro de sus centros de trabajo (como inconformidades de GFSI, incumplimientos con la normativa, entre otros puntos importantes). Sin embargo, estamos trabajando para generar un plan de trabajo que facilite el proceso de recopilación, análisis y disposición de esta información de manera más coordinada.

Durante el año **ejecutamos 29 auditorías**, 22 a centros productivos (panaderías y plantas) y 7 a organizaciones en las que se revisó el estatus de implementación del Sistema Global. Cuando se consideró necesario, formamos planes de acción para cerrar brechas, fomentando la conciencia y cultura de calidad e inocuidad entre los colaboradores en planta. Dimos también seguimiento a indicadores y nuevas tecnologías para facilitar la implementación del Sistema.



95%
de nuestra
producción total se
realizó en plantas
con certificación
GFSI en 2023

* Este cálculo no incluye a nuestra nueva adquisición en Rumania y a nuestros tres joint ventures (quienes también cuentan con certificación GFSI). Además, bajo nuestros compromisos, a aquellas comanufacturas con las que trabaja Grupo Bimbo se les pide obtener la certificación GFSI.



CERTIFICACIÓN DE NUESTROS PROVEEDORES POR ORGANIZACIÓN:

Organización	2022 % de ingredientes	2023 % de ingredientes
Bimbo India	7.0%	9.8%
Bimbo Latin Sur	58.0%	53.0%
Bimbo Latin Centro	53.0%	69.0%
Bimbo Brasil	73.0%	72.0%
Bimbo México	69.3%	72.2%
Barcel	71.0%	74.0%
Bimbo QSR	65.0%	75.0%
Bimbo China	68.0%	92.0%
Bimbo EMEA	96.9%	95.6%
Bimbo Canada	98.0%	98.0%
Bimbo UK	99.0%	99.0%
Bimbo Bakeries USA	100.0%	100.0%
Total	71.5%	75.8%

En 2023, se realizaron 27 retiros de productos en diferentes organizaciones como Bimbo Brasil, Bimbo Latincentro, Bimbo México, Bimbo QSR, El Globo y Bimbo Asia.

Es fundamental que toda nuestra cadena de suministro esté alineada con nuestros compromisos. Por ello, solicitamos a nuestros proveedores que se certifiquen bajo GFSI. Buscamos que nuestros insumos sigan rigurosos estándares de inocuidad. Este año, más del 75% de nuestros proveedores contaron con esta certificación (vs. 72% en 2022).



Anualmente, los comités de crisis de las organizaciones realizan ejercicios de simulación para estar preparados ante cualquier eventualidad.

gestionando la calidad de nuestros productos

Uno de nuestros principales intereses es que nuestros consumidores estén satisfechos con nuestros productos. Queremos que, en caso de alguna queja o inconformidad, cuenten con los medios para hacérselas llegar. Contamos con una serie de mecanismos y reglamentos internos para definir estos procesos desde su inicio hasta su fin.

A nivel corporativo, contamos con la **Política Global de Manejo de Crisis**, enfocada en definir los lineamientos para actuar en caso de algún incidente que pueda generar afectaciones a las personas, la reputación corporativa y de las marcas, nuestros activos y/o el entorno.

Para tener un marco común, el **Manual de Manejo Crisis** cuenta con las medidas a seguir para remediar y mitigar cualquier impacto negativo en una crisis de producto. Esto incluye casos de adulteración, boicot de consumidores, contaminación con materia extraña, defectos de calidad e inocuidad, intoxicación de consumidores, entre otros. Dependiendo del caso, los comités de cada organización describen las medidas a tomar a partir de la clasificación que se le da al incidente para mitigar el impacto negativo a nuestras marcas y al negocio.

Cumplimos con los requerimientos de brindar los datos de contacto (telefónicos o digitales) en todos nuestros empaques para recibir y gestionar los comentarios y quejas de nuestros consumidores.

PROCESO DE RECEPCIÓN DE QUEJAS



01

Recibimos la llamada

02

Direccionamos la queja al centro de atención correspondiente de cada país o región

03

Recabamos la información detallada de la inconformidad

04

El centro de atención procesa la información para conocer la gravedad de la queja

05

Realizamos un análisis de datos para generar un reporte y clasificar dependiendo del riesgo:

- a. Quejas de calidad (sensoriales, textura, apariencia)
- b. Quejas de inocuidad (material extraño)

Con la información recabada de las quejas, hacemos también análisis de tendencias en cada una de las plantas para identificar los problemas y necesidades prioritarias de los consumidores, diseñar planes de acción individuales (por panadería/planta y línea de producción) y corregir las inconformidades de los productos.

81%
del total de casos
sobre Calidad
e Inocuidad
recibidos en
nuestros canales
fueron resueltos



En nuestro *Business Plan* de Calidad e Inocuidad hemos definido una meta de reducción de quejas, así como una meta de 0 retiros de producto de mercado en nuestros indicadores *Right to Play*.

Adicionalmente, cada planta y organización, con base en las metas de reducción de quejas, es responsable de analizar sus tendencias y definir los planes de acción necesarios para evitar la reincidencia de los incidentes.

Contamos con el indicador “Quejas por Millón” que se reporta mensualmente a la Alta Dirección. Este indicador es parte de los indicadores de los planes de negocios de cada líder de Calidad e Inocuidad por organización, planta y área correspondiente. Consideramos que nuestros indicadores nos ayudan a dar seguimiento y monitorear de la eficacia de los mecanismos de atención a quejas de consumidores.





Logros y casos de éxito



QUALITY & FOOD SAFETY SUMMIT 2023
Mérida, Yucatán
Realizamos nuestro evento anual *Quality & Food Safety Summit* en Mérida, Yucatán, en México, del 4 al 7 de septiembre. Esta cumbre contó con la presencia de 122 colaboradores de Q&FS de las 11 organizaciones, así como con líderes globales de Áreas Funcionales.

Dentro de las temáticas abordadas estuvieron los avances en la estrategia de calidad e inocuidad, así como los próximos pasos a seguir en 2024 en las organizaciones.

En este evento nuestros colaboradores tuvieron la oportunidad de conectar, hacer sinergias y alinear propósitos para asegurarnos de que nuestro consumidor reciba de nuestros productos una calidad cada vez superior.

ESCUELA DE CALIDAD E INOCUIDAD

Como parte de la *Craft Academy**, llevamos a cabo el arranque de la Escuela de Calidad e Inocuidad en *Craft Academy* (Nivel Junior) de septiembre a noviembre.



derechos humanos y estándares laborales

En Grupo Bimbo sabemos que nuestras acciones contribuyen al bienestar, desarrollo y dignidad humana de todas las personas que participan en nuestra cadena de valor

Somos una compañía que toma decisiones teniendo en cuenta nuestro compromiso con los derechos de nuestros grupos de interés. La armonización entre tratados internacionales de derechos humanos, la legislación local y nuestros objetivos, son sin duda nuestra mejor estrategia para crecer responsablemente.



consolidando nuestros compromisos públicos



Reiteramos nuestro compromiso para prevenir, detectar y ayudar a erradicar problemáticas serias que trascienden más allá de nuestra cadena de valor.

Durante 2023, mantuvimos nuestra postura de cero tolerancia ante el trabajo forzoso y trabajo infantil. Para ello, pusimos en marcha auditorías y sistemas de gestión eficaces para identificar cualquier conducta contraria a nuestros compromisos públicos.

TRABAJO INFANTIL

Alineados con los compromisos Internacionales, y apegados a las leyes locales, implementamos acciones para prevenir el trabajo infantil en nuestros proveedores.

61%

de nuestros
colaboradores
pertenecen a un
contrato
o convenio
colectivo



TRABAJO FORZOSO

Con el fin de vigilar que en nuestra cadena de valor no se generen conductas que atenten contra el trabajo digno, consolidamos nuestras principales políticas para nuestros colaboradores y proveedores:

- Política de relaciones con el personal
- Política global de derechos humanos
- Código de ética
- Código de conducta para proveedores
- Proceso de quejas

Esto permite prevenir conductas arbitrarias y establecer límites para quienes forman parte de nuestro negocio.

Buenas prácticas para el fomento de relaciones constructivas y de confianza con proveedores.

A través de nuestro programa *Supplier recognition initiative*, capacitamos a proveedores que necesitaban mejorar su desempeño relacionado con el aceite de palma sustentable. Este tipo de capacitaciones permiten:

- Promover relaciones constructivas y de confianza con las partes interesadas.
- Facilitar herramientas de aprendizaje para identificar y gestionar los desafíos y/o impactos relacionados con el abastecimiento responsable.
- Establecer una forma consistente e institucionalizada de brindar respuesta a los proveedores.

LIBRE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA

Al cierre del 2023, el 61% de nuestros colaboradores pertenecen a un contrato o convenio colectivo. Estamos orgullosos de seguir dando apertura para que nuestros colaboradores ejerzan sus derechos de conformidad con la legislación local.

Nuestros colaboradores son y serán nuestro principal elemento para el desarrollo y crecimiento del negocio. Afianzar sus derechos individuales y colectivos es una necesidad estratégica.

los derechos humanos en nuestra cadena de valor

Comprometidos con los derechos humanos, estamos orgullosos de integrar acciones que impulsan nuestra estrategia corporativa.

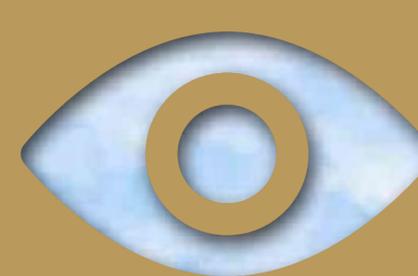
debida diligencia

Continuamos identificando los principales riesgos que existen en nuestra cadena de valor para diseñar estrategias de prevención y mitigación de los impactos negativos que podrían manifestarse. Además de los temas clave que ya abordamos anteriormente en nuestros procesos de debida diligencia, cada vez le estamos dando un mayor enfoque a los riesgos y oportunidades en materia de derechos humanos.



COMPROMISO

Creamos políticas que contribuyen a los objetivos del negocio al mismo tiempo que respetamos los derechos humanos de todos nuestros grupos de interés.



MONITOREO

Implementamos buenas prácticas para supervisar el cumplimiento de nuestras políticas, códigos y reglamentos internos todos los días.



COMUNICACIÓN

Establecemos canales de comunicación para identificar irregularidades contrarias a nuestros compromisos que perjudican a los derechos humanos de nuestros grupos de interés. Además, empleamos otros mecanismos de participación para escuchar a nuestros grupos de interés.

buenas prácticas en derechos humanos

Estamos orgullosos de formar parte del crecimiento de familias, comunidades y sociedades donde operamos. Implementamos buenas prácticas ajustadas a las necesidades y realidades de cada uno de nuestros grupos de interés:

Colaboradores SEGURIDAD LABORAL

Realizamos revisiones internas en las visitas periódicas a las operaciones de tipo funcional, corporativa o de oficina regional.

Esto nos permite corroborar el cumplimiento efectivo de nuestros procesos y sistema de gestión en materia de derechos humanos y laborales, y así prevenir cualquier riesgo laboral.

LOGROS

Logramos un año más sin ningún riesgo en materia de trabajo forzoso o trabajo infantil acorde a la Política Interna Laboral. Mantuvimos la práctica de implementar programas enfocados en Seguridad, Bienestar, Diversidad e Inclusión, entre otros temas que ayudan a crear ambientes de trabajo seguros, inclusivos y colaborativos. Buscamos ser un soporte esencial para el bienestar integral de todos nuestros colaboradores.

Cientes PROTECCIÓN DE DATOS

Sabemos que nuestros clientes nos inspiran a crear y mejorar nuestros procesos. Conforme a las leyes del consumidor, implementamos buenas prácticas para proteger los datos personales y tener un debido cuidado con el manejo de la información de nuestros clientes.

Fomentamos una cultura interna capaz de velar por la protección de los derechos de nuestros clientes. Recabamos sólo aquella información relevante para la mejora de nuestros productos.

Nos apegamos a la legislación local, de conformidad con las leyes del consumidor y demás normas aplicables al negocio.

Proveedores GESTIÓN SOCIAL DE NUESTROS PROVEEDORES

Con el objetivo de fortalecer la cadena de suministro y evitar incurrir en irregularidades, seguimos consolidando buenas prácticas para adecuarnos a las necesidades regionales y fomentar la diversidad en proveedores.

Esto nos permite corroborar el cumplimiento efectivo de nuestros procesos y sistema de gestión en materia de derechos humanos y laborales, y así prevenir cualquier riesgo laboral. Continuamos empleando nuestro Código de Conducta de Proveedores y seguimos con nuestro ejercicio de la cadena de suministro en México.

Comunidad PROYECTOS SOCIALES

Con la participación de las comunidades locales, implementamos proyectos enfocados en:

- Erradicar la pobreza y desigualdad social
- Fomentar el crecimiento económico donde operamos
- Apoyar a los agricultores y jóvenes.

Expandimos nuestros programas sociales enfocados en nuestros cuatro ejes:

1. Medio ambiente
2. Bienestar
3. Educación
4. Diversidad e inclusión

BUENAS PRÁCTICAS

- Seguimos impulsando buenas prácticas que fortalecen nuestros compromisos con los derechos humanos, siempre a favor de nuestros principales grupos de interés.
- Superamos las exigencias locales relacionadas con prestaciones salariales en todas nuestras áreas de operación.
- Impulsamos los derechos colectivos de nuestros colaboradores a nivel global.
- El 100% de nuestros proveedores conocen nuestro Código de Conducta para Proveedores.
- El 100% de nuestros colaboradores conocen nuestro Código de Ética.

Seguimos impulsando buenas prácticas con nuestro principal proveedor de azúcar en México. Este año desarrollamos la fase de autoevaluación para crear planes de acción dirigidos a ingenios azucareros.



abastecimiento sustentable en materias primas

En nuestros cimientos yace un compromiso inquebrantable con la obtención responsable de materias primas estratégicas.

Garantizamos que nuestra cadena de suministro siga las mejores prácticas de abastecimiento sostenible. Colaboramos estrechamente con nuestros proveedores, avanzando hacia el logro conjunto de nuestros objetivos de sustentabilidad.



NUESTRO COMPROMISO

ACEITE DE PALMA

2023

100%
con el certificado RSPO*

2025

97%
de trazabilidad

100%
del Abastecimiento de Palma Directa libre de Deforestación y Conversión

100%
del Abastecimiento de Aceite de Soya Directo, libre de Deforestación y Conversión

PAPEL Y CARTÓN

2025

100%
de los empaques de papel y cartón procederán de fuentes certificadas, sustentables o recicladas

*RSPO *Book and claim* en complemento a los planes de monitoreo satelital, trazabilidad, seguimiento con proveedores clave y mejora de paisaje.



CUMPLIMIENTO LEGAL

100%

96%
de trazabilidad

60%
de nuestro volumen es libre de deforestación

89%
de nuestro volumen proviene de regiones de bajo riesgo de deforestación

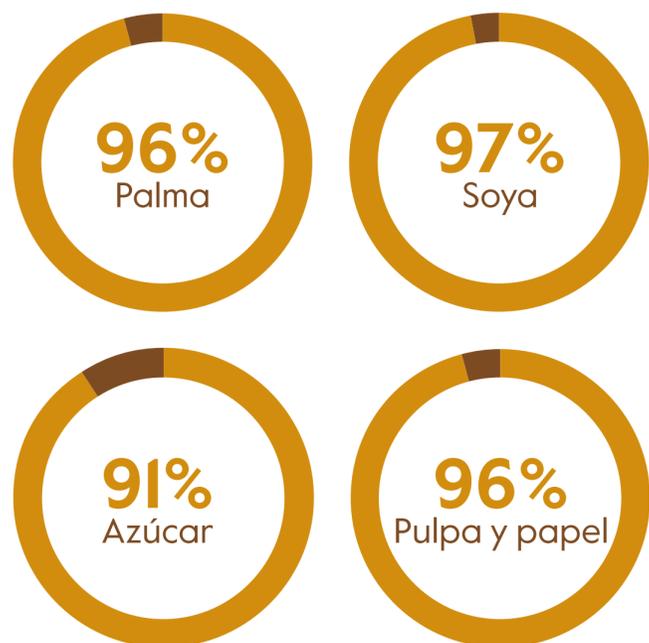
95.9%

En 2023 seguimos implementando nuestra Política Global de Agricultura, consolidando la trazabilidad de nuestras materias primas clave.

Identificamos y definimos nuestros ingredientes más críticos, guiándonos por su impacto ambiental y social, con el objetivo de asegurar el bienestar a lo largo de toda nuestra cadena de suministro y garantizar la continuidad del abastecimiento en el futuro.

Conoce más de nuestra Política Global de Agricultura haciendo [click aquí >>](#)

Logramos ya un porcentaje del volumen adquirido de proveedores que cumplen con la Política de Agricultura Global de:



Cabe destacar que, en colaboración con los equipos de Agronegocios, Sustentabilidad, Finanzas, Emisiones y Compras, hemos establecido el Consejo de Abastecimiento Responsable. A través de este consejo, definimos los ingredientes clave, principalmente basados en el suministro de materias primas (80%), junto con las metas y prioridades específicas de la compañía.



NUESTRO COMPROMISO

PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL

2025

Transitar gradualmente hacia un abastecimiento de huevo proveniente de aves

100%
libres de jaula



AVANCE

17%
de avance a nuestra meta global

97%
de trazabilidad en soya

aceite de palma

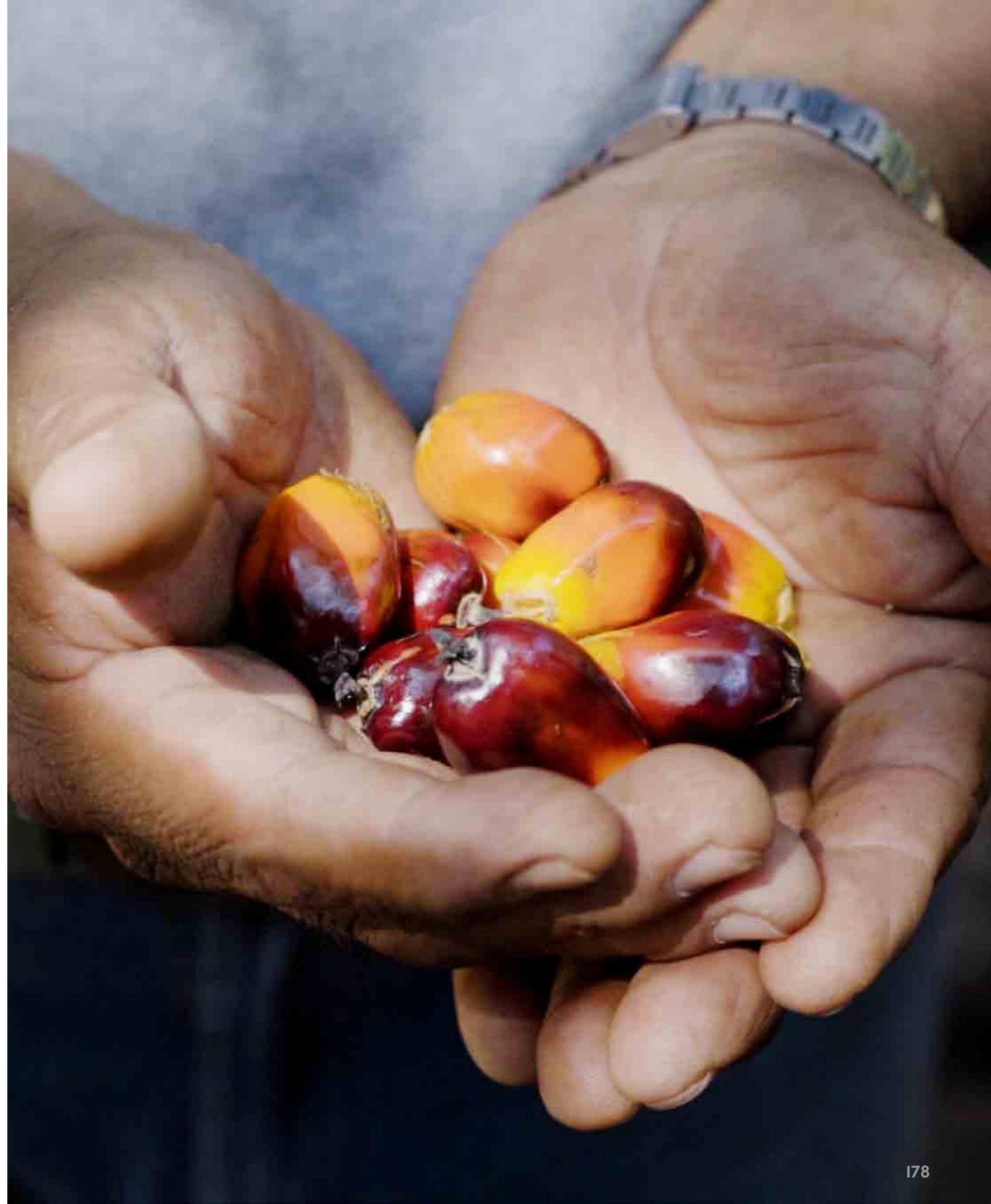
100%
con el certificado
RSPO



GRI 2-23

En 2019 nos comprometimos a adquirir aceite de palma certificado por RSPO, al menos, bajo el esquema “Book and Claim” para 2023. Nos enorgullece haber alcanzado esa meta. Este hito refleja nuestra dedicación continua a la sustentabilidad y nuestra participación en plataformas clave que promueven prácticas responsables en la industria del aceite de palma.

En el año seguimos implementando nuestra Política Global de Aceite de Palma, reiterando nuestro compromiso con las mejores prácticas en el abastecimiento de materias primas. Impulsamos activamente las iniciativas de no deforestación, no expansión de la extracción de turba y no explotación (NDPE, por sus siglas en inglés).



Para alcanzar nuestros objetivos, nos enfocamos en la colaboración, fortalecimiento y transparencia con nuestra cadena de suministro, junto con nuestros proveedores clave.

Para ello contamos con:

- **Trazabilidad hasta el nivel de molino y plantación**
- **Plan de implementación y compromiso del proveedor**
- **Respaldo a iniciativas de transformación en cuestiones laborales y sociales**
- **Respaldo a iniciativas enfocadas en la gestión y conservación de la tierra**
- **Implementación de mecanismos para gestionar quejas**
- **Procesos de verificación y seguimiento de los compromisos NDPE (No deforestación, No turba, No explotación)**

Nuestros proveedores han hecho avances significativos en la implementación de sus compromisos de No Deforestación, No Desarrollo de Turba y No Explotación (NDPE).



Para asegurarnos de que nuestra política se aplique de manera efectiva, evaluamos los riesgos relacionados con la sustentabilidad en los aspectos que afectan a los proveedores de nivel I que hacen negocios directamente con nosotros.

Una vez que realizamos la evaluación EPI (***En Policy Implementation***), los resultados nos permiten clasificar a nuestros proveedores en tres niveles de cumplimiento para abordar acciones específicas según su nivel de madurez:

- Robusto
- Moderado
- Iniciación

La evaluación EPI nos ayuda a identificar el nivel de compromiso de nuestros proveedores, y a saber si han adoptado una política de abastecimiento responsable.

Derivado de ello, los proveedores del EPI de Palma elaboraron planes de acción basados en las prioridades discutidas en las sesiones de resultados.

En 2023, llevamos a cabo dos capacitaciones especializadas dirigidas a proveedores de aceite de palma que buscan mejorar su desempeño como parte del programa ***Supplier Recognition Initiative***. El contenido de las capacitaciones fue diseñado con base en los resultados obtenidos en el EPI 2022. Los temas tratados fueron:

- Estableciendo una política NDPE (***No Deforestation, No Peat and No Exploitation***)
- Mecanismo de quejas y procesos de proveedor no conforme

En este sentido, somos conscientes del impacto positivo que puede tener la generación de vínculos y alianzas con otros grupos, por lo que formamos parte de:

Además, participamos activamente en los grupos de trabajo de:

North American Sustainable

Palm Oil Network (NASPON)

Promueve la sustentabilidad en la producción y consumo de aceite de palma en América del Norte. Colabora con empresas, organizaciones y gobiernos para establecer estándares, fomentar prácticas sustentables y facilitar la transición hacia una cadena de suministro más responsable y transparente.

Roundtable on Sustainable Palm Oil

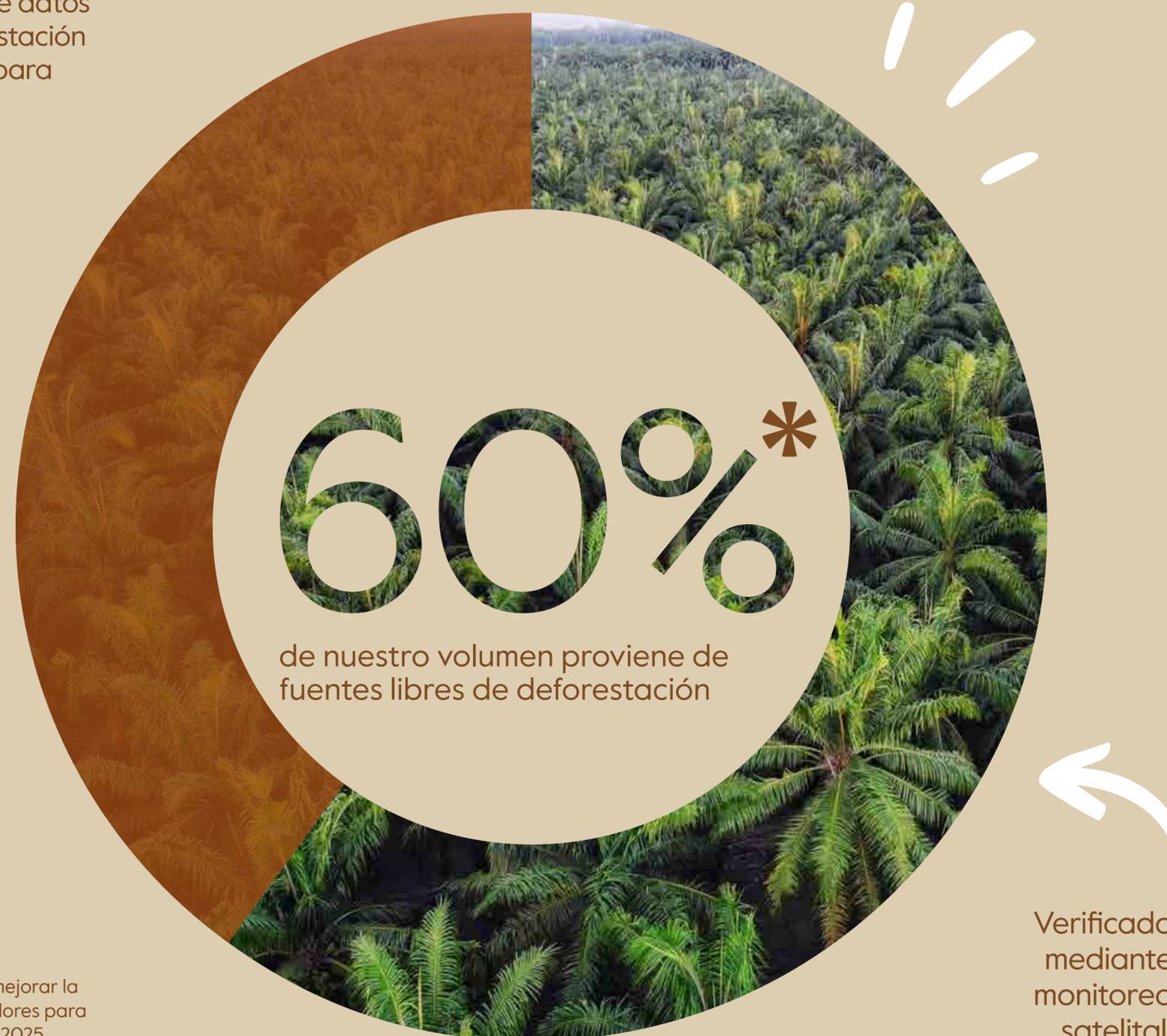
(RSPO), quienes promueven la producción responsable del aceite de palma mediante estándares, certificación y promoción de buenas prácticas. También facilitan el diálogo entre empresas, ONG, gobiernos y comunidades para abordar desafíos ambientales y sociales en la industria.

Coalición de *Forest Positive* para Palma y Soya del CGF

tiene los objetivos de acelerar la eliminación de la deforestación en las cadenas de suministro individuales, establecer expectativas más altas para los comerciantes en toda su base de suministro, impulsar un cambio transformador en panoramas de productos básicos clave y definir resultados mensurables para realizar un seguimiento e informar. Para conocer más sobre ***Forest Positive*** da [click aquí >>](#)

MONITOREO SATELITAL

Utilizando la herramienta de seguimiento por satélite **Starling**, desarrollada por Airbus y **Earthworm Foundation**, en Grupo Bimbo mantenemos una vigilancia continuamente la deforestación en nuestra cadena de suministro. Este enfoque se aplica a los proveedores clave de palma y se suma a los esfuerzos de evaluación y mejora que llevamos a cabo con nuestros proveedores. Estamos comprometidos en aumentar la transparencia de datos y responder eficazmente a las alertas de deforestación identificadas y continuamos nuestros esfuerzos para mejorar este número.



* El 40% remanente es el volumen del cual tenemos oportunidad de mejorar la información. Continuaremos relacionándonos con nuestros proveedores para alcanzar mayor trazabilidad que nos permita cumplir nuestra meta 2025.

INICIATIVA DE PAISAJE: CHIAPAS, MÉXICO

Alrededor de la mitad de la producción de aceite de palma de México proviene de Chiapas, el segundo estado con mayor biodiversidad y cobertura forestal del país. A su vez, es la principal región de abastecimiento de aceite de palma en Latinoamérica para Grupo Bimbo, por lo que decidimos enfocarnos en esta región. Esta iniciativa tiene como objetivo proteger las zonas de alto valor de conservación, y diseñar opciones de medios de vida y modelos de negocio que funcionen tanto para las personas locales como la naturaleza.

Durante 2023, nos enfocamos en la estructuración de las líneas de acción, y la inclusión de pequeños productores palmeros y actores clave relacionados al Paisaje. Nuestras líneas de acción son:

Protección forestal: buscamos la transición hacia prácticas agrícolas sustentables y alternativas económicas viables, colaborando con la comunidad para evaluar nuevas oportunidades.

- **20 ha identificadas para reconversión productiva y/o restauración dentro de la Reserva Encrucijada.**

Transformación de las cadenas de suministro: buscamos fortalecer la resiliencia de los productores a través de la colaboración, capacitación y diversificación de la producción para ofrecer opciones sustentables y garantizar la viabilidad económica de la región.

- **3 molinos están implementando políticas y planes de acción de no deforestación.**
- **56 fincas han implementado planes agrícolas holísticos.**
- **29 familias con mayores ingresos y seguridad alimentaria.**

Agricultura regenerativa: llevamos a cabo investigaciones y capacitaciones para mejorar la salud del suelo y el manejo de cultivos en la región, fortaleciendo las capacidades de los productores para aumentar la productividad y la sostenibilidad de sus actividades agrícolas.

- **28 fincas disminuyeron el uso de agroquímicos y mejoraron la gestión del suelo y de las zonas ribereñas.**
- **50 productores de aceite de palma aplican prácticas de agricultura regenerativa.**

Alcance del proyecto de paisaje:

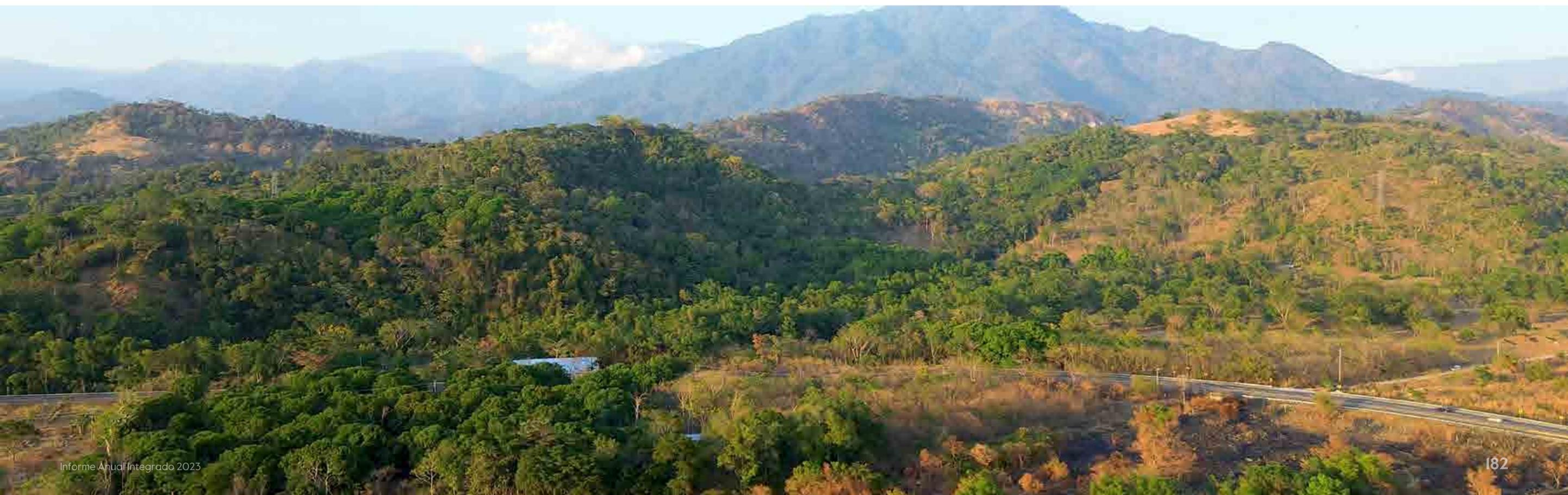
339,000 ha
extensión del paisaje
32,000 ha
cultivadas de palma

89%

proviene de países de bajo riesgo, como **Estados Unidos y Canadá**

Área natural:
La Encrucijada (**aprox. 60,000 ha de humedales o turberas tropical**) con biodiversidad clave

+1,500
pequeños productores



100% de nuestro volumen de aceite de palma está certificado según los estándares de RSPO, al menos bajo el esquema “Book and Claim”



95.56% Palma directa y 86.62% Palma indirecta de trazabilidad a nivel de molino (TTM).

INICIATIVA DE PAISAJE: CHIAPAS, MÉXICO

Nos enfocamos en la estructuración de líneas de acción e inclusión de pequeños productores y actores clave en Chiapas, una región clave para la producción de aceite de palma. Las acciones incluyen la protección forestal, con 20 ha identificadas para reconversión y restauración; la transformación de las cadenas de suministro; y la agricultura regenerativa, con 28 fincas mejorando la gestión del suelo y 50 productores aplicando prácticas regenerativas. Estos esfuerzos buscan fortalecer la resiliencia de los productores y garantizar la viabilidad económica de la región.

logros y casos de éxito

67.52% Palma directa y 42.19% Palma indirecta de trazabilidad a nivel de plantación (TTP).



PROMOVIENDO LA EXCELENCIA SOCIAL EN GUATEMALA

Se realizaron talleres sobre relaciones comunitarias y manejo de conflictos, seminarios en línea sobre las regulaciones de la Unión Europea para debidas diligencias y asesorías sobre mecanismos de quejas y políticas de derechos humanos. Se trabajó individualmente con empresas según sus necesidades e intereses, y se logró la inclusión de nuevos proveedores en los programas de desarrollo de capacidades.

Este año continuamos con nuestros proyectos de landscapes. El objetivo principal es impulsar el desarrollo social en las áreas de donde obtenemos nuestros recursos.

soya

En
2023

97%
de nuestra cadena
de suministro
mapeada

89%
proviene de países
de bajo riesgo,
como **Estados
Unidos y Canadá**

6%
procede de países
de alto riesgo,
como **Brasil,
Argentina y
Bolivia**

4%
de origen no
rastreado



Desde 2019 hemos trabajado en el abastecimiento responsable de soya, fortaleciendo continuamente el mapeo, nuestro programa de involucramiento y el apoyo en la transformación. En 2023 mapeamos el 97% de nuestra cadena de suministro, identificando los desafíos asociados a la misma.

Con este ejercicio encontramos que:

89%
de la soya proviene de países de bajo riesgo, como Estados Unidos y Canadá

6%
procede de países de alto riesgo, como Brasil, Argentina y Bolivia.

En 2023 realizamos un cambio de regiones y tuvimos un importante aumento de la soya proveniente de zonas de riesgo bajo, reduciendo al mismo tiempo la proveniente de zonas de riesgo alto. Seguimos colaborando con nuestros proveedores de riesgo alto para fortalecer la cadena de suministro, la transparencia y el monitoreo constante que nos lleven a impulsar el abastecimiento responsable.

Estamos comprometidos con la implementación de la Política Global de Agricultura y las expectativas del Consumer Goods Forum. Para conocer más, consulta nuestra Política Global de Agricultura, haz clic aquí



Logros y casos de éxito



La **soya** representa un ingrediente relevante para nosotros, tanto en nuestra operación, como en nuestra estrategia de sustentabilidad. Por ello, Sorriso, Brasil, una zona con importante producción de soya, es especialmente relevante.

En 2022 iniciamos nuestras acciones de restauración de los manantiales de agua del Río Lira. Estamos orgullosos que en 2023 dimos continuidad y cierre a este proyecto.

La iniciativa busca garantizar el suministro de agua tanto para la población como para la agricultura local. La recuperación de los cursos de agua es esencial para mantener el equilibrio del ciclo hidrológico natural, lo que a su vez es crucial para el desarrollo de la agricultura a gran escala en las regiones de Brasil de secano.

azúcar y cacao

94%
de trazabilidad
del volumen

Mediante la iniciativa EPI (**Engagement for Policy Implementation**), promovemos la adhesión de los proveedores de azúcar a la Política Global de Agricultura. Para ello, trabajamos con el 58% del volumen global de caña de azúcar, evaluando de manera sistemática a los dos proveedores estratégicos a través de auditorías de escritorio.

Impulsamos un diálogo centrado en identificar áreas de mejora, motivando a nuestros proveedores a desarrollar planes de acción que aborden estas oportunidades y fomenten la mejora constante.

En nuestra búsqueda por promover la gestión social durante la transformación de la caña de azúcar, con especial atención a las condiciones laborales, en 2023 creamos una guía integral para nuestro principal proveedor de azúcar en México.

Desde 2022 intensificamos la comprensión de nuestra cadena de suministro de cacao a través de un extenso ejercicio de trazabilidad, cubriendo el 94% del volumen. Actualmente, continuamos trabajando en la trazabilidad, así como evaluando estrategias para generar un impacto positivo en la industria del cacao desde nuestro consumo y en colaboración con nuestros proveedores.



Identificamos las regiones clave de abastecimiento y abordamos los desafíos sociales y ambientales asociados.



logros y casos de éxito



En 2023 finalizamos la elaboración de la guía de derechos humanos destinada a nuestro principal proveedor de azúcar. El propósito de esta iniciativa es establecer regulaciones en el ámbito laboral dentro del ingenio azucarero. Dada la naturaleza informal de este tipo de empleo, existe el riesgo de prácticas laborales inadecuadas. Entre ellas vigilamos la contratación de personas menores de edad, la falta de documentación, la ausencia de una tarifa específica para los pagos, así como el abuso en las horas extras.

La guía proporciona a nuestros proveedores las herramientas necesarias para implementar prácticas laborales éticas en sus instalaciones. Actualmente, estamos llevando a cabo un piloto de implementación en uno de los ingenios en el sureste de México. Nos complace informar que ya han superado la fase de autoevaluación. El siguiente paso consistirá en asistirlos en la creación de procedimientos internos, permitiéndoles así adoptar estas prácticas a nivel corporativo. De este modo podrán continuar trabajando de manera sustentable y, eventualmente, replicarlo en otros ingenios de distintas regiones.



proveeduría sustentable

Disponemos de un **Código de Conducta** para Proveedores que va más allá del cumplimiento legal, abrazando también un enfoque sustentable. Este código es requisito obligatorio para iniciar cualquier relación comercial. Al aceptar alinearse a nuestro código, los proveedores aceptan cumplir con aspectos sociales, ambientales y éticos.

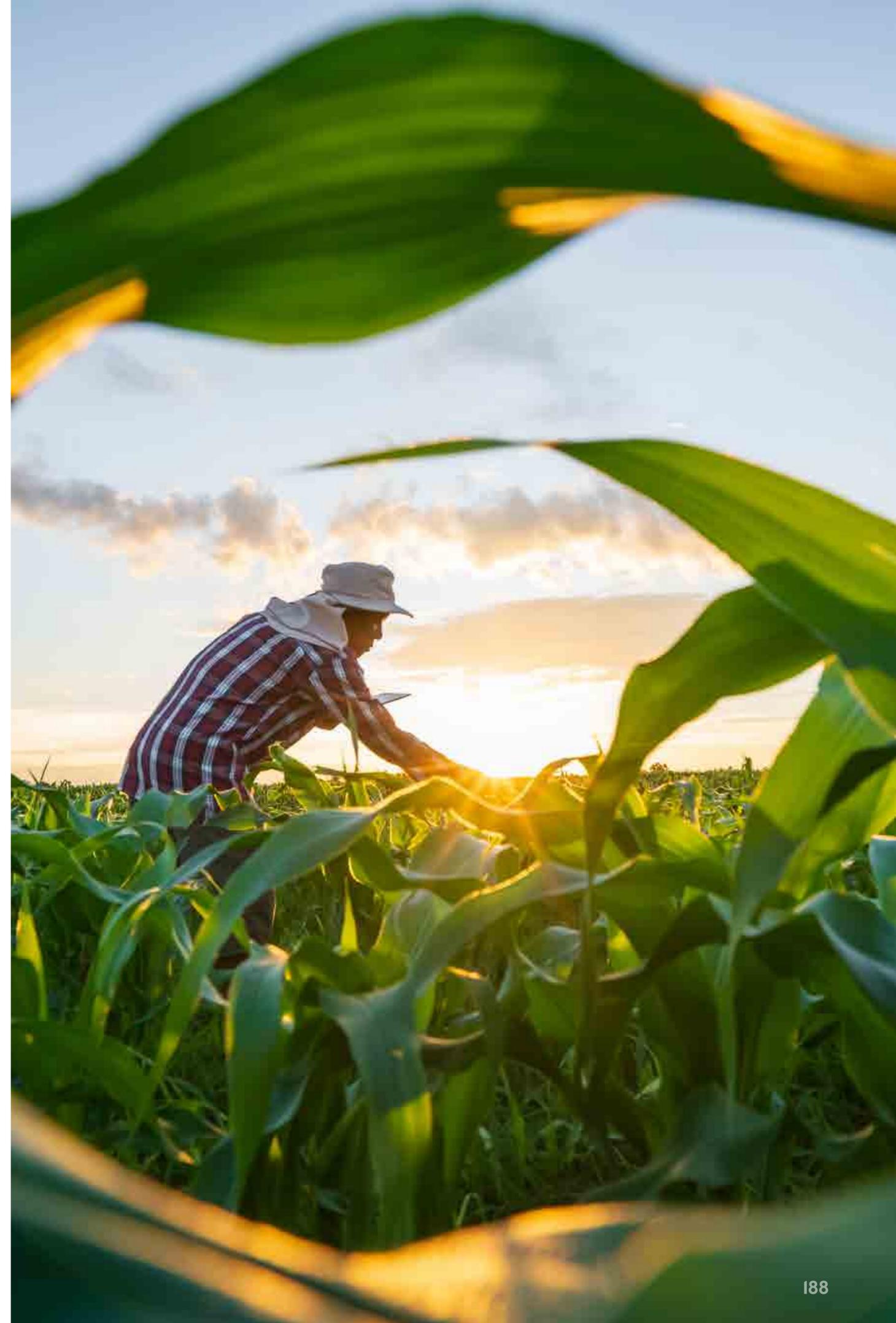
Nuestro Código de conducta aborda temas como:

- **Abastecimiento Sustentable**
- **Comportamiento ético y compromiso compartido**
- **Prácticas anti-soborno y anti-corrupción**
- **Conflicto de interés**
- **Fraude y conductas delictivas**
- **Normativas y orientación laboral**
- **Calidad e inocuidad**
- **Trazabilidad**
- **Salud y Seguridad**
- **Transparencia y registros contables**
- **Cuidado del medio ambiente**
- **Propiedad intelectual y reputación**
- **Canales de comunicación**

Conoce más sobre nuestro **Código de Conducta** para Proveedores haciendo [**click aquí >>**](#)

Así también, llevamos a cabo sesiones internas de sensibilización en temas de sustentabilidad en diferentes categorías de compras, con el objetivo de contar con el apoyo de los líderes de:

- **Empaques**
- **Aceite de palma y soya**
- **Ingredientes**
- **Indirectos**



evaluación de proveedores y trazabilidad

Divulgamos públicamente nuestra estrategia de gestión de la cadena de suministro mediante la publicación de un plan de acción. Este documento detalla las acciones planeadas del año, destacando nuestros compromisos en abastecimiento responsable para informar a los grupos de interés.

Para los materiales que están identificados como críticos, realizamos un ejercicio de trazabilidad. Es decir, consultamos a todas las regiones internas y los volúmenes adquiridos, para posteriormente pedir la colaboración de los proveedores con detalles y especificaciones de las regiones de abastecimiento. Este ejercicio anual nos brinda una valiosa perspectiva para comprender las regiones de abastecimiento y sus retos. De igual manera, nos permite conocer que tan fuerte y transparente es la cadena de suministro agrícola del insumo que estemos analizando.

Además, de manera semestral, emitimos informes de progreso sobre la implementación de la Política Global de Agricultura y la Política Global de Aceite de Palma, reflejando los avances de acuerdo con nuestro plan de acción anual. Estos informes comunican los avances en nuestros compromisos de abastecimiento responsable y la transparencia en la cadena de suministro agrícola, abordando también los riesgos asociados.

Conoce más sobre nuestra Política Global de Agricultura haciendo [click aquí >>](#)

Conoce más sobre nuestra Política Global de Aceite de Palma haciendo [click aquí >>](#)



Anualmente realizamos la evaluación ***Engagement for Policy Implementation*** (EPI) con nuestros proveedores agrícolas estratégicos para comprender su nivel de madurez en sustentabilidad y colaborar en la formulación de planes de acción. Buscamos promover la mejora continua en estándares ambientales y sociales, identificando proveedores críticos a través de la trazabilidad y ejercicios de EPI.

Es de destacar que en la evaluación EPI, se incorporan diferentes metodologías según la industria. Por ejemplo:

- **El aceite de palma es revisado bajo la metodología CERES, alineada a la guía del CGF**
- **Para la Soya se usa la guía del CGF y la experiencia en aceite de palma**
- **En el azúcar usamos como guía la lista de verificación de responsabilidad social corporativa para empresas mineras canadienses en el extranjero, con enfoque en Derechos Humanos**

Durante la presentación de los resultados EPI 2022 de Aceite de Palma se definieron acciones para ayudar al proveedor a mejorar su desempeño de acuerdo con nuestras expectativas y las mejores prácticas de la industria. En 2023 seguimos su implementación. Esperamos que esto beneficie el desarrollo del proveedor, la cadena de suministro compartida y, con ello, futuras evaluaciones EPI y el logro de nuestras metas.

EPI abarca aspectos ambientales y sociales como políticas relacionadas con el trabajo infantil, discriminación, trabajo forzoso, libertad de asociación, negociación colectiva, derechos humanos, diversidad, equidad e inclusión.

Cadena de suministro de bajas de emisiones

Dentro de nuestras metas para reducir la huella de carbono, nos centramos en tres Alcances. Aunque el Alcance 3 está más allá de nuestro control, asumimos la responsabilidad de crear un compromiso con nuestros proveedores por tratarse de actividades vinculadas a nuestra operación. Esto es aún más relevante ya que el Alcance 3 es la parte más significativa de nuestra huella de carbono, relacionada con proveeduría y agricultura.

Para abordar esto, desarrollamos una plataforma donde los proveedores comparten información clave. Como primer ejercicio, seleccionamos al top 100 de proveedores de ingredientes a nivel global y establecimos un plan de trabajo basado en conversaciones individuales con cada proveedor para identificar acciones de mejora y/o colaboración. Durante nuestras conversaciones, presentamos la estrategia y metas, compartiendo nuestras acciones para reducir emisiones. Derivado de estas sesiones, identificamos pasos a seguir para elevar los niveles de madurez de nuestros proveedores a niveles más avanzados en sustentabilidad.

Contamos con un programa interno de comunicación para compartir nuestros logros en abastecimiento responsable. En este programa, destacamos las buenas prácticas implementadas por el equipo de Compras en nuestras distintas organizaciones.

PARA LOS PROVEEDORES DE CATEGORÍAS INDUSTRIALES (NO AGRÍCOLAS)

Invitamos a nuestros proveedores a proporcionar información sobre su desempeño en gestión ambiental a través de cuestionarios de cambio climático y bosques del programa de Cadena de Suministro de CDP.

233 a través de CDP (insumos no agrícolas)

* Las evaluaciones corresponden a categorías industriales: empaques e indirectos.

Bajo el programa CDP - Supply chain, proporcionamos a los proveedores una ficha de retroalimentación con sus resultados y un benchmarking con otros participantes en el mismo ejercicio. Además de cumplir este compromiso con nuestros proveedores, realizamos capacitaciones adaptadas a sus niveles de madurez en gestión ambiental.

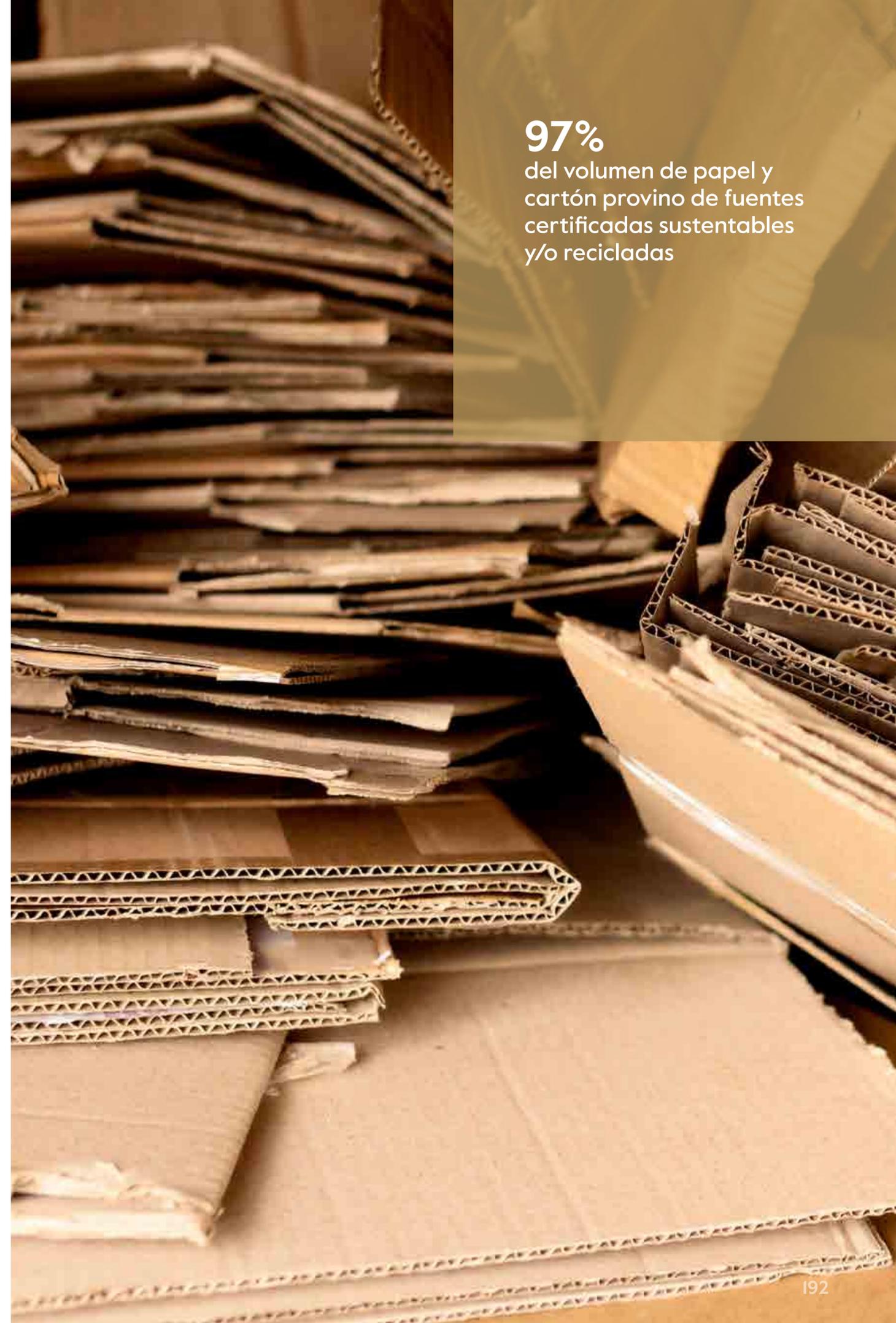
Entre los entrenamientos ofrecidos estuvieron:

- **¿Por qué es importante tener una estrategia de sustentabilidad?**
- **Planes de transición y metas de cambio climático**
- **Compromisos sobre el cambio climático y el compromiso de la cadena de valor**
- **Bosques, trazabilidad y su importancia**
- **Bosques, objetivos de no-deforestación y cuestionario de CDP sobre bosques**
- **Bosques, proyectos de paisaje y jurisdiccionales**

papel y cartón

Nuestra principal estrategia para ser libre de deforestación es abastecernos de material reciclado, sin embargo, fortalecemos estas acciones comprando algunos materiales que cuentan con certificaciones de reconocimiento internacional. Durante 2023, logramos que 97% de nuestros empaques tengan certificación o provengan de materiales reciclados. Estamos desarrollando soluciones y planes para que en 2025 llegemos al 100%. Como una estrategia complementaria realizamos un ejercicio de trazabilidad para las categorías de “cartones corrugados” y “cartones plegables” con el objetivo de conocer los países donde se cosechan las fibras vírgenes y de dónde proviene el material reciclado para identificar oportunidades de mejora en torno a la sustentabilidad de estos materiales.

El 37% del papel y cartón que se utilizó durante 2023 provino de fuentes recicladas.



97%
del volumen de papel y cartón provino de fuentes certificadas sustentables y/o recicladas

relaciones institucionales y gestión de grupos de interés

La Dirección de Asuntos Corporativos está también a cargo del posicionamiento institucional con los distintos grupos de interés con los que tenemos relación. Es responsable directa de la gestión con los siguientes grupos de interés:

Autoridades e Instituciones del Sector Público

Nuestra interacción abarca desde el ámbito internacional hasta el local, incluyendo funcionarios de instituciones públicas y legisladores, acatando el cumplimiento normativo y las regulaciones para la participación en discusiones de política pública relevantes para nuestro sector.

Asociaciones y Cámaras Empresariales

Colaboramos con agrupaciones de empresas e industrias asociadas para un fin común, sin fines de lucro y gestionadas de manera democrática por sus socios o miembros.

Organizaciones No Gubernamentales (ONG)

Definimos como cualquier grupo no lucrativo de ciudadanos voluntarios, independientes a la administración pública cuyas tareas están orientadas y dirigidas por personas con un interés común.

Nos involucramos con aquellas partes interesadas con quienes tenemos un propósito compartido, orientados en nuestros objetivos de negocio y de sustentabilidad.

Involucrarnos activamente con ellos nos permite construir agendas comunes, compartir mejores prácticas y al mismo tiempo promover la adopción de mejores estándares.

Grupo Bimbo realiza de manera periódica un análisis de materialidad. Este ejercicio tiene como uno de sus objetivos principales profundizar la relación con nuestros grupos de interés estratégicos, involucrando a las diferentes áreas relacionadas con ellos y consultando directamente a los propios grupos. Es especialmente enfocado en la percepción de nuestras fortalezas y oportunidades, así como de nuestra propia trayectoria ASG (de temas ambientales, sociales y de gobernanza).

Garantizamos que la interacción con cada grupo de interés sea fructífera y se realice con la mayor integridad, siguiendo rigurosamente nuestras políticas globales: FGB-CA-01 Política Global de Relación con Autoridades e Instituciones del Sector Público, FGB-CA-02 Política Global de Relacionamiento con Organizaciones No Gubernamentales y FGB-CA-03 Política Global de Vinculación con Asociaciones y Cámaras Empresariales.

Este compromiso asegura que las relaciones que cultivamos no solo sean productivas, sino también sustentables y responsables.



bienestar animal

Desde 2015 hemos colaborado intensamente en los mercados donde operamos, estrechamente con nuestros socios para incorporar prácticas de producción que procuran el bienestar de los animales.

Los planes para el cumplimiento de esta meta se han visto afectados por condiciones ajenas a nosotros que han impactado el contexto global y la oferta de este tipo de huevo, tales como la gripe aviar, la pandemia por la COVID-19 y los conflictos armados y sociales en diversas partes del mundo. Asimismo, desde 2015 la expansión de Grupo Bimbo incluye la presencia en 12 nuevos países. Esto ha llevado al replanteamiento de los planes de trabajo y la puesta en marcha de acciones que no estaban contempladas originalmente en nuestro compromiso. A pesar de esto, en 2023 se alcanzó un 17% de avance en nuestra meta global, superando el 15% proyectado originalmente.

Es importante destacar que este proceso lo hemos realizado con el acompañamiento de nuestros aliados y de diversas organizaciones de la sociedad civil expertas en la materia, entre los que destaca **Humane Society International** (HSI), que nos proporcionan información y recomendaciones.

Actualmente vemos mejoras tangibles en el mercado de huevo, con una mayor disponibilidad. Observamos la evolución de nuestras fuentes de abasto hacia la producción de huevos de gallina libres.



Superamos nuestro objetivo anual de migrar **15%** de nuestro consumo total de huevos, alcanzando un 17% de avance en la meta global.

Continuamos avanzando en nuestro compromiso de transitar gradualmente hacia un abastecimiento de huevo proveniente de aves 100% libres de jaula.

Con la mirada puesta en el futuro, hemos trazado nuestro camino para 2024 y 2025, anticipando desafíos aún más significativos.

Hemos logrado iniciar esta transformación a través de negociaciones y conversaciones estratégicas, estableciendo asociaciones sólidas con nuestros socios comerciales y proveedores. Nos esforzamos por comunicar nuestra visión, explicar la dirección que tomamos y entender las necesidades del mercado.

Nuestro enfoque busca garantizar la estabilidad y calidad de vida de las aves, más allá de nuestras ambiciones ambientales. Un animal menos estresado no solo produce huevos de mejor calidad, sino que también contribuye a la excelencia nutricional de nuestros productos finales, como panqués y panes.

En 2024, nos hemos propuesto alcanzar el 46% de nuestra meta.





Logros y casos de éxito

HUEVO PROVENIENTE DE AVES 100% LIBRES DE JAULA
Este año, en Bimbo México alcanzamos un 28% en la transición gradual hacia un abastecimiento de huevo proveniente de aves 100% libres de jaula. El crecimiento continuará en 2024.

Este éxito representa un hito para nosotros, marcando un cambio significativo en la industria local.

Hemos encontrado nuevas posibilidades al reconocer los beneficios no solo para los animales, sino también para toda la industria. Nos ha permitido evolucionar y aportar valor a lo largo de la cadena, beneficiando al animal, al productor, al transformador, a los creadores del producto final y, finalmente, al consumidor.



área transversales

Ir promoviendo la investigación de nuevas tecnologías a la vez de monitorear las invenciones que podrán ayudar a la transformación de nuestras operaciones.



innovación en Grupo Bimbo

Hemos integrado un Ecosistema de Innovación enfocado a crear nuevas propuestas para nuestros consumidores y, al mismo tiempo, revolucionar nuestra cadena de valor. Buscamos robustecer el camino para cumplir nuestros propósitos y objetivos estratégicos.

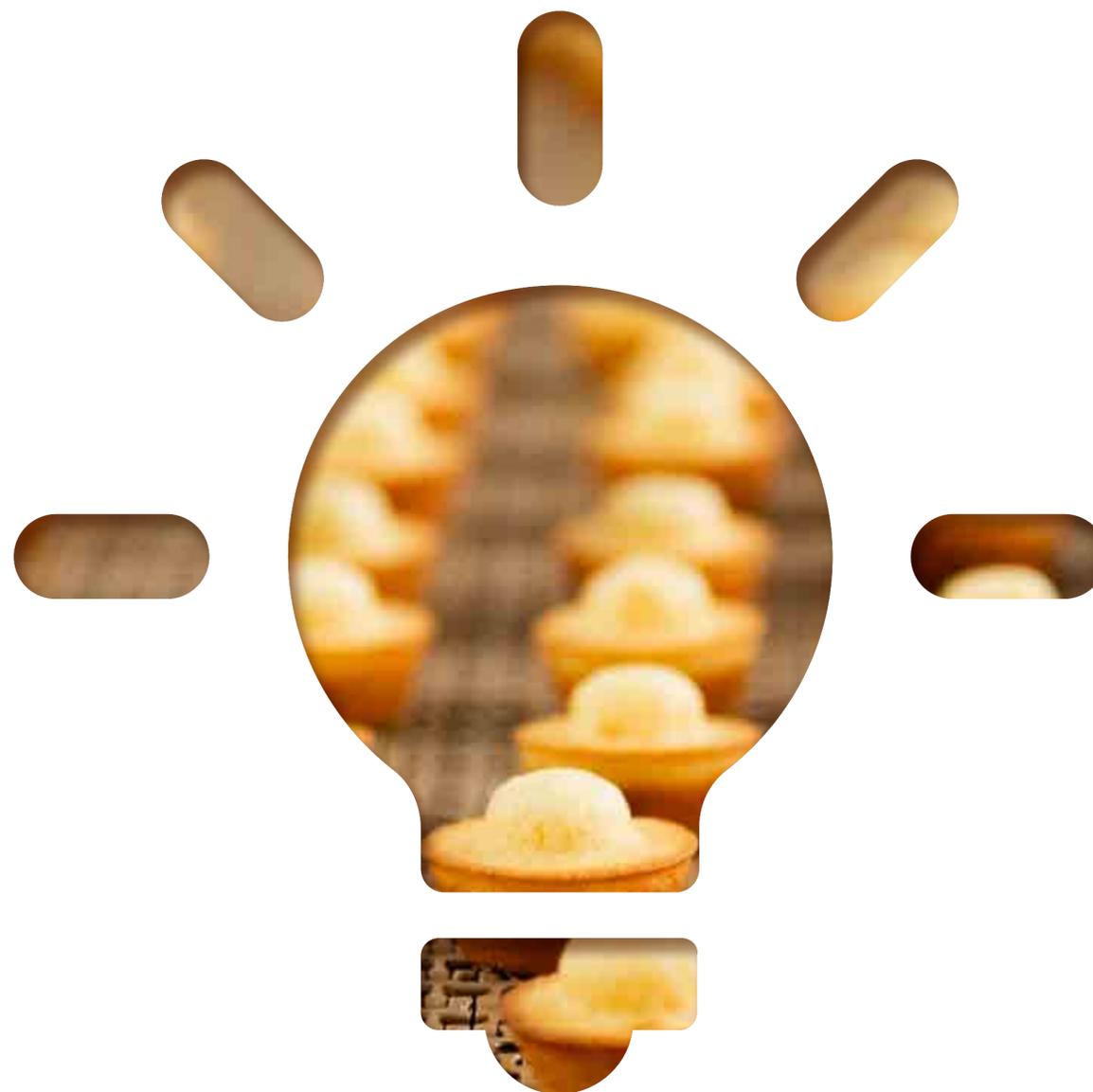
PRINCIPALES LOGROS EN 2023

Durante el 2023 aumentamos nuestro índice de innovación 10.3%, impulsando la creación y mejora continua de nuestra oferta.

Buscando atender las necesidades y exigencias de nuestros consumidores con excelencia y calidad, la innovación es un pilar fundamental que propicia la mejora constante de nuestros productos. Gracias a ella podemos adaptarnos a las cambiantes expectativas del mercado, que con su dinamismo y la evolución tecnológica generan un reto que estamos listos para atender.

Nuestra visión no se detiene ahí. Nos esforzamos por llevar esta transformación a todos los grupos de interés mediante la evolución de nuestra cadena de valor. Adaptamos nuestras iniciativas a los cambios de los entornos de los diferentes países en los que operamos.

Hemos establecido un sistema interno que guía los esfuerzos de todo el Ecosistema, enfocándolo en las oportunidades clave y los retos prioritarios que surgen. Tenemos un enfoque tanto interno como externo. Internamente, diversos equipos trabajan con distintos enfoques y alcances. El equipo más representativo para este esfuerzo, aunque no el único, es el de Investigación y Desarrollo.



Nuestra misión

Sabemos que es un gran reto priorizar la innovación sobre las necesidades y contingencias diarias. Por ello, buscamos colaborar y empoderar a *startups* para crear conjuntamente el futuro de los alimentos. Mantenemos un enfoque responsable con la sociedad y el medioambiente de Grupo Bimbo, agregando valor a nuestra estrategia.

Nuestro Gobierno Corporativo

Bimbo Ventures es supervisado por un comité llamado Comité *Ventures*. Este comité se reúne trimestralmente para evaluar y valorar las inversiones realizadas y los nuevos proyectos por emprender.

Este comité está integrado por ocho miembros del Comité Directivo de Grupo Bimbo. Sus capacidades y cualidades extraordinarias permiten llegar con éxito a nuestras metas y objetivos como compañía líder en innovación.

Sus funciones son:

- Aprobar Inversiones

El comité hace un estudio de cada proyecto con el fin de valorar la contribución que traería a la estrategia de Grupo Bimbo. Esto se define de manera interna, haciendo un análisis de la viabilidad de cada posible inversión.

- Seguimiento de resultados (evaluación y seguimiento)

En las sesiones también se informa a los principales grupos de interés acerca de los avances y progresos de los proyectos en marcha. Buscamos identificar buenas prácticas de crecimiento financiero y sostenibilidad. Las metodologías y estrategias de éxito son replicadas en aquellos casos que lo necesitan.

Adicionalmente, existe un reporte anual para el comité en donde se muestra el desempeño del portafolio en términos financieros y de valuación.



Nuestro objetivo es impulsar la innovación a través de sinergias con *startups* de productos o tecnologías disruptivas.

Nuestros ecosistemas de innovación y emprendimiento

Estamos orgullosos de participar en los ecosistemas de innovación y emprendimiento en todo el mundo. Tenemos en cuenta las características y necesidades propias de las regiones económicas donde operamos con el fin de identificar a las mejores startups que sumen a nuestros productos:

Número de inversiones por país



14 Estados Unidos

24 México

1 Argentina

1 Chile

2 Colombia

1 Ecuador

1 Uruguay

1 Finlandia

3 Francia

1 Grecia

1 Irlanda

3 Israel

2 Luxemburgo

2 Países Bajos

Nuestros principales enfoques

Buscamos invertir en proyectos que robustecen nuestra estrategia, teniendo en cuenta tres áreas de enfoque:

Funcional

Alternativas mejores para usted y potencias nutricionales

Durante 2023 invertimos en *startups* enfocadas en la estrategia global de productos de salud y bienestar

Sostenible

Cuidado de las personas y el planeta

En 2023 las empresas del portafolio aportaron a la meta de sostenibilidad trabajando en proyectos de reducción de emisiones de carbono o sustitución de ingredientes de origen animal

Experimental

Indulgencia, inmersión y compromiso de siguiente nivel

Las empresas del portafolio apoyan en la mejora de procesos de toda la cadena de suministro (automatización), así como en proyectos de eficiencia operativa

Nuestras verticales

Invertimos en pequeñas y medianas empresas alineadas a las verticales de inversión establecidas por Grupo Bimbo:

bimbo ventures

En 2017 creamos “*Bimbo Ventures*”, un fondo *Corporate Venture Capital* (Capital de Riesgo Corporativo) que busca apoyar *Startups* (pequeñas y medianas empresas de reciente creación) con tecnología y/o productos disruptivos que puedan tener un impacto positivo en las comunidades donde operamos.

Alineado a nuestra visión y misión, la accesibilidad y asequibilidad de nuestros productos es fundamental. Desde la pandemia global por COVID-19, los medios para ventas en línea han tomado un papel protagónico para nosotros, logrando un crecimiento de doble dígito en el año en este segmento.

Aprovechando nuestros recursos, nos enfocamos en cultivar alianzas con empresas que sumen a los procesos y mejora de nuestros productos a través de tres áreas:

Venture Client:

gestión de proyectos de sinergia entre startups y Grupo Bimbo

Venture Capital:

análisis, armado y ejecución de casos de inversión, así como relación con empresas objetivo de inversión antes de estar en el portafolio

Open Innovation:

gestión de iniciativas de innovación abierta

Durante 2023 realizamos

31

TRANSACCIONES
(10 nuevas inversiones en *startups* de todo el mundo, 2 nuevos fondos de inversión y 19 inversiones secundarias).

algunos casos de éxito

Considerando nuestro Business Plan, bajo el concepto “6 Disruptive Investments and/or Projects to support H&W and R&D”, realizamos siete inversiones con enfoque en H&W / R&D (*Crops & Bros, Olyra, Oobli, Eranova, Zero Carb Company, Healthy Brand, Cinca*), así como el lanzamiento de productos bajo marcas de Grupo Bimbo con apoyo de tres *startups* (Cinca, Soskende y Fruitex).



01.

Lanzamiento de producto en colaboración Sanissimo – Cinca



02.

Lanzamiento de producto en colaboración I Feel Food – Soskende



03.

Lanzamiento de producto en colaboración a– Fruitex

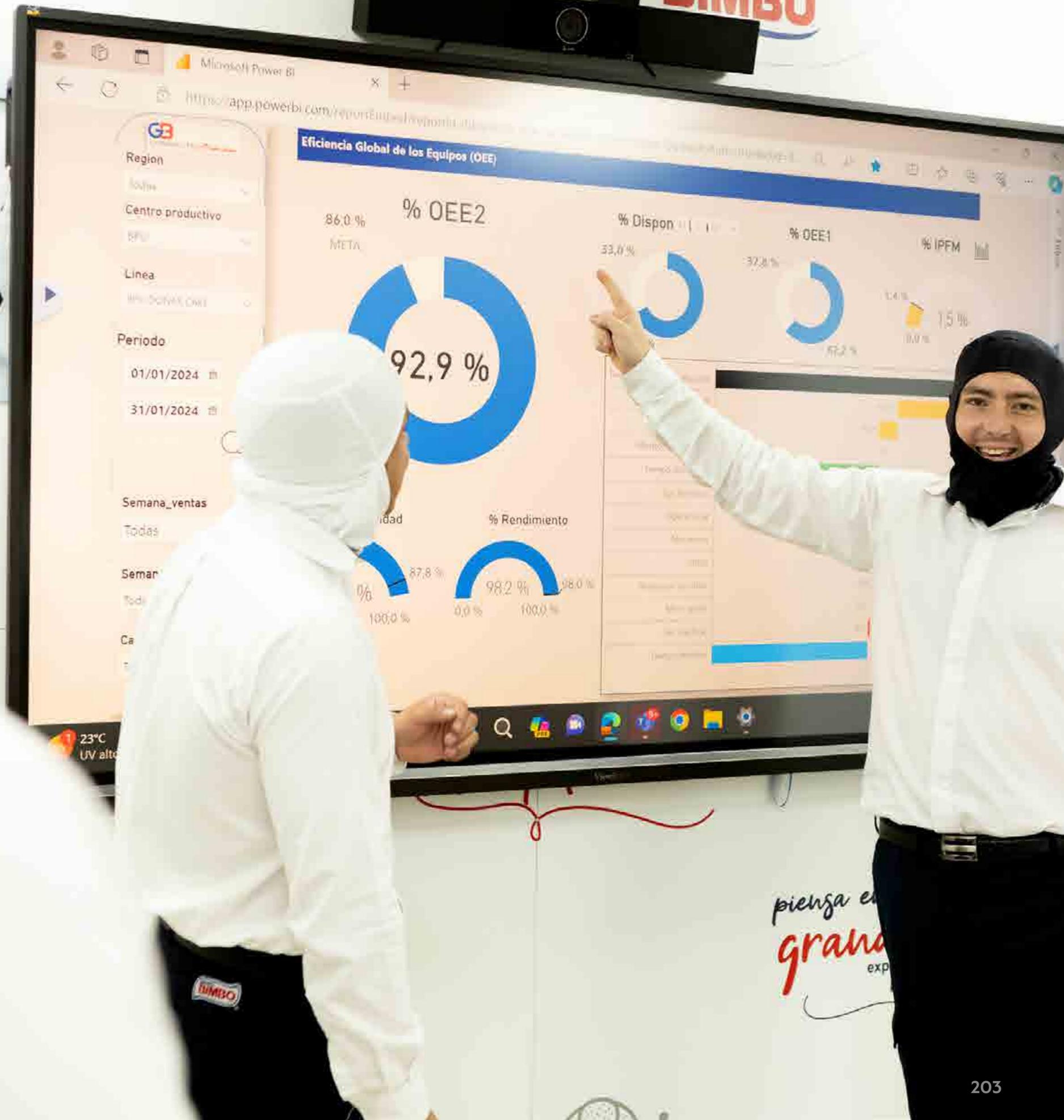


GB connected

GB Connected Sustentabilidad es una solución global que permite recopilar y digitalizar de forma automática información sobre los consumos a nivel general y de los procesos críticos de electricidad, gas y agua en nuestros centros productivos, de distribución y de ventas; mediante la conexión IIoT (Internet Industrial de las Cosas) en tiempo real. Esta solución nos brinda visibilidad y poder para analizar y tomar decisiones que mejoren el aprovechamiento de estos recursos, junto con los indicadores de desempeño operativos.

Objetivo

Tomar decisiones operativas que permitan aumentar el desempeño de los indicadores de sustentabilidad, con sustento de información recopilada a través de conectividad IIoT en tiempo real.



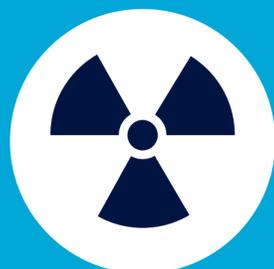
gobierno CORPORATIVO

Conscientes de la importancia de contar con una estructura sólida, en nuestra empresa hemos establecido una gobernanza robusta. Este modelo nos permite avanzar con determinación hacia el cumplimiento de nuestros compromisos, garantizando al mismo tiempo cumplir con las expectativas de nuestros grupos de interés.

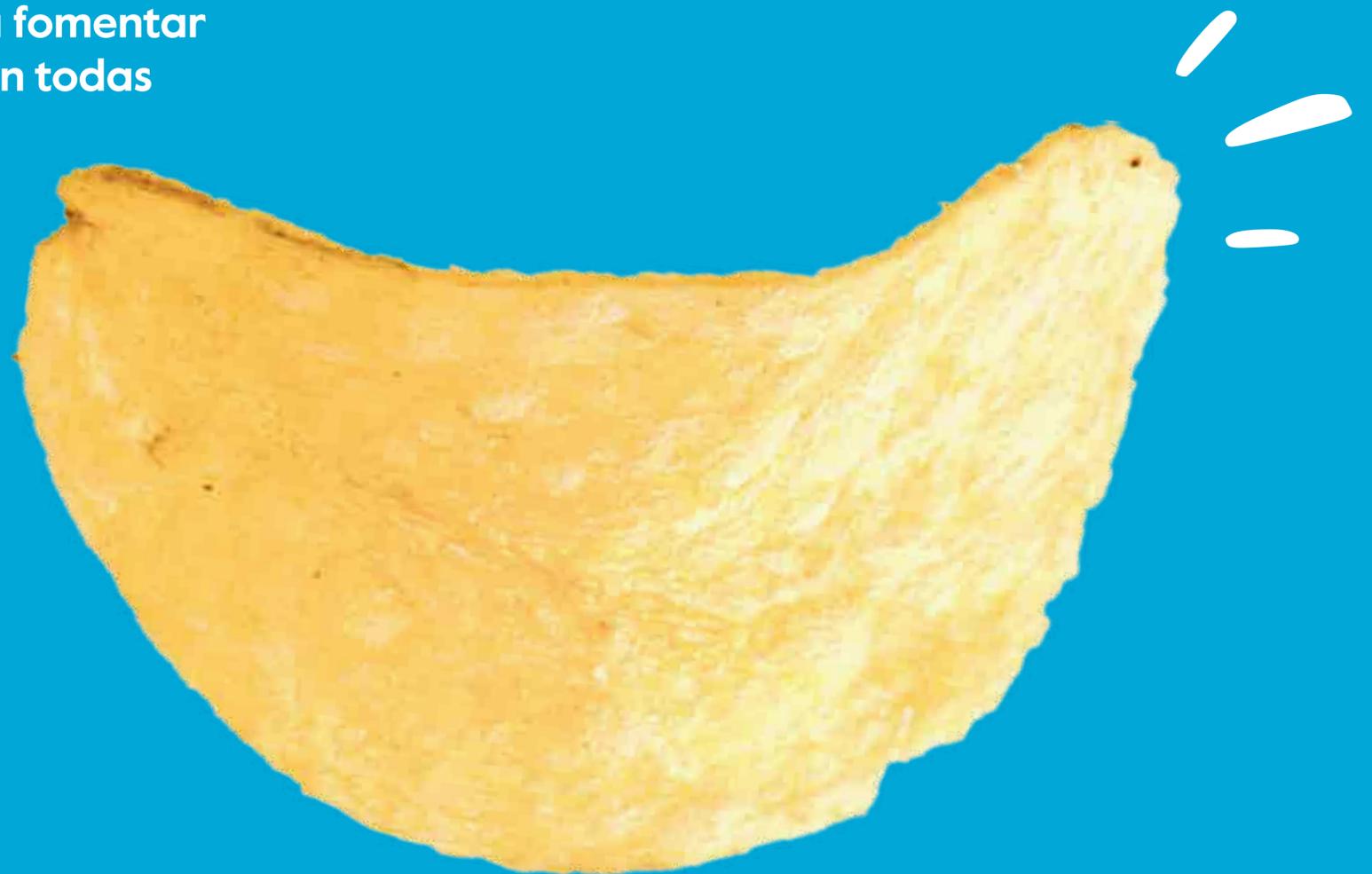
Entendemos que una gobernanza efectiva es clave para dirigir nuestros esfuerzos de sostenibilidad y para fomentar una cultura de responsabilidad y transparencia en todas nuestras operaciones.



CONSEJO DE
ADMINISTRACIÓN



GESTIÓN DE
RIESGOS



monitoreo y gestión de impactos en el entorno

Nuestra dedicación a la vigilancia y adaptabilidad ante los cambios del entorno nos permite no solo proteger nuestras operaciones y reputación, sino también avanzar hacia nuestros objetivos de sustentabilidad y crecimiento a largo plazo.

Comprendemos la importancia crítica de supervisar de cerca el entorno económico, político y social en el que trabajamos, evaluando cómo estos factores pueden afectar tanto nuestras operaciones como nuestra reputación.

La Dirección Global de Asuntos Corporativos es responsable del monitoreo de nuestro entorno. Contamos con un proceso de escalamiento directo al Comité Directivo en el que comunicamos las inquietudes críticas, así como propuesta de acciones para la toma de decisiones que eviten o minimicen el impacto de los riesgos identificados.

La naturaleza de las preocupaciones críticas deriva de asuntos regulatorios, iniciativas legislativas, entorno y coyuntura política, social y económica, así como cualquier otro evento disruptivo, tales como desastres naturales. En 2023, se comunicaron 56 asuntos relevantes al Comité Directivo de la empresa.

Para gestionar dichas inquietudes y riesgos, la Dirección Global de Asuntos Corporativos cuenta con diferentes herramientas:

Reporte de Nuevas Regulaciones:

reporte en el que las organizaciones llevan a cabo el monitoreo y comunican el estado y panorama de los asuntos regulatorios en los diferentes países donde operamos, asignándoles un nivel de riesgo en función de los criterios establecidos por la Dirección Global de Control Interno.

Política Global y Manual Global de Manejo de Crisis

Establecen los protocolos de actuación en caso de crisis de acuerdo con los mejores estándares internacionales.

Mapas de Riesgo desarrollados a nivel Organización

Mecanismos de monitoreo, análisis y coordinación de acciones para la atención de estos temas.

Esta estrategia integral refuerza nuestra capacidad para anticipar y manejar eficazmente los desafíos, asegurando que continuemos operando con eficiencia, manteniendo nuestro liderazgo en el mercado global.



vinculación con grupos de interés

A través del Connection Center tenemos contacto con nuestros clientes y consumidores de forma constante para comprender mejor sus comportamientos. Es nuestra principal fuente de inteligencia de datos para tener un mejor entendimiento de sus preferencias y brindarles la mejor opción.

Grupos de interés	Preocupaciones principales	Canales de comunicación	Frecuencia
Directivos y Colaboradores	Ambiente laboral saludable y oportunidades de crecimiento	Reuniones internas, intranet, sitio web.	Recurrente, anual
Consejeros	Rendimiento financiero y transparencia en la toma de decisiones	Reuniones de consejo, página web.	Recurrente, trimestral, anual
Inversionistas	Transparencia en la información financiera	Cobertura en medios, reportes trimestrales, informes anuales, eventos relevantes.	Recurrente, trimestral, anual
Proveedores	Relaciones comerciales equitativas	Portales para proveedores, reuniones presenciales y en línea, visitas a corporativo/ plantas.	Recurrente, mensual, anual
Gobierno	Cumplimiento de leyes y contribución a la comunidad	Informes no financieros donde incluyan cumplimiento regulatorio.	Variable, cuando se requiera
Clientes	Calidad y seguridad de los productos. Precios justos.	Página web, redes sociales, plataforma de servicio al cliente, encuestas de satisfacción.	Recurrente
Distribuidores	Disponibilidad de inventario y logística eficiente	Reuniones y visitas, plataforma en línea para distribuidores.	Recurrente, mensual, anual
ONGs	Colaboración en proyectos comunitarios y de desarrollo	Página web, redes sociales, eventos locales y proyectos comunitarios.	Variable, cuando se requiera
Medios de Comunicación	Acceso y transparencia de información relevante y actualizada	Redes sociales, página web, comunicados y noticias.	Recurrente

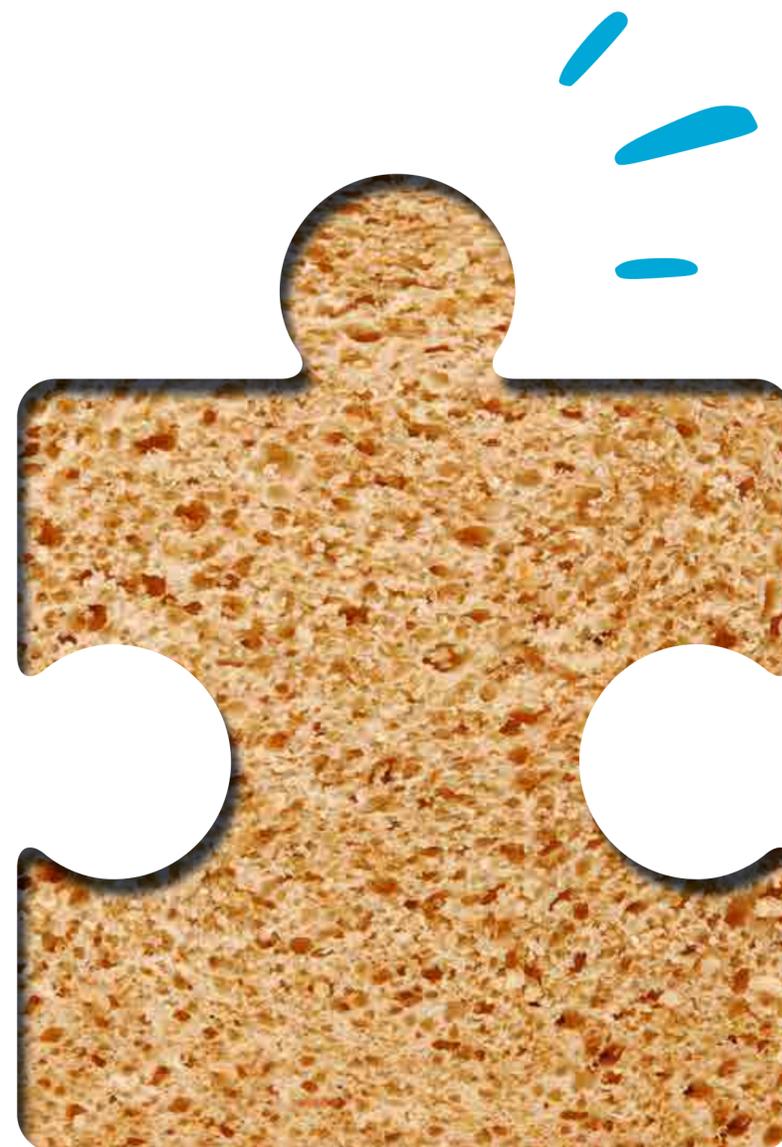
gestión de riesgos

En Grupo Bimbo entendemos la relevancia de gestionar riesgos de manera eficiente y proactiva. Reconocemos que una gestión de riesgos efectiva es fundamental para el éxito sostenible de nuestra empresa, la protección del medio ambiente y el bienestar de las comunidades en las que operamos.

Por ello, hemos establecido un Comité de Riesgos global dedicado a la gestión de riesgos.

El Comité de Riesgos se reúne dos veces al año para llevar a cabo el ejercicio de identificación y, en su caso, actualización de riesgos. Estas sesiones son cruciales para mantener una visión actualizada de los riesgos que enfrentamos, así como para asegurar una gestión efectiva de estos en Grupo Bimbo.

Este proceso nos permite identificar, evaluar y mitigar riesgos de manera proactiva, garantizando la resiliencia y la sostenibilidad de nuestras operaciones.





PROCESO DE GESTIÓN DE RIESGOS

Enfrentar y manejar eficazmente los riesgos es fundamental para el éxito y la sostenibilidad de nuestra empresa. Nuestro compromiso con ello se refleja en nuestro proceso de gestión de riesgos, que se basa en la metodología de Enterprise Risk Management (COSO ERM). Esta metodología aborda los riesgos inherentes a nuestros procesos, incluyendo su identificación, evaluación, tratamiento, monitoreo, comunicación y reporte.

El Comité de Riesgos de Grupo Bimbo asume la responsabilidad de gestionar tanto los riesgos estratégicos como los operativos en todas nuestras unidades de negocio.

Nuestro proceso se centra en los siguientes pasos clave:

Identificación de Riesgos

Realizamos un análisis continuo e integral para identificar posibles riesgos en diversas áreas clave. Abarcamos desde las operaciones cotidianas hasta factores externos que puedan influir en nuestra empresa

Análisis de Probabilidad, Impacto y Gestión de control

Después de identificar los riesgos, evaluamos no solo su probabilidad de ocurrencia e impacto potencial, sino el nivel de control sobre cada uno de ellos. Esto nos ayuda a priorizar cada riesgo según su relevancia para enfocar los esfuerzos y recursos de manera más eficiente.

Diseño de Estrategias de Mitigación

Basándonos en el análisis anterior, desarrollamos estrategias para minimizar o eliminar los riesgos. Estas estrategias son el resultado de un trabajo colaborativo entre distintos departamentos y expertos, asegurando una respuesta integral y eficaz.

Implementación y Monitoreo

Después, ponemos en práctica las estrategias de mitigación, monitoreando sus resultados constantemente. Este seguimiento continuo nos permite ajustar nuestras tácticas y responder de manera flexible a los cambios del entorno.

Reporteo y comunicación

La Dirección Global de Control Interno y Administración de Riesgos informa a la administración de la compañía, al menos trimestralmente, sobre el estado de gestión que guardan los riesgos de negocio.

RIESGOS GLOBALES 2023

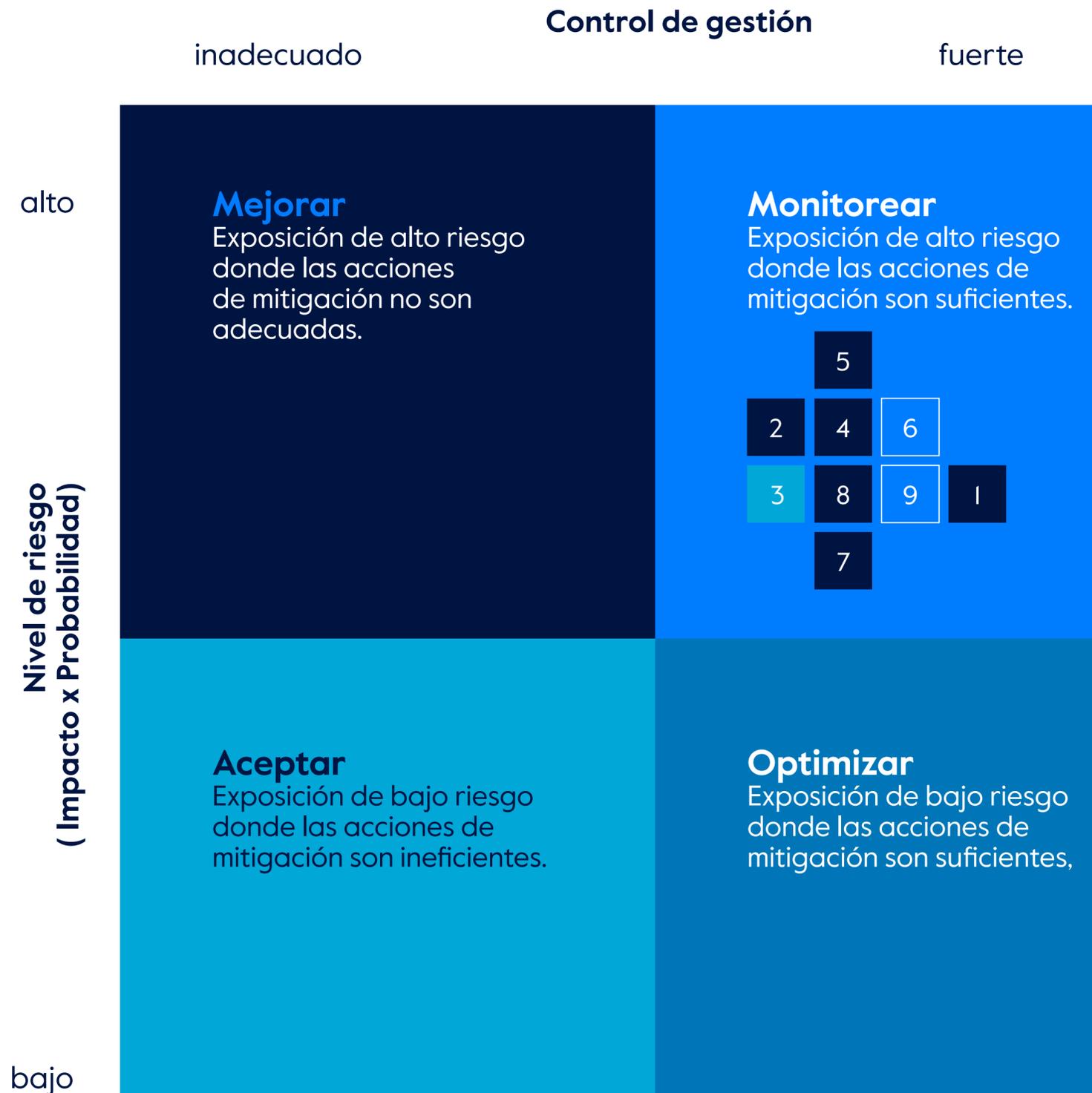
El 2023 se destacó por un entorno complejo, marcado por conflictos políticos y económicos globales. En Grupo Bimbo reconocemos la importancia de enfrentar estos desafíos de manera estratégica. Siguiendo nuestro riguroso proceso de gestión de riesgos, identificamos los riesgos clave para este año.

Velocidad de ocurrencia

Lenta
Media
Rápida

Control de Gestión

1. Conflictos geopolíticos/Problemas con las materias primas
2. Entorno macroeconómico en México y LATAM
3. Problemas legales
4. Seguridad alimentaria
5. Ciberseguridad
6. Escasez de talento, atracción y competencia
7. Diversidad e Inclusión
8. Incidentes de incendio
9. Lesiones graves



GESTIÓN Y MITIGACIÓN

Reconociendo la importancia de una respuesta proactiva, establecimos estrategias específicas para cada riesgo, procurando así la resiliencia y estabilidad de nuestras operaciones.

Conflictos geopolíticos / Problemas con el abastecimiento de materias primas

En Grupo Bimbo estamos conscientes de la relevancia de estar preparados para afrontar interrupciones en nuestra cadena de abastecimiento. Por ello, fortalecemos nuestras relaciones con proveedores y enfatizamos la importancia de mantener una comunicación abierta para garantizar la continuidad de nuestras operaciones.

Ciberseguridad

La ciberseguridad es una de las preocupaciones principales en la actualidad. Para alinearnos con las mejores prácticas en esta materia establecimos un modelo de gobernanza para administrar y reportar los niveles de ciberseguridad. Además, utilizamos herramientas específicas con el objetivo de proteger los datos, preservar la confianza de los interesados y cumplir con las normativas correspondientes.

Entorno macroeconómico en México y LATAM

Los factores geoeconómicos, políticos y sociales son de gran interés para nosotros, alineado con nuestro compromiso de alimentar un mundo mejor. Entendiendo los riesgos que presenta la volatilidad de variables macroeconómicas, hemos desarrollado estrategias de cobertura con el propósito de garantizar la estabilidad de nuestros planes de negocio.

Incidentes de incendio

Debido a la naturaleza de nuestras operaciones, estamos expuestos a posibles conatos de incendios. Para hacer frente a esta situación, llevamos a cabo capacitaciones y entrenamientos con nuestros colaboradores. Además, realizamos auditorías en sitio y evaluaciones de riesgos en instalaciones de alto impacto para garantizar la seguridad y preparación adecuada en caso de incendios.

Seguridad alimentaria

La calidad de nuestros productos es de suma importancia para nosotros. Para lograr alcanzar los estándares de seguridad alimentaria que buscamos, implementamos, revisamos y monitoreamos de manera continua los estándares globales y las mejores prácticas de la industria.

Lesiones graves

La seguridad de nuestros colaboradores es de máxima importancia. Por ello, reforzamos constantemente las observaciones de seguridad y llevamos a cabo inspecciones de seguridad en nuestros centros de trabajo. El análisis de riesgos es una parte rutinaria de nuestras labores para garantizar un ambiente de trabajo seguro.

Problemas legales

Estamos comprometidos con cumplir con las normas y leyes en cada una de las ubicaciones donde tenemos presencia. Por esta razón, hemos diseñado mecanismos de monitoreo de cumplimiento de las leyes locales, nacionales y globales. Esta práctica nos ha permitido tomar medidas oportunas para evitar sanciones y, sobre todo, para participar y contribuir de manera significativa a nivel social.

Diversidad e Inclusión

Estamos convencidos que la diversidad nos enriquece y la inclusión nos fortalece. Trabajamos de manera constante en la promoción de una cultura de diversidad e inclusión para ser una empresa que obtiene los beneficios de la diversidad y no perder competitividad en el mercado laboral.

Escasez de talento, atracción y competencia

Somos conscientes de que el talento es fundamental para alcanzar nuestras metas. Por ello, hemos desarrollado estrategias de capacitación y desarrollo para nuestro equipo, fomentando así un crecimiento integral para cada uno de nuestros colaboradores.

LOGROS EN LA GESTIÓN DE RIESGOS

Este año hemos logrado avances significativos, prueba de la efectividad de nuestro enfoque en la gestión de riesgos.

Innovación en Regulación y Prevención

En colaboración estrecha con la Dirección de Asuntos Corporativos, desarrollamos y reforzamos el monitoreo de nuevas regulaciones. Este esfuerzo fue clave para prevenir riesgos significativos, evitando sanciones y potenciales cierres de instalaciones.

Reducción Efectiva de Riesgos Regulatorios

Logramos una disminución en los riesgos asociados al cumplimiento de regulaciones. Este avance es resultado de una gestión meticulosa y una adaptación continua a los cambios en el entorno regulatorio, asegurando así la conformidad y eficiencia en nuestras operaciones.

Mejoras en la Seguridad contra Incendios

Gracias a la implementación de una metodología avanzada, conseguimos una reducción significativa en la incidencia de conatos incendios.

Mejoras en la gestión de seguridad alimentaria

Hemos alcanzado progresos significativos en la optimización de condiciones y prácticas para garantizar la calidad de nuestros alimentos.



Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD)

RIESGOS CLIMÁTICOS

En Grupo Bimbo estamos plenamente comprometidos con la identificación y gestión de los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático. Somos conscientes de su impacto tanto en el planeta, como en las comunidades en donde tenemos presencia. Nuestro enfoque busca fortalecer la resiliencia y asegurar un crecimiento responsable, alineándonos siempre con los intereses de nuestros stakeholders.

Conforme a las directrices del Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), llevamos a cabo un análisis detallado para evaluar el impacto financiero de estos riesgos y oportunidades en el corto, mediano y largo plazo. Esta iniciativa subraya nuestro compromiso con una gestión ambiental eficiente y transparente.

Riesgos Climáticos Identificados

Exposición a Riesgos de Transición

Identificamos que uno de los riesgos climáticos clave es el incremento de los costos operativos debido a los impuestos de carbono (carbon pricing). Estos impuestos, que se espera que aumenten en el futuro como parte de las medidas globales para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, podrían implicar gastos adicionales para nuestra empresa.

Exposición a Riesgos Físicos

Determinamos que el estrés hídrico y el aumento extremo de temperaturas son riesgos físicos significativos que podrían afectar nuestras operaciones en el futuro. Estos desafíos se suman a otros, como incendios forestales y posibles inundaciones costeras,

que también representan un riesgo para nuestras instalaciones en diversas regiones.

Para una evaluación exhaustiva y detallada de los riesgos climáticos, en Grupo Bimbo colaboramos con un proveedor externo especializado. Este análisis es realizado siguiendo las directrices del TCFD y nos ha permitido identificar los riesgos de transición y físicos que podrían impactar a nuestras operaciones.

Estrategia

Seguimos con el avance de nuestra misión de integrar de manera transversal la gestión de riesgos del negocio con la gestión de riesgos climáticos. Reconocemos la estrecha relación entre ellos y entendemos que su integración en el núcleo de nuestra estrategia es fundamental. Esta sinergia permitirá fortalecer nuestra resiliencia, anticiparnos a desafíos y capitalizar oportunidades en un mundo en constante cambio.

Impulsar y liderar activamente la transición hacia una economía con bajas emisiones de carbono no solo reducirá nuestros riesgos, sino que abrirá valiosas oportunidades de negocio y contribuirá a la sostenibilidad a largo plazo de nuestra empresa. Este enfoque se alinea también con nuestro compromiso de Alimentar un Mundo Mejor, mostrando nuestra convicción con la gestión empresarial responsable y sostenible.

Para conocer a detalle cómo gestionamos estos riesgos, así como las métricas y objetivos que hemos establecido para cada uno de ellos, favor de referirse a los temas materiales del capítulo "Para la Naturaleza".

gobernanza de la sustentabilidad en Grupo Bimbo



GOBERNANZA GLOBAL

Mecanismos de coordinación, reuniones y grupos de trabajo:

- Comité Ejecutivo de Sustentabilidad
- Comité de Sustentabilidad Global
- Grupos de Trabajo Globales (**Para Ti, Para la Vida y Para La Naturaleza**)
- Sesiones Uno a Uno (Líderes de organización / Líder Global de Iniciativa)
- Consejo Asesor Externo

GOBERNANZA LOCAL

Los comités regionales son responsables de enviar reportes periódicos al equipo de sustentabilidad global, que incluyen:

- Resumen detallado de los resultados regionales en relación con los objetivos
- Identificación de los objetivos en los que la región va por delante de lo previsto y de los que va retrasada, incluyendo los motivos y el plan de acción para lograr el progreso
- Identificación de retos y riesgos regionales específicos
- Proyectos adicionales más allá de la estrategia de sustentabilidad, con el objetivo de difundir casos prácticos y de éxito con otras regiones
- Cualquier recurso humano o financiero adicional que se necesite para alcanzar los objetivos

Para más detalle de la estructura de sustentabilidad, dar clic aquí

estudio de materialidad



En Grupo Bimbo, realizamos la actualización de manera periódica de nuestro análisis de materialidad con un triple propósito:

01.

Profundizar en la relación con nuestros grupos de interés estratégicos mediante consultas directas sobre su percepción de las fortalezas y oportunidades de la relación, así como el avance en aspectos ASG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza). Se establece una comunicación permanente a través de diferentes canales con el objetivo de mantener a nuestros grupos informados sobre nuestro desempeño.

02.

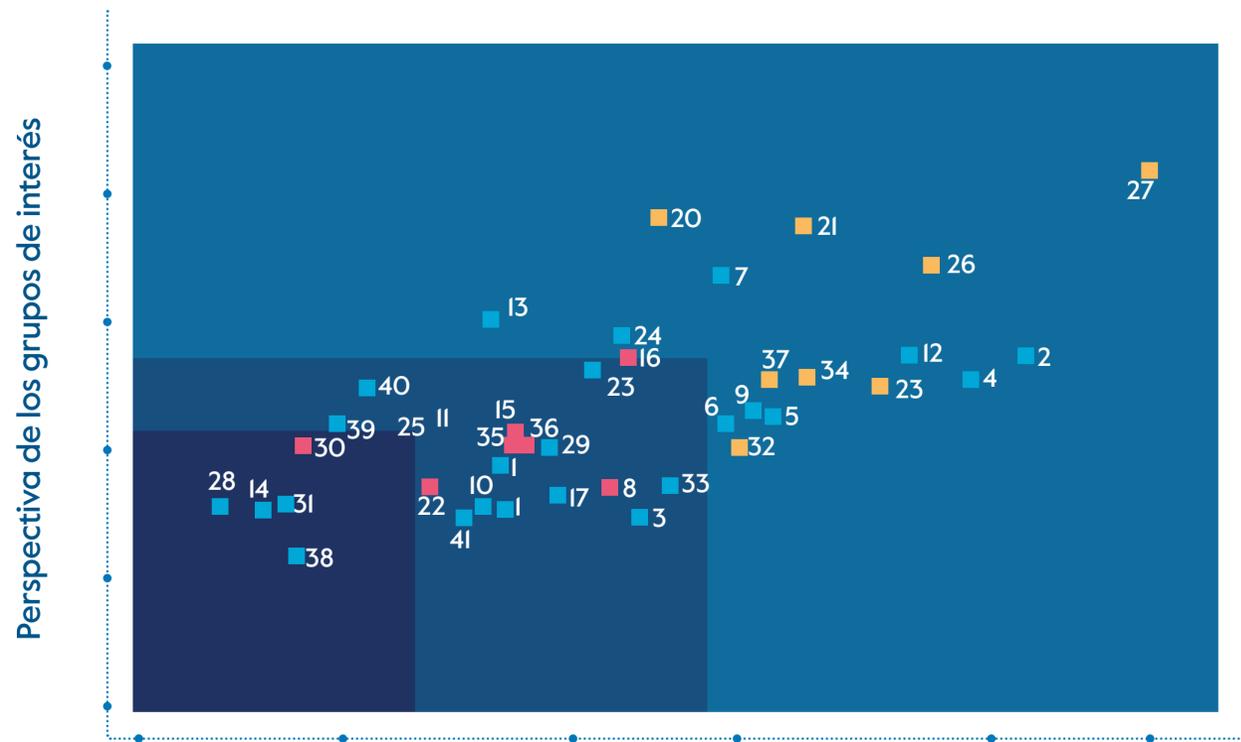
Determinar los temas de mayor impacto a nivel medioambiental, social y financiero.

03.

Definir los principales enfoques en la estrategia de sostenibilidad que se ha lanzado en 2021 y actualizarla con respecto a las expectativas y necesidades de nuestros grupos de interés.

matriz de materialidad integrada global

Como resultado del este ejercicio, se identificaron 16 temas materiales principales de los cuales 9 son doblemente materiales.



Materialidad Socioambiental

- Temas materiales
- Potenciales temas materiales (corto plazo)
- Temas NO materiales

Materialidad Financiera

- Temas materiales de impacto y financiera
-

- N. Temas Materiales (16)**
- 27 Experiencia de consumidor
 - 26 Seguridad y calidad de productos
 - 21 Comunicación y etiquetado responsable
 - 2 Clima y cultura organizacional
 - 4 Diversidad e igualdad de oportunidades
 - 20 Innovación hacia productos saludables
 - 12 Gobierno corporativo
 - 7 Ética e integridad
 - 19 Prácticas de agricultura sostenible
 - 34 Eficiencia energética y energía renovables en procesos
 - 37 Empaques sustentables y economía circular
 - 5 Salud, seguridad y bienestar
 - 24 Nutrición y vida saludable
 - 9 Transparencia y compromiso con los grupos de interés (rendición de cuentas)
 - 32 Adaptación y mitigación del cambio climático (riesgos físicos)
 - 13 Prácticas de gestión responsable en la cadena de suministros

- N. Temas Potencialmente Materiales (18)**
- 16 Desarrollo rural y suministros locales
 - 6 Cumplimiento legal
 - 23 Inocuidad en la producción y en la cadena de valor
 - 33 Adaptación y mitigación del cambio climático (riesgos de transición)
 - 29 Desarrollo de Pymes
 - 15 Suministros de materias primas sostenibles
 - 36 Logística y distribución sustentable
 - 8 Uso responsable de la innovación y las nuevas tecnologías
 - 35 Gestión de residuos
 - 3 Compensaciones y beneficios (colaboradores)
 - 40 Filantropía e inversión social
 - 11 Relaciones con gobiernos
 - 18 Tecnología para mejorar la trazabilidad de la cadena de suministros
 - 17 Derechos humanos en la cadena de suministro
 - 25 Actividades de salud y bienestar
 - 1 Capacitación y desarrollo de carrera
 - 39 Participación con la comunidad local
 - 30 Gestión y cuidado del agua

- N. Temas No Materiales (7)**
- 10 Comunicación interna
 - 22 Desperdicio alimentario
 - 41 Atracción y retención de talento local
 - 31 Protección de la biodiversidad
 - 14 inclusión de aspectos de sustentabilidad en los procesos de adquisición de empresas
 - 28 Privacidad de datos del consumidor
 - 38 Retos ambientales



Temas materiales

Líneas de Acción

Mejores perfiles nutricionales para todos

- Innovación hacia productos saludables
- Nutrición y vida saludable
- Experiencia de consumidor
- Seguridad y calidad de productos

Marcas Sustentables y transparentes

- Comunicación y etiquetado responsable
- Ética e integridad
- Transparencia y compromisos con los grupos de interés
- Gobierno corporativo
- Uso responsable de la innovación y las nuevas tecnologías

Dietas más saludables a base de plantas

- Innovación hacia productos saludables
- Nutrición y vida saludable
- Suministro de materias primas sustentables

Fortalecer nuestras comunidades

- Desarrollo rural y suministros locales

Cuidar a nuestra gente

- Clima y cultura organizacional
- Diversidad e igualdad de oportunidades
- Salud, seguridad y bienestar



Cero desperdicios

- Empaques sustentables y economía circular
- Desperdicio alimentario
- Gestión de residuos

Agricultura regenerativa

- Prácticas de agricultura sostenible
- Prácticas de gestión responsable en la cadena de suministro
- Gestión y cuidado del agua

Cero emisiones de carbono

- Adaptación y mitigación del cambio climático (riesgos físicos)
- Eficiencia energética y energía renovable en procesos
- Logística y distribución sustentable



finanzas sustentables

De la mano de la innovación y la mejora continua, diseñamos acciones estratégicas cuyo eje central es la sostenibilidad.

El 2023 ha sido marcado por nuestro firme compromiso hacia la sostenibilidad. Nos hemos enfocado en cómo nuestras decisiones financieras pueden influir positivamente en el planeta.

Como parte de ello, y con el objetivo de catalizar un cambio profundo en la mentalidad de nuestros colaboradores, hemos implementado acciones estratégicas para asegurar que tanto el diseño de nuevas instalaciones, como las propuestas de adquisición de activos, se rijan por una visión de sostenibilidad. Este enfoque garantiza que las mejores prácticas y el logro de nuestros objetivos sustentables, sean consideraciones primordiales al evaluar y autorizar un proyecto.

Una innovación clave ha sido la integración de criterios de sostenibilidad en nuestro proceso de planificación. Esto ha orientado a las organizaciones dentro de Grupo Bimbo a priorizar aquellas inversiones que además de ser viables desde el punto de vista financiero, también minimizan la generación de emisiones o residuos y promueven el uso responsable del agua. Este enfoque estratégico ha tenido un impacto significativo en nuestro presupuesto de CAPEX, donde las inversiones dirigidas a reducir nuestra huella de carbono se han establecido como prioritarias. Destacamos con orgullo los avances realizados este año. Hemos dado los primeros pasos hacia una organización que asegura que cada decisión de inversión además de ser financieramente sólida sea también respetuosa con el medio ambiente.

EMISIONES FINANCIERAS VINCULADAS A LA SUSTENTABILIDAD

Certificados Bursátiles

Durante 2023, Grupo Bimbo colocó de manera exitosa Certificados Bursátiles Vinculados a la Sustentabilidad por \$15,000 millones de pesos, la cual representa la emisión corporativa de bonos vinculados a la sustentabilidad ("SLB", por sus siglas en inglés) más grande en la historia del mercado mexicano.

Los certificados bursátiles están sujetos al cumplimiento de los indicadores clave de emisiones netas de carbono del Alcance 3, el cual representa aproximadamente el 90% de la huella de carbono de Grupo Bimbo. Esta emisión representa el quinto SLB de Alcance 3 a nivel global y el primero en Latinoamérica. La Compañía obtuvo una opinión de un tercero independiente, quien consideró los indicadores clave como materiales y relevantes, de acuerdo con las mejores prácticas de la industria.

Los certificados bursátiles se dividen en dos series: una serie por un monto de \$12,000 millones de pesos a 10 años a una tasa de interés anual fija de 9.24% y la segunda por \$3,000 millones de pesos a 3 años a una tasa de interés anual variable de TIIE 28 días + 0.10%

"Retomamos nuestra participación en el mercado mexicano con nuestro primer bono temático, el quinto SLB de Alcance 3 a nivel global y el primero en Latinoamérica. Esto está en línea con nuestra ambiciosa estrategia global de sustentabilidad con visión de largo plazo. La transacción fortalece nuestra posición financiera, mientras que reafirma nuestro compromiso con nuestros objetivos de sustentabilidad, particularmente en convertirnos en un negocio con cero emisiones netas de carbono al 2050",
dijo Diego Gaxiola,
CFO de Grupo Bimbo

Línea de Crédito Revolvente Comprometida

Extendimos también exitosamente nuestra línea de crédito revolvente comprometida vinculada a la sustentabilidad (“RCF”, por sus siglas en inglés) de US \$ 1,750 millones a US \$ 1,931 millones.

Esta transacción está vinculada a la sustentabilidad con enfoque en dos áreas, energía y agua, las cuales son parte de la trayectoria de sustentabilidad de la Compañía. La nueva RCF cuenta con compromisos bajo préstamo multimonedado y está dividida en dos tramos. El primer tramo es de hasta US \$875 millones con vencimiento en 2026, y el segundo tramo es de hasta US \$1,056 millones con vencimiento en 2028.

“Estamos contentos con esta transacción, la cual refleja nuestro compromiso de mantener un perfil crediticio sólido, mientras mantenemos nuestra amplia liquidez y flexibilidad”

dijo Diego Gaxiola, Director Global de Administración y Finanzas de Grupo Bimbo.



nuestra contribución a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS)

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) representan una oportunidad única en nuestra generación para crear un mundo mejor. Establecidos por las Naciones Unidas en 2015, los ODS no son solo metas globales; son un plan de acción integral para lograr un futuro donde la sociedad y el planeta puedan prosperar en armonía para 2030.

En Grupo Bimbo, consideramos a los ODS como pilares esenciales para fomentar un futuro más sostenible y equitativo. Nuestro compromiso con estos objetivos es profundo y transversal, contribuyendo de manera directa a 9 (2- Hambre cero, 3-Salud y bienestar, 5- Igualdad de género, 6- Agua limpia y saneamiento, 7- Energía asequible y no contaminante, 8-Trabajo decente y crecimiento económico, 12- Producción y consumo responsable, 13- Acción por el clima, 16-Paz, justicia e instituciones sólidas) de los 17 ODS. Sin embargo, ponemos especial atención en dos áreas clave que reflejan nuestra misión y capacidades: el ODS 2 (Hambre Cero) y el ODS 3 (Salud y Bienestar).



NUESTRA CONTRIBUCIÓN AL ODS 2

En Grupo Bimbo, estamos comprometidos con el objetivo de poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria, contribuir a una alimentación saludable y nutritiva, y promover la agricultura sostenible. Nuestro enfoque incluye mejorar el perfil nutricional de nuestros productos, proporcionar educación nutricional, optimizar nuestras prácticas agrícolas y apoyar a las pequeñas tiendas para mejorar el acceso a la nutrición.

En 2023, logramos avances importantes en la mejora de perfiles nutricionales, la transparencia y sostenibilidad de nuestras marcas y la promoción de dietas más saludables basadas en plantas. Entendemos que solo a través de la construcción de sistemas alimentarios saludables, resilientes, justos y sostenibles podremos hacer frente a los grandes retos de la humanidad en los próximos años.

Somos conscientes de nuestro impacto significativo, ya que estamos presentes en la mesa de millones de familias alrededor del mundo.

META

CONTRIBUCIÓN

<p>2.1 Poner fin al hambre y asegurar acceso a alimentación nutritiva</p>	<p>Ofrecemos productos con altos contenidos nutricionales, asegurando opciones asequibles.</p>
<p>2.2 Poner fin a todas las formas de malnutrición</p>	<p>Mejoramos los perfiles nutricionales de nuestros productos, enfocándonos en recetas naturales y sencillas.</p>
<p>2.3 Duplicar la productividad agrícola de productores en pequeña escala</p>	<p>Utilizamos ingredientes cultivados mediante prácticas de agricultura regenerativa.</p>
<p>2.4 Asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos</p>	<p>Promovemos la sostenibilidad en nuestras marcas y procesos de producción.</p>
<p>2.5 Mantener la diversidad genética de semillas y animales de granja</p>	<p>Apoyamos la biodiversidad a través de la selección de ingredientes locales, diversos y sustentables.</p>
<p>2.a Aumentar las inversiones en infraestructura rural y servicios agrícolas</p>	<p>Continuamos apoyando de manera activa a las pequeñas tiendas y socios comerciales para mejorar el acceso nutricional.</p>



NUESTRA CONTRIBUCIÓN AL ODS 3

En Grupo Bimbo, sabemos que garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos a todas las edades es una responsabilidad integral. Abarca desde la calidad nutricional de nuestros productos, hasta el fomento de estilos de vida saludables y el cuidado activo de nuestras comunidades y colaboradores.

Nuestras acciones y estrategias están diseñadas para tener un impacto positivo y duradero en la vida de las personas, no solo a través de nuestros productos, sino también mediante nuestra participación activa en la mejora de las comunidades y el bienestar de nuestros colaboradores. Continuaremos trabajando incansablemente para ampliar y fortalecer este impacto.

META

CONTRIBUCIÓN

3.4 Reducir la mortalidad por enfermedades no transmisibles

Mejoramos continuamente los perfiles nutricionales de nuestros productos para apoyar una alimentación saludable y prevenir enfermedades no transmisibles.

3.5 Prevención y tratamiento del abuso de sustancias

Promovemos la salud mental y el bienestar entre nuestros colaboradores, abordando también la prevención y tratamiento del abuso de sustancias.

3.6 Reducir muertes por accidentes de tráfico

Implementamos y mantenemos estrictas medidas de seguridad en todas nuestras operaciones de transporte y logística.

3.7 Acceso universal a servicios de salud sexual y reproductiva

Hemos tomado medidas concretas para garantizar el acceso a servicios de salud sexual y reproductiva para nuestra fuerza laboral. En algunos países ofrecemos apoyo para la adopción y proporcionamos cobertura de seguro para servicios de fertilidad.

3.9 Reducir muertes y enfermedades por contaminación

Llevamos a cabo iniciativas medioambientales y promovemos prácticas sostenibles para reducir la exposición a contaminantes.

3.a Control del Tabaco

Aunque este aspecto no es central en nuestras operaciones, apoyamos iniciativas de bienestar que incluyen la promoción de estilos de vida saludables, libres de tabaco.

COMPROMISO INTEGRAL

En Grupo Bimbo reconocemos que nuestras operaciones nos ofrecen la oportunidad única de contribuir activamente a varios Objetivos de Desarrollo Sostenible. Nuestras contribuciones reflejan nuestro compromiso con un desarrollo sostenible y responsable.

Igualdad de género

Ofrecemos un lugar de trabajo seguro, saludable, diverso, equitativo e inclusivo para todos nuestros colaboradores. Promovemos activamente la representación de mujeres y otros grupos minoritarios en riesgo de exclusión.

Agua limpia y saneamiento

Reducimos el uso de agua en nuestras operaciones para su conservación. Aseguramos que nuestras prácticas agrícolas maximicen la administración y eficiencia del agua. Todas nuestras plantas y sitios cuentan con procesos de tratamiento de agua residual efectivos.

Energía asequible y no contaminante

Continuamos trabajando incansablemente y estamos cerca de cumplir nuestro objetivo de operar al 100% con energía eléctrica renovable. Reducimos nuestra dependencia de los combustibles fósiles y disminuimos las emisiones de CO2 en todas nuestras operaciones.

Trabajo decente y crecimiento económico

Fomentamos un entorno de trabajo diverso, inclusivo y accesible para todos nuestros colaboradores, sin discriminar. Garantizamos que no haya violaciones de trabajo forzoso o infantil en nuestra cadena de valor.

Producción y consumo responsable

Apoyamos una economía circular a través de empaques sostenibles y programas de reducción de desperdicio de alimentos. Aumentamos los ingredientes de origen vegetal en las formulaciones de nuestros productos.

Acción por el clima

Hemos logrado reducir las emisiones de carbono y estamos enfocados en lograr cero emisiones netas de carbono al 2050.

A través del programa **Buen Vecino**, aumentamos la resiliencia comunitaria y la capacidad de adaptación a los efectos del cambio climático.

Paz, justicia e instituciones sólidas

Aseguramos un negocio responsable en toda nuestra cadena de valor a través de nuestra ética empresarial y código de conducta.

Cada paso que damos en Grupo Bimbo está guiado por nuestro compromiso firme con estos objetivos. No solo nos enfocamos en el impacto inmediato de nuestras acciones, sino también en su contribución a largo plazo.



Grupo Bimbo consolidando una cultura ética

Para nosotros mantener la confianza, transparencia e integridad con todos nuestros grupos de interés es sin duda una prioridad. De allí, que nuestras creencias, valores y principios son claves al momento de elaborar y ofrecer nuestros productos todos los días.

Por ello, resulta necesario crear una cultura ética de integridad y transparencia mediante la creación de buenas prácticas que parten de compromisos públicos globales, hasta el monitoreo de nuestras pequeñas conductas como compañía.

POLÍTICAS Y CÓDIGOS DE CUMPLIMIENTO ÉTICO

Contamos con un conjunto de políticas y códigos capaces de direccionar nuestros esfuerzos, recursos y objetivos a compromisos éticos y sustentables.

Para lograrlo, todos nuestros colaboradores están comprometidos con los valores y principios que rigen nuestra compañía. El servicio a la comunidad es la razón de nuestra búsqueda de mejora.

En Bimbo, apegados a la normativa aplicable en cada país donde operamos y a nuestros valores y principios, proporcionamos códigos en donde nuestros principales grupos de interés se sientan identificados.

PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS



nuestros
consumidores y
clientes

Tenemos el firme compromiso de informar a nuestros consumidores los valores nutritivos de cada uno de nuestros productos.

nuestros
colaboradores

Velamos por el respeto y ejercicio de sus derechos sin discriminación alguna. Proporcionamos espacios adecuados para su desarrollo y garantizamos su seguridad y bienestar.

nuestros
proveedores

Nos regimos por la realización de negocios honestos y equitativos, sin discriminaciones y/o imposiciones. Cada proveedor es tratado con respeto, justicia, confianza y afecto.

con
el gobierno

Contribuimos al respeto de las leyes y el respeto de las costumbres locales.

con
la sociedad

Contribuimos en la generación y conservación de empleo y, el fomento del respeto al medio ambiente.



NUESTRA ÉTICA E INTEGRIDAD NOS CONSOLIDA EN EL MERCADO Y EN LA SOCIEDAD

Consideramos el valor de la integridad como un elemento esencial en la forma de hacer negocios. Actuamos con integridad todos los días, siempre cuidando el interés de la Empresa. Valoramos la buena voluntad del otro: nuestra conducta construye confianza.

Estamos comprometidos con hacer negocios de forma ética y honesta, libre de cualquier forma de corrupción y soborno. También fomentamos el correcto actuar de todos los colaboradores y terceros.

Nuestra **Política Global de Integridad** refleja nuestra postura y reglas éticas frente a temas como:

- Anticorrupción y antisoborno, tanto en el sector privado como en el público.
- Límites establecidos para la recepción y/o entrega de regalos, comidas, viajes y entretenimiento a particulares.
- Desembolsos en efectivo
- Donativos y patrocinios
- Uso indebido de recursos públicos
- Tráfico de influencias

TRANSPARENCIA E INTEGRIDAD EN NUESTRAS TRANSACCIONES COMERCIALES

Durante el 2023 tuvimos cero infracciones en materia de lavado de dinero

Mediante la Política Global de Antilavado, establecemos las directrices necesarias destinadas a garantizar que todo colaborador y tercero con el que interactuamos cumpla con todas las leyes aplicables en materia anti-lavado en todos los negocios y relaciones que lleven a cabo.

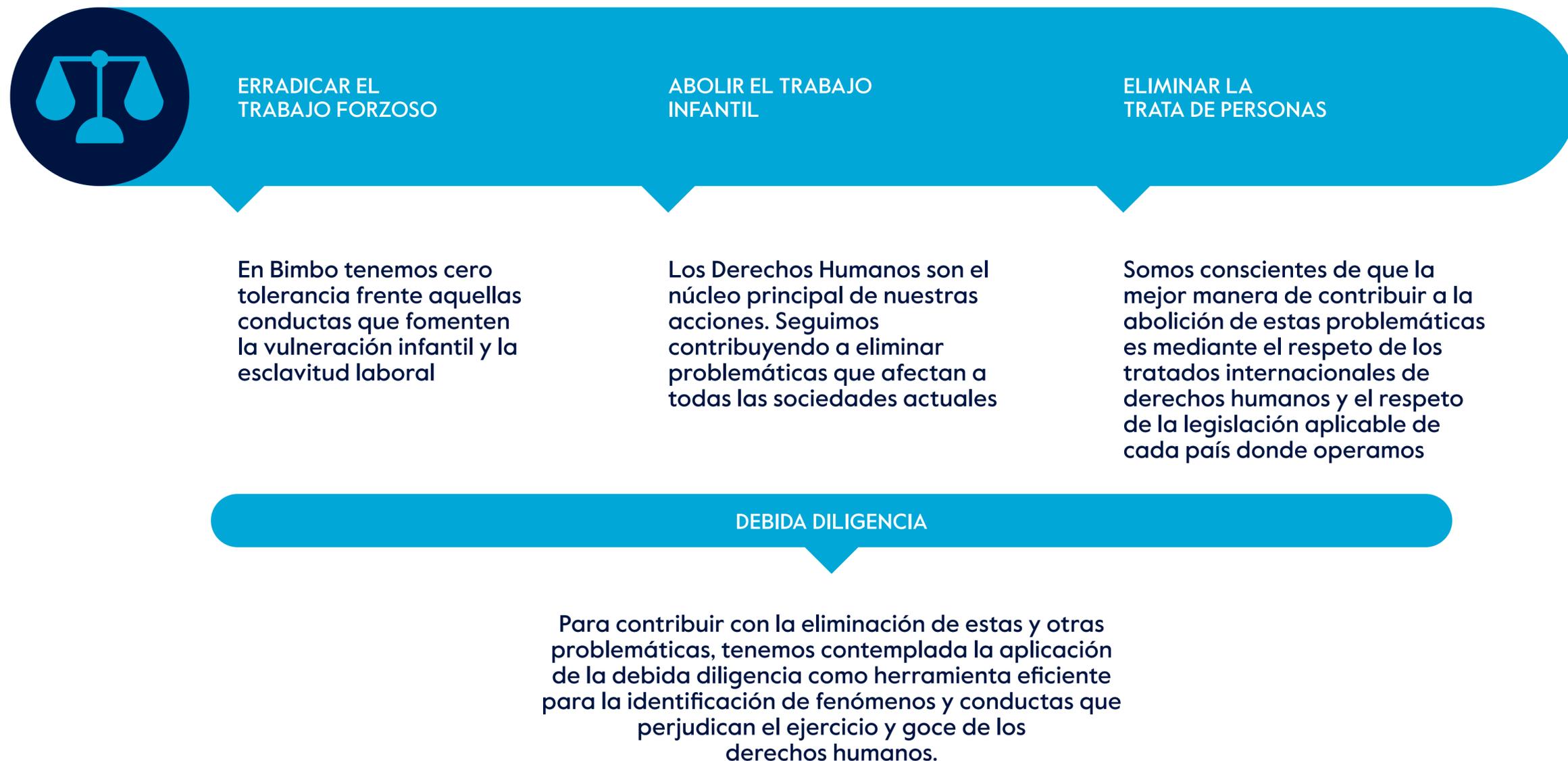
Disponemos de diversas buenas prácticas que nos permiten evitar cualquier irregularidad relativa a lavado de dinero:

- Realizamos capacitaciones dirigidas a nuestros colaboradores
- Comunicamos constantemente nuestra postura de integridad
- Desarrollamos una metodología para la prevención del lavado de dinero

LOS DERECHOS HUMANOS COMO ELEMENTO CLAVE PARA NUESTRA CADENA DE VALOR

Con el objetivo de fomentar el respeto por los derechos humanos de todos nuestros grupos de interés, adquirimos compromisos públicos reflejados en nuestra Política Global de Derechos Humanos.

En ella establecemos una serie de reconocimientos a favor del respeto a los derechos humanos de cada persona que participa en nuestra cadena de valor. Nos enfocamos en la dignidad humana y los derechos de cada individuo y su comunidad.



DIRECTRICES PARA LA BUENA GESTIÓN DE CONFLICTO DE INTERESES

Contamos con reglas y procedimientos claros frente a situaciones que pueden ocasionar un conflicto de intereses en perjuicio de nuestra Compañía. Contamos con una Política Global de Conflicto de Intereses que nos permite identificar, declarar y analizar cada caso en particular.

Nuestra Dirección Global Jurídica y de Cumplimiento Normativo es la responsable de aplicar los lineamientos generales y específicos de la política, así como actualización y monitoreo de esta. Este sistema de gestión nos permite garantizar transparencia, claridad y eficacia.

Cumplimiento legal en nuestras prácticas comerciales NUESTRO CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MANO DE PRÁCTICAS COMERCIALES DE LIBRE COMPETENCIA

Contamos con una **Política Global sobre Prácticas Comerciales** que tiene en cuenta las disposiciones legales relativas a libre competencia. Nuestro objetivo es fortalecer nuestra cultura hacia el fomento de prácticas comerciales justas. Fomentamos en nuestros colaboradores:

- El uso de un lenguaje respetuoso, no invasivo ni exagerado.
- La obtención de información de mercado de independientes, respetando los derechos de autor
- La objeción a conversaciones que fomenten prácticas monopólicas absolutas o relativas. En caso de existir una instancia de ello, nuestros colaboradores abandonan la reunión y se aseguran de que queden plasmadas las razones de su salida.

COMPROMETIDOS CON LA SEGURIDAD DE LOS DATOS PERSONALES

Sabemos que el derecho a la protección de datos de nuestros grupos de interés es un referente clave para nuestra cultura de integridad y transparencia.

Por requerimiento legal sabemos la importancia de proteger y resguardar la información recabada en la compañía.

Contamos con una Política Global de Protección de Datos Personales que desarrolla lineamientos para garantizar la privacidad y evitar cualquier vulneración a la seguridad de los datos personales.

Además, creamos acciones preventivas de supervisión y de formación entre nuestros colaboradores. Por otro lado, regulamos la legitimidad del tratamiento de los datos personales para garantizar su privacidad y evitar cualquier vulneración de seguridad.

En 2023, no se recibieron reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente.

Durante 2023, dando cumplimiento a los requerimientos legales, desarrollamos las siguientes acciones:

- Capacitación y comunicación a colaboradores.
- Herramientas tecnológicas para el monitoreo de datos personales.





BUSINESS TECHNOLOGY: LA INNOVACIÓN PARA LA PREVENCIÓN DE ROBO DE DATOS Y CIBERATAQUES

Business Technology surge por la necesidad de prevenir los riesgos que se presentan al momento de recabar y almacenar la información.

Estamos orgullosos de compartir los resultados obtenidos gracias al fortalecimiento en los procedimientos de Business Technology para la prevención de Robo de Datos y Ciberataques a favor de nuestros grupos de interés y de nuestra compañía.

Hemos reducido significativamente el riesgo de robo de información y de ciberataques en nuestra compañía convirtiéndonos en un referente en el sector.



comenta

Implementamos buenas prácticas desde la comunicación y capacitación para que los colaboradores conozcan la herramienta e identifiquen aquellos temas a reportar.

Basados en nuestras creencias, seguimos impulsando “Comenta”, nuestra línea de denuncias. Esta herramienta está dirigida a nuestros colaboradores y proveedores para reportar cualquier falta a nuestro **Código de Ética** o alguna de nuestras políticas. Sin duda, es un mecanismo de comunicación fiable, eficiente y sólido para prevenir y corregir cualquier irregularidad.

¿CÓMO FUNCIONA?

Comenta es un canal de comunicación que puede ser activado en cualquier lugar y momento.

Cada Organización cuenta con un Comité, el cual tiene como responsabilidad asegurar que todos los reportes sean investigados, tengan una respuesta y se ejecuten los planes de acción correspondientes. A nivel global reportamos cada trimestre las denuncias y casos pendientes. Buscando y mejorando implementar estrategias para la mitigación de incidencias relevantes.

Contamos con tres canales para reportar irregularidades

Vía telefónica: de acuerdo al país, disponible las 24 horas.

Correo electrónico: comenta@grupobimbo.com

Sitio web: [Línea Comenta](#)

Plataformas internas (Teams, GB On, sitio web)

Adicionalmente, ofrecemos a nuestros colaboradores un correo electrónico para que puedan reportar cualquier irregularidad que atente con la integridad y ética de nuestra compañía:

compliance@grupobimbo.com

REPORTES RECIBIDOS EN 2023



Cerrados	1,362
Abiertos	303
Fundados	506
Infundados	856
Anónimos	718
Con identidad	947
Femenino	543
Masculino	877
No especificado	245

TEMAS DENUNCIADOS

Relaciones laborales	976
Política de Integridad	224
Diversidad en inclusión	126
Seguridad y bienestar	114
Acoso sexual	84
Faltas al código de ética	74
Conflicto de interés	65
Proveedores	2
Total	1,665

comunicación y capacitación en ética e integridad

Realizamos estudios para identificar y medir los riesgos en materia de integridad, prevención de lavado de dinero y protección de datos personales. Para ello, consideramos factores del entorno y tipo de negocio, procesos de mayor exposición a riesgos de integridad y volúmenes de ventas.

En el 2023 realizamos estudios en Panamá, México y Argentina, regiones en las cuales pudimos comprender las fortalezas de las organizaciones, así como las actividades y procesos que requieren ser reforzados con el propósito de mantener un alto grado de cumplimiento en integridad.

A estos estudios se suman análisis de procesos de riesgos. En estos análisis se ha visto un alto grado de cumplimiento y control en materia de protección de datos personales, demostrando una vez más nuestro compromiso al cumplimiento normativo.

Sabemos que estar informados y capacitados nos hace aptos para asumir nuestros compromisos y afrontar nuestros retos.

Los miembros de nuestro Consejo de Administración son anualmente informados, con el fin de mantenerlos actualizados, de los siguientes documentos relacionados con ética e integridad:

- Código de Ética Profesional de la Comunidad Bursátil Mexicana
- Código de Mejores Prácticas Corporativas
- Reglamento Interior de la Bolsa Mexicana de Valores
- Código de Ética de Grupo Bimbo
- Política Global de Integridad de Grupo Bimbo

100%
de nuestra plantilla ha recibido y conoce nuestras políticas y prácticas anticorrupción

27,779
colaboradores recibieron capacitación relativa a anticorrupción

100%
de los miembros del máximo órgano de gobierno recibieron comunicación de las políticas y estándares anticorrupción de la organización

GRI 2-24, 205-2

REFORZANDO NUESTRA CULTURA DE INTEGRIDAD TODOS LOS DÍAS

Desde hace años en Grupo Bimbo realizamos cápsulas de integridad que incluyen mensajes a través de videos cortos y pósters que refuerzan temas legales. Este formato ha tomado mayor relevancia en las reuniones de trabajo ya que sirve para reforzar la cultura de integridad y transparencia en todo lo que hacemos.

Todos los días afianzamos nuestra cultura para prevenir regalos, donativos, prácticas monopólicas y la importancia de proteger los datos personales de nuestros grupos de interés.

Nuestros colaboradores recibieron formación en materia anticorrupción, antilavado y competencia económica:

FORMACIÓN EN POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS ANTICORRUPCIÓN

	Total de colaboradores	Ejecutivos y directivos	Supervisores	Operativos y administrativos	% de colaboradores
México	15,475	453	8,151	6,871	+90.%
Norteamérica	4,894	439	3,826	629	+93.%
Latinoamérica	4,658	131	2,278	2,249	+97. %
EAA	2,752	175	1,626	951	+91. %
Total	27,779	1,198	15,881	10,700	+92. %

PROGRAMA DE CUMPLIMIENTO

Nuestro programa se enfoca en 4 pilares fundamentales para el cumplimiento normativo de nuestras operaciones: anticorrupción, prevención del lavado de dinero, protección de datos personales y competencia económica.

Sabemos que una cultura ética solo se logra cuando implementamos buenas prácticas enfocadas al apego normativo y legal de cada país donde operamos. Para ello, la Dirección Global Jurídica y de Cumplimiento Normativo promueve, regula y homologa estándares de integridad y transparencia para toda la compañía mediante diversos programas y procedimientos.

Para nosotros no sólo se trata de un cumplimiento legal; el actuar con integridad es parte de las siete creencias de la compañía, convirtiéndose en pieza clave de nuestra identidad.

Nuestro programa de Cumplimiento está bajo la supervisión de la Dirección General de la Compañía, a través del Comité de Ética y Cumplimiento Normativo.

Contamos con seis elementos principales en nuestra metodología que nos ayudan a tener un programa de cumplimiento efectivo:

- Compromiso de los líderes
- Capacitación y comunicación
- Análisis de riesgos
- Debida diligencia
- Monitoreo
- Políticas y procedimientos

Además, nuestro programa es evaluado anualmente por una firma experta en la materia con el objetivo de siempre cumplir con los estándares más altos en materia de integridad. En 2023, el resultado de la evaluación fue de 4.95 sobre 5.

Además, por séptimo año consecutivo, fuimos elegidos por **Ethisphere Institute** como una de las empresas más éticas del mundo.

Todos nuestros proveedores se adhieren a nuestras cláusulas de anticorrupción, derecho de auditoría y capacitación, además de nuestro Código de Conducta de Proveedores.



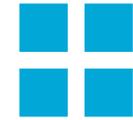
OBJETIVO



ALCANCE



FUNCIONES



Programa de Cumplimiento Normativo

Funciones del comité de ética y cumplimiento

Consolidar procesos y actividades en estricta observancia de la normativa interna y externa, procurando la incorporación de mejores prácticas globales y la mejora continua de los procesos a su cargo.

Aplica en todas las organizaciones y a todos los colaboradores.

Responsable de velar por la correcta implementación y monitoreo del programa de cumplimiento, con base en la Política Global de Integridad.

Procedimiento para Investigaciones

Funciones de la Dirección Global de Compliance

Establecer los lineamientos para realizar investigaciones exclusivamente en temas de integridad y que involucran a un funcionario público.

Aplica en todas las organizaciones y a todos los colaboradores.

Establecer los pasos para recolectar y evaluar información. Asignar responsabilidades. Investigar, remediar y dar seguimiento a las denuncias de potenciales casos de incumplimiento normativo o corrupción pública. Realizar un reporte en materia de falta de integridad.

Procedimiento Global para Investigaciones de Fraude y Determinación de Acciones Correctivas

Fundiciones de la Dirección Global de Auditoría en conjunto con la Dirección Global de Seguridad y Protección

Establecer los mecanismos para la planeación, ejecución, reporte y definición de acciones correctivas, como resultado de las investigaciones de actos y sospechas de fraude.

Aplica en todas las organizaciones y a todos los colaboradores

Recolectar y gestionar los casos relativos a fraudes, robo y corrupción privada en entre particulares.

comunicación y capacitación sobre las políticas y procedimientos

PREOCUPACIONES CRÍTICAS

Comprometidos con el crecimiento responsable de la empresa, desde la Dirección Global de Asuntos Corporativos damos seguimiento y análisis a los factores económicos, políticos y sociales donde operamos.

Contamos con un proceso de escalamiento directo en donde el Comité Directivo reporta las preocupaciones críticas y propuesta de acciones, para así prevenir o mitigar los riesgos identificados en nuestra cadena de valor.

La Dirección Global de Asuntos Corporativos cuenta con diferentes herramientas para gestionar y mitigar los diferentes riesgos asociados:

Reporte Global de Nuevas Regulaciones

Reporte cuya función es monitorear y comunicar el panorama de los asuntos regulatorios y legislativos en los diferentes países donde operamos, asignándoles un nivel de riesgo en función de los criterios establecidos.

Mapas de riesgo desarrollados en cada país

Mecanismo que permite el monitoreo permanente, análisis y coordinación de acciones para minimizar o eliminar el impacto de los riesgos identificados.

Cumplimiento Normativo

Realizamos estudios para identificar y medir los riesgos relativos a prevención de lavado de dinero, integridad, protección de datos personales, entre otros, con el fin de tomar medidas para anticiparnos a situaciones contrarias a las leyes en los países donde operamos y de nuestras propias políticas.

Además, contamos con nuestro Comité de Auditoría el cual audita temas relacionados con el Manejo de Crisis y Continuidad del Negocio en los incidentes y/o crisis reportadas por las Organizaciones.



PROGRAMA DE GESTIÓN DEL RIESGO DE FRAUDE

Actualmente, la Dirección Global de Auditoría Interna facilita la implementación del programa y trabaja muy de cerca con las Direcciones Globales de Seguridad, Personas, Cumplimiento Normativo, Control Interno y Contraloría, quienes cuatrimestralmente dan seguimiento a su ejecución, actualizaciones y mejoras.



comercio justo

La cultura de integridad en Grupo Bimbo tiene como compromiso implementar e impulsar buenas prácticas que garanticen y velen por un comercio justo en donde operamos. Para ello, contamos con compromisos públicos y buenas prácticas que contribuyen a la transparencia en todas nuestras operaciones.

Prácticas Comerciales y Competitividad

Estamos orgullosos de diseñar, implementar y gestionar mecanismos eficientes que dan fuerza a nuestras buenas prácticas y supervisan las relaciones comerciales de nuestros colaboradores.

Respetamos las regulaciones de libre competencia en todos los mercados en los que participamos.

Política Pública

Con fundamento en nuestra Política Global de Integridad, no hacemos apoyos económicos o en especie a favor de partidos y/o representantes políticos.

Además, nuestro Código de Ética reconoce que nuestras acciones siempre están alineadas con la legislación de donde operamos.

Tenemos un compromiso con la seguridad jurídica de todos nuestros grupos de interés. Vinculamos nuestra conducta con nuestros principios de integridad y transparencia.

Durante 2023 obtuvimos una vez más el reconocimiento de ser una de las empresas más éticas del mundo, otorgado por The Ethisphere Institute. Estos hechos confirman que vamos por buen camino, de la mano de colaboradores comprometidos con nuestros valores.



asociaciones internacionales

NOS COMPLACE COMPARTIR LAS DIVERSAS ASOCIACIONES CON LAS QUE NUESTRA EMPRESA HA COLABORADO DURANTE EL ÚLTIMO AÑO. ESTAS ORGANIZACIONES SON UNA MUESTRA DE NUESTRO COMPROMISO CON LA EXCELENCIA Y LA INNOVACIÓN EN NUESTRO SECTOR Y EN LAS COMUNIDADES EN LAS QUE OPERAMOS. A TRAVÉS DE ELLAS, NO SOLO FORTALECEMOS NUESTRAS RELACIONES CON OTRAS ORGANIZACIONES LÍDERES, SINO QUE TAMBIÉN CONTRIBUIMOS ACTIVAMENTE AL AVANCE Y DESARROLLO DE NUESTRA INDUSTRIA.

internacionales Centro Integral de Mejoramiento de Maíz y el Trigo (CIMMYT), Consumer Goods Forum (CGF), International Food and Beverage Alliance (IFBA) **argentina** Asociación de Industrias de Marca (ADIM), Cámara de Comercio Argentino Mexicana (CAMEX), Cámara de Industriales de Productos Alimenticios (CIPA), Coordinadora de las Industrias de Productos Alimenticios (COPAL) **brasil** Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA), Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados (ABIMAPI), Associação Brasileira de Anunciantes (ABA) **canadá** Advertising Standards Canada (ASC), Alberta Association of Safety Partnerships, Baking Association of Canada, British Columbia Food & Beverage, Canada Plastics Pact, Canadian Aboriginal and Minority Supplier Council (CAMSC), Canadian Food Innovators, Canadian Franchise Association, Cereals Canada, Chambre de commerce et d'industrie Nouvelle-Beauce, Conseil Trans Alimentaire du Quebec (CTAQ) // Conseil de Boulangerie Québec, Food & Beverage Canada, Food & Beverage Ontario, Hamilton Chamber of Commerce, Importers & Exporters Canada (Canadian Association of Importers and Exporters), WEConnect International **chile** Asociación Gremial De Industrias Proveedoras, Asociación Nacional De Bebidas Refrescantes, Cámara De integración Chilena Mexicana (Cicmex), Unión Social De Empresarios Cristianos **china** China Association of Foreign Investment Enterprises, China Baked Food and Sugar Products Industry Association, China Chain Store & Franchise Association, Guangdong Food Safety Society **colombia** Cámara Colombo Americana (AMCHAM), Asociación de Industriales y Residentes del Occidente (ASO Occidente), Asociación de Empresarios Católicos de Colombia, Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), Cámara de Comercio México Colombiana, Asociación Para El Fomento Y Seguridad En Distribución Física (Defencarga) **corea del sur** RMHC Corea del Sur **costa rica** Cámara Costarricense de Industrias Alimenticias (CACIA), Cámara de Exportadores de Costa Rica, Cámara de Industrias de Costa Rica **ecuador** Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas (ANFAB), Cámara Binacional de Comercio Ecuador-México, Cámara de Comercio de Guayaquil, Cámara de Comercio de Quito, Cámara de Industrias de Guayaquil, Cámara Ecuatoriano Americana de Comercio Guayaquil, Mucho Mejor Ecuador **el salvador** Asociación Salvadoreña de Industriales, Cámara de Comercio e Industria de El Salvador **estados unidos** American Bakers Association, Consumer Brands Association, The Food Industry Association (FMI), International Associates of Food Protection (IAFP), Muskingum Valley Human Resource Management Association (MVHRMA), Ohio Trucking Association, Safety Council, Society of Human Resource Management (SHRM), Women in Trucking, Zanesville-Muskingum Chamber of Commerce **españa** Asociación Multisectorial de Empresas (AME), Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (ASEMAC), Asociación de Directivos de Comunicación (DIRCOM), Federación de la Industria de Alimentos y Bebidas (FIAB), PRODULCE (Asociación Española del Dulce), PROMARCA **francia** Across The Counter Quality (ATCQ), Cercle d'Echanges de Boulangerie Pâtisserie (CEBP), Fédération des Entreprises de Boulangerie (Bakery French Federation) **guatemala** Cámara de Comercio e Industria Guatemalteco Mexicana, Cámara de Comercio de Guatemala, Cámara de Industria de Guatemala / Gremial de Alimentos y Bebidas de Guatemala **honduras** Asociación Nacional de Industriales (ANDI), Cámara de Comercio e Industria de Olancho, Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa **italia** Associazione Produzione Pane Confezionato = Association of Packed Bread Production (APPC), Camera di Commercio di Modena (Chamber of Commerce of Modena), Camera di Commercio del Messico in Italia = Chamber of Commerce of Mexico in Italy (CaMexItal), Confindustria Emilia-Romagna **méxico** Asociación Mexicana de Energía Solar (ASOLMEX), Asociación Nacional de Fabricantes de Chocolates, Dulces y Similares A.C. (ASCHOCO), Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), Asociación Nacional de Transporte Privado (ANTP), Cámara de la Industria de Transformación Nuevo León (CAINTRA), Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA), Cámara Nacional de Maíz Industrializado (CANAMI), Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), Comisión de Estudios del Sector Privado para el Desarrollo Sustentable (CESPEDES), Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN), Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), Consejo Coordinador Empresarial (CCE), Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR), Consejo de la Comunicación, Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales (COMEXI), Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo (ConMéxico), Consejo Mexicano de Negocios (CMN), Consejo Nacional Agropecuario (CNA), Ecología y Compromiso Empresarial (ECOCE), Fundación Mexicana para la Salud (FUNSALUD), International Chamber of Commerce (ICC), Unión Social de Empresarios de México (USEM) **nicaragua** Cámara de Comercio e Industria Mexicana **perú** Cámara de Comercio de Lima, Sociedad Nacional de Industrias **portugal** Associação Nacional Comerciantes Industriais Produtos Alimentares (ANCIPA), Associação Portuguesa de Anunciantes (APAN), Camara Comércio Portuguesa, Associação Portuguesa de Empresas de Produtos de Marca (CENTROMARCA), Federação Portuguesa de Alimentação y Bebidas (FIPA), Forum Consumo **suiza** Biscosuisse, Solothurner Handelskammer **turquía** Gebze Ticaret Odası (Gebze Chamber of Commerce), Gıda Güvenliği Derneği, Gıda Mühendisleri Odası (Chamber of Food Engineers), İstanbul Ticaret Borsası (İstanbul Mercantile Exchange), Kocaeli Sanayi Odası (Kocaeli Chamber of Industry) **uruguay** Cámara de Industrias del Uruguay, Deres (Red de empresas por el Desarrollo Sostenible), Red de Empresas Inclusivas **venezuela** Asociación Nacional de Anunciantes, Cámara de Alimentos de Venezuela (CAVIDEA), Cámara de Industria y Comercio (COINDUSTRIA), Cámara de Industriales de Guarenas (CIMAPZ), Cámara Venezolana - Americana (VENAMCHAM).

AneXos

EXCLUSIONES

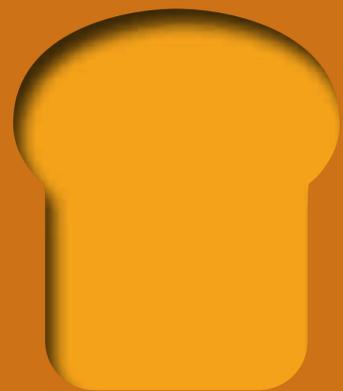
PARA TI

Mejores Perfiles Nutricionales

- **GRI 416-1** Productos evaluados
- **GRI 416-2** Incumplimiento relacionado a salud y seguridad de los productos
- **GRI FP6** Productos vendidos con reducción de ingredientes
- **GRI FP7** Productos vendidos con aumento de ingredientes

Marcas Sustentables y Transparentes

- **GRI FP4_M Menú semanal equilibrado** se describe un “Menú semanal equilibrado”, “Valora tu dieta”, “Plato saludable”



PARA LA VIDA

FORTALECER A NUESTRAS COMUNIDADES

Estrategia Bimbo: Acciones ante desastres naturales

- La entrega de apoyos inició en 2023, se concluyó a finales de febrero 2024.

Cuidar a nuestra gente

- **GRI 2-7** No se registra el sexo de colaboradores externos, ya que no forman parte del registro de personal en las Organizaciones

Los colaboradores especializados de terceros y trabajadores autónomos son vendedores independientes y forman parte de la Estrategia de Negocio de cada Organización.

La información de las siguientes empresas no se incluye, ya que en 2023 continuaban en proceso de integración:

- a) **Vel Pitar** (Rumania – Adquisición anunciada en Enero 2023)
- b) **Natural Bakery** (Canadá – Adquisición anunciada en Abril 2023)

- **GRI 2-21 Ratio de compensación total anual**

La compensación anual total considera lo percibido anualmente en: sueldo base, compensación garantizada, incentivos, comisiones, bonos de corto y largo plazo. No incluye beneficio de auto.

Se excluyen del cálculo: los colaboradores operativos, de tiempo parcial, obra determinada, asignados internacionales y colaboradores ocupando posiciones regionales en los países considerados.

Para el ratio del porcentaje de incremento de la compensación total anual se excluyen adicionalmente los nuevos ingresos en 2023.

- **GRI Standards 40I-3: Permiso parental:**

Nos apegamos a lo establecido regulatoriamente en cada país donde tenemos presencia.

- **GRI 403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo**

No se incluye Rumania (EMEA), España (BQ) y las nuevas adquisiciones durante el 2023.

No se incluye en el modelo de seguridad y bienestar las operaciones del Corporativo, CSC y BIS.

- **GRI 403-5: Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo**

No se puede establecer una cifra específica con contratistas debido a la variabilidad.

- **GRI 403-9: Lesiones por accidente laboral**

- **GRI 403-10 Dolencias y enfermedades laborales**

Los accidentes, dolencias y enfermedades laborales de personal fuera de nómina no se contabilizan en el resultado de Grupo Bimbo pero si se realiza su investigación y rendición de cuentas.

No se puede establecer una cifra específica con contratistas debido a la variabilidad.

- **405-I: Diversidad de órganos de gobierno y empleados**

La información de las siguientes empresas no se incluye, ya que en 2023 continuaban en proceso de integración:

- a. **Vel Pitar** (Rumania - Adquisición anunciada en enero 2023).
- b. **Natural Bakery** (Canadá - Adquisición anunciada en abril 2023)

La información de la empresa Colorado Baker LLC no incluye niveles, ya que no ha concluido la alineación y asignación de puestos.

- **GRI 406-I: Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas**

No se consideran Bimbo India ni Rumania

- **GRI Sectorial Food Processing FP3: Conflictos laborales y huelgas**

Información confidencial de Grupo Bimbo, el reporte de los días perdidos por estos motivos se lleva de manera interna y no se hace pública esta información

PARA LA NATURALEZA

- **GRI 303-3: Extracción de agua**
- **GRI 303-4: Vertido de agua**
- **GRI 303-5: Consumo de agua**
- **SASB FB-PF-140a.I: Consumo de agua**

Se excluyen las operaciones de Moldex debido a que no produce alimentos.

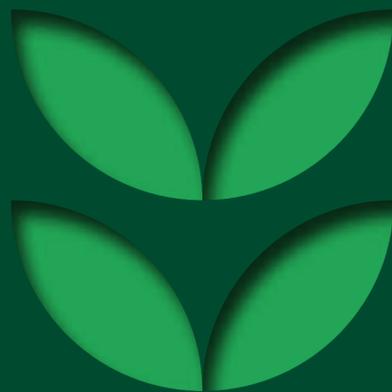
BQ, Brasil y Rumania aún se encuentran en proceso de migración a nuestras herramientas digitales de reporte de datos.

- **Estrategia Bimbo: Criterios de prevención de desperdicio de alimento**

LAC no incluye Venezuela.

Las cifras no incluyen las toneladas dispuestas en Centros de Distribución y Centros de Ventas. Estas cifras no incluyen las toneladas generadas en Logística ni Centros de Ventas de BC ni tampoco la cadena de valor de ELG, Kazajistán ni Venezuela. Sólo se suma Rumania en el nodo de manufactura.

La generación de FW no contempla la cadena de valor de Venezuela, Kazajistán ni ELG para ninguno de los años. Para 2023 no se consideraron además de lo anterior, los resultados de Logística y Centros de Venta de BC y solo suma la manufactura de Rumania. La línea base es una combinación de resultados de 2020, 2021 y 2022 en las cadenas de valor de las organizaciones de GB.



CIMIENOS

- **Estándares GRI 304-I: Sitios operacionales en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas.**
Exclusión de Rumania, solamente se evaluaron 219 plantas.
- **SASB FB-PF-250a.2: Ingredientes procedentes de proveedores GFSI**
Hay ligeras variaciones en los datos vs año anterior debido a que ahora se cuenta con información más específica, ahora se utiliza la plataforma Trace Gains en la mayoría de organizaciones (excepto LAS, Bimbo India y Bimbo China)
- **GRI Sectorial food processing FP5: producción en sitios certificados**
No se consideran la producción de las plantas de nueva adquisición de Rumania, por ser nueva adquisición, así como las plantas de BQ Marruecos, Suiza y Kazajistán por ser joint ventures

GOBIERNO CORPORATIVO

- **GRI 205-3: Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas**
No se incluyen Bimbo India ni Rumania, solo se reportan casos referentes a colaboradores.
- **GRI Standards 205-2: Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción**
Se excluyen Rumania y Suiza
- **GRI 2-28: Afiliación a asociaciones**
No se reporta información sobre Rumania.
- **GRI 2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas**
Exclusión de Rumania.
- **GRI Standards 415-I: Contribución a partidos y/o representantes políticos**
Grupo Bimbo NO contribuye con financiamiento -económico o en especie- a partidos y/o representantes políticos en ninguno de los países en los que opera. Ver Política Global de Integridad.

Riesgos

ERM no está implementada en India.

Ventas

Solo se consideran ventas por producto empacado Bimbo. Las ventas de “El Globo” se excluyen del reporte.

Anejos

PARA LA VIDA

	Categoría laboral	Hombre	Mujer
GRI 2-7, 2-8 Total de colaboradores por sexo y categoría laboral ¹	Ejecutivos y directivos	3,353	1,554
	Supervisores	10,474	3,734
	Operativos y administrativos	100,564	27,092
	Otros	96	43
		114,487	32,423

	Categoría laboral	Menores de 30	Entre 30 a 50 años	Mayores de 50 años
GRI 2-7, 2-8 Total de colaboradores por edad y categoría laboral ²	Ejecutivos y directivos	184	3,144	1,579
	Supervisores	2,308	9,658	2,242
	Operativos y administrativos	29,485	77,270	20,901
	Otros	30	70	39
		32,007	90,072	24,761

1. La información de las siguientes empresas no se incluye, ya que en 2023 continuaban en proceso de integración:
- a) Vel Pitar (Rumania – Adquisición anunciada en enero de 2023)
 - b) Natural Bakery (Canadá – Adquisición anunciada en abril de 2023)
2. La información de la empresa Colorado Baker LLC no incluye niveles, ya que no ha concluido la alineación y asignación de Puestos.
1. La información de las siguientes empresas no se incluye, ya que en 2023 continuaban en proceso de integración:
- a) Vel Pitar (Rumania – Adquisición anunciada en enero de 2023)
 - b) Natural Bakery (Canadá – Adquisición anunciada en abril de 2023)
2. La información de la empresa Colorado Baker LLC no incluye niveles, ya que no ha concluido la alineación y asignación de Puestos.

GRI 2-7, 2-8

Desglose por tipo de jornada y contrato por región y sexo³

Región	Tiempo Completo		Tiempo Parcial	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
México	61,881	17,101	0	0
Estados Unidos / Canadá	21,581	5,736	491	94
Latinoamérica	17,581	6,065	121	49
Asia, Europa, África	12,383	3,160	449	218
		145,488		1,422

³ Los datos presentados son únicos de colaboradores dentro de nómina Bimbo. No se reporta los colaboradores externos, ya que no forman parte del registro de personal en las Organizaciones:
Los colaboradores con la nomenclatura no especificado derivan de nuevas integraciones a GB Vel Pitar (Rumania - Adquisición anunciada en enero de 2023) y Natural Bakery (Canadá y solo contamos el número total de colaboradores).

GRI 2-7, 2-8

Desglose por tipo de jornada y contrato por región y sexo³

Región	Contrato Permanente		Contrato Temporal		No especificado	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
México	60,479	16,086	1,402	1,015		
Estados Unidos / Canadá	1,585	660			5,170	20,487
Latinoamérica	17,251	5,856	451	258		
Asia, Europa, África	12,375	3,219	457	159		
		117,511		3,742		25,657

Región	Tiempo Completo		Tiempo Parcial	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
México	61,881	17,101	0	0
Estados Unidos / Canadá	21,581	5,736	491	94
Latinoamérica	17,581	6,065	121	49
Asia, Europa, África	12,383	3,160	449	218
		145,488		1,422

	Región	Número de Directivos	Directivos Locales	Porcentaje de altos directivos que proceden de la comunidad local	Porcentaje Redondeado
GRI 202-2 Tabla Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local	Europa, Asia y África	22	14	63.60%	64%
	Latinoamérica	28	22	78.60%	79%
	México	99	88	88.90%	89%
	Norteamérica	72	68	94.40%	94%
	Total GB	221	192	86.90%	87%

GRI 401-1 Contratación por región, rango de edad y sexo	Contratación México			Contratación en Latinoamérica		
		Hombre	Mujer		Hombre	Mujer
	Menores de 30	7,914	3,842	Menores de 30	2,199	1,112
	Entre 30 a 50 años	6,600	3,827	Entre 30 a 50 años	2,201	982
Mayores de 50	213	176	Mayores de 50	116	37	
	Contratación en Norteamérica			Contratación en Europa, Asia y África		
	Hombre	Mujer		Hombre	Mujer	
Menores de 30	2,279	692	Menores de 30	4,775	764	
Entre 30 a 50 años	3,171	938	Entre 30 a 50 años	2,945	1,287	
Mayores de 50	876	269	Mayores de 50	375	187	

**Rotación Total de Personal
(Bajas 2023)**

	Rotación en México	Hombre	Mujer	Tasa de rotación Total	Tasa de rotación voluntaria	
GRI 401-I Rotación por región, rango de edad y sexo	Menores de 30	4,849	2,336	27%	27%	
	Entre 30 a 50 años	6,758	2,865	15%	15%	
	Mayores de 50	1,052	258	12%	8%	
	Rotación en Norteamérica					
	Menores de 30	1,557	465	31%	31%	
	Entre 30 a 50 años	2,413	683	18%	18%	
	Mayores de 50	1,041	284	11%	8%	
	Rotación en Latinoamérica					
	Menores de 30	1,040	485	18%	17%	
	Entre 30 a 50 años	1,687	545	12%	10%	
	Mayores de 50	122	39	7%	3%	
	Rotación en Europa, Asia y África					
Menores de 30	2,559	120	28%	28%		
Entre 30 a 50 años	1,276	289	12%	10%		
Mayores de 50	307	128	13%	6%		

GRI 403-5

Tabla Formación de colaboradores sobre salud

Cursos de capacitación en salud y gestión de emergencias	Total de horas de capacitación	Promedio de horas de capacitación	Alcance del programa (Colaboradores, contratitas o ambos)	Breve descripción del programa
1. Escuela de bienestar	58.59	2.17	Colaboradores internos	Programa centrado en la salud, alimentación, actividad física y balance de vida con el fin de promover la adopción de hábitos saludables y un estilo de vida más equilibrado, contribuyendo así al bienestar integral.
2. Manejo de extintores	105.75	0.75	Colaboradores internos	Este curso permitirá a nuestros colaboradores conocer el uso y manejo de extintores y que tipo debe usarse ante diferentes situaciones.
3. Manual equipo SWAT y brigada de emergencias	475.08	4.28	Colaboradores internos	Los equipos SWAT y Brigadas de emergencias son esenciales en un centro productivo. En este curso conocerás sus roles y responsabilidades, así como su rol en general en la prevención de incendios.
4. Política y modelo de bienestar			Colaboradores internos	Estrategia integral que define directrices claras y asigna responsabilidades específicas para promover proactivamente la salud y el bienestar en GB.
5. Riesgos eléctricos	36	3	Colaboradores internos	En este curso conocerás las causas más comunes de incendios por factores eléctricos y la manera de prevenirlos.
6. Reporte de líderes de ventas	1.68	0.42	Colaboradores internos	Nuestro propósito es dar a conocer los pilares y elementos de nuestra estrategia de Seguridad y Bienestar para centro de ventas así como los elementos del modelo de Bienestar
7. Distancias de seguridad de protecciones para maquinaria y equipo	2.64	0.33	Colaboradores internos	Este curso contiene los estándares de seguridad mínimos que los equipos deben cumplir para evitar accidentes graves, así como los tipos de dispositivos implementados en GB para la prevención de lesiones.
8. Mi peor pesadilla (webinar de incendios)	38.5	0.77	Colaboradores internos	Nuestro Director General Daniel Sertvitje nos comparte su mayor preocupación en materia de seguridad y porque la prevención de Incendios debe ser fundamental en la prioridad de todos los líderes.
9. Modelo S&B	268.95	1.65	Colaboradores internos	¿Conoces nuestro modelo de seguridad y las estrategias de prevención de GB? En este curso podrás conocer sus componentes y las responsabilidades que tenemos como líderes.
Total	987.19	1.91		

	Total colaboradores
GRI 403-9, 403-10	Fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral 6
Lesiones, dolencias y enfermedades por accidente laboral colaborador de Grupo Bimbo en 2023 (Ver tabla al final con desglose por 200,000 horas)	Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias 10,474
	(sin incluir fallecimientos) 13
	Lesiones registrables por millón de horas trabajadas 3,126
	Fallecimientos resultantes de una dolencia o enfermedad laboral 0
	Casos de dolencias y enfermedades laborales registrables 0

	Lesiones Por Accidente Laboral	Total colaboradores	Tasa de colaboradores	Horas trabajadas calculadas (200000 o por cada 1000000)	Total contratistas	Tasa contratistas
GRI 403-9	Fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral	6	0.0034	200,000	Contratistas: No se puede establecer una cifra específica debido a la variabilidad de contratistas	Contratistas: No se puede establecer una cifra específica debido a la variabilidad de contratistas
Tabla Lesiones por Accidente Laboral	Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos)	13	0.0074	200,000	Contratistas: No se puede establecer una cifra específica debido a la variabilidad de contratistas	Contratistas: No se puede establecer una cifra específica debido a la variabilidad de contratistas
	Lesiones registrables por millón de horas trabajadas	3,126	8.97	1,000,000	Contratistas: No se puede establecer una cifra específica debido a la variabilidad de contratistas	Contratistas: No se puede establecer una cifra específica debido a la variabilidad de contratistas
	Tasa de lesiones por accidente laboral registrable	3,126	1.79	200,000	Contratistas: No se puede establecer una cifra específica debido a la variabilidad de contratistas	Contratistas: No se puede establecer una cifra específica debido a la variabilidad de contratistas
	Cantidad de horas trabajadas	348,483,763	2,402.25	200,000	Contratistas: No se puede establecer una cifra específica debido a la variabilidad de contratistas	Contratistas: No se puede establecer una cifra específica debido a la variabilidad de contratistas
	Cortes, caídas, resbalones, lumbalgias, desgarre muscular, machucones en dedos, golpes	2,406	1.38	200,000	Contratistas: No se puede establecer una cifra específica debido a la variabilidad de contratistas	Contratistas: No se puede establecer una cifra específica debido a la variabilidad de contratistas
	1. LTIFR 2. LTIR	2,579	1.48	200,000	Contratistas: No se puede establecer una cifra específica debido a la variabilidad de contratistas	Contratistas: No se puede establecer una cifra específica debido a la variabilidad de contratistas

	Dolencias y enfermedades laborales	Colaboradores	Contratistas
GRI 403-10 Tabla Dolencias y Enfermedades laborales	Fallecimientos resultantes de una dolencia o enfermedad laboral	0	Contratistas: No se puede establecer una cifra específica debido a la variabilidad de contratistas
	Casos de dolencias y enfermedades laborales registrables;	0	Contratistas: No se puede establecer una cifra específica debido a la variabilidad de contratistas
	Metodología alternativa	Unidad	Año a reportar
	I. Tasa de días de trabajo perdidos	1.48	2023
	2. Tarifa de transferencia restringida por días		
Cobertura de datos (en % de empleados, operaciones o ingresos)	100%	2023	

	CATEGORÍA LABORAL POR EDAD (Hombres)	Total de colaboradores	Porcentaje de colaboradores	Menores de 30 años	Entre 30 a 50 años	Mayores de 50 años
GRI 405-1 Tabla Género, Edad y Categoría Laboral	Operarios y administrativos	100,564	88%	22,117	61,034	17,413
	Supervisores	10,474	9%	1,299	7,261	1,914
	Ejecutivos y directivos	3,353	3%	84	2,008	1,261
	Otros	96	0%	17	52	27
	Total	114,487	100%	23,517	70,355	20,615

	CATEGORÍA LABORAL POR EDAD (Hombres)	Total de colaboradores	Porcentaje de colaboradores	Menores de 30 años	Entre 30 a 50 años	Mayores de 50 años
	Operarios y administrativos	100,564	88%	22,117	61,034	17,413
	Supervisores	10,474	9%	1,299	7,261	1,914
	Ejecutivos y directivos	3,353	3%	84	2,008	1,261
	Otros	96	0%	17	52	27
	Total	114,487	100%	23,517	70,355	20,615

	Porcentaje	
GRI 405-1 Porcentaje de mujeres por las siguientes categorías laborales ⁴	Proporción de mujeres en el total de la plantilla (como % del total de la plantilla)	22%
	Proporción de mujeres en todos los puestos de dirección, incluidos los puestos de dirección, intermedios y de alta dirección (en % del total de puestos de dirección)	19%
	Porcentaje de mujeres en puestos de dirección, es decir, el primer nivel de dirección (como porcentaje del total de puestos de dirección junior)	24%
	Porcentaje de mujeres en puestos de dirección, es decir como máximo a dos niveles de distancia del director general o puestos comparables (en % del total de puestos de alta dirección)	9%
	Porcentaje de mujeres en puestos directivos en funciones generadoras de ingresos (por ejemplo, ventas) como % de todos de estos directivos (es decir, excluyendo funciones de apoyo como RRHH, TI, Legal, etc.)	19.4%
	Porcentaje de mujeres en puestos relacionados con STEM (como % del total de puestos)	21.2%

4 I. La información de las siguientes empresas no se incluye, ya que en 2023 continuaban en proceso de integración:
 a) Vel Pitar (Rumania – Adquisición anunciada en Enero 2023)
 b) Natural Bakery (Canadá – Adquisición anunciada en Abril 2023)
 2. La información de la empresa Colorado Baker LLC no incluye niveles, ya que no ha concluido la alineación y asignación de Puesto

AneXOS

PARA LA NATURALEZA

MATERIALES

MATERIALES POR PESO Y VOLUMEN (TONS MÉTRICAS)

RECICLADO

GRI 301-I Materiales utilizados por peso y volumen	Total*	302,290	Renovables (papel y cartón)	205,293	Pulpa y papel de fuentes recicladas	205,293
				No renovables (plástico)	96,997	

* Incluye papel, cartón y plástico

ENERGÍA

ENERGÍA TOTAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN

GRI 401-I Consumo energético dentro de la organización	Grupo Bimbo GJ	2019	2020	2021	2022	2023
	Consumo Total de Combustibles de Fuentes No Renovables		17,554,760	17,408,732	17,732,140	17,709,543
Consumo Total de Combustibles de Fuentes Renovables		-	-	-	-	0
Consumo de Electricidad		5,079,950	5,107,869	5,243,237	5,321,296	5,592,261
Consumo de Energía Total		22,634,710	22,516,602	22,975,377	23,030,839	23,792,725

ENERGÍA TOTAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN

	Grupo Bimbo GJ	2019	2020	2021	2022	2023
GRI 302-2 Consumo energético fuera de la organización	Consumo Total de Combustibles de Fuentes No Renovables	6,698,414	6,439,760	7,251,423	7,318,904	7,098,854
	Consumo Total de Combustibles de Fuentes Renovables	-	-	-	-	-
	Consumo de Electricidad	-	-	-	-	-
	Consumo de Energía Total	6,698,414	6,439,760	7,251,423	7,318,904	7,098,854

COMBUSTIBLE

	Consumo Energético kWh	2019	2020	2021	2022	2023
Consumo histórico de combustible (kWh)	#2 Gasolina	13,350,100	12,479,760	10,033,088	5,556,779	17,196,581
	Diesel (Grado Fuera de Carretera)	36,578,237	37,706,114	22,148,009	10,271,511	14,411,084
	Combustible Generador de Diesel	5,536,959	10,508,549	9,031,931	361,030	1,332,875
	Gas Natural	2,713,873,213	2,777,340,764	2,819,441,392	2,904,666,897	3,041,706,116
	Propano	183,393,619	209,719,814	232,130,381	261,721,904	248,558,480
	kWh Subtotal en Plantas	2,952,732,129	3,047,755,001	3,092,784,801	3,182,578,121	3,323,205,136
	Diesel	1,145,939,160	1,049,066,022	1,079,810,172	1,046,662,794	1,068,584,557
	Gasolina	709,854,813	664,920,336	678,138,721	629,992,051	605,197,907
	Gas LP	15,652,007	16,351,356	16,206,433	16,530,832	17,253,275
	Gas Natural	51,007,662	56,930,123	58,131,237	43,352,979	52,438,445
	Etanol	1,136,561	736,179	522,995	200,819	339,355
	kWh Subtotal en Vehículos	1,923,590,203	1,788,004,016	1,832,809,558	1,736,739,475	1,743,813,539
	Diesel en Vehículos de Terceros	1,837,420,072	1,767,795,743	1,991,830,881	1,993,931,611	1,927,965,015
	Gasolina en Vehículos de Terceros	9,661	25,349	18,127	0	0
	Gas LP en Vehículos de Terceros	332,024	247,970	118,836	2,565,688	7,421,520
	Gas Natural en Vehículos de Terceros	22,908,806	20,753,195	22,316,450	36,531,636	36,517,361
	Etanol en Vehículos de Terceros	0	0	0	0	0
	kWh Subtotal en Vehículos de Terceros	1,860,670,563	1,788,822,257	2,014,284,294	2,033,028,936	1,971,903,897
	Consumo directo total de energía procedente de fuentes primarias no renovables (comprada)	6,736,992,895	6,624,581,274	6,939,878,653	6,952,346,532	7,038,922,572

ELECTRICIDAD

	Grupo Bimbo en kWh	2019	2020	2021	2022	2023
Consumo histórico de electricidad (kWh)	Consumo indirecto total de energía de proveedores.**	903,954,374	564,565,370	391,008,240	219,927,436	125,497,995
	Energía Renovable*	507,142,847	854,287,209	1,065,446,467	1,258,210,316	1,427,907,780
	Total*	1,411,097,220	1,418,852,579	1,456,454,707	1,478,137,752	1,553,405,775
	% Energía Renovable	35.94%	60.21%	73.15%	85.12%	91.92%

COMBUSTIBLE

	Grupo Bimbo GJ	2019	2020	2021	2022	2023
Consumo histórico de combustible (GJ)	#2 Gasolina	48,060	44,927	36,119	20,004	61,908
	Diesel (Grado fuera de carretera)	131,682	135,742	79,733	36,126	51,880
	Combustible Generador de Diesel	19,933	37,831	32,515	1,300	4,798
	Gas Natural	9,769,944	9,998,427	10,149,989	10,579,567	10,950,142
	Propano	660,217	754,991	835,669	942,414	894,811
	GJ Subtotal en Plantas	10,629,836	10,971,918	11,134,025	11,579,411	11,963,538
	Diesel	4,125,381	3,776,638	3,887,317	3,697,423	3,802,217
	Gasolina	2,555,477	2,393,713	2,441,299	2,267,626	2,207,924
	Gas LP	56,347	58,865	58,343	59,511	62,127
	Gas Natural	183,628	204,948	209,272	156,069	163,436
	Etanol	4,092	2,650	1,883	723	1,222
	GJ Subtotal en Vehículos	6,924,925	6,436,814	6,598,114	6,181,352	6,236,926
	Diesel en Vehículos de Terceros	6,614,712	6,364,065	7,170,591	7,178,154	6,940,674
	Gasolina en Vehículos de Terceros	35	91	65	0	0
	Gas LP en Vehículos de Terceros	1,195	893	428	9,236	26,717
	Gas Natural en Vehículos de Terceros	82,472	74,712	80,339	131,514	131,463
	Etanol en Vehículos de Terceros	0	0	0	0	0
	GJ Subtotal en Vehículos de Terceros	6,698,414	6,439,760	7,251,423	7,318,904	7,098,854
	Consumo directo total de energía procedente de fuentes primarias no renovables (comprada)	24,253,174	23,848,493	24,983,563	25,079,667	25,299,319

ELECTRICIDAD

	Grupo Bimbo GJ	2019	2020	2021	2022	2023
Consumo histórico de electricidad (GJ)	Consumo indirecto total de energía de proveedores.**	3,254,236	2,032,435	1,407,630	791,739	451,793
	Energía renovable*	1,825,714	3,075,434	3,835,607	4,529,557	5,140,468
	Total*	5,079,950	5,107,869	5,243,237	5,321,296	5,592,261
	% Energía Renovable	35.94%	60.21%	73.15%	85.12%	91.92%

ENERGÍA TOTAL

	Grupo Bimbo GJ	2019	2020	2021	2022	2023
Consumo histórico de energía (GJ)	Consumo Total de Combustibles de Fuentes No Renovables	24,253,174	23,848,493	24,983,563	25,028,448	25,299,319
	Consumo Total de Combustibles de Fuentes Renovables	0	0	0	0	0
	Consumo de Electricidad	5,079,950	5,107,869	5,243,237	5,321,296	5,592,261
	Consumo de Energía Total	29,333,124	28,956,362	30,226,800	30,349,743	30,891,579

ENERGÍA TOTAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN

	Grupo Bimbo GJ	2019	2020	2021	2022	2023
Consumo Total de Combustibles de Fuentes No Renovables		17,554,760	17,408,732	17,732,140	17,709,543	18,200,465
Consumo Total de Combustibles de Fuentes Renovables		-	-	-	-	0
Consumo de Electricidad		5,079,950	5,107,869	5,243,237	5,321,296	5,592,261
Consumo de Energía Total		22,634,710	22,516,602	22,975,377	23,030,839	23,792,725

ENERGÍA TOTAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN

Grupo Bimbo GJ	2019	2020	2021	2022	2023
Consumo Total de Combustibles de Fuentes No Renovables	6,698,414	6,439,760	7,251,423	7,318,904	7,098,854
Consumo Total de Combustibles de Fuentes Renovables	-	-	-	-	-
Consumo de Electricidad	-	-	-	-	-
Consumo de Energía Total	6,698,414	6,439,760	7,251,423	7,318,904	7,098,854

RELACIÓN DE INTENSIDAD ENERGÉTICA	2019	2020	2021	2022	2023
Consumo Total de Combustible GJ*	17,554,760	17,408,732	17,732,140	17,709,543	18,200,465
Consumo Total de Energía GJ	17,554,760	17,408,732	17,732,140	17,709,543	18,200,465
TPE (toneladas)	4,693,880	5,025,741	5,164,538	5,268,678	5,310,043
Relación*	3.74	3.46	3.43	3.36	3.43

302-3
Intensidad
energética

*vehículos incluidos

AGUA

IMPACTOS HÍDRICOS NORTEAMÉRICA

IMPACTOS HÍDRICOS LA+MEX

	MEGALITROS	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023
GRI 303-3, 303-4, 303-5 Extracción, vertido y consumo de agua	Agua de Pozo	0	0	0	0	0	983	916	976	1070	1107
	Agua de Red	2,373	2,504	2,477	2,604	2,270	1167	1199	1223	1232	1137
	Agua de Lluvia	0	0	0	0	0	3	7	12	10	1.4
	Agua de Pipa	0	0	0	0	0	28	31	27	45	50
	Agua Tratada*	0	0	0	0	10	598	646	657	842	425
	Agua Reusada	0	0	0	0	0	467	521	527	578	407
	Agua Tratada Vertida Tratada	0	0	0	0	10	130	125	130	264	18
	Agua Reciclada (Ceves)	0	4	6	2	0	89	100	0.39	0	150
	Total Potable	2373	2504	2477	2604	2270	2180	2153	2238	2357	2296
	Total Tratada	0	0	0	0	10	598	646	657	842	425
Total Reusada	0	0	0	0	0	467	521	527	578	407	

IMPACTOS HÍDRICOS NORTEAMÉRICA EN SITIOS CON ESTRÉS HÍDRICO (ML)

IMPACTOS HÍDRICOS LA+MEX EN SITIOS CON ESTRÉS HÍDRICO (ML)

	MEGALITROS	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023
Estrés hídrico en Grupo Bimbo (Mega litros)	Agua de Pozo	0	0	0	0	0	756	719	814	910	847
	Agua de Red	614	634	613	643	699	613	631	575	578	701
	Agua de Lluvia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Agua de Pipa	0	0	0	0	0	28	17	27	35	42
	Agua Tratada	0	0	0	0	0	400	434	454	583	592
	Agua Reusada	0	0	0	0	0	341	391	419	447	534
	Agua Tratada Vertida	0	0	0	0	0	59	44	35	136	58
	Agua Reciclada (Ceves)										
	Total Potable	614	634	613	643	699	1396	1367	1416	1524	1591
	Total Tratada	0	0	0	0	10	400	434	454	583	592
Total Reusada	0	0	0	0	0	341	391	419	447	534	

	MEGALITROS	2019	2020	2021	2022	2023
305-1	CO₂e Emisiones (Ton)					
	Grupo Bimbo	2019	2020	2021	2022	2023
Emisiones directas de GEI (alcance 1),	Gasolina en plantas	3,732	3,488	2,804	1,585	4,905
	Diesel en plantas	11,305	12,954	8,394	2,864	4,219
	Gas Natural en plantas	524,203	537,118	546,289	570,275	592,398
	Gas LP en plantas	42,363	48,527	53,698	60,581	57,494
305-2	CO₂ Subtotal en Plantas*	581,602	602,087	611,185	635,306	659,015
Emisiones indirectas de GEI (alcance 2),	Diesel en vehículos	309,248	282,811	290,430	276,233	287,716
	Gasolina en vehículos	177,872	166,146	169,470	164,750	156,113
	Gas LP en vehículos	3,378	3,525	3,486	3,369	3,684
305-3	Gas Natural en vehículos	9,899	11,134	11,528	10,039	7,268
Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Etanol en vehículos	2	1	1	0	1
	CO₂ Subtotal en Vehículos	500,399	463,617	474,914	454,391	454,781
	CO₂ Subtotal en Refrigerantes	16,586	18,684	18,684	18,749	18,940
	CO₂e total emisiones directas (alcance 1)	1,098,588	1,084,387	1,104,783	1,108,446	1,132,737
	Electricidad	332,963	198,346	128,019	61,393	32,765
	CO₂e total emisiones indirectas (alcance 2)	332,963	198,346	128,019	61,393	32,765
	Diesel en vehículos de terceros	471,741	454,109	512,022	532,599	494,399
	Gasolina en vehículos de terceros	2	6	5	0	0
	Gas LP en vehículos de terceros	76	57	26	15	7
	Gas Natural en vehículos de terceros	4,148	3,757	4,116	7,974	5,420
	Etanol en vehículos de terceros	0	0	0	0	0
	Emisiones CO₂ total en vehículos de terceros (alcance 3)*	475,967	457,930	516,169	540,588	499,826
	Bienes y Servicios adquiridos	6,541,703	6,423,074	6,544,255	7,422,994	5,500,000.00
	Bienes de Capital	490,201	393,381	372,813	640,074	678,694.00
	Actividades Relacionadas con Combustible y Energía	320,645	293,887	318,024	303,930	313,363.00
	Transporte y distribución	475,967	468,516	545,028	546,451	499,826.25
	Residuos Generados en las Operaciones	15,899	12,161	17,603	8,591	9,778.00
	Viajes de Negocios	82,954	39,417	43,990	58,663	95,798.00
	Desplazamientos de los Empleados	75,871	59,383	61,770	55,136	57,651.00
	Tratamiento al Final de la Vida Útil de los Productos Vendidos	64,738	76,022	71,715	472,431	486,918.00
	Inversiones	531,306	632,131	721,438	563,582	530,564.00
	Total CO₂ alcance 3	8,599,284.00	8,397,973.77	8,696,636.00	10,071,853.06	8,172,592.25
	TOTAL EMISIONES CO₂e	10,030,834.71	9,680,707.19	9,929,438.35	11,241,691.88	9,338,094.25

ALCANCE I (HISTÓRICO)

RELACIÓN DE INTENSIDAD DE CO ₂ e	2019	2020	2021	2022	2023
Total CO₂e Emisiones (ton)	1,082,002	1,084,387	1,104,783	1,108,446	1,132,737
TPE	4,693,880	5,025,741	5,164,538	5,268,678	5,310,043
Relación	0.23	0.22	0.21	0.20	0.21

*vehículos incluidos

ALCANCE I (2023)

RELACIÓN DE INTENSIDAD DE CO ₂ e	México	Norteamérica	Latinoamerica	Europa Asia y Africa	GB
Total CO₂e Emisiones (ton)	553,316.37	323,433.33	117,652.73	138,334.31	1,132,736.74
TPE	1,657,641.46	1,917,150.47	708,317.93	1,026,933.58	5,310,043.44
Relación	0.33	0.17	0.17	0.13	0.21

*vehículos incluidos

ALCANCE 2 (HISTÓRICO)

RELACIÓN DE INTENSIDAD DE CO ₂ e	2019	2020	2021	2022	2023
Total CO₂e Emisiones (ton)	332,963	198,346	128,019	61,393	32,765
TPE	4,693,880	5,025,741	5,164,538	5,268,678	5,310,043
Relación	0.07	0.04	0.02	0.01	0.01

ALCANCE 2 (2023)

RELACIÓN DE INTENSIDAD DE CO ₂ e	México	Norteamérica	Latinoamerica	Europa Asia y Africa	GB
Total CO₂e Emisiones (ton)	-	12,428.12	2,438.71	17,898.43	32,765.26
TPE	1,657,641.46	1,917,150.47	708,317.93	1,026,933.58	5,310,043.44
Relación	0.00	0.01	0.00	0.02	0.01

ALCANCE 3 (HISTÓRICO)

RELACIÓN DE INTENSIDAD DE CO ₂ e	2019	2020	2021	2022	2023
Total CO ₂ e Emisiones (ton)	8,599,284	8,397,974	8,696,636	10,071,853	8,171,348
TPE	4,693,880	5,025,741	5,164,538	5,268,678	5,310,043
Relación	1.83	1.67	1.68	1.91	1.54

*Solo considera vehículos de terceros

ALCANCE 3 (2023)

RELACIÓN DE INTENSIDAD DE CO ₂ e	México	Norteamérica	Latinoamerica	Europa Asia y Africa	GB
Total CO ₂ e Emisiones (ton)	3,279,926.48	3,152,430.11	914,072.59	824,919.10	8,171,348.28
TPE	1,657,641.46	1,917,150.47	708,317.93	1,026,933.58	5,310,043.44
Relación	1.98	1.64	1.29	0.80	1.54

ALCANCE 1, 2 & 3 (HISTÓRICO)

RELACIÓN DE INTENSIDAD DE CO ₂ e	2019	2020	2021	2022	2023
Total CO ₂ e Emisiones (ton)	10,030,835	9,680,707	9,929,438	11,241,692	9,336,850
TPE	4,693,880	5,025,741	5,164,538	5,268,678	5,310,043
Relación	2.14	1.93	1.92	2.13	1.76

*Solo considera vehículos de terceros

ALCANCE 1, 2 & 3 (2023)

RELACIÓN DE INTENSIDAD DE CO ₂ e	México	Norteamérica	Latinoamerica	Europa Asia y Africa	GB
Total CO ₂ e Emisiones (ton)	3,833,242.85	3,488,291.56	1,034,164.04	981,151.84	9,336,850.28
TPE	1,657,641.46	1,917,150.47	708,317.93	1,026,933.58	5,310,043.44
Relación	2.31	1.82	1.46	0.96	1.76

INDICADORES* (HISTÓRICO)

	2019	2020	2021	2022	2023
E. Eléctrica (kwh/TPE)	301	282	282	281	293
E. Térmica (Gcal/TPE)	0.54	0.52	0.52	0.53	0.54

*Solo de Fábricas

*Verificado por Carbon Trust por lo que existe una ligera variación vs lo que se ha reportado en años anteriores.

INDICADORES* (2023)

	México	Norteamérica	Latinoamerica	Europa Asia y Africa	GB
E. Eléctrica (kwh/TPE)	226	331	326	305	293
E. Térmica (Gcal/TPE)	0.63	0.52	0.47	0.48	0.54

*Solo de Fábricas

RESIDUOS

**GENERACIÓN DE RESIDUOS
(TONS MÉTRICAS)**

306-3
Residuos generados,

306-4
Residuos no destinados a eliminación,

306-5
Residuos destinados a eliminación

	2019	2020	2021	2022	2023
Reciclables	296,903	339,160	361,319	383,864	375,217
No Reciclables	18,093	18,300	17,882	13,805	10,942
Peligrosos*	2,440	1,044	1,089	1,272	1,739
Reciclados**	291,602	326,741	351,081	376,395	370,210
Total	317,436	358,594	380,289	398,941	389,663
% Reciclaje	92%	91%	92%	94%	95%

*Todos los residuos peligrosos son reciclados y manejados de acuerdo con la legislación de cada país donde operamos

**Residuos reciclables efectivamente reciclados

Contenidos GRI



Global Reporting Initiative

Índice de contenidos GRI

DECLARACIÓN DE USO: GRUPO BIMBO, S.A.B. DE C.V HA ELABORADO EL INFORME CONFORME A LOS ESTÁNDARES GRI PARA EL PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL 01 DE ENERO DE 2023 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2023

GRI USADO: GRI I: FUNDAMENTOS 2021

Estándar GRI	Contenido	Respuesta en tabla, omisión y/o aclaración	Página(s)	Verificación
Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V ha elaborado el informe conforme a los Estándares GRI para el periodo comprendido entre el 01 de enero de 2023 al 31 de diciembre de 2023				
GRI I: FUNDAMENTOS 2021				
GRI 2: CONTENIDOS GENERALES 2021				
I. La organización y sus prácticas de presentación de informes				
GRI 2 Contenidos generales 2021	2-1	Detalles de la organización.		9-15
	2-2	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad		
	2-3	Periodo del reporte, frecuencia y punto de contacto		237
	2-4	Reexpresiones de información		237
	2-5	Verificación externa		237
2. Actividades y trabajadores				
GRI 2 Contenidos generales 2021	2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones de negocio		9-15
	2-7	Empleados		88
	2-8	Trabajadores que no son empleados		88

Estándar GRI	Contenido	Respuesta en tabla, omisión y/o aclaración	Página(s)	Verificación
3. Gobernanza				
GRI 2 Contenidos generales 2021	2-9	Estructura de gobernanza y su composición		
	2-10	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno		
	2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno		
	2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de impactos		
	2-13	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos		
	2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad		
	2-15	Conflictos de interés		188, 226, 228
	2-16	Comunicación de preocupaciones críticas		228, 233
	2-17	Conocimiento colectivo del máximo órgano de gobierno		
	2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno		
	2-19	Políticas de remuneración		
	2-20	Proceso para determinar la remuneración		
	2-21	Ratio de compensación total anual		103
	2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible		11-13
	2-23	Compromisos y políticas		223-224, 226
	2-24	Incorporación de los compromisos y políticas		223-224, 226
	GRI 2 Contenidos generales 2021	2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	
2-26		Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes		228
		Cumplimiento de la legislación y las normativas		
2-28		Afiliación a asociaciones		30

Estándar GRI	Contenido	Respuesta en tabla, omisión y/o aclaración	Página(s)	Verificación
5. Participación de los grupos de interés				
GRI 2 Contenidos generales 2021	2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	58, 206	
	2-30	Convenios de negociación colectiva	171	
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021				
GRI 3 Temas materiales 2021	3-1	Proceso de determinación de los temas materiales	214	
	3-2	Lista de temas materiales	215-216	
	3-3	Gestión de los temas materiales	22, 25, 49, 61, 73, 76, 87, 114, 117, 134, 146, 155, 170, 175	
GRI 200 ESTÁNDARES ECONÓMICOS				
GRI 201 Desempeño económico 2016	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	16-20	
	201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	212	
	201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación		
	201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	N/A	Respuesta en tabla
GRI 202 Presencia en el mercado 2016	202-1	Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local	103	
	202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	88	
GRI 200 ESTÁNDARES ECONÓMICOS				
GRI 203 Impactos económicos indirectos 2016	203-1	Inversiones en infraestructura y servicios apoyados	78, 81, 85	
	203-2	Impactos económicos indirectos significativos	74-78, 81-86 154	
GRI 204 Prácticas de abastecimiento 2016	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	175	

Estándar GRI	Contenido	Respuesta en tabla, omisión y/o aclaración	Página(s)	Verificación
GRI 205 Anticorrupción 2016	205-1	Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción		
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	174, 229-230	
	205-3	Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas	228	
GRI 206 Competencia desleal 2016	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	235	
GRI 207 Fiscaldiad 2019	207-1	Enfoque fiscal		
	207-2	Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos		
	207-3	Participación de grupos de interés y gestión de inquietudes en materia fiscal		
	207-4	Presentación de informes país por país		
GRI 300 ESTÁNDARES AMBIENTALES				
GRI 301 Materiales 2016	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		118
		Insumos reciclados utilizados		118
	301-3	Productos y materiales de envasado recuperados	N/A	Respuesta en tabla
GRI 302 Energía 2016	302-1	Consumo de energía dentro de la organización		
	302-2	Consumo de energía fuera de la organización		
	302-3	Intensidad energética		
		Reducción del consumo energético		140-141
	302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios		134, 140-141
GRI 303 Agua y efluentes 2018	303-1	Interacción con el agua como recurso compartido		129-133
	303-2	Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua		129-133
	303-3	Extracción de agua		132
	303-4	Vertido de agua		132
	303-5	Consumo de agua		132

Estándar GRI	Contenido	Respuesta en tabla, omisión y/o aclaración	Página(s)	Verificación
GRI 304 Biodiversidad 2016	304-1	Sitios operacionales en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas		
	304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	153	
	304-3	Hábitats protegidos o restaurados	153	
	304-4	Especies que aparecen en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones		
GRI 305 Emisiones 2016	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	135	
	305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	135	
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	135	
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI		
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	134	
	305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (ODS)		
	305-7	Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (Sox) y otras emisiones significativas al aire		
GRI 306 Residuos 2020	306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	118-124	
	306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	118-124	
	306-3	Residuos generados	123	
		Residuos no destinados a eliminación	123	
	306-5	Residuos destinados a eliminación	123	
GRI 308 Evaluación Ambiental de Proveedores 2016	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales		
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministros y medidas tomadas		

Estándar GRI	Contenido	Respuesta en tabla, omisión y/o aclaración	Página(s)	Verificación
GRI 400 ESTÁNDARES SOCIALES				
GRI 401 Empleo 2016	401-1	Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	99	
	401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	103-104	
	401-3	Permiso parental	103-104	
GRI 402 Relación Trabajador-Empresa 2016	402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales		
	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	106-113	
GRI 403 Salud y Seguridad en el Trabajo 2018	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	107	
	403-3	Servicios de salud en el trabajo	112	
	403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo		
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	108	
	403-6	Promoción de la salud de los trabajadores	109, III-113	
	403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados a través de las relaciones comerciales		
	403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo		
	403-9	Lesiones por accidente laboral	106-107	
	403-10	Dolencias y enfermedades laborales	107	

Estándar GRI	Contenido	Respuesta en tabla, omisión y/o aclaración	Página(s)	Verificación
GRI 404 Formación y educación 2016	404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	100	
	404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	100	
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	101	
	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	88-89, 93	
	405-2	Ratio entre el salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	95	
GRI 406 No discriminación 2016	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	228	
GRI 407 Libertad de asociación y negociación colectiva 2016	407-1	Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo	225	
GRI 408 Trabajo infantil 2016	408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	225	
GRI 409 Trabajo forzoso u obligatorio 2016	409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso y obligatorio	225	
GRI 410 Prácticas en materia de seguridad 2016	410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	N/A	
GRI 411 Derechos de los pueblos indígenas 2016	411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	N/A	
GRI 413 Comunidades locales 2016	413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	77-86	
	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos- reales o potenciales- en las comunidades locales	N/A	
GRI 414 Evaluación social de los proveedores 2016	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	173	
	414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	173	

Estándar GRI		Contenido	Respuesta en tabla, omisión y/o aclaración	Página(s)	Verificación
GRI 415 Política pública 2016	415-1	Contribución a partidos y/o representantes políticos			
GRI 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		24-25, 44-45, 61	
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y seguridad		25	
GRI 417 Marketing y etiquetado 2016	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios		39-40, 50	
	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios		53	
	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing		49	
GRI 418 Privacidad del cliente 2016	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente		226	

FPI

suplemento sectorial

Estándar GRI	Contenido	Página o respuesta directa
Abastecimiento		
FPI	Porcentaje de volumen comprado a proveedores que cumplen con la política de abastecimiento de la empresa	
FP2	Porcentaje de volumen comprado que se ha verificado de acuerdo con estándares de producción responsable internacionalmente reconocidos	
FP3	Porcentaje de tiempo de trabajo perdido debido a huelgas, disputas o paros laborales	
Sociedad		
Antiguo FP4	"Naturaleza, alcance y efectividad de cualquier programa y práctica que promueva el acceso a estilos de vida saludables; la prevención de enfermedades crónicas; acceso a alimentos saludables, nutritivos y asequibles; y mejor bienestar para las comunidades necesitadas"	
Bienestar animal		
FP9	Porcentaje y total de animales criados y/o procesados, según especie y tipo de raza	
FPI0	Políticas y prácticas, por especie y tipo de raza, relacionadas con las alteraciones físicas y el uso de anestésico	
FPII	Porcentaje y total de animales criados y/o procesados, por especie y tipo de raza, por tipo de vivienda	
FPI2	Políticas y prácticas sobre tratamientos antibióticos, antiinflamatorios, hormonales y/o promotores de crecimiento, por especie y tipo de raza	
Responsabilidad sobre los productos		
FP5	Porcentaje del volumen de producción fabricado en sitios certificados por un tercero independiente de acuerdo con los estándares del sistema de gestión de seguridad alimentaria internacionalmente reconocidos.	
FP6	Porcentaje del volumen total de ventas de productos de consumo, por categoría de producto, que se reducen en grasas saturadas, grasas trans, sodio y azúcares añadidos.	
FP7	"Porcentaje del volumen total de ventas de productos de consumo, por categoría de productos que contienen ingredientes nutritivos incrementados como fibra, vitaminas, minerales, fitoquímicos o aditivos alimentarios funcionales."	
FP8	Políticas y prácticas sobre comunicación a consumidores sobre ingredientes e información nutricional más allá de los requisitos legales	
G4-PRI	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en la salud y la seguridad se evalúan para mejorar	

SASB

Standards Alimentos Process

Estándar GRI	Contenido	Página o respuesta directa
Gestión de la energía		
FB-PF-130a.1	"Cantidad total de energía consumida (gigajulios, GJ) incluye energía adquirida de fuentes externas y producida por la propia entidad. Porcentaje de energía consumida que proceda de la red eléctrica. Porcentaje de energía consumida que sea energía renovable incluye el combustible consumido por la entidad, la energía renovable producida directamente y adquirida por la entidad"	
Gestión del agua		
FB-PF-140a.1.	"Cantidad de agua que se extrajo de cualquier fuente (miles de metros cúbicos) Cantidad de agua extraída en lugares con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto en forma de porcentaje del total de agua extraída."	
FB-PF-140a.2.	Número total de casos de no conformidad, incluyendo infracciones de normas basadas en tecnología y las ocasiones en que excedan los estándares basados en la cantidad o calidad	
FB-PF-140a.3.	"Descripción de los riesgos de la gestión del agua asociados a la extracción, el consumo y el vertido de agua o aguas residuales Estrategias a corto y largo plazo para mitigar los riesgos de la gestión del agua (si el objetivo es absoluto o basado en la intensidad, las iniciativas de eficiencia e innovaciones, herramientas y tecnologías aplicadas."	
Seguridad alimentaria		
FB-PF-250a.1.	"Tasas de no conformidad de sus instalaciones con los programas de certificación de seguridad alimentaria reconocidos por la iniciativa Mundial de Seguridad Alimentaria (GFSI). Tasas de acciones correctivas asociadas a sus instalaciones y los casos de no conformidad importantes y leves"	
FB-PF-250a.2.	Porcentaje de ingredientes procedentes de instalaciones de proveedores de nivel I (proveedores que realizan transacciones directamente con la entidad) que estén certificados por un programa de certificación de seguridad alimentaria reconocido por la GFSI no se incluye los materiales de embalaje u otros bienes e insumos que no sean alimentos o ingredientes	
FB-PF-250a.3.	"Número total de notificaciones recibidas de infracción que justifiquen la infracción de los códigos consultivos y administrativos, el estatuto u otros requisitos relacionados con la seguridad alimentaria. Porcentaje corregido de las notificaciones recibidas que estén relacionadas con la seguridad alimentaria."	
FB-PF-250a.4.	"Número total de retiradas de productos relacionadas con la seguridad alimentaria. (se refiere a la retirada de un producto comercializado cuando existen motivos para creer que un alimento podría enfermar a los consumidores. Cantidad total (toneladas métricas) de productos alimentarios sujetos a una retirada."	

Estándar GRI	Contenido	Página o respuesta directa
Salud y nutrición		
FB-PF-260a.1.	Total de ingresos procedentes de las ventas de aquellos productos cuyo etiquetado o marketing esté enfocado a promover los atributos de salud y nutrición	
FB-PF-260a.2.	Análisis del proceso de identificación y gestión de los productos e ingredientes relacionados con las preocupaciones nutricionales y de salud de los consumidores	
Etiquetado y marketing de productos		
FB-PF-270a.1.	"Porcentaje de anuncios publicitarios realizados para niños. (se definen como menores de 12 años, a través de medios de comunicación como: televisión, radio, internet, prensa, videojuegos, etc.) Porcentaje de anuncios publicitarios realizados para niños que promuevan productos que cumplan los criterios nutricionales unificados de la CFBAI"	
FB-PF-270a.2.	Ingresos procedentes de los productos vendidos durante el periodo del informe que están etiquetados como que contienen organismos modificados genéticamente (OMG), y por separado que no contienen OMG	
FB-PF-270a.3.	Número total de incidentes confirmados de no conformidad de los códigos reglamentarios, las leyes u otros requisitos de etiquetado o marketing.	
FB-PF-270a.4.	Importe total de las pérdidas monetarias en que haya incurrido durante el periodo del informe como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las prácticas de marketing o etiquetado	
Gestión del ciclo de vida de los envases		
FB-PF-410a.1.	"Peso total de los envases adquiridos por la entidad, en toneladas métricas. Porcentaje de los envases, por peso, fabricados con materiales reciclados o renovables. Porcentaje de los envases, por peso, que es reciclable, reutilizable o compostable"	
FB-PF-410a.2.	"Estrategias para reducir el efecto ambiental de los embalajes a lo largo de su ciclo de vida, como la optimización del peso y el volumen del embalaje para una aplicación determinada, o la utilización de materiales alternativos que son reciclados, reciclables, reutilizables o compostables. Impactos ambientales y sociales de la cadena de suministro de ingredientes"	
Impactos ambientales y sociales de la cadena de suministro de ingredientes		
FB-PF-430a.1.	Porcentaje de ingredientes alimentarios suministrados que están certificados conforme a un estándar medioambientales o sociales de terceros.	
FB-PF-430a.2.	"Tasa de no conformidad de las instalaciones de sus proveedores con las estándares de auditoría social y ambiental externas o con los códigos de conducta de los propios proveedores, elaborados a nivel interno. Tasa de acciones correctivas asociadas a las instalaciones de sus proveedores."	
Suministro de ingredientes		
FB-PF-440a.1.	Porcentaje de ingredientes alimentarios procedentes de regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto.	
FB-PF-440a.2.	"Lista de ingredientes alimentarios prioritarios para el negocio. Método estratégico para gestionar los riesgos medioambientales y sociales que se deriven de sus ingredientes alimentarios de mayor prioridad."	

acerca de este informe

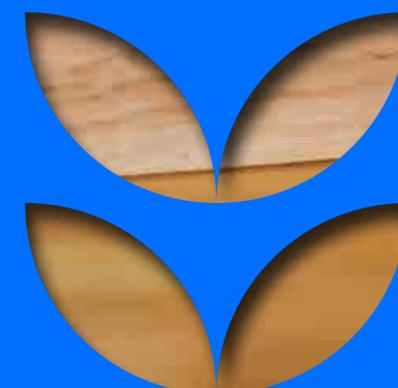
EL OBJETIVO DE ESTE INFORME ANUAL ES COMPARTIR CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS EL CUMPLIMIENTO DE NUESTRO PROPÓSITO CORPORATIVO A TRAVÉS DE LOS LOGROS Y AVANCES QUE ALCANZAMOS, LOS CUALES FUERON GUIADOS POR NUESTRA ESTRATEGIA DE NEGOCIO Y DE SUSTENTABILIDAD.

El presente informe contiene los resultados globales de Grupo Bimbo en materia económica, social, ambiental y financiera del periodo comprendido del 1° de enero al 31 de diciembre de 2023. El último informe reportado se realizó en el mismo periodo correspondiente a 2022.

Se ha elaborado de conformidad con:

- Los estándares GRI (Global Reporting Initiative),
- El marco de reporte de Sustainability Accounting Standards Board (SASB),
- La información que solicita la Bolsa Mexicana de Valores a través de S&P Global para formar parte del Índice Sustentable, La información que resulta de las peticiones de nuestros temas y grupos de interés materiales, y,
- Los 10 principios del Pacto Mundial y a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas.

Congruentes con nuestros principios de cuidado del medio ambiente, realizamos este documento en formato digital. Por 13va ocasión, reportamos los resultados de las actividades llevadas a cabo en: México, Norteamérica, Latinoamérica, Europa, Asia y África. La información obtenida de parte de las áreas especializadas en los diferentes indicadores GRI fue sometida a un proceso de auditoría interna que ha validado tanto la información cualitativa como la cuantitativa. En cuanto a la información financiera, su proceso de verificación es externo. Durante este último periodo no existen cambios significativos con respecto a los periodos anteriores reportados tanto en materialidad como en cobertura. Datos e información actualizada al XX de abril de 2024.



información para nuestros grupos de interés

Punto de contacto para preguntas sobre el informe o sus contenidos:

OFICINAS CORPORATIVAS

Prolongación Paseo de la Reforma No 1000 Colonia
Peña Blanca, Santa Fe
Delegación Álvaro Obregón,
C.P. 01210 Ciudad de México
(+52) 55 5268 6600

BOLSA

Bolsa Mexicana de valores (BMV)

CLAVE DE PIZARRA (BMV)

BIMBO

CLAVE DE PIZARRA ADR NIVEL I

BMBOY

RELACIÓN CON INVERSIONISTAS

ir@grupobimbo.com

RELACIONES INSTITUCIONALES

inversionsocial@grupobimbo.com

SUSTENTABILIDAD

sustentabilidad@grupobimbo.com

ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD

<https://grupobimbo.com/es/sustentabilidad>

MATERIALIDAD GRUPO BIMBO

<https://grupobimbo.com/es/sustentabilidad/gruposde-interes/materialidad/>

POLÍTICAS DE GRUPO BIMBO

<https://grupobimbo.com/es/nuestro-grupo/politicas>

GOBIERNO CORPORATIVO Y RIESGOS

<https://grupobimbo.com/es/sustentabilidad/informacion-para-evaluadora>

BOLSA

Bolsa Mexicana de valores (BMV)

CLAVE DE PIZARRA (BMV)

BIMBO

CLAVE DE PIZARRA ADR NIVEL I

BMBOY

DISEÑADO POR MIRANDA PARTNERS miranda-partners.com

