



Transcripción de la conferencia de Grupo BAFAR 3T25

Andrea, Moderadora:

Buenos días a todos. Mi nombre es Andrea y seré quien coordine esta llamada. Les doy una cordial bienvenida a la conferencia trimestral de Grupo BAFAR correspondiente al tercer trimestre de 2025.

Quiero informarles que todos los participantes se encuentran silenciados para evitar cualquier interferencia de fondo. Después de la presentación de los ponentes, tendremos una sesión de preguntas y respuestas, y en ese momento les proporcionaremos las instrucciones para participar.

Me complace informarles que el día lunes 27 de octubre Grupo BAFAR publicó sus resultados. Si alguno de ustedes no ha recibido el reporte, les recomiendo que se pongan en contacto con el equipo de relación con inversionistas, quienes estarán encantados de enviarles la información.

Quiero enfatizar que esta llamada está dirigida exclusivamente a inversionistas y analistas, por lo que no se tomarán preguntas de prensa y no se debería reportar sobre la llamada en medios de comunicación.

Es importante mencionar que cualquier declaración a futuro realizada durante esta llamada trimestral está basada en la información disponible en este momento. Les sugerimos revisar la declaración en el reporte trimestral para obtener más detalles sobre este tema.

En este momento, contamos con la presencia de Luis Eduardo Ramírez, director de Finanzas y Administración, y Luis Carlos Piñón, controlador corporativo de Grupo BAFAR, quienes compartirán los resultados de la compañía. Sin más preámbulo, le doy la palabra a Luis Eduardo.

Luis Eduardo Ramírez, Director de Finanzas y Administración:

Adelante. Gracias, Andrea. Muy buenos días a todos y gracias por acompañarnos.

Es un gusto poder compartir con ustedes los logros y los resultados que Grupo BAFAR ha alcanzado durante este tercer trimestre del año. Durante el tercer trimestre de 2025 continuamos operando en un entorno global, dinámico y desafiante.

Mantenemos el enfoque en crear valor sostenible, impulsar la transformación digital y promover un crecimiento rentable en todas nuestras divisiones. Este trimestre fue un claro reflejo de la ejecución disciplinada de esa estrategia.



Alcanzamos resultados históricos que confirman la solidez de nuestro modelo y el compromiso de nuestro equipo en cada etapa de la operación. El segmento de alimentos presentó un incremento del 12% en ventas.

Fibra Nova mantuvo su desempeño con un crecimiento del 18% interanual, mientras que la división financiera registró un avance del 4%. Además, en el frente digital seguimos avanzando con firmeza. Consolidamos el Data Lake con colaboración con Google Cloud, implementamos Salesforce para fortalecer nuestros equipos comerciales y dimos inicio a la formación de una comunidad analítica que será la base de futuras aplicaciones de inteligencia artificial dentro del grupo.

De cara al cierre del año vemos oportunidades claras para seguir fortaleciendo nuestras operaciones, aprovechar la estacionalidad del cuarto trimestre y capturar eficiencias adicionales derivadas de las inversiones tecnológicas y de la infraestructura realizadas durante el año.

BAFAR Alimentos es nuestra división más importante, sigue siendo el principal motor del grupo. Durante el trimestre registramos ventas netas por \$7,621 millones de pesos que refleja un crecimiento del 12%, impulsado por la expansión acelerada del canal retail, particularmente en el modelo Carnemart, así como por un aumento en el volumen de ventas del 4% en México.

El EBITDA alcanzó los \$969 millones de pesos con un crecimiento del 20%, con un margen cercano al 13% sobre ventas, reflejando la fortaleza de nuestras operaciones y eficiencia de nuestras cadenas de valor.

En términos de inversión, destinamos \$651 millones de pesos en CAPEX, enfocados principalmente en la expansión del canal retail y en proyectos logísticos estratégicos, como la construcción y ampliación de nuestros centros de distribución en El Paso, Texas en Estados Unidos, en La Paz y Chihuahua. Estos centros estarán 100% automatizados y fortalecerán nuestra capacidad de respuesta en toda la cadena de suministro, respaldando el crecimiento acelerado de nuestra red de puntos de venta.

Fibra Nova, nuestra división inmobiliaria, continúa con un crecimiento estable. Los ingresos totales del trimestre ascendieron a \$392 millones de pesos, un aumento del 18%, impulsado por la incorporación de nuevos contratos de arrendamiento.

El EBITDA alcanzó \$393 millones, con un margen del 100% y un crecimiento interanual del 31%, lo que demuestra la eficiencia operativa de la división y la calidad de sus contratos de largo plazo.

El flujo libre de operación, o FFO, se situó en \$365 millones, con un margen sobresaliente del 93%, reflejando la capacidad de Fibra Nova para generar valor sostenido.



Durante el trimestre, las inversiones ascendieron a \$590 millones de pesos, destinadas principalmente al desarrollo de los parques industriales Juárez I, Juárez II y Báfar Norte, aquí en Chihuahua Capital.

El Parque Juárez I ya se encuentra 100% ocupado, mientras que en el Parque Juárez II iniciamos el desarrollo de 37 hectáreas que contarán con infraestructura completa y servicios integrales, incluyendo el suministro eléctrico.

El Parque Báfar Norte continúa avanzando conforme al pipeline establecido, reforzando nuestra presencia en la región. De igual forma, mantenemos un apalancamiento Loan-to-Value saludable del 26%, por debajo del promedio de la industria, lo que refleja nuestra estructura de capital sólida y equilibrada.

División Financiera:

Durante el trimestre, logramos una colocación de 1,360 millones de pesos, lo que representa un crecimiento del 5% frente al año anterior. El índice de morosidad se mantiene bajo, en 2.3%, muy por debajo del promedio de la industria, lo que demuestra la calidad de nuestra cartera y la efectividad de nuestros procesos, tanto de originación como de seguimiento.

Además, nuestro producto BKH sigue expandiendo su presencia, alcanzando 600 tarjetas activas en nuevas regiones estratégicas, fortaleciendo nuestra apuesta por la inclusión financiera y la digitalización.

Grupo BAFAR, resultados consolidados:

En el tercer trimestre, tuvimos unas ventas netas que alcanzaron los 7,974 millones de pesos, un crecimiento del 12% respecto al mismo periodo del año anterior. Este desempeño se debe principalmente a la consolidación de nuestras nuevas tiendas, al avance en su curva de maduración y al enfoque continuo en productos con mayor valor agregado.

El EBITDA creció 17%, llegando a 1,255 millones de pesos, con un margen del 16%, demostrando que seguimos creciendo con rentabilidad, mejorando la mezcla de productos y la eficiencia de producción.

La utilidad de operación aumentó un 18%, alcanzando los 1,001 millones, y la utilidad neta cerró con 918 millones de pesos, con un margen neto del 12%.

Estos resultados son muestras de una ejecución ordenada, con decisiones estratégicas que combinan innovación y disciplina, como siempre nuestra visión de largo plazo.

En la situación financiera, tenemos o mantenemos una administración eficiente del capital de trabajo. El ciclo de conversión de efectivos cerró en 47 días, impulsado por un aumento del 39% en inventarios. Este incremento está dentro de lo esperado.



Se debe al carácter cíclico del negocio y a las compras estratégicas de materia prima para la próxima temporada navideña. Con esto, vamos a garantizar la continuidad operativa y la competitividad en precios.

Nuestra deuda bancaria total asciende a 19,200 millones de pesos, de los cuales el 79% está denominada en dólares. Sin embargo, mantenemos una cobertura natural derivada de nuestras exportaciones, rentas inmobiliarias y comercialización de nuez, lo que mitiga la exposición cambiaria.

En nuestras expectativas, el crecimiento en ventas será alrededor del 15%, el crecimiento en EBITDA del 16% y nuestro margen EBITDA entre el 17 y el 18%. El CAPEX estimado será de 5,000 millones de pesos.

Estos números reflejan la confianza en nuestra estrategia y la capacidad de seguir creciendo de manera rentable, responsable y con visión de futuro.

Agradecemos profundamente a todo el equipo de Grupo BAFAR por su esfuerzo, liderazgo y compromiso inquebrantable. Los resultados de este trimestre son, sin duda, fruto del trabajo conjunto y de la pasión que cada colaborador pone en lo que hace.

Seguiremos avanzando con paso firme, impulsando una expansión inteligente, guiados por la innovación, el talento y una visión siempre centrada en nuestro cliente.

Con esto concluyo mis comentarios. Agradezco a todos por escuchar y ahora devuelvo la llamada a nuestra operadora para seguir con la sesión de preguntas y respuestas. Muchas gracias.

Moderador:

Ahora comenzaremos con la sesión de preguntas y respuestas. Si quieres hacer una pregunta, por favor da clic en el botón de alzar la mano, ubicada en la parte inferior de la pantalla. Si estás conectado vía telefónica, por favor marca asterisco 9. Les recuerdo que todas las líneas se encuentran silenciadas.

Cuando sea tu turno para preguntar, se habilitará tu micrófono y podrás quitar el silencio para hacer tu pregunta. Haremos una pausa para preguntas.

Nuestra primera pregunta viene de Martín Lara.

Martín Lara, Miranda Global Research:

¿Qué tal? Buenos días, Martín Lara de Miranda Global Research. Gracias por la llamada y felicidades por los resultados.

Tengo las siguientes preguntas. En el negocio de alimentos, ¿cuántas tiendas tienen y a cuántas esperan llegar a finales del año que viene, en 2026? Y si podrían darnos una actualización o más detalles de la implementación de Salesforce y sus beneficios.



Luis Eduardo Ramírez:

¿Qué tal, Martín? Buen día. Mira, ahorita estamos estimando cerrar entre 450 y 460 tiendas. Y para el 2026 estimamos cerrar entre 550 y 560 tiendas.

Nuestra plataforma de Salesforce, realmente estamos implementando siete de los módulos que tiene esta plataforma. Todos enfocados en conocimiento del cliente, en ejecución comercial, en un proceso de inteligencia artificial para determinar características, gustos, preferencias de consumidores.

También acercarnos a cada uno de estos consumidores bajo las características que cada uno de ellos tiene para tener un mejor servicio enfocado a las necesidades muy particulares de ellos.

Y también estamos tratando de implementar un módulo ya interno de Salesforce para medir el nivel de servicio de todas las áreas que participan en una ejecución comercial para determinar las áreas de oportunidad y mejoras de las mismas.

Martín Lara:

Ok, muchas gracias. Y una última pregunta de dividendos. ¿Qué podemos esperar el año que viene? ¿Y qué van a hacer con las acciones que han estado recomprando?

Luis Eduardo Ramírez:

Mira, la verdad es que de dividendos, como sabes, no tenemos una política clara establecida. Es según, en base al crecimiento y las utilidades que se generan. Yo creo que debería de ser algo similar al promedio de estos últimos dos años.

Y la segunda pregunta, ¿cuál era? Perdón, de las recompras. Sí, pues no. Mira, la verdad es que el fondo de recompra siempre ha estado administrado para estar dándole versatilidad a la acción, como cualquier otro fondo de recompra.

Pues la verdad es que no tenemos más que un plan para los ejecutivos, pero dentro de un fideicomiso. Así que no se contamina con la recompra que en el día a día hace el fondo. Finalmente los mantenemos dentro de la bolsa que está autorizado por el consejo y básicamente con el mecanismo y la definición para lo que el fondo se utiliza.

Martín Lara:

Perfecto. Muchas gracias. Saludos.

Luis Eduardo Ramírez:

Gracias a ti.

**Moderador:**

Saludos. Nuestra siguiente pregunta viene de Carlos Alcaraz. Por favor, da tu nombre completo y nombre de tu compañía antes de preguntar.

Carlos Alcaraz:

Hola, ¿qué tal? Luis Eduardo. Buen día. Muchas gracias por la llamada y por el espacio de preguntas. Tengo tres.

La primera de ellas es relacionada a la estrategia de valor agregado. Si visualizan un espacio adicional para seguir sustituyendo volumen hacia segmentos de mayor margen. Esto para entender cómo pudiese moverse el resultado operativo y la rentabilidad.

Mi segunda pregunta sería relacionada con la capacidad instalada, con la ampliación de los CEDIS de Chihuahua y El Paso, además del complejo de La Piedad que es reciente. ¿Cómo se encuentra el día de hoy la capacidad instalada y qué porcentaje de estas se está utilizando al 100%?

Y finalmente mi tercer pregunta relativa al tema de la sostenibilidad y los créditos vinculados a los temas ambientales. Saber si nos podrían dar una actualización sobre el cumplimiento de los KPIs relacionados con este crédito y si buscarán mayores emisiones relacionadas con la sostenibilidad hacia adelante.

Luis Eduardo Ramírez:

¿Qué tal, Carlos? Qué gusto saludarte. Sí, mira. Bueno, la primera pregunta. Sí hemos planteado una estrategia sobre tener productos de valor agregado, de incursionar cada vez más a un concepto de valor agregado, tanto en el canal moderno, en el canal tradicional, en nuestras tiendas propias, en fin, en toda la gama de nuestros SKUs que finalmente comercializamos a través de todos los diferentes canales, ya sean propios o de terceros.

Si vemos que la practicidad de muchos de nuestros productos, la transformación también de muchas de las materias primas que luego ponemos sobre la mesa al consumidor, dándole ciertas funcionalidades, pues eso hace que tengan un precio diferenciado. Ya no es un commodity, ya se vuelve un producto que se transformó y marca, tiene un valor agregado para el consumidor.

Y sí, sí creemos que dentro de lo que se va a ligar un poquito a tu segunda pregunta, pero sí creemos que dentro de nuestras nuevas plantas que hemos estado invirtiendo en los últimos años, casi todas van a este concepto de productos de valor agregado. Entonces, a lo mejor nuestros crecimientos en volumen se fundarán en crecimientos de un dígito y en nuestras ventas en pesos, sí creemos que deberían de mantenerse en doble dígito.

La verdad es que también el consumidor ha avanzado mucho y hoy sus preferencias han sido muy diferentes a las de los últimos 10, 15 años, donde buscan cada vez tener un retorno por lo que pagan con un producto que tenga más características de muchos tipos.



También es a lo mejor con lo que le hiciste tu tercera pregunta, de sustentabilidad ambiental, de más porcentaje de proteína. En fin, los consumidores han evolucionado y vamos bajo ese contexto. Entonces, sí, la estrategia se mantiene y vamos a tratar de seguir por ahí.

Ahora, lo que nos preguntabas de la capacidad instalada: sí hemos estado invirtiendo mucho, sobre todo en lo que es BAFAR Alimentos, en nuevas plantas de producción, en nuevos centros de distribución. Lo que les comentaba ahorita de El Paso, Texas, la de Chihuahua, la de La Paz, Baja California, todas nuestras naves y plantas nuevas en La Piedad, están siendo enfocadas realmente para el crecimiento de los próximos años.

Hoy nuestra capacidad actual ronda entre los 80 y los 85 por ciento de capacidad utilizada, lo cual todavía nos da oportunidad de poder mantenernos así algunos meses o años. Pero todo lo que estamos invirtiendo es por el crecimiento que vemos que deberíamos de tener para los próximos cinco años. Entonces, no tenemos hoy capacidades topadas, la verdad, pero sí con un gran porcentaje de utilización y las inversiones vienen a reforzar el crecimiento que nos estamos planteando.

Y, por último, sobre la pregunta que me hacías de sustentabilidad. Perdón, si hemos hecho algunos créditos que denominamos verdes, aquí le voy a pasar tantito la palabra a Luis Carlos Piñón para que nos cuente un poco también de lo que hemos estado haciendo y lo que planteamos hacer.

Luis Carlos Piñón:

Gracias, Luis Eduardo. Sí, como tal lo comentaba Luis, tenemos actualmente créditos en la división de alimentos ligados al uso responsable del agua y al tratamiento de esa agua, con cumplimiento en los KPIs fijados con la institución financiera.

Adicionalmente tenemos créditos verdes en Fibra Nova ligado con el proceso de certificación de las naves. Y tal como lo hemos venido informando en nuestro reporte de sostenibilidad, estamos ahorita explosionando mucho la inversión en energías renovables, tanto en la división de alimentos como en Fibra Nova.

Entonces, en los próximos créditos estamos viendo cómo ligar estos indicadores de sostenibilidad de generación de energías verdes ligados a créditos tanto para la división de alimentos como para la división de Fibra Nova. Esto en línea con la política ESG de Grupo BAFAR.

No sé si con eso respondo tu pregunta, Carlos.

Carlos Alcaraz:

Perfecto. Solamente una más de seguimiento, si me permiten. Dado el buen desempeño de Cárnicos y un relativo bajo nivel de deuda, ¿buscarán tal vez apalancar un poco más la división para acelerar el crecimiento durante el próximo año?



Luis Eduardo Ramírez:

Sí, gracias Luis. Mira, Carlos, sí, como bien mencionas, nuestro apalancamiento en BAFAR Alimentos, la verdad es que no nos deja mucho espacio para poder seguir apalancando esa división con préstamos bancarios.

Sí lo vamos a hacer. Nuestro crecimiento para los próximos cinco años lo estamos planteando de una manera muy acelerada. Entonces, van a venir muchas más inversiones para BAFAR Alimentos en los próximos 36 meses, de los cuales creemos que vamos a utilizar nuestros propios recursos generados, más incremento en el apalancamiento, que tal vez no se vea como un incremento en la razón de apalancamiento, porque nuestro EBITDA lo estamos planteando también con un crecimiento agresivo, pero sí en el monto de la deuda.

Carlos Alcaraz:

Perfecto, Luis Eduardo, Luis Carlos, muchas gracias por las respuestas y felicidades por los resultados.

Luis Eduardo Ramírez:

No, hombre, gracias. Un gusto saludarte, Carlos.

Moderador:

No hemos recibido ninguna pregunta adicional, así que eso concluye nuestra sesión de preguntas y respuestas. Muchas gracias. Me gustaría ceder la palabra a Luis Carlos Piñón para sus comentarios de conclusión.

Luis Carlos Piñón:

Bueno, les agradecemos a todos por participar en la sesión de resultados de Grupo BAFAR al tercer trimestre del 2025.

Moderador:

Cualquier duda que tengan, pudiéramos recibir sus comentarios vía nuestros canales de relación con inversionistas. Gracias a todos.

Eso concluye la llamada trimestral. Pueden desconectarse ahora.