

100
AÑOS



UN
FUTURO
ENTRE
TODOS



GRUPO NUTRESA
Presentación Corporativa¹



UN
FUTURO
ENTRE
TODOS

EXONERACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Este documento puede contener declaraciones de revelaciones futuras relacionadas con Grupo Nutresa S.A. y sus compañías subordinadas, las cuales han sido realizadas bajo supuestos y estimaciones de la administración de la compañía. Para una mejor ilustración y toma de decisiones las cifras consolidadas de Grupo Nutresa S.A. son administrativas y no contables, por tal razón pueden diferir de las presentadas a entidades oficiales. Grupo Nutresa S.A. no asume obligación alguna de actualizar o corregir la información contenida en esta presentación.



“El Reconocimiento Emisores – IR otorgado por la Bolsa de Valores de Colombia S.A. no es una certificación sobre la bondad de los valores inscritos ni sobre la solvencia del emisor”.



NOS INSPIRA

colaborar, empoderar, crear y construir
Un Futuro Entre Todos



Escala

Ventas 2019

11,1

COP billones
~ 3,0 USD mil millones

39,9%

VENTAS
FUERA DE COLOMBIA

1,2

USD mil millones

Una de las empresas de alimentos más grande de Latinoamérica

CAPITALIZACIÓN DE MERCADO

11 ~ 3,2

COP billones USD mil millones

MARGEN EBITDA 2019

13,0%

OBJETIVO 2030



DUPLICAR INGRESOS

De 2020 a 2030

Con retorno superior al costo de capital

Nuestras fortalezas

Modelo de Negocio



UN FUTURO ENTRE TODOS



Gente

45,8K

Colaboradores

12,3K

Fuera de Colombia



Marcas

19

Marcas con ventas mayores a 50 USD MM

53,8%

Participación de mercado consolidada en Colombia



Capacidades para la entrega de valor

1,5 MM

Clientes atendidos

9,5K

Vendedores

Diversificación

y desarrollo de mercados



5

Continentes

14

Países

47

Plantas de producción

Venta de productos en

74

 países

8

UNIDADES DE NEGOCIO

Ningún commodity pesa más del 12% del total de los costos



100

AÑOS DE HISTORIA

Creación de valor sostenible

Somos la empresa más sostenible del mundo según los índices de sostenibilidad de Dow Jones

#1

2020

Member of

Dow Jones Sustainability Indices

Powered by the S&P Global CSA

#1

Sustainability Award Gold Class 2021

S&P Global

GRUPO NUTRESA EN CIFRAS



11.1

Ventas totales (COP billones)

1.5 MM

clientes atendidos

13,0%

Margen EBITDA

19,6%

ventas por innovación / total de ventas

8

unidades de negocio
por categoría

26

marcas con posición #1 o #2
en participación de mercado

14

países con presencia
directa

70,5%

de los ingresos en Colombia
provenientes de 19 megamarcas

47

plantas de producción

45.861

colaboradores

#1

#1 en el Dow Jones Global Sustainability Index
en el sector de alimentos
Categoría Oro en el Anuario de Sostenibilidad de
Standard & Poor's



UN
FUTURO
ENTRE
TODOS

ESTRUCTURA CORPORATIVA



GALLETAS CÁRNICOS CHOCOLATES CAFÉS TMLUC ALIMENTOS AL CONSUMIDOR HELADOS PASTAS

Comercial
nutresa



novaventa



La Recetta ATLANTIC
Food Service



Red de ventas
y distribución
internacional



Servicios
nutresa



EXPANSIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS

1,9 USD
MIL MILLONES

Invertidos en **23**
adquisiciones exitosas
desde el año 2000



Biscuits
Nestlé

Chocolates
Nestlé

MEALS
DE COLOMBIA S.A.S

MIL DOLDES S.A.



tresmontes
lucchetti



PRESENCIA GEOGRÁFICA

Ventas por región 2020

Estados Unidos

11,8%



México

2,8%



Centroamérica

10,2%



Colombia

60,1%



Ecuador

1,4%



República Dominicana y el Caribe

1,7%



Venezuela



Perú

2,2%



Chile

7,2%



Malasia

Planta de Producción: 1



39,9%
Internacional

60,1%
Colombia

47



Plantas de producción

14



Número total de países con plantas de producción y redes de distribución

81% de las ventas provienen de mercados emergentes con alto potencial de crecimiento

TRAS UN MODELO DE VALOR DE LARGO PLAZO

A través de una estrategia clara y sólida

Sostenibilidad

Estrategia Digital

Salud y Bienestar



Inversión en marcas líderes y desarrollo del portafolio



Innovación efectiva y nuevos modelos de negocio para abordar tendencias de consumo



Inversión en canales de rápido crecimiento



Eficiencia y productividad

Generación de valor para grupos relacionados

PARTICIPACIÓN DE MERCADO

COLOMBIA + TMLUC

Participación de mercado
consolidada en Colombia

53,8%



*BIF= Bebidas instantáneas frías

Fuente: Nielsen 12 meses a diciembre de 2020.

NUESTRAS PRINCIPALES FORTALEZAS

MODELO DE NEGOCIO



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 una excelente relación precio-valor.

**19 marcas
con ventas mayores
a USD 50 millones**

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

**Clima organizacional
en un nivel de excelencia**

83,0%

**Nuestra
Gente**



NUESTRAS Capacidades para la entrega de valor

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 permiten tener nuestros productos disponibles, con una adecuada frecuencia y una relación cercana con los clientes.

**1.565.345
puntos de venta**

**DIFERENCIADORES DE NUESTRO
MODELO DE NEGOCIO**

SOSTENIBILIDAD



NUESTRA GENTE

Promovemos ambientes de participación que dan prioridad al desarrollo de competencias, el reconocimiento y una vida en equilibrio.

#2 Compañía para atraer y retener talento en Colombia.

Clima organizacional en un nivel de excelencia

83,0%



10 subsidiarias certificadas como Empresas Familiarmente Responsables (EFR)

**Red de voluntarios:
11.475 colaboradores
37,220 horas de voluntariado**



Exterior
12,3K

Colombia
33,5K

45,8 K Total



SÓLIDO PORTAFOLIO DE MARCAS LÍDERES

19 Marcas

con ventas mayores a

USD 50 millones

En Colombia, el
70,5% de las ventas
proviene de **19**
megamarcas.

24 marcas con
posición **#1** o **#2** de
participación en
mercados clave.

Zenú

RANCHERA

Café
SELO
ROJO

Saltin
noel

Colcafé

RICA
ROXO

Jet

Doria

Lil'
Dutch
Maid
COOKIES

Festival

Chocolate de leche con especias
CORONA

EL CORRAL
LA RECETA ORIGINAL

DUCALES
La ganadería del super-agrícola

ZUKO

Crem
Helado

POZUELO

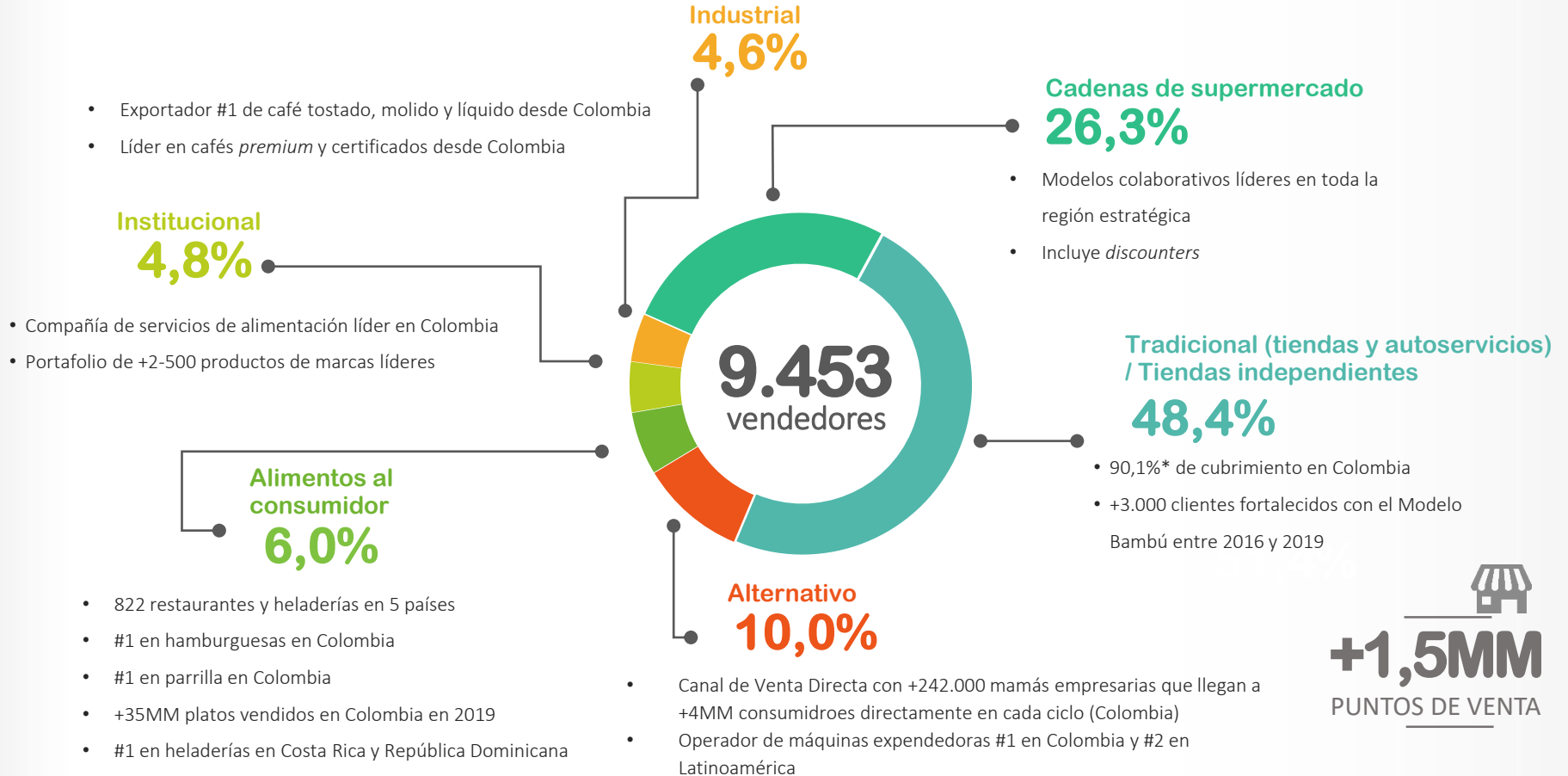
LUCCHETTI

TOSH



CAPACIDADES PARA LA LLEGADA AL MERCADO

Distribución




+1,5MM
PUNTOS DE VENTA

* 994 de 1.103 poblaciones atendidas



CAPACIDADES PARA LA ENTREGA DE VALOR

Inversión en Canales de alto crecimiento



NOVAVENTA



- Canal de Venta Directa con +242.000 mamás empresarias
- Llegada a +4MM consumidores directamente en cada ciclo (Colombia)
- Operador de máquinas expendedoras #1 en Colombia y #2 en Latinoamérica
- Crecimiento de doble dígito



FOOD SERVICE



- Incluye La Recetta y Atlantic Food Service
- Compañía de servicios de alimentación líder en Colombia
- Portafolio integral de +2.500 productos



RESTAURANTES



- 822 restaurantes y heladerías en 5 países
- #1 en hamburguesas en Colombia
- #1 en parrilla en Colombia
- +35MM platos vendidos en Colombia en 2019
- #1 en heladerías en Costa Rica y República Dominicana

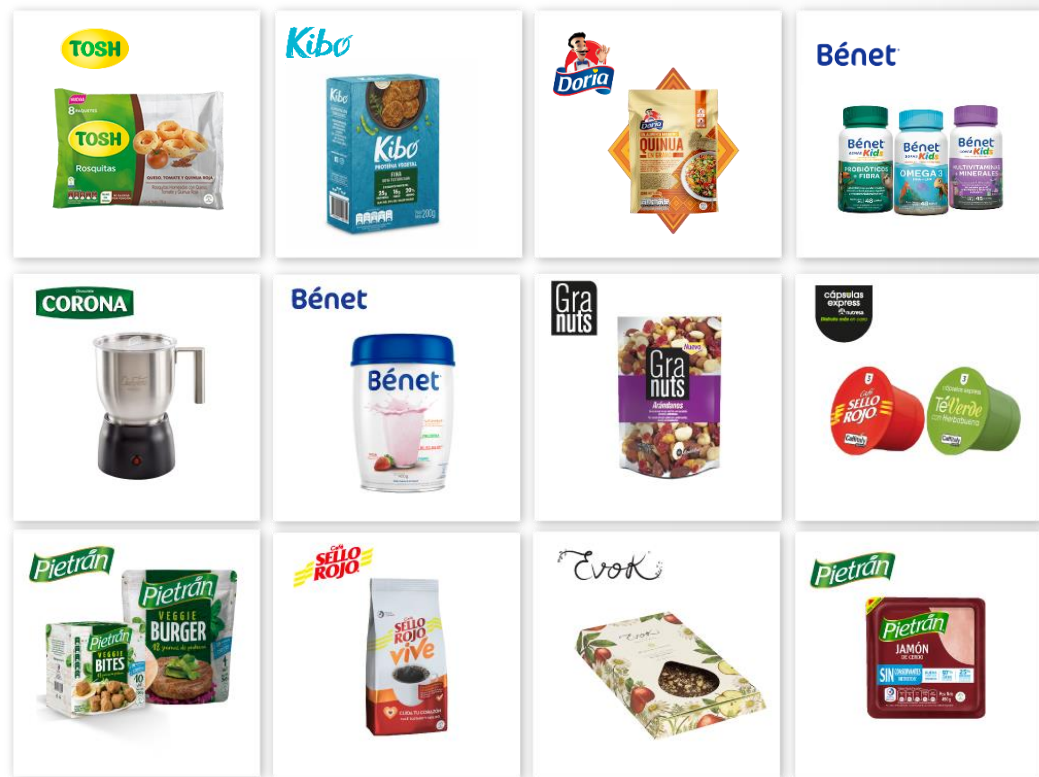
CRECIMIENTO BASADO EN INNOVACIÓN

19,6%*

Ventas por innovación/
Ventas totales 2020



* Ventas a partir de innovaciones lanzadas en los últimos tres años



TRANSFORMACIÓN DIGITAL

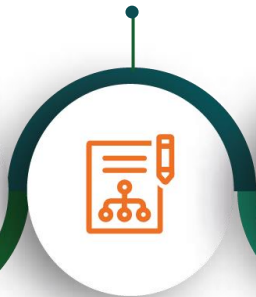
La transformación digital es parte fundamental de un modelo corporativo asertivo, propositivo e innovador que busca ofrecer mejores experiencias a compradores y consumidores.

Exploración
de nuevas
tecnologías



Monitoreo y exploración de tecnologías de la cuarta revolución industrial, en etapas tempranas de madurez.

Proyectos de
Capacidades en
desarrollo



Exploración y adopción de tecnologías de nivel de madurez medio y alto, en conjunto con centros de investigación, emprendedores y ecosistema.

Evaluación de
la llegada del
mercado



Desarrollo de capacidades digitales que transforman la interacción y la experiencia con clientes y consumidores y habilitan la creación de nuevas formas de llegada y modelos de negocios en *e-commerce*, canales, mercado y otros servicios de valor agregado.

Capacidad
de talento
Y cultura



Desarrollo de capacidades y evolución de las formas de trabajo en un ambiente adaptativo que fomenten la agilidad y la flexibilidad.

MODELO DE GESTIÓN DE RIESGO



PRINCIPALES RIESGOS



Regulaciones en materia de nutrición y salud en los países en donde Grupo Nutresa opera.



Afectación de los negocios por un entorno altamente competitivo.



Volatilidad en precios de las materias primas.

OBJETIVO 2030



DUPLICAR INGRESOS

De 2020 a 2030

Con retorno superior al costo de capital



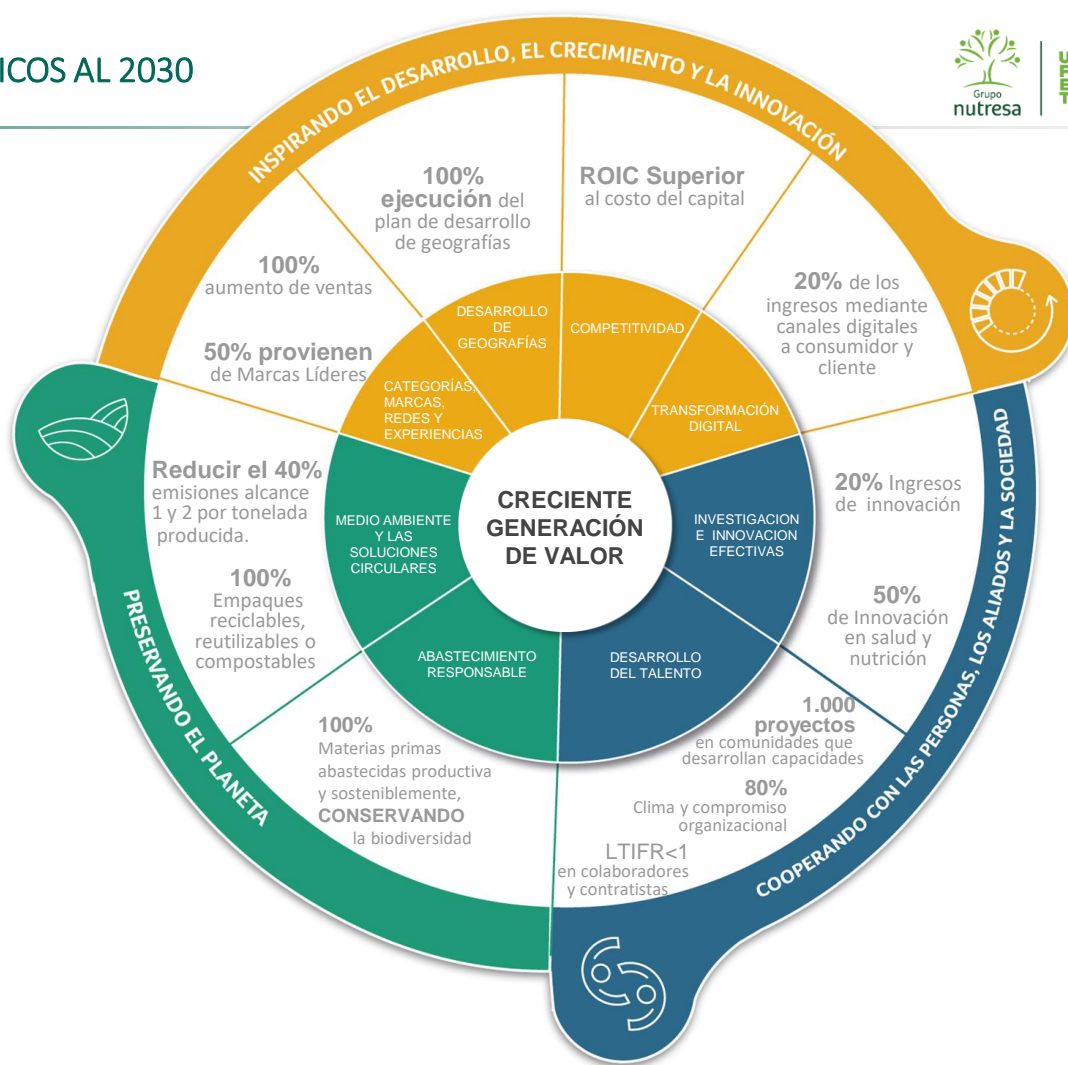
Nuestra estrategia está dirigida a duplicar al año 2030, las ventas logradas en 2020; obteniendo retornos superiores al costo de capital empleado.



Para lograr esta 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.



Lo anterior, será gestionado por gente talentosa, innovadora, productiva, comprometida y responsable, en un marco de desarrollo sostenible.



NUESTRO PROPÓSITO SUPERIOR

Construir un mundo mejor donde el desarrollo sea para todos

EVENTOS DE INTERÉS: OBJETIVOS ESTRATÉGICOS AL 2030

FILOSOFÍA Y ACTUACIÓN CORPORATIVA



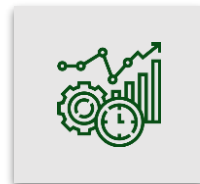
Autonomía con
coherencia estratégica



Buen Gobierno
Corporativo



Ciudadanía corporativa
responsable



Productividad y
competitividad



Innovación efectiva



Desarrollo de
nuestro talento



Integridad



Alimentos confiables y
Vida Saludable



Gestión
colaborativa



Respeto

GOBIERNO CORPORATIVO – NUESTRA JUNTA DIRECTIVA



- 1 Mauricio Reina Echeverri
- 2 Jaime Alberto Palacio Botero
- 3 Antonio Mario Celia Aparicio
- 4 Valeria Arango Vélez

- 5 Gonzalo Alberto Pérez Rojas
- 6 Jorge Mario Velásquez Jaramillo
- 7 Juana Francisca Llano Cadavid
- 8 Ricardo Jaramillo Mejía

COMITÉ DE FINANZAS,
AUDITORÍA Y RIESGOS

COMITÉ DE NOMBRAMIENTOS Y
RETRIBUCIONES

COMITÉ DE GOBIERNO CORPORATIVO
Y DE ASUNTOS DE JUNTA

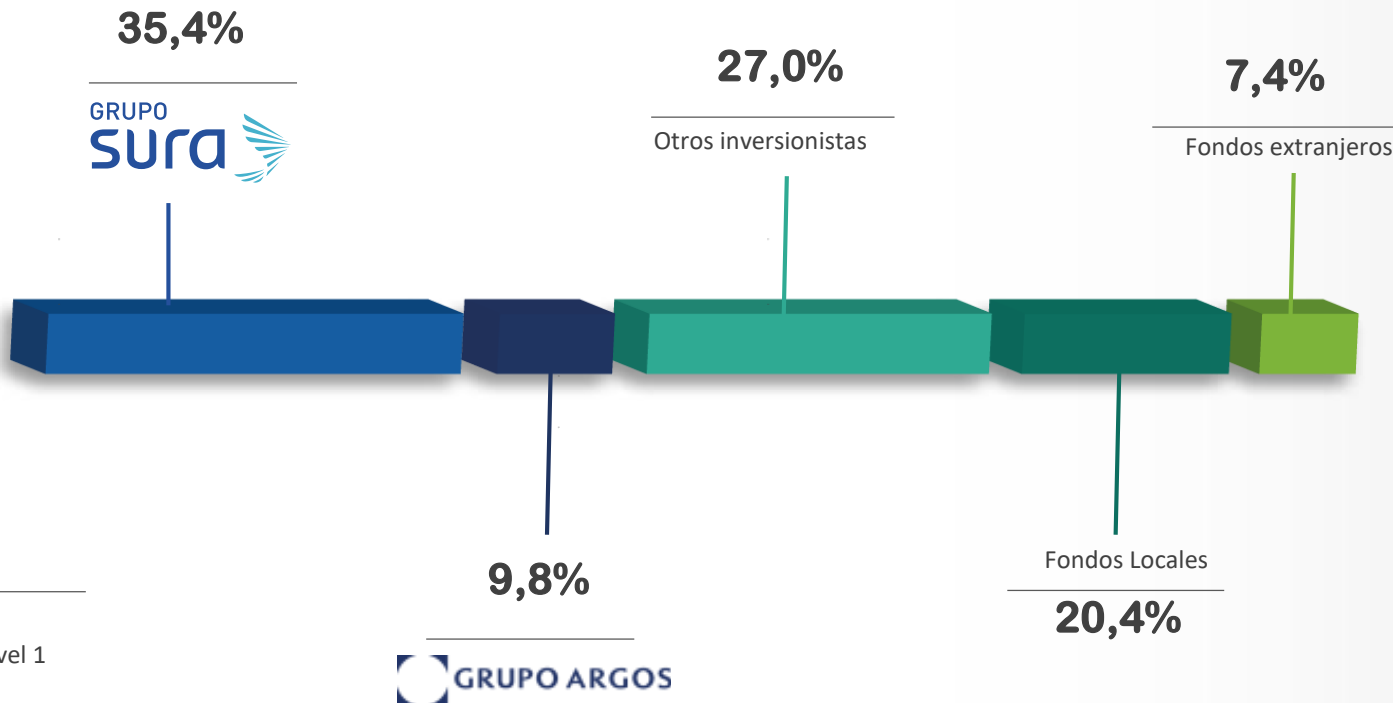
COMITÉ DE PLANEACIÓN
ESTRATÉGICA Y DE SOSTENIBILIDAD

● Miembros independientes

● Miembros no independientes

COMPOSICIÓN ACCIONARIA

11,5K
Accionistas



460.123.458

Acciones ordinarias
listadas en Colombia | ADR nivel 1
Ticker
BVC: NUTRESA
ADR: GCHOY

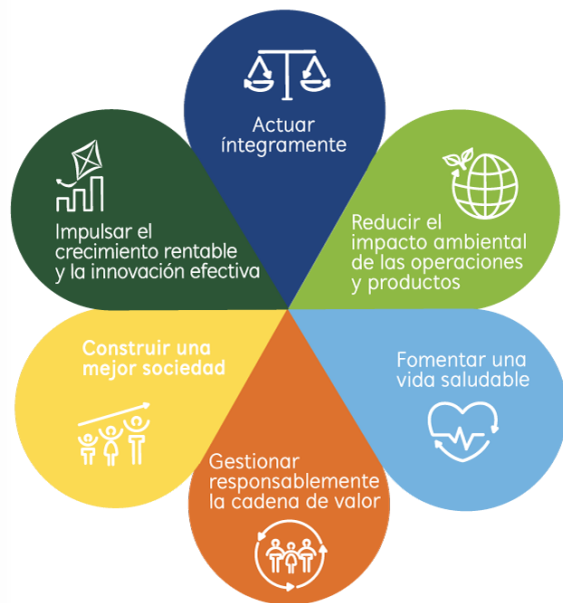


SOSTENIBILIDAD



UN
FUTURO
ENTRE
TODOS

NUESTRAS PRIORIDADES ESTRATÉGICAS DE SOSTENIBILIDAD



Conexión con



SOSTENIBILIDAD: RECONOCIMIENTOS

Hoy celebramos la distinción

CATEGORÍA ORO.

El trabajo realizado

#EntreTodos

nos pone en el más alto nivel del Anuario de Sostenibilidad de S&P Global.

Sustainability Award
Gold Class 2021

S&P Global



Categoría Oro
2021

SOMOS
LA EMPRESA DE
ALIMENTOS
MÁS SOSTENIBLE
DEL MUNDO

Member of

Dow Jones
Sustainability Indices

Powered by the S&P Global CSA



#1 en 2020

Participamos en tres de estos índices:



Índice
Mundial

x 10 años



Índice de Mercados
Emergentes

x 9 años



Índice de Mercado
Integrado Latinoamericano
(MILA)

x 4 años



Categoría Bronce
2012 y 2014



Categoría Plata
2015 a 2020

OBTUVIMOS LA MEJOR CALIFICACIÓN EN:

SOCIAL



Desarrollo
del capital
humano



Atracción y
retención del
talento



Reporte
social

AMBIENTAL



Empaques



Reporte
ambiental



Riesgos
asociados
al agua

ECONÓMICO



Materialidad



Gestión de
riesgo y crisis



Seguridad de
la información
y ciberseguridad



Estrategia de
impuestos



Nutrición
y vida saludable

NUESTROS ESFUERZOS EN RSE Y GOBIERNO CORPORATIVO SON AMPLIAMENTE RECONOCIDOS



#2 Compañía con la segunda mejor reputación corporativa en Colombia



merco **RESPONSABILIDAD Y GOBIERNO CORPORATIVO**

#2 Empresa más responsable y con mejor gobierno corporativo del país



#2 Segunda mejor Compañía en Colombia para atraer y retener talento en Colombia



Certificación de la Bolsa de Valores de Colombia a compañías con las mejores prácticas en materia de revelación de información y relación con inversionistas



Certificación de la Asociación Nacional de Empresarios -ANDI- como empresa privada comprometida con la transformación social en Colombia



Certificación de la ANDI como empresa que promueve Negocios Socialmente Inclusivos

NUTRICIÓN Y SALUD

100,0%

Anticipamos y superamos el cumplimiento del objetivo 2020 de ajustar el perfil nutricional del portafolio (3.216 SKUs).

74

reformulaciones durante 2019, incluyendo reducciones de sodio, nitritos, grasas saturadas y azúcar; y reformulaciones en preservativos y colorantes. El acumulado de productos reducidos representa 23% de las ventas.

88,7%

del portafolio con rotulado de panel frontal con información nutricional.



Resultados Financieros

VENTAS COLOMBIA E INTERNACIONALES

4T 2020

Ventas Colombia

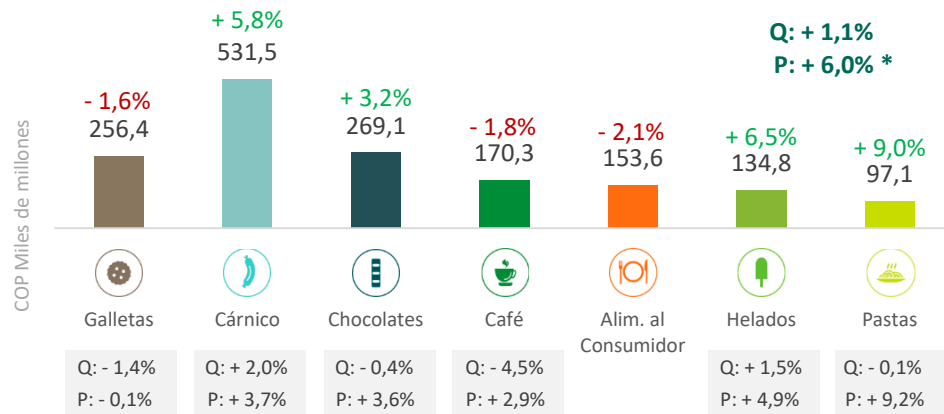
COP 1.831,7 + 6,4%

Miles de millones

Orgánico

COP 1.765,9 + 5,2%

Miles de millones



VENTAS POR UNIDAD DE NEGOCIO

Variación porcentual en volumen (Q) y precios (P)

% var. COP miles de millones

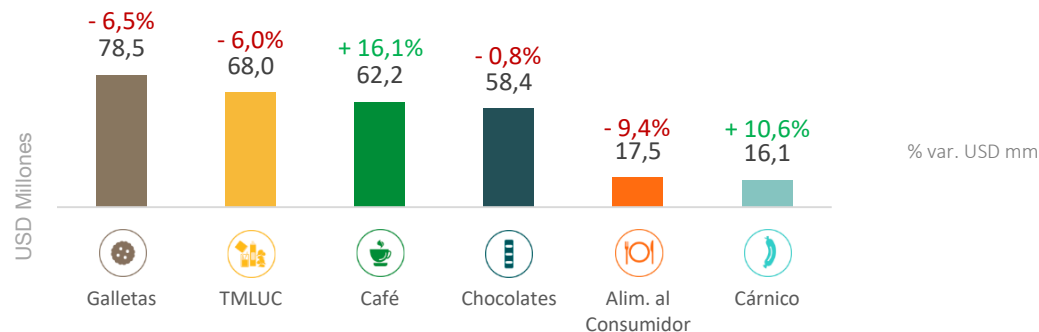
* Variación en precios y volúmenes sin Alimentos al Consumidor

Ventas internacionales

USD 305,1 mm + 0,4%

COP 1.117,5 + 7,8%

Miles de millones



VENTAS TOTALES

4T 2020

Ventas totales

COP 2.949,3 + 6,9%

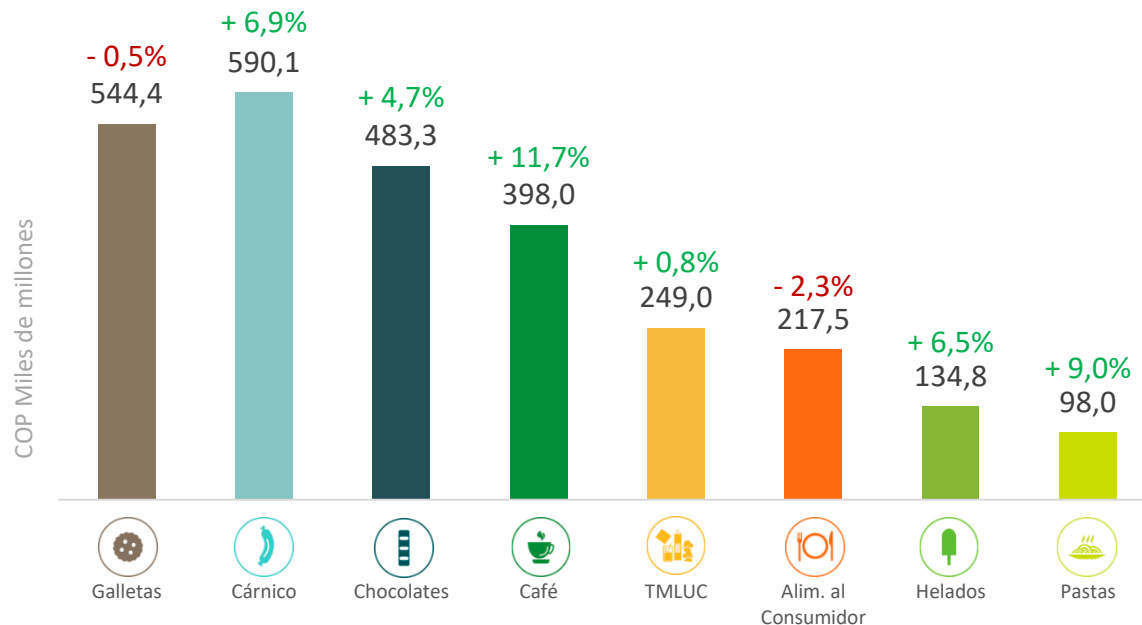
Miles de millones

Orgánico

COP 2.883,5 + 6,2%

Miles de millones

VENTAS POR UNIDAD DE NEGOCIO



% var. YoY COP miles de millones

VENTAS COLOMBIA E INTERNACIONALES

ACUMULADO 2020

Ventas Colombia

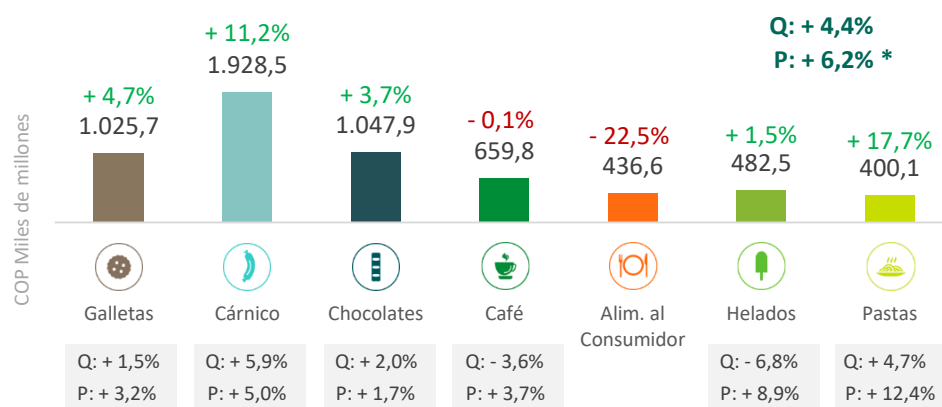
COP 6.691,2 + 7,9%

Miles de millones

Orgánico

COP 6.488,4 + 5,3%

Miles de millones



VENTAS POR UNIDAD DE NEGOCIO

Variación porcentual en volumen (Q) y precios (P)

% var. COP miles de millones

* Variación en precios y volúmenes sin Alimentos al Consumidor

Ventas internacionales

USD 1.199,7 mm + 5,0%

COP 4.436,3 + 18,1%

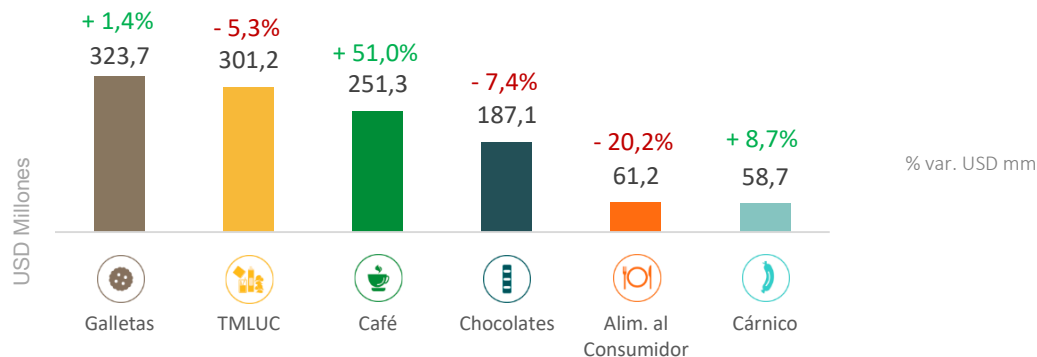
Miles de millones

Orgánico

USD 1.117,6 mm + 0,1%

COP 4.131,7 + 12,7%

Miles de millones



VENTAS TOTALES

ACUMULADO 2020

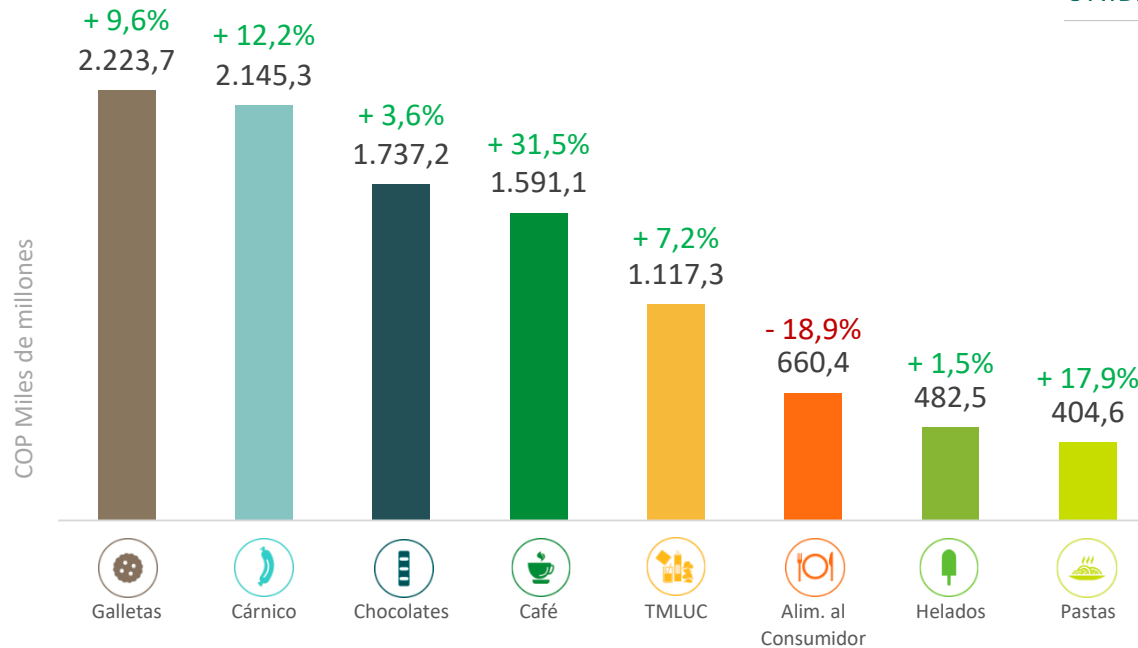
Ventas totales

COP 11.127,5 + 11,7%
Miles de millones

Orgánico

COP 10.620,1 + 8,1%
Miles de millones

VENTAS POR UNIDAD DE NEGOCIO



% var. YoY COP miles de millones

VENTAS POR REGIÓN

2020

60,1%
Colombia

39,9%
Internacionales

Convenciones



Producción



Distribución



Servicios

Estados Unidos

11,8%



México

2,8%



Centroamérica

10,2%



Colombia

60,1%



Ecuador

1,4%



República Dominicana y el Caribe

1,7%



Venezuela



Perú

2,2%



Chile

7,2%



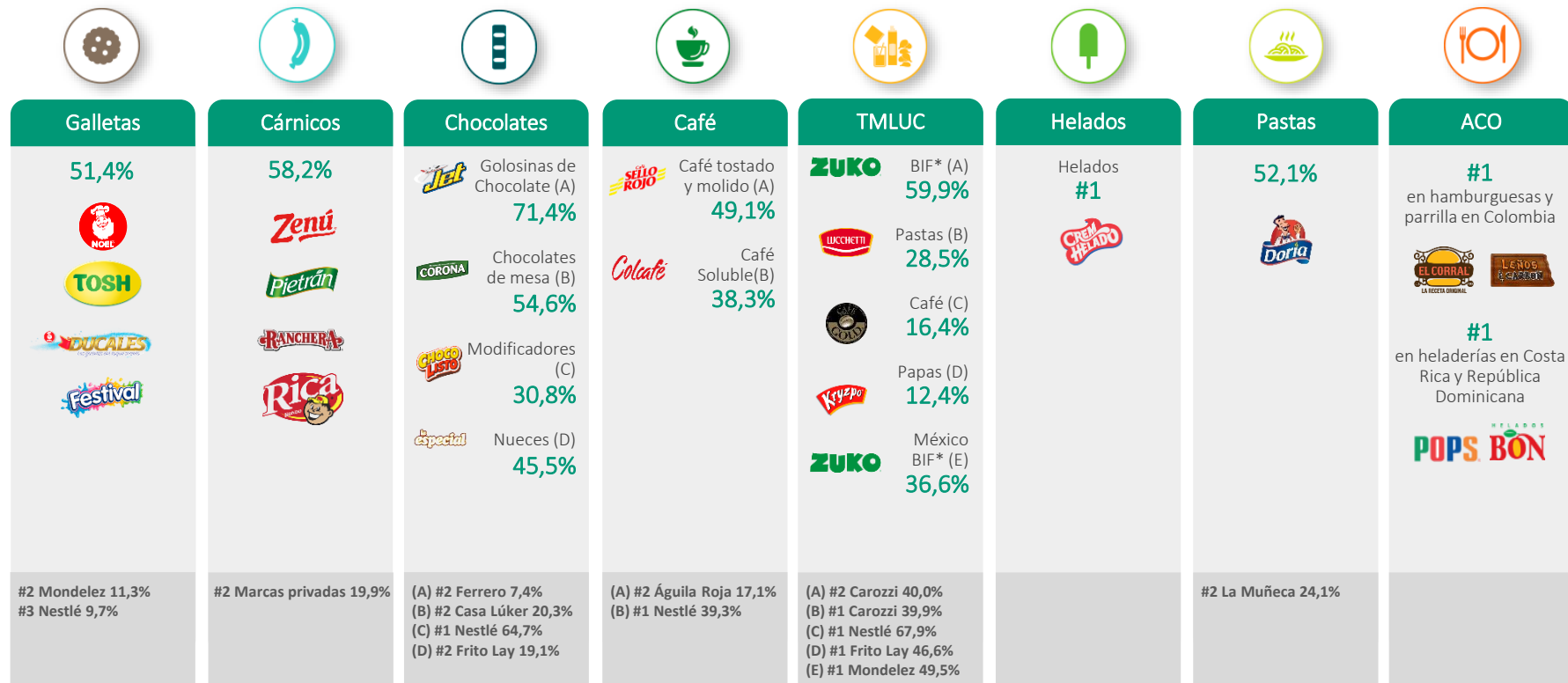
Otros

2,6%

PARTICIPACIÓN DE MERCADO

Colombia + TMLUC

Participación de mercado Colombia: 53,8%

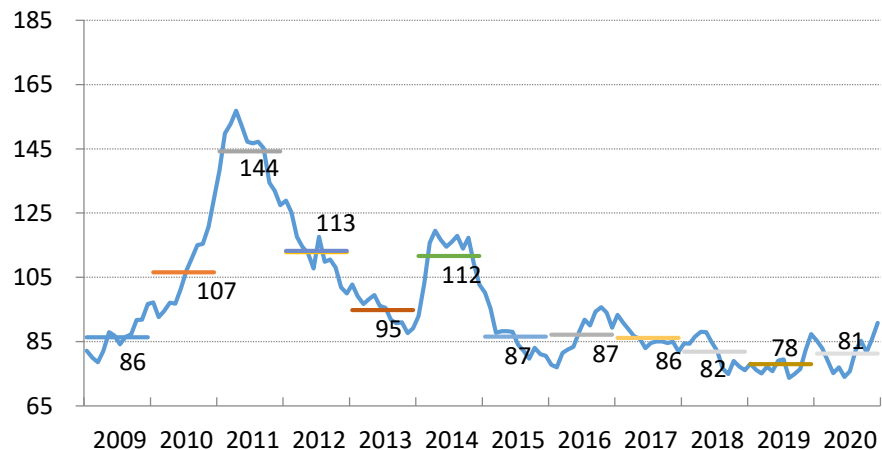


*BIF= Bebidas instantáneas frías

Fuente: Nielsen 12 meses a diciembre de 2020.

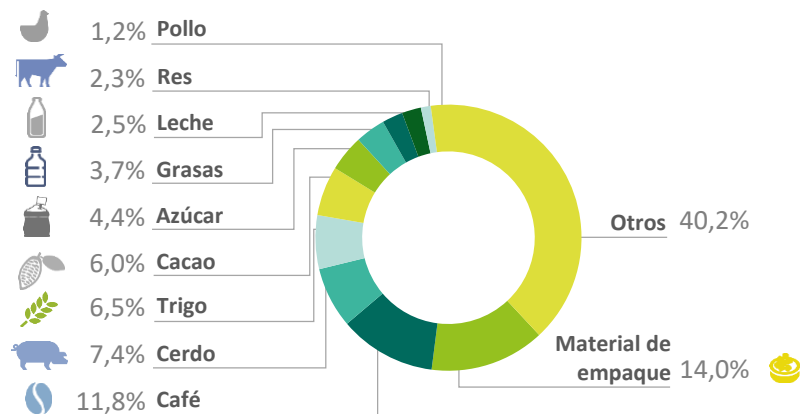
MATERIAS PRIMAS

Indice de Commodites Grupo Nutresa (ICGN)



La ficha metodológica actualizada del ICGN puede ser consultada en:
<http://www.gruponutresa.com/inversionistas/resultados-y-publicaciones/resultados-trimestrales/#2020-4>

Composición del costo 2020



EBITDA

4T 2020

EBITDA

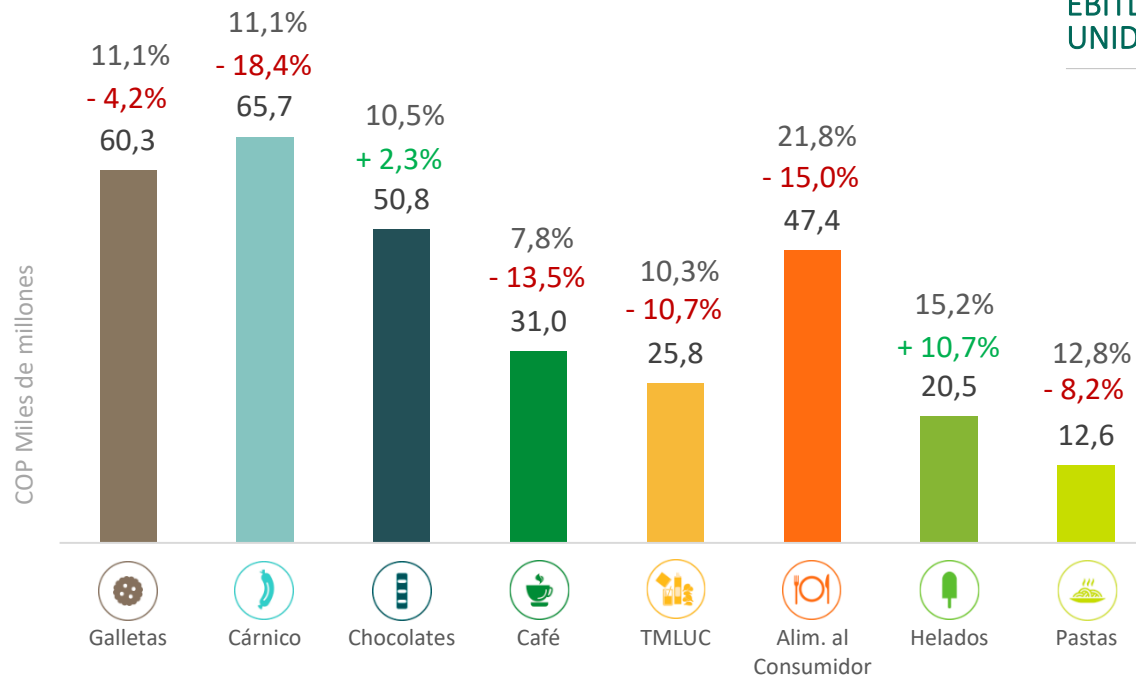
COP 326,7 - 7,9%

Miles de millones

Margen EBITDA

11,1%

EBITDA POR UNIDAD DE NEGOCIO



CONVENCIONES

11,1% Margen EBITDA
-4,2% % Variación sobre el mismo periodo del año anterior
60,3 EBITDA en COP en miles de millones

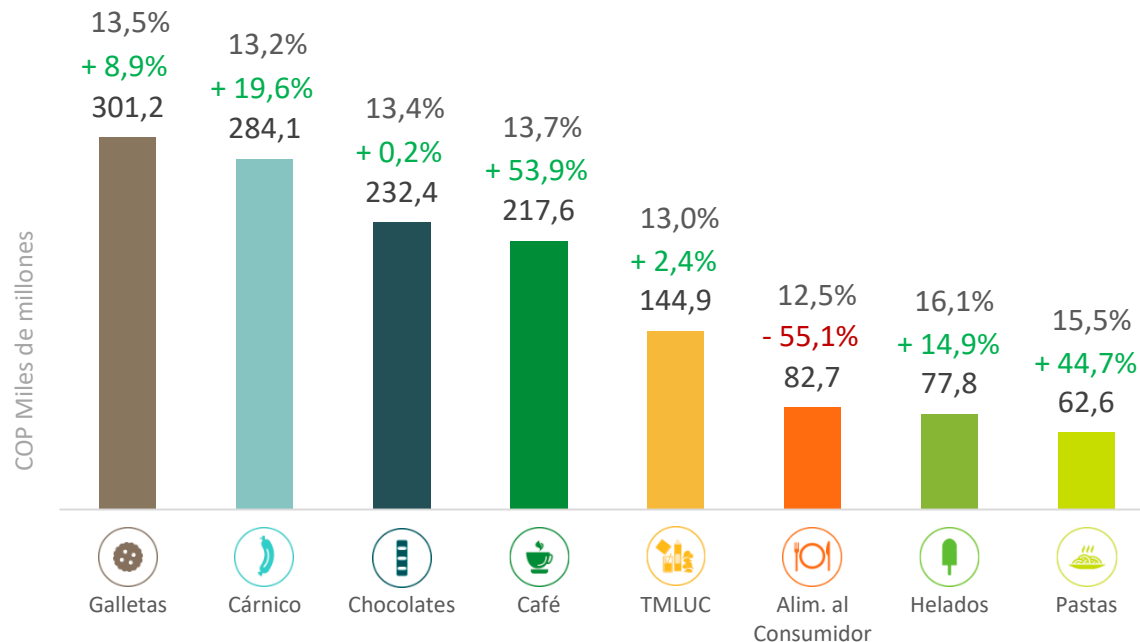
EBITDA

ACUMULADO 2020

EBITDA
COP 1.443,6 + 7,2%
Miles de millones

Margen EBITDA
13,0%

EBITDA POR UNIDAD DE NEGOCIO



CONVENCIONES

13,5% Margen EBITDA
+ 8,9% % Variación sobre el mismo periodo del año anterior
301,2 EBITDA en COP en miles de millones

ESTADO DE RESULTADOS

4T 2020

	2020 4T	% Ingresos	2019 4T	% Ingresos	% Var.
Operaciones continuadas					
Ingresos operacionales provenientes de contratos con clientes	2.949.271		2.758.815		6,9%
Costos de ventas	-1.722.629	-58,4%	-1.555.832	-56,4%	10,7%
Utilidad bruta	1.226.642	41,6%	1.202.983	43,6%	2,0%
Gastos de administración	-125.259	-4,2%	-142.506	-5,2%	-12,1%
Gastos de venta	-842.727	-28,6%	-787.995	-28,6%	6,9%
Gastos de producción	-61.069	-2,1%	-49.240	-1,8%	24,0%
Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos	9.818	0,3%	20.358	0,7%	-51,8%
Otros ingresos netos operacionales	12.264	0,4%	4.077	0,2%	N/A
Utilidad operativa	219.669	7,4%	247.677	9,0%	-11,3%
Ingresos financieros	8.677	0,3%	6.443	0,2%	34,7%
Gastos financieros	-62.754	-2,1%	-78.525	-2,9%	-20,1%
Dividendos	2	0,0%	0	0,0%	N/A
Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos	-16.732	-0,6%	-11.203	-0,4%	49,4%
Participación en asociadas y negocios conjuntos	1.551	0,1%	-598	0,0%	N/A
Otros ingresos	0	0,0%	625	0,0%	-100,0%
Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante	150.413	5,1%	164.419	6,0%	-8,5%
Impuesto sobre la renta corriente	-43.766	-1,5%	-64.408	-2,3%	-32,0%
Impuesto sobre la renta diferido	3.787	0,1%	-3.766	-0,1%	N/A
Utilidad del periodo de operaciones continuadas	110.434	3,7%	96.245	3,5%	14,7%
Operaciones discontinuadas, después de impuestos	-174	0,0%	-1902	-0,1%	-90,9%
Utilidad neta del ejercicio	110.260	3,7%	94.343	3,4%	16,9%
Participaciones no controladoras	4.286	0,1%	3.198	0,1%	34,0%
Utilidad atribuible a las participaciones controladoras	105.974	3,6%	91.145	3,3%	16,3%
EBITDA	326.723	11,1%	354.777	12,9%	-7,9%

Para mayor detalle consulte las notas a los estados financieros en:

<http://www.gruponutresa.com/inversionistas/resultados-y-publicaciones/resultados-trimestrales/#2020-4>

ESTADO DE RESULTADOS

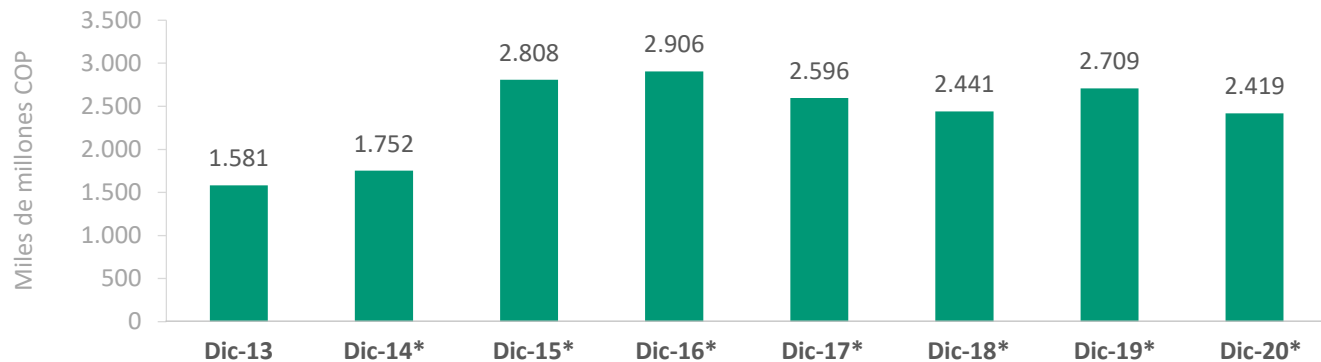
ACUMULADO 2020

	2020	% Ingresos	2019	% Ingresos	% Var.
Operaciones continuadas					
Ingresos operacionales provenientes de contratos con clientes	11.127.541		9.958.851		11,7%
Costos de ventas	-6.465.128	-58,1%	-5.565.589	-55,9%	16,2%
Utilidad bruta	4.662.413	41,9%	4.393.262	44,1%	6,1%
Gastos de administración	-483.735	-4,3%	-467.332	-4,7%	3,5%
Gastos de venta	-2.962.563	-26,6%	-2.832.494	-28,4%	4,6%
Gastos de producción	-208.969	-1,9%	-162.851	-1,6%	28,3%
Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos	11.532	0,1%	23.661	0,2%	-51,3%
Otros ingresos netos operacionales	910	0,0%	2.505	0,0%	-63,7%
Utilidad operativa	1.019.588	9,2%	956.751	9,6%	6,6%
Ingresos financieros	24.022	0,2%	22.294	0,2%	7,8%
Gastos financieros	-282.878	-2,5%	-302.303	-3,0%	-6,4%
Dividendos	69.271	0,6%	61.516	0,6%	12,6%
Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos	-10.779	-0,1%	-4.460	0,0%	141,7%
Participación en asociadas y negocios conjuntos	-4.472	0,0%	-2.268	0,0%	97,2%
Otros ingresos	581	0,0%	714	0,0%	-18,6%
Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante	815.333	7,3%	732.244	7,4%	11,3%
Impuesto sobre la renta corriente	-261.210	-2,3%	-207.877	-2,1%	25,7%
Impuesto sobre la renta diferido	30.274	0,3%	2.656	0,0%	N/A
Utilidad del periodo de operaciones continuadas	584.397	5,3%	527.023	5,3%	10,9%
Operaciones discontinuadas, después de impuestos	-553	0,0%	-16.452	-0,2%	-96,6%
Utilidad neta del ejercicio	583.844	5,2%	510.571	5,1%	14,4%
Participaciones no controladoras	8.403	0,1%	7.053	0,1%	19,1%
Utilidad atribuible a las participaciones controladoras	575.441	5,2%	503.518	5,1%	14,3%
EBITDA	1.443.576	13,0%	1.347.229	13,5%	7,2%

Para mayor detalle consulte las notas a los estados financieros en:

<http://www.gruponutresa.com/inversionistas/resultados-y-publicaciones/resultados-trimestrales/#2020-4>

DEUDA NETA CONSOLIDADA



	Dic-13	Dic-14*	Dic-15*	Dic-16*	Dic-17*	Dic-18*	Dic-19*	Dic-20*
Endeudamiento Neto	1.581	1.752	2.808	2.906	2.596	2.441	2.709	2.419
Deuda neta / EBITDA	1,90	2,10	2,88	2,82	2,49	2,17	2,20	1,86
EBITDA / Intereses	10,38	5,83	4,70	3,52	4,35	5,68	6,76	7,63
Intereses / Ventas	1,36%	2,21%	2,61%	3,37%	2,76%	2,20%	1,77%	1,53%

*Deuda y EBITDA PRO FORMA sin la aplicación de estándar IFRS16



Contacto

Catherine Chacón Navarro

Directora Relación con Inversionistas

(+574) 3258731

cchacon@gruponutresa.com

www.gruponutresa.com

Esta presentación, así como información más detallada, disponibles en el siguiente vínculo de nuestra sección "Grupo Nutresa Valuation Kit":

<http://www.gruponutresa.com/es/content/grupo-nutresa-valuation-kit-gnvk>

Para más información con relación al ADR Nivel 1 de Grupo Nutresa, por favor dirigirse al siguiente contacto de Bank of New York Mellon



NEW YORK

Michael Vexler

VP- Relationship Management

michael.vexler@bnymellon.com

Tel: 212 815 2838



Anexos

Catherine Chacón Navarro

Directora Relación con Inversionistas

(+574) 3258731

cchacon@gruponutresa.com

www.gruponutresa.com

2020 PRINCIPALES HITOS

Crecimiento destacado y avances en sostenibilidad corporativa

**Crecimiento
de ventas
destacado**

**Crecimiento consolidado
de 11,7% durante el 2020**

Crecimiento de ingresos durante el año, tanto en Colombia como a nivel internacional

Crecimiento impulsado por nuestra buena gestión de portafolio, marcas, canales e innovación.

**Mejora en
retorno del
capital
invertido**

ROIC 9,6%

Retorno superior al costo de capital y con tendencia positiva

Alto crecimiento, productividad, eficiencia en gastos y asignación de recursos

**Prácticas de
sostenibilidad
reconocidas a
nivel global**

#1 DJSI

En los índices: mundial, mercados emergentes y MILA del Dow Jones

Categoría Oro en el Anuario de Sostenibilidad de Standard & Poor's -S&P Global-

**Gestión de
riesgos en la
pandemia**

Cuidar la vida y la salud de las personas

Asegurar el suministro de alimentos seguros y confiables

Liderar iniciativas propias y cooperar con instituciones públicas, ONGs y otras empresas para contribuir a la protección de los más vulnerables

EVENTOS DE INTERÉS – TENDENCIAS EN COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES



Consumo en los hogares - Conveniencia y versatilidad

- ✓ Preferencia por productos de fácil preparación
- ✓ Enfoque en productos versátiles que consuman todos los miembros del hogar en varias ocasiones del día



Marcas locales confiables con balance precio/valor

- ✓ Se realza la importancia de ser buenos locales en varios países
- ✓ Preferencia por marcas confiables con precios asequibles



Disrupción de Canales - Digitalización

- ✓ Plataformas digitales facilitan las compras en los hogares
- ✓ Expectativa de experiencia de compra ágil, eficiente y sin contratiempos





Alimentación que promueva la salud, nutrición y bienestar

- ✓ Mayor adopción de hábitos saludables
- ✓ Preferencia por alimentos y suplementación que promuevan el bienestar



Marcas con propósito

- ✓ Mayor conciencia impulsa preferencia por marcas que promuevan la protección del medio ambiente
- ✓ Solidaridad y apoyo a marcas con alto énfasis social



MEMBER OF
**Dow Jones
Sustainability Indices**
In collaboration with

SAM Sustainability Award
Silver Class 2019