

Para Grupo Bimbo, es fundamental comunicar el progreso alcanzado en el primer semestre del año con respecto a las actividades planteadas en el [Plan de Acción 2025](#).

01 Soya

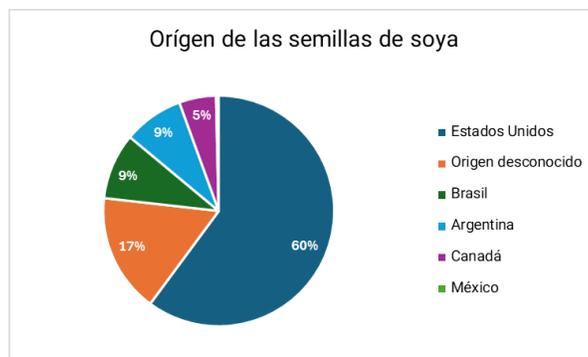
Como hemos mencionado en otras ocasiones, nuestra [Política Global de Agricultura](#) establece los compromisos que guían nuestras acciones para asegurar que nuestros ingredientes, como el aceite de soya, sean abastecidos responsablemente. Es por ello, que la política cubre el 100% de nuestros volúmenes de aceite de soya directo.

Durante 2025, nuestra estrategia se ha enfocado en rastrear los orígenes de nuestros volúmenes de soya. Para ello, nos relacionamos con los proveedores que representan el 94% de nuestro volumen de aceite de soya directo para conocer al menos el país de origen de la soya, y en caso de ser posible, obtener también información a nivel subnacional. La lista de nuestros proveedores la puede encontrar [aquí](#).

Considerando la totalidad del volumen de aceite de soya, es importante destacar lo siguiente:

- 17% es de origen desconocido, ya sea porque estaban fuera del alcance del ejercicio de trazabilidad o porque el proveedor no pudo compartir el origen de la semilla de soya de esos volúmenes.
- 18% provienen de países identificados de acuerdo con la Matriz de Priorización de Países¹ de Earthworm Foundation como de riesgo alto.

¹ Esta matriz utiliza diversas fuentes de información para realizar análisis de riesgo para soya a nivel país y, cuando es posible, a nivel municipal, específicamente en lo relacionado con deforestación y conversión. Si bien se reconoce que existen desafíos asociados a la disponibilidad de información específica sobre soya, esta herramienta es uno de los esfuerzos para abordarlo.



Gráfica 1. Origen de las semillas de soya

Como parte de nuestro compromiso hacia una cadena de suministro responsable, buscamos que nuestra soya provenga de lugares libres de deforestación y conversión (DCF). De acuerdo con nuestro análisis, siguiendo las últimas guías del Consumer Goods Forum-Forest Positive Coalition (CGF-FPC), 65% de nuestro volumen viene de países considerados de bajo riesgo, sin embargo, por el momento no tienen disponible algún mecanismo de control para considerarlos DCF.

Por otro lado, el año pasado 3Keel a través del Consumer Goods Forum (CGF) nos apoyó para calcular nuestra huella de uso de suelo utilizando la información de los volúmenes de aceite de soya directo y los países considerados focales para el CGF. La huella de uso de suelo fue calculada en 22,954 hectáreas. Esta información es clave para, en el futuro, poder evaluar, cómo tener un impacto positivo en la base de nuestra cadena de suministro.

02

Caña de azúcar

Durante este semestre se llevó a cabo una visita de campo al ingenio piloto, con el que hemos estado trabajando. El objetivo de la visita fue, realizar entrevistas a todos los actores involucrados en el proceso de contratación de personal para la temporada de zafra². Estas entrevistas estuvieron enfocadas en identificar tanto las buenas prácticas ya implementadas —para ser retomadas o fortalecidas— así como las áreas de oportunidad que deberán ser consideradas en el diseño y mejora de los procedimientos de contratación que se desarrollarán próximamente.

En esta visita nos fue posible conocer los diferentes puntos de vista y retos identificados por quienes participan en la zafra de azúcar, como:

- **Cortadores:** Personas contratadas localmente o proveniente de otros estados para cortar el azúcar;
- **Cabos:** Personas responsables de reclutar a cortadores previo a la zafra, así como supervisar a los cortadores durante el proceso de corta;

² La zafra es el periodo anual de cosecha de la caña de azúcar y su posterior procesamiento en los ingenios para la fabricación de azúcar.

- **Comisionados:** Persona asignada por un grupo de productores de caña para contratar a cabos;
- **Productores:** Persona que siembra caña de azúcar.
- También, platicamos con representantes locales de dos **asociaciones cañeras**, que en México son organizaciones de productores de caña de azúcar para proteger y representar sus intereses. Su papel es clave en el aseguramiento de condiciones justas en la compra-venta y el cultivo de la caña de azúcar.

La información recopilada de las entrevistas a estos actores será primordial para el diseño de estrategias de contratación más eficientes y equitativas, que beneficien a todos los involucrados en la cadena de valor de la caña de azúcar.

A final de año, en nuestro reporte de progreso de diciembre, compartiremos más detalles sobre los resultados y las estrategias que promuevan una contratación responsable y que ayuden a la mitigación de problemáticas relacionadas con los derechos laborales en la cadena de suministro de azúcar.

03

Papel y cartón

El papel y cartón también están considerados dentro del alcance de nuestra [Política Global de Agricultura](#). Las acciones que tomamos para el abastecimiento responsable cubren el 100% de nuestros volúmenes de papel y cartón en las categorías de cajas corrugadas y cartones plegables. Para avanzar en nuestro objetivo, hemos decidido que todos nuestros volúmenes sean de material reciclable y/o de material certificado.

Con base en nuestro análisis de cierre de año 2024, encontramos que el 71.4% de nuestro volumen proviene de material reciclado, mientras que el 28.6% proviene de fibras vírgenes. Todo nuestro volumen de fibra virgen está certificado, con la siguiente distribución por fuente: 34% FSC, 41% FSC/SFI y 25% SFI.

Además, del total de fibra virgen —y en línea con los criterios del CGF—, el 75% se considera libre de deforestación (DCF), ya que el 34% está certificado bajo FSC y el 41% cuenta con certificaciones tanto FSC como SFI. Cabe señalar que el 25% de nuestro volumen de fibra virgen está certificado por SFI, pero aún no ha sido validado por el CGF como parte del marco DCF.

04

Huevo de gallina libre

Reafirmamos nuestro compromiso de avanzar gradualmente hacia un abastecimiento de huevo proveniente de aves 100% libres de jaula.

Durante este año, hemos fortalecido la colaboración con nuestros aliados estratégicos para enfrentar la volatilidad e incertidumbre del mercado de este tipo de huevo, incluyendo el aumento de precios y la limitada disponibilidad en ciertos mercados.

Estamos priorizando el abastecimiento físico de huevo libre de jaula en aquellos mercados donde nuestro consumo es más significativo. Asimismo, continuamos identificando productores con capacidad de transición y promoviendo herramientas que impulsen el desarrollo de nuevos proveedores.

De igual forma, mantenemos una colaboración activa con organizaciones de la sociedad civil especializadas en el tema, con el fin de explorar las distintas alternativas disponibles en los mercados donde enfrentamos desafíos de abastecimiento.

Seguiremos informando sobre nuestros avances a través del reporte anual de fin de año, reafirmando nuestro compromiso con el logro de esta meta.

05

Transparencia y comunicación

En diciembre, compartiremos la actualización nuestras actividades para cada uno de los ingredientes mencionados en este reporte.