



Sigma

Presentación Corporativa 3T20



Contenido

1. **Nuestra empresa**
2. **Sustentabilidad**
3. **Innovación**
4. **Resultados Financieros 3T20**



Sigma como parte de Alfa



Petroquímicos



#1 en la producción de PTA, PET y poliestireno expandible en las Américas



IT y Telecom



8 de cada 10 Grandes Corporativos en México utilizan servicios de Axtel



Alimentos



11 marcas de Sigma venden más de US \$100 millones al año cada una

51% de Ventas Netas ¹
42% del EBITDA ¹



Petróleo y gas



706 pozos en producción operados por Newpek en Estados Unidos y México



Autopartes de aluminio



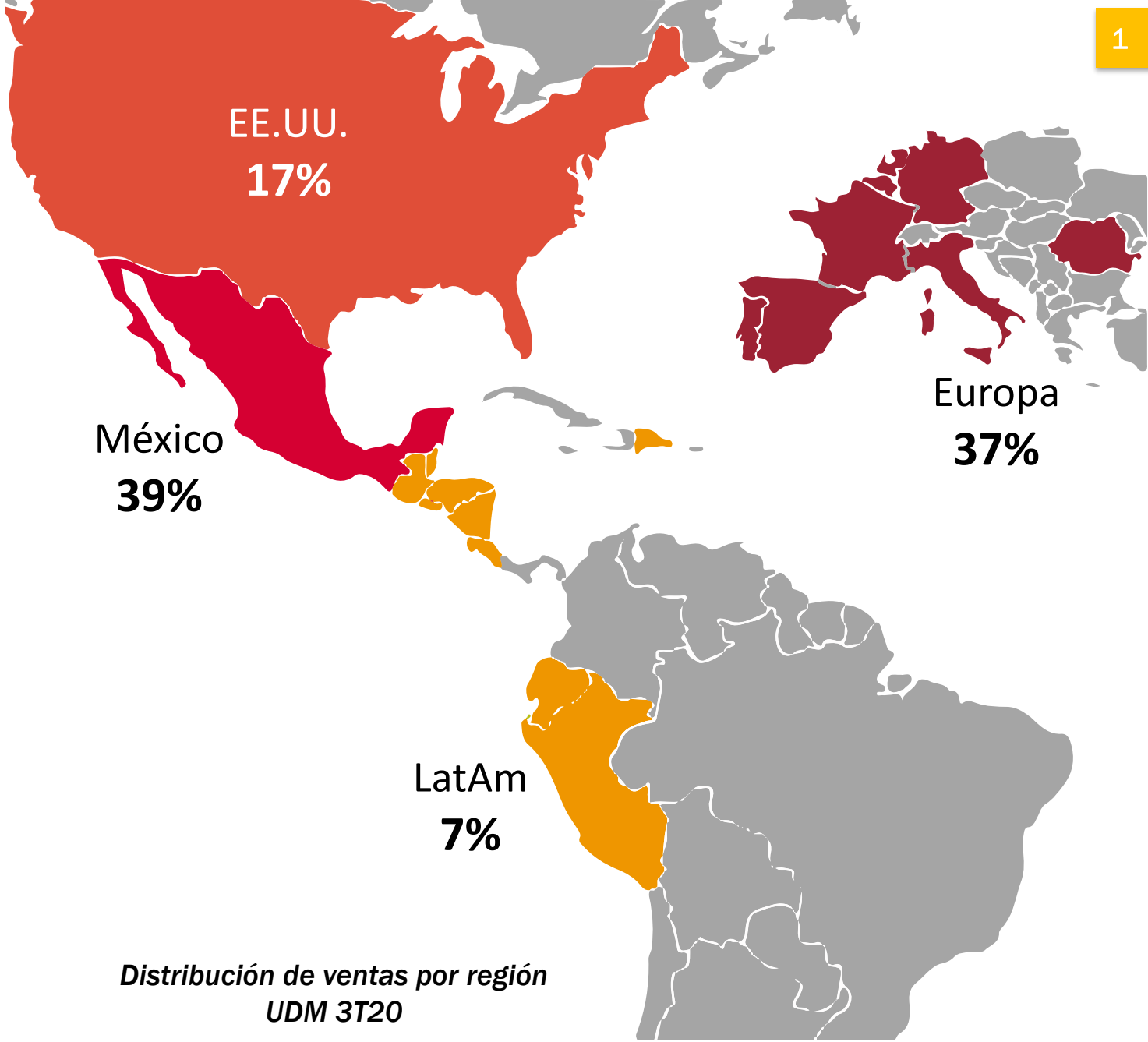
1 de cada 4 autos nuevos vendidos en el mundo contienen al menos un producto de Nemak

Una compañía líder mundial

Ventas Netas UDM 3T20
US \$6,390 mm

EBITDA UDM 3T20
US \$683 mm

Operaciones en **18** países



Distribución de ventas por región
UDM 3T20



Carnes Frías

60% de Ventas Netas



Carnes Maduradas

16% de Ventas Netas



Lácteos

19% de Ventas Netas



Otras Categorías

5% de Ventas Netas

**Ofrecemos los alimentos favoritos a
cada comunidad**



70 Plantas de Producción



210 Centros de Distribución



+640,000 Puntos de Venta



+45,000 Colaboradores

Una historia de transformación

	Ventas Netas (US\$ mm)	EBITDA (US\$ M)	Países	Plantas	Colaboradores	Desglose de Ventas Netas	
						Por Geografía	Por Categoría
Liderazgo nacional							
2000	\$882	\$125	4	8	~12,500		
Expansión internacional							
2010	\$2,618	\$288	9	34	~29,000		
Presencia global							
2019	\$6,463	\$703	18	70	~45,000		

Hemos incrementado **7.3x Ventas Netas** y **5.6x EBITDA** desde 2000

- Europa
- México
- Carnes Frías
- Lácteos
- EUA
- LatAm
- C. Maduradas
- Otras Categorías

Portafolio diverso de marcas líderes

Carnes Frías



Lácteos



Otras Categorías



Alianzas



11 marcas con ventas netas > US \$100 mm in 2019

Equipo administrativo con experiencia



CEO

Rodrigo Fernández
CEO
MBA Wharton

22

Unidades de negocio

Eugenio Caballero
CEO México
MBA Harvard

18

Ricardo Doehner
CEO Europa
MBA Michigan

24

Warren Panico
CEO EE.UU.
MBA Columbia Pacific
University

23

Sergio Ramos
CEO Latinoamérica
MBA University of Texas
at Austin

32

Armando de la Peña
CEO Foodservice
Programas Ejecutivos

19

Funciones centrales

Roberto Olivares
CFO
MBA Duke

12

Gregorio de Haene
CTO
MBA ITESM

37

Ernesto Gomez
CHRO
Programas Ejecutivos

20

Alejandro Suárez
CIO
Master en Operaciones
George Washington

29

○ Años en la compañía

24 años de experiencia promedio en diversas áreas de negocios



Sustentabilidad

Nuestras metas de sustentabilidad 2025 están alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ONS) de la ONU y confirman nuestro compromiso con nuestros grupos de interés.

Salud y Nutrición



- Innovación sustentable
- Información nutrimental
- Residuos alimenticios
- Seguridad alimentaria

Medio Ambiente



- Acción climática
- Energía limpia
- Agua
- Embalajes Sustentables

Bienestar



- Salud y seguridad
- Inclusión
- Desarrollo profesional
- Voluntariado

Valor Compartido



- Donativos de comida
- Abastecimiento responsable
- Relación con Grupos de Interés



Investigación y Desarrollo

Proceso de Investigación del Consumidor

+260,000 contactos al año

Modelos matemáticos propios

I + D

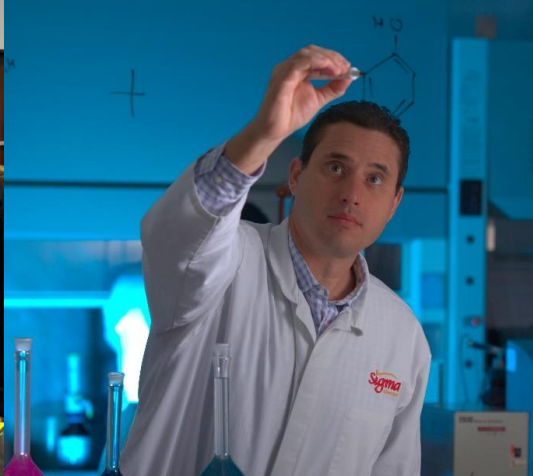
2 centros de investigación

6 plantas piloto

+200 especialistas

+40 patentes





Sistema de Innovación Sigma

Proceso iterativo de innovación basado en
“Design Thinking”

Falla pronto, seguido y al menor costo,
acotando el fracaso



+370 nuevos productos lanzados en 2020

+570 productos en el plan de lanzamientos

11% de las ventas acumuladas de 2019 provienen de la
innovación



racu
Proceso de Innovación

Plataformas de innovación

Estas son algunas de las innovaciones lanzadas en 3T20:



Salud y
Nutrición



Indulgencia



Conveniencia



Tradición y
Origen





Avenidas de crecimiento de innovación

Snacking

Nueva unidad de negocio operando en todas las geografías

Mayor demanda de snacks de proteína

3% de las ventas netas de 2019



Proteínas Alternativas

Nuevas fuentes de proteína para las tendencias flexitarianas

+50 productos existentes a lo largo de las geografías

+10 nuevos productos en el plan de innovación global

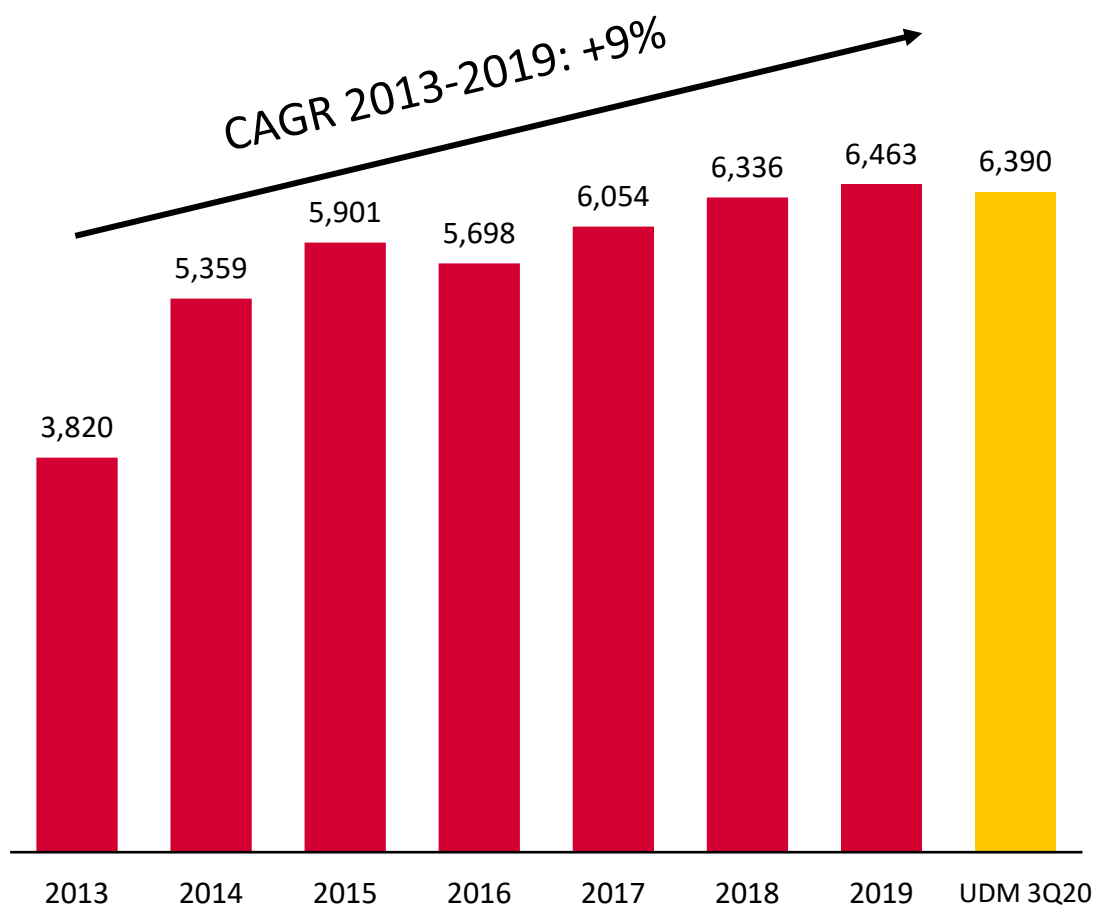


Resultados Financieros 3T20

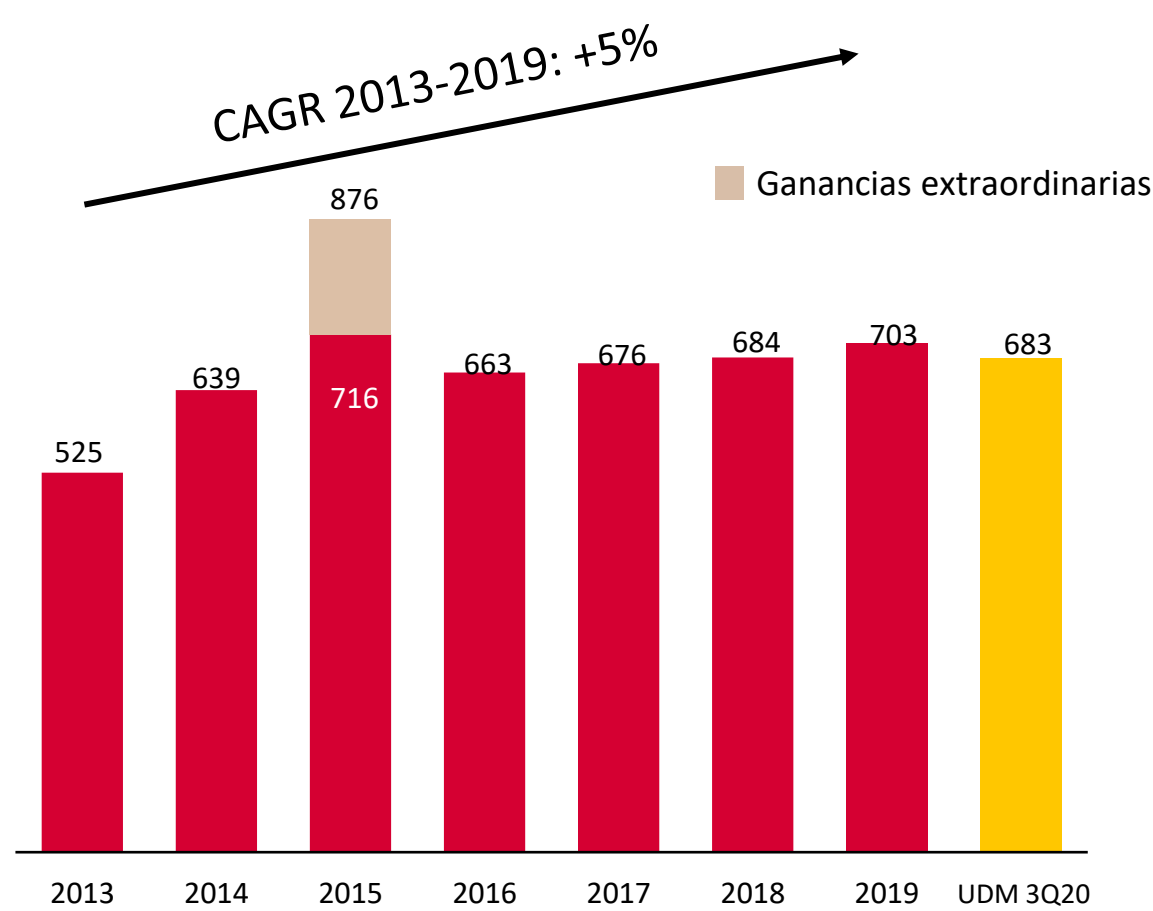
Resultados Financieros

US \$mm

Ventas Netas



EBITDA



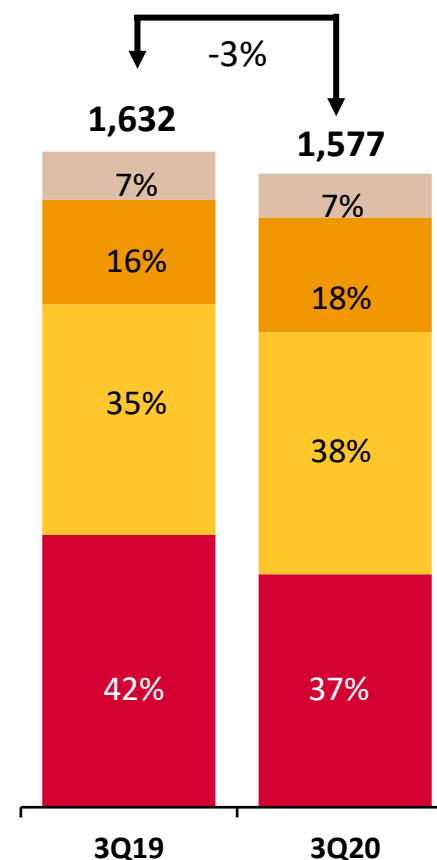
Resultados Financieros

US \$mm

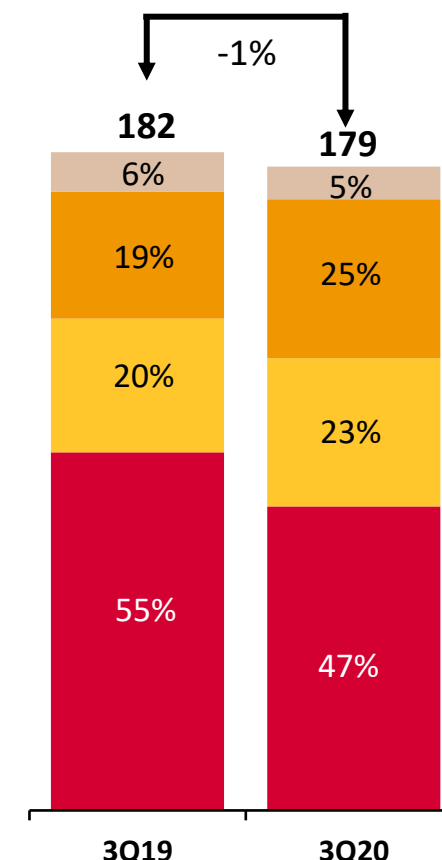
Puntos Relevantes 3T20

- Incremento en ventas año con año durante 3T20 en todas las regiones en moneda local (excepto canal Foodservice)
- Margen EBITDA de 11.4% en 3T20 (10.8% en 2T20 y 11.1% en 3T19)
- Mejora secuencial de 290 pbs en margen EBITDA en Europa debido a menor costo de materias primas
- EE.UU. muestra segundo nivel más alto de EBITDA en sus operaciones
- Incremento secuencial de ventas en el canal de Foodservice debido a la reapertura parcial de hoteles y restaurantes
- Efectivo en caja por US \$590 millones. Prepago de líneas de crédito adquiridas de forma precautoria ante COVID-19.

Ventas Netas



EBITDA



Margen EBITDA 11.1% 11.4%

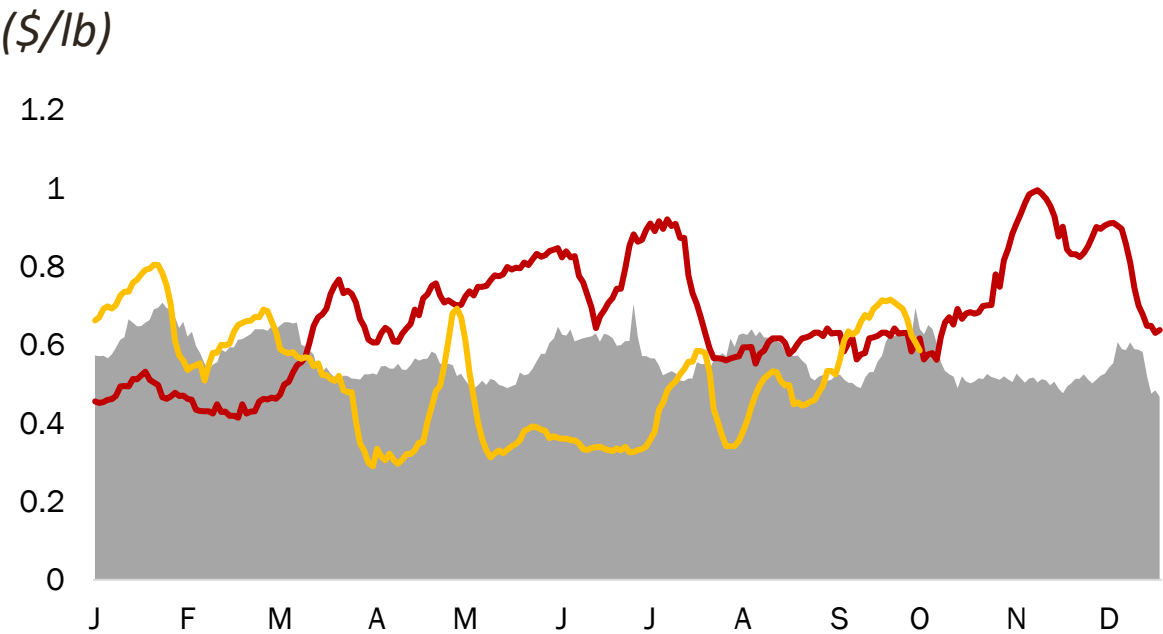
LatAm EE.UU.
Europa México

PRESENTACIÓN CORPORATIVA 3T20

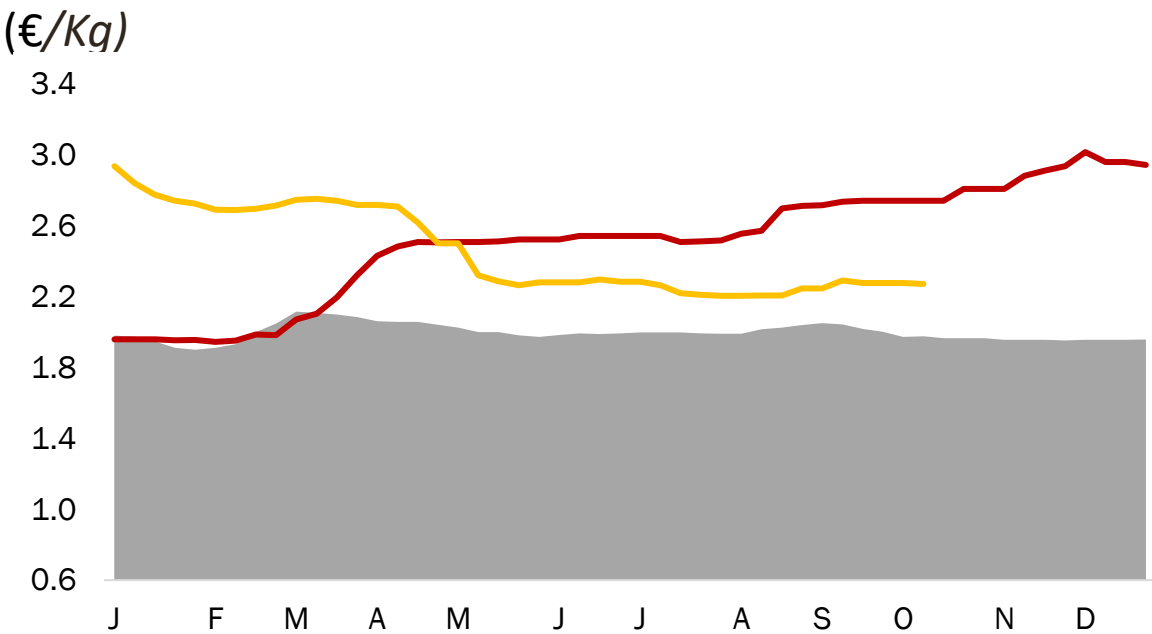


Materias primas principales – Precio de cerdo

EE.UU.



Europa





Sigma

www.sigma-alimentos.com