

PRESENCIA EN NUESTRA REGIÓN ESTRATÉGICA

[GRI 102-4] [GRI 102-7]

Distribución y ventas



Galletas



Cárnicos



Chocolates



Cafés



Tresmontes
Lucchetti



Alimentos al
Consumidor



Helados



Pastas



Producción



Distribución



Servicios



47
Plantas de producción

14
Países con red de distribución y plantas de producción

Composición accionaria

31 de diciembre de 2019

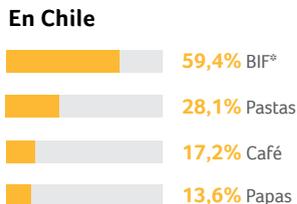
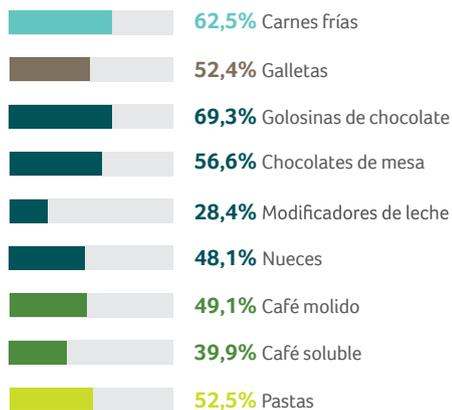
Fuente: Deceval

11.037
Accionistas



Participación de mercado Fuente: Nielsen

En Colombia** **55,4%** Participación consolidada de Grupo Nutresa en Colombia



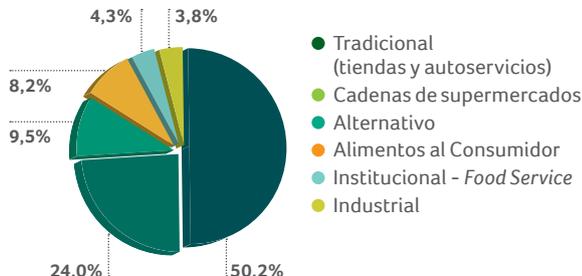
*Bebidas Instantáneas Frías

#1

En hamburguesas y parrilla en Colombia. En heladerías en Costa Rica y República Dominicana.

** Nuevo modelo de estimación del mercado completo que integra diferentes fuentes de información de Nielsen (RMS, HomeScan, matriz coberturas industria y crowdsourcing). Incluye Discounters, y Venta Directa, entre otros, y excluye canales institucionales y mayoristas.

Ventas por canal Grupo Nutresa



Colaboradores
45.803



Puntos de venta
1.425.141
Vendedores: 9.235



Red Novaventa
192.666
Mamás Empresarias



36,2%
Mujeres



63,8%
Hombres

(Directos y aprendices)

Diferenciadores de nuestro modelo de negocio



Nuestra gente

Promovemos ambientes de participación, el desarrollo de competencias del ser y el hacer, el reconocimiento, la construcción de una cultura de liderazgo, además de una vida en equilibrio para las personas.



Nuestras marcas

Nuestras marcas son líderes en los mercados donde participamos, son reconocidas y apreciadas, nutren, generan bienestar y hacen parte del día a día de las personas con la mejor relación precio-valor.



Capacidades de llegada al mercado

Nuestra amplia red de distribución y capacidades de llegada al mercado, con una oferta diferenciada por canales y segmentos y con equipos de atención especializados, nos permite tener nuestros productos disponibles, con una adecuada frecuencia y una relación cercana con los clientes.

Estructura empresarial [GRI 102-24]



TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Grupo Nutresa avanza en la transformación digital como parte fundamental de un modelo corporativo, propositivo e innovador, a través del desarrollo de iniciativas clave que le permiten evolucionar y ofrecer mejores experiencias a compradores y consumidores.

Exploración de nuevas tecnologías

Proyectos de capacidades en desarrollo

Evolución de la llegada al mercado

Capacidades de talento y cultura



Principales riesgos de nuestro modelo de negocio



Volatilidad en precios de las materias primas y en tasas de cambio.



Cambio en regulaciones en materia de nutrición y salud en los países donde tenemos presencia.



Afectación de los negocios por un entorno altamente competitivo.

Nuestro compromiso a largo plazo

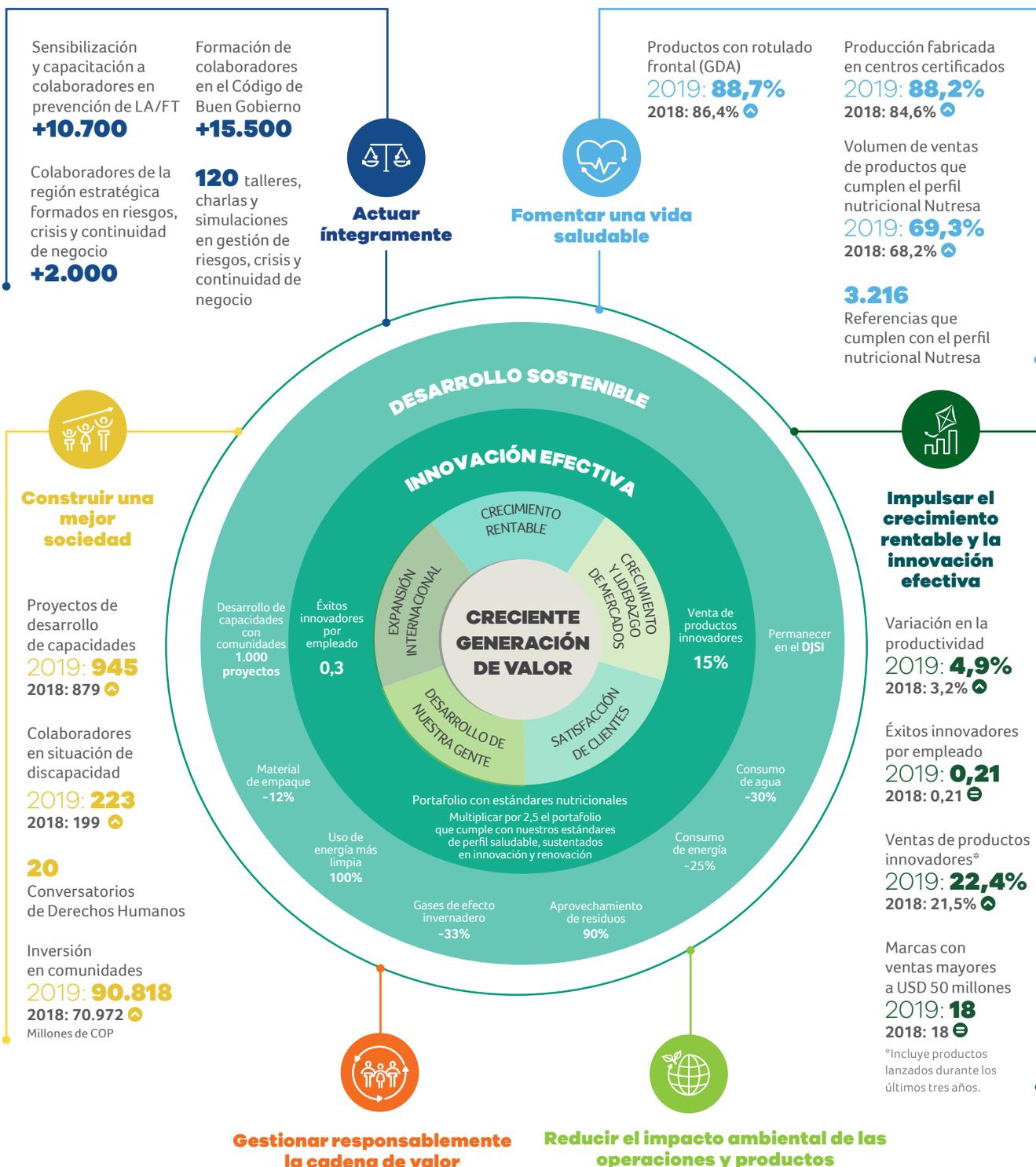
MEGA 2020
Duplicar nuestras ventas 2013

Meta entre el 12% y el 14% del margen ebitda

Para lograr la meta ofrecemos a nuestro consumidor alimentos y experiencias de marcas conocidas y apreciadas, que nutren, generan bienestar y placer; que se distinguen por la mejor relación precio-valor; disponibles ampliamente en nuestra región estratégica; gestionadas por gente talentosa, innovadora, comprometida y responsable, que aporta al desarrollo sostenible.

RESULTADOS 2019

De nuestros objetivos estratégicos para 2020



CRECIMIENTO RENTABLE [GRI 102-7]

Crecimiento
 Decrecimiento

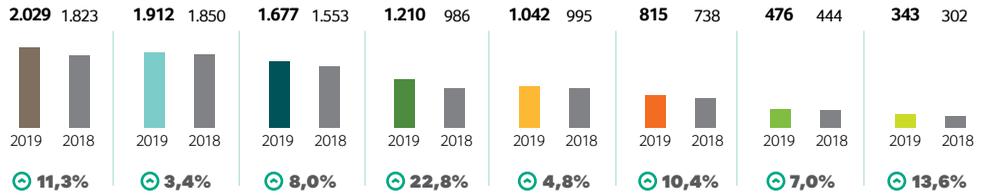


Ventas totales
 Miles de millones de COP

9.959

2018: 9.016

Crecimiento
10,5%



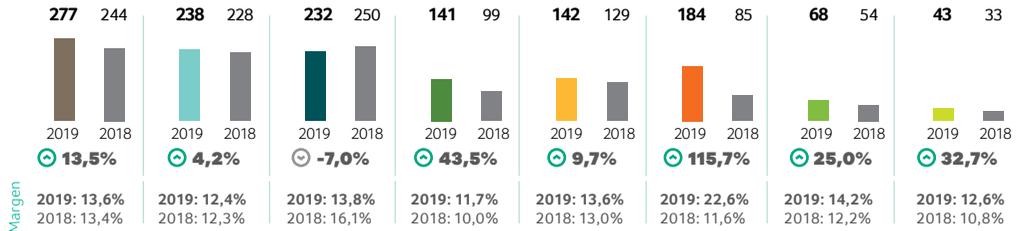
Ebitda
 Miles de millones de COP

1.347

2018: 1.126

Crecimiento
19,6%

Margen 2019 **13,5%**
 Margen 2018 12,5%



Ventas Colombia
 Miles de millones de COP

6.204

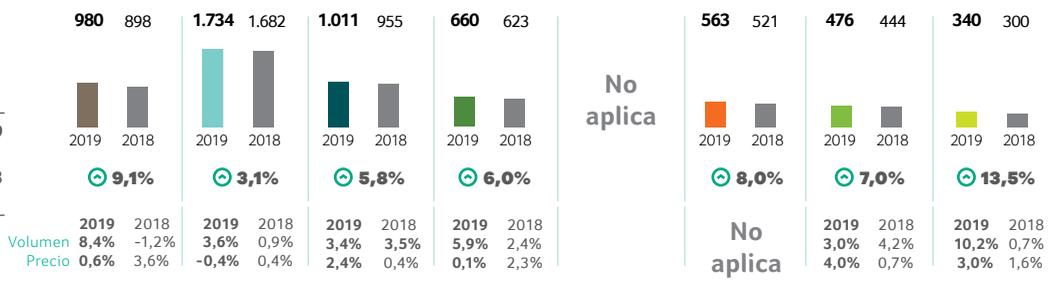
2018: 5.737

Crecimiento
8,1%

Volumen 2019 **6,9%**
 Volumen 2018 2,1%

Precio 2019 **1,2%**
 Precio 2018 2,0%

Porcentaje de ventas totales
62,3%



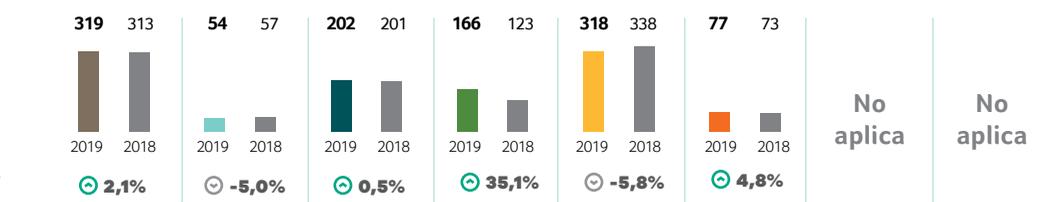
Ventas internacionales
 Millones de dólares

1.142

2018: 1.109

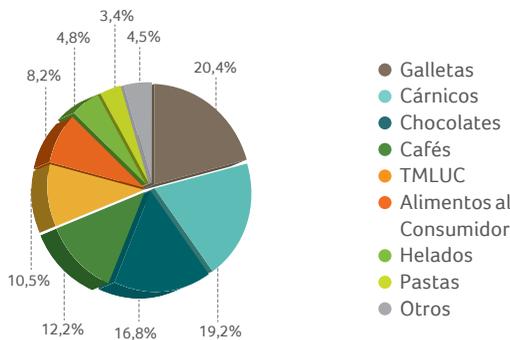
Crecimiento
3,0%

Porcentaje de ventas totales
37,7%

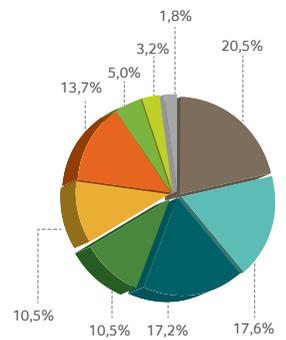


Variación en precios y volúmenes sin Alimentos al Consumidor

Porcentaje de las ventas por negocio



Porcentaje del ebitda por negocio

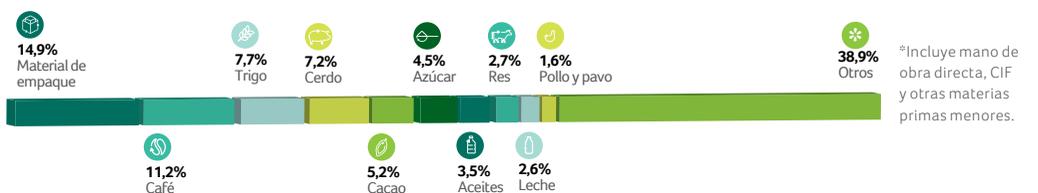


Ventas de productos innovadores
 (% sobre las ventas totales)

22,4%

2018: 21,5%
 2017: 20,2%

Diversificación de materias primas % costo de producción



MÁS INFORMACIÓN EN http://informe2019.gruponutresa.com/pdf/informe_2019.pdf

Para mayor información



La información incluida en este resumen ejecutivo es consistente con la del Informe Integrado de Grupo Nutresa S. A. disponible en la página http://informe2019.gruponutresa.com/pdf/informe_integrado_2019.pdf.

Con el fin de formarse una opinión más amplia y profunda sobre las acciones llevadas a cabo y los resultados obtenidos por Grupo Nutresa S. A. sobre el desempeño económico, social y ambiental, lea junto a esta publicación el Informe Integrado de Grupo Nutresa S. A.

El alcance y los resultados de nuestro trabajo se describen en el Informe de Aseguramiento que se encuentra publicado en la página web http://informe2019.gruponutresa.com/pdf/informe_de_verificacion.pdf.

KPMG Advisory Services S. A. S. | Marzo de 2020