



## Grupo Nutresa ante COVID-19: las personas, nuestra prioridad

Durante estas circunstancias sin precedentes, el propósito de actuar con el mayor sentido de humanidad y responsabilidad ha sido prioridad para Grupo Nutresa. Para esto, creamos un Comité de Gestión desde el 5 de marzo del presente año, el cual tiene como objetivo diseñar y acompañar la implementación de medidas rápidas y efectivas en nuestra región estratégica. Este marco de actuación se resume en cuatro pilares:

- **Cuidar la salud y el bienestar de nuestra gente y nuestras comunidades:** Tomamos todas las medidas necesarias para asegurar el bienestar de nuestros colaboradores que están en trabajo en casa, así como medidas extraordinarias de higiene, desinfección y prevención en los lugares donde se requiere su presencia física. Así mismo, promovemos la educación y comunicación a nuestros equipos para gestionar los riesgos y los cambios derivados de estas circunstancias.
- **Asegurar el suministro de alimentos:** Conscientes de nuestra responsabilidad de asegurar el suministro de alimentos de consumo diario, trabajamos permanentemente para garantizar la continuidad en la cadena de valor lo cual involucra el flujo adecuado de materias primas, y la producción y entrega oportuna de nuestros productos a través de los distintos canales disponibles. Así mismo, desarrollamos formas alternativas de toma y entrega de pedidos, llegando a los consumidores directamente en casa cuando se requiere.
- **Gestión responsable de los recursos:** Nos centramos en administrar responsablemente los recursos disponibles, conscientes de aportar a la continuidad empresarial de todos los agentes de nuestra cadena de valor y mitigar sus posibles impactos.
- **Contribuir a la solución:** Estamos liderando iniciativas y cooperando en diferentes frentes para aportar a la solución. En ese sentido, participamos en alianzas público-privadas para la protección de la población vulnerable, realizamos donaciones de recursos, alimentos, y equipos hospitalarios, y trabajamos con gremios para acompañar y proponer alternativas de acción a los gobiernos nacionales y locales. Nuestro aporte incluye, entre otros:
  - **Donación de recursos** para incrementar la capacidad de las Unidades de Cuidados Intensivos (UCI) en Colombia y equipamiento para el diagnóstico del COVID-19 en Chile.
  - **Donación de más de 220.000 paquetes alimentarios** que beneficiarán a más de 710.000 personas en 18 ciudades de Colombia.
  - **Donación de más de 15.000 cajas de alimentos a adultos mayores en Chile y 9.000 en México.** En Centroamérica, haremos entrega de 20.000 kits alimenticios a personas vulnerables.
  - **Donaciones para trabajo conjunto con gobiernos locales.**

# En el primer trimestre del año las ventas de Grupo Nutresa **crecieron un 18,4%** y su **margen ebitda fue del 14,1%**

Grupo Nutresa S.A. (BVC: NUTRESA) da a conocer sus resultados financieros consolidados a 31 marzo de 2020.

**D**urante el primer trimestre de 2020, las ventas totales de Grupo Nutresa presentaron una dinámica de crecimiento positiva tanto en Colombia como a nivel internacional. Las ventas consolidadas ascendieron a COP 2,7 billones, un 18,4% superiores a las del primer trimestre de 2019. Al excluir las adquisiciones de Atlantic Food Service en Colombia, y de Cameron's Coffee en los Estados Unidos, el crecimiento en ventas orgánico del Grupo fue del 13,0%.

En Colombia, las ventas tuvieron con un sólido desempeño y representaron en COP 1,6 billones, un 61,2% de las ventas totales del Grupo, y con un crecimiento del 15,5% frente a las de mismo periodo del año 2019. El crecimiento orgánico fue igualmente destacado, con un incremento del 11,6%. Cerca del 85% de la dinámica de crecimiento en Colombia estuvo impulsada por mayores volúmenes.

Las ventas internacionales expresadas en pesos colombianos, ascendieron a COP 1,0 billón, un 23,3% superiores a las del primer trimestre de 2019, y representan el 38,8% de las ventas totales. En dólares, estas ventas fueron de USD 291,4 millones, un 9,0% superiores a las del mismo periodo del año anterior. El crecimiento orgánico internacional, en USD, fue de 2,0%, y en COP, de 15,3%.

Los resultados correspondientes a este periodo se soportaron en un portafolio de alimentos de consumo diario en el hogar, los cuales han contado con una adecuada disponibilidad en los canales tradicionales, como las tiendas de barrio, autoservicios y los supermercados, así como en los canales alternativos del Grupo.

La utilidad bruta consolidada del periodo fue de COP 1,1 billones, y creció el 14,1% sobre la del mismo periodo de 2019. Lo anterior fue el resultado combinado de una dinámica positiva en las ventas, así como de un mayor costo de las materias primas importadas y aquellas indexadas al dólar.

La utilidad operativa del período fue de COP 256.641 millones, un 11,5% superior a la del primer trimestre de 2019.

En cuanto a la rentabilidad, se registró un ebitda de COP 376.134 millones, un 17,5% superior al del mismo periodo



del año anterior, con un margen sobre las ventas de 14,1%. Este resultado fue producto de una gestión orientada a la racionalización del gasto, con el objetivo de tener una estructura cada vez más eficiente y flexible.

En los rubros posoperativos, los ingresos financieros crecieron el 25,5%, debido a la posición de caja de la Compañía durante el periodo. En cuanto a los gastos financieros, reportamos un crecimiento del 6,1%, derivado del mayor endeudamiento para la adquisición de Cameron's Coffee en el 2019 y de nuevos créditos para capital de trabajo tomados durante el periodo.

Finalmente, y reflejando los aspectos antes mencionados, la utilidad neta consolidada del Grupo durante el periodo fue de COP 190.294 millones, un 9,1% superior a la del primer trimestre de 2019.

## Estados Financieros Separados

En los Estados Financieros Separados de Grupo Nutresa S.A. reportamos ingresos operacionales netos por COP 191.230 millones, de los cuales COP 125.648 millones corresponden a utilidad por el método de participación de nuestras inversiones en compañías de alimentos y COP 65.582 millones a dividendos del portafolio de inversiones. La utilidad neta fue de COP 192.165 millones.

pág. **3**  
Noticias

pág. **6**  
Información  
financiera

pág. **8**  
Novedades

pág. **11**  
Sostenibilidad

Las **ventas consolidadas** del Grupo registraron un buen desempeño, ubicándose en **COP 2,7 billones**, un 18,4% superiores a las del primer trimestre de 2019. El crecimiento orgánico fue del 13,0%.

Las **ventas en Colombia** ascendieron a **COP 1,6 billones**, con un incremento de 15,5% sobre las del mismo período de 2019. El crecimiento orgánico en Colombia se ubicó en 11,6%.

Las **ventas internacionales**, por **USD 291,4 millones**, crecieron el 9,0% frente a las del mismo trimestre del año anterior. En COP, este crecimiento es del 23,3%. El crecimiento orgánico internacional fue del 2,0% en USD, y del 15,3% en COP.

En materia de **rentabilidad** se reportó un ebitda de **COP 376.134 millones**, que representa un 14,1% de las ventas, con crecimiento del 17,5% en el periodo.



## Bajo condiciones especiales, Grupo Nutresa realizó su Asamblea de Accionistas 2020

Buscando proteger la salud de sus accionistas y la comunidad, Grupo Nutresa realizó el pasado martes 24 de marzo su Asamblea General de Accionistas 2020 bajo unas medidas de sanidad y aislamiento estrictas en virtud de la contingencia por el COVID-19.

A la reunión hicieron presencia únicamente el Dr. Carlos Ignacio Gallego, presidente de Grupo Nutresa acompañado del Secretario General de la compañía. Como representantes de los accionistas acudió un reducido número de apoderados que representaron el número de acciones necesarias para alcanzar el quorum requerido.

Al final se aprobó, además de los estados financieros a 31 de diciembre de 2019, el proyecto de distribución de utilidades que propone un dividendo mensual por acción de COP 54,10 para el período comprendido entre abril de 2020 y marzo de 2021. Adicionalmente se aprobó la nueva junta directiva, dentro de la que se destacan un miembro independiente y dos dos nuevos miembros patrimoniales, en su orden: Valeria Arango, Juana Francisca Llano y Ricardo Jaramillo.



El video de la Asamblea y el Informe Integrado 2019 están disponibles en: [www.gruponutresa.com/inversionistas/gobierno-corporativo/asamblea-accionistas/](http://www.gruponutresa.com/inversionistas/gobierno-corporativo/asamblea-accionistas/)



## A lo largo de todo el 2020, Grupo Nutresa celebrará sus primeros 100 años

Grupo Nutresa inició el año celebrando sus 100 años como reflejo de la historia de un conjunto de empresas de alimentos muy diversas y fundadas en momentos, geografías y circunstancias muy diferentes, incluyendo a la propia Compañía Nacional de Chocolates -firma nacida en abril de 1920 - de la cual Grupo Nutresa tomó su historia para moldear la suya propia.

Este primer centenario es el resultado de un propósito común de construir un mundo mejor donde el desarrollo es para todos. Es el resumen de miles de esfuerzos, de triunfos, de aprendizajes, de retos cumplidos y de un trabajo bien hecho. Es la suma de millones de momentos compartidos con clientes y consumidores. Y es una historia de gratitud, reconocimiento y compromiso hacia la gente que la ha hecho posible y con quien la empresa logró construir una visión de futuro que es poderosa, inspiradora y sostenible.

Hoy la visión de Grupo Nutresa está puesta en generar progreso y desarrollo para todos de manera sostenible e innovando, con el firme propósito de asegurar un mejor futuro para las nuevas generaciones.



Escanee el código QR para ver video.

## COVID-19: Grupo Nutresa, comprometido con el cuidado de la salud y la vida de su gente y el bienestar de la sociedad



Las actuales circunstancias de volatilidad e incertidumbre a raíz del COVID-19 han llevado a la empresa a tomar decisiones como la creación, desde el pasado 5 de marzo, de un comité de gestión encargado de evaluar la evolución de la situación y de interactuar con los equipos de respuesta local de los Negocios, que le permita reaccionar con rapidez.

La organización ha priorizado gestionar esta situación con enorme sentido de humanidad y con la claridad de que lo más importante es el cuidado de la salud y la vida de las personas. Esto ha llevado a establecer medidas de precaución y autocuidado para colaboradores y aliados, alineadas con las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud.

La empresa también es consciente de la gran responsabilidad que tiene de garantizar el suministro de alimentos

a la sociedad, al tiempo que hace su mayor esfuerzo para preservar los empleos de sus colaboradores y para cooperar con aliados públicos y privados buscando contribuir a la protección de la población más vulnerable a través de su capacidades, velocidades y posibilidades de acción.

Grupo Nutresa invita a toda la ciudadanía a continuar entregando lo mejor de cada uno, a cuidarnos entre nosotros y a cuidar a los demás.



## Seis años en la categoría plata de SAM ratifican a Grupo Nutresa como líder de las mejores prácticas de sostenibilidad

Luego de ser reconocido en 2019 como la empresa de alimentos más sostenible en el Índice Mundial de Sostenibilidad de Dow Jones, Grupo Nutresa recibió por sexto año consecutivo la distinción Categoría Plata (Silver Class) en el Anuario de Sostenibilidad otorgado por la firma especializada en Sostenibilidad SAM.

Grupo Nutresa continúa liderando el desempeño en prácticas corporativas asociadas con: salud y nutrición, desarrollo del capital humano, materialidad, estrategia de impuestos, ecoeficiencia operacional, ciudadanía corporativa y filantropía, empaques, riesgos asociados al agua y reporte ambiental.

En 2011, Grupo Nutresa ingresó al Dow Jones Sustainability World Index y fue la primera Compañía de alimentos de una economía emergente en ser incluida en este índice. Desde entonces ha alcanzado las distinciones Bronze Class en 2012 y 2014 y Silver Class consecutivamente desde 2015 hasta la fecha en el Anuario de Sostenibilidad.

## Cambios en Grupo Nutresa



En línea con sus políticas de promoción del talento interno, Grupo Nutresa anunció cambios ante el retiro de Sol Beatriz Arango, Presidenta de Servicios Nutresa y Vicepresidenta de Desarrollo Sostenible.

Como **nuevo Presidente de Servicios Nutresa, la organización designó a Juan Mauricio Montoya**, quien se venía desempeñando como Gerente de Servicios Financieros y Tecnologías de Información en la misma empresa.



Y para asumir la **Vicepresidencia de Desarrollo Sostenible de Grupo Nutresa, se designó a María Adelaida Arango**, quien al momento de su nombramiento era la Directora de Proyectos Transversales de Mercadeo.

Estos cambios son efectivos desde el pasado jueves 2 de enero de 2020.

## El Negocio Cárnico exporta carne de res directamente al Líbano



A mediados de enero, el Negocio Cárnico realizó la primera exportación directa de 25 toneladas de carnes frescas a Líbano luego de haberse preparado para cumplir con los requerimientos sanitarios del país y del Instituto de Certificación Halal, desde el sacrificio de las reses en su frigorífico Aguachica, hasta la recepción, desposte, empaque y despacho en su planta ubicada en Envigado - Antioquia.

## Plataformas de domicilios y comercio electrónico, aliadas en aislamiento preventivo



Como muestra latente de adaptabilidad ante la pandemia del COVID-19, varios negocios de Grupo Nutresa fortalecieron y desarrollaron en tiempo récord una serie de mecanismos para acercar sus productos al consumidor final sin riesgo de contacto. Estas incluyeron los canales de e-commerce de **Privun, La Receta en Casa, Atlantic Food Service y Novaventa al Paso, así como el refuerzo de los domicilios en los restaurantes del Negocio Alimentos al Consumidor**. Todas estas soluciones de alimentación le han facilitado la vida de miles de personas en el país durante el aislamiento obligatorio.



## Reconocimientos



**Colcafé, una vez más certificada como Empresa Familiarmente Responsable**  
 En febrero, Industria Colombiana de Café Colcafé S.A.S recibió la renovación de su certificado como Empresa Familiarmente Responsable, esta vez en categoría A de excelencia, gracias a las más de 145 medidas de ofrecidas a sus colaboradores y sus familias para conciliar su vida personal, familiar y profesional.



**CNCH reconocida entre las mejores empresas para trabajar en Colombia**  
 Compañía Nacional de Chocolates fue reconocida por Computrabajo y sus usuarios como una de las diez mejores empresas para trabajar en Colombia en los premios Best Workplaces 2020, valorando aspectos como el ambiente laboral, la innovación, el liderazgo, las oportunidades de carrera, los salarios y los beneficios.



**Cámara de Industrias reconoce la gestión y buenas prácticas de Pozuelo**  
 En el marco de la XXII Entrega de sus Premios a la Excelencia, la Cámara de Industrias de Costa Rica (CICR) reconoció a Compañía de Galletas Pozuelo por su excelencia en la gestión del Talento Humano y Ambiental.

**Noel, reconocida en los premios Zona Logística**

Compañía de Galletas Noel fue galardonada con un premio en la categoría académica de los premios Zona Logística por su trabajo sobre Transporte Limpio en Colombia, que incluye dos manuales para el sector de alimentos.



**Gestión en Sostenibilidad de Noel destacada por el Área Metropolitana e Icontec**

Compañía de Galletas Noel fue reconocida por el Área Metropolitana del Valle de Aburrá y el Icontec, en Colombia, con una mención en la Categoría Oro por su gestión en Sostenibilidad, que incluye iniciativas de carácter social, uso eficiente de los recursos naturales y acciones para prevenir la contaminación.



**Tresmontes Lucchetti recibe reconocimiento por su programa Escuela Saludable**

En Chile, el Programa “Escuela Saludable” de TMLUC para la prevención y control de la obesidad infantil en la localidad de Casablanca, fue reconocida por la Secretaría Regional Ministerial del Deporte y el Instituto Nacional del Deporte por su contribución a la educación nutricional, actividad física y deporte.



**Planta de Chocolates en México, calificación “A” en Auditoría BRC**

Por segundo año consecutivo, la Planta de Chocolates de la Región México, logró la recertificación de la Norma Internacional BRC, confirmando su compromiso para garantizar la calidad y seguridad de sus productos y procesos.



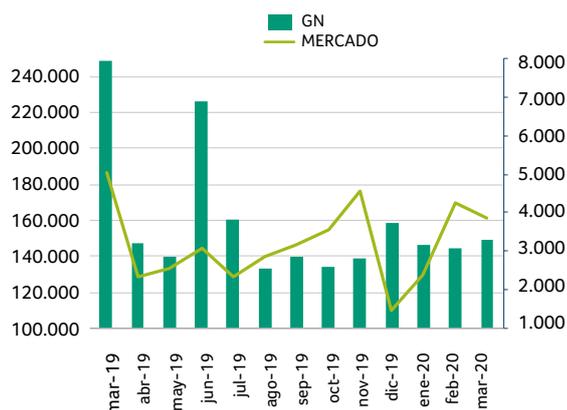
# Estado de Resultados Consolidados\*

A 31 de marzo de 2020. Valores expresados en millones de pesos colombianos

| Millones de pesos  | ENE-MAR 2020     | % ingresos   | ENE-MAR 2019     | % ingresos   | % VAR        |
|--|------------------|--------------|------------------|--------------|--------------|
| <b>OPERACIONES CONTINUADAS</b>                                       |                  |              |                  |              |              |
| <b>Ingresos operacionales provenientes de contratos con clientes</b> | <b>2.659.333</b> |              | <b>2.245.742</b> |              | <b>18,4%</b> |
| Costos de ventas   | (1.526.792)      | -57,4%       | (1.253.514)      | -55,8%       | 21,8%        |
| <b>Utilidad bruta</b>  | <b>1.132.541</b> | <b>42,6%</b> | <b>992.228</b>   | <b>44,2%</b> | <b>14,1%</b> |
| Gastos de administración   | (118.843)        | -4,5%        | (104.388)        | -4,6%        | 13,8%        |
| Gastos de venta  | (706.386)        | -26,6%       | (625.569)        | -27,9%       | 12,9%        |
| Gastos de producción   | (38.263)         | -1,4%        | (33.782)         | -1,5%        | 13,3%        |
| Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos                 | (13.838)         | -0,5%        | 3.810            | 0,2%         | N/A          |
| Otros ingresos (egresos) netos operacionales                         | 1.430            | 0,1%         | (2.136)          | -0,1%        | -166,9%      |
| <b>Utilidad operativa</b>  | <b>256.641</b>   | <b>9,7%</b>  | <b>230.163</b>   | <b>10,2%</b> | <b>11,5%</b> |
| Ingresos financieros   | 4.300            | 0,2%         | 3.427            | 0,2%         | 25,5%        |
| Gastos financieros   | (77.029)         | -2,9%        | (72.588)         | -3,2%        | 6,1%         |
| Dividendos   | 65.582           | 2,5%         | 61.493           | 2,7%         | 6,6%         |
| Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos              | 16.393           | 0,6%         | 702              | 0,0%         | N/A          |
| Participación en asociadas y negocios conjuntos                      | (6.316)          | -0,2%        | (377)            | 0,0%         | N/A          |
| <b>Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante</b>  | <b>259.571</b>   | <b>9,8%</b>  | <b>222.820</b>   | <b>9,9%</b>  | <b>16,5%</b> |
| Impuesto sobre la renta corriente                                    | (76.490)         | -2,9%        | (43.888)         | -2,0%        | 74,3%        |
| Impuesto sobre la renta diferido                                     | 8.406            | 0,3%         | (2.661)          | -0,1%        | N/A          |
| <b>Utilidad del ejercicio de operaciones continuadas</b>             | <b>191.487</b>   | <b>7,2%</b>  | <b>176.271</b>   | <b>7,8%</b>  | <b>8,6%</b>  |
| Operaciones discontinuadas, después de impuestos                     | (95)             | 0,0%         | (842)            | 0,0%         | -88,7%       |
| <b>Utilidad neta del ejercicio</b>                                   | <b>191.392</b>   | <b>7,2%</b>  | <b>175.429</b>   | <b>7,8%</b>  | <b>9,1%</b>  |
| Participaciones no controladoras                                     | 1.098            | 0,0%         | 992              | 0,0%         | 10,7%        |
| <b>Utilidad atribuible a las participaciones controladoras</b>       | <b>190.294</b>   | <b>7,2%</b>  | <b>174.437</b>   | <b>7,8%</b>  | <b>9,1%</b>  |
| <b>EBITDA</b>  | <b>376.134</b>   | <b>14,1%</b> | <b>320.118</b>   | <b>14,3%</b> | <b>17,5%</b> |

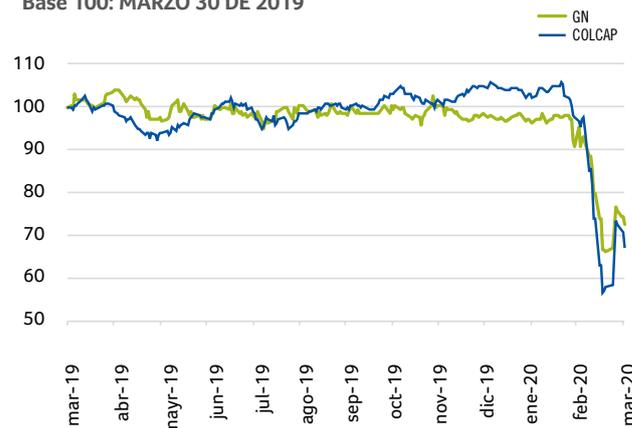
\*Información no auditada.

## Volumen de negociación promedio



## Comportamiento de la acción

Base 100: MARZO 30 DE 2019





# Estado de Situación Financiera\*

A 31 de marzo de 2020 y 31 de diciembre de 2019. Valores expresados en millones de pesos colombianos

| Millones de pesos  | MAR-20            | DIC-19            | % VAR         |
|--|-------------------|-------------------|---------------|
| <b>ACTIVO</b>  |                   |                   |               |
| <b>Activo corriente</b>  |                   |                   |               |
| Efectivo y equivalentes de efectivo                              | 578.829           | 497.947           | 16,2%         |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar                  | 1.355.381         | 1.166.248         | 16,2%         |
| Inventarios  | 1.321.073         | 1.248.128         | 5,8%          |
| Activos biológicos   | 96.842            | 96.632            | 0,2%          |
| Otros activos  | 356.174           | 251.397           | 41,7%         |
| Activos no corrientes mantenidos para la venta                   | 2.610             | 2.610             | 0,0%          |
| <b>Total activo corriente</b>                                    | <b>3.710.909</b>  | <b>3.262.962</b>  | <b>13,7%</b>  |
| <b>Activo no corriente</b>                                       |                   |                   |               |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar                  | 24.602            | 25.409            | -3,2%         |
| Inversiones en asociadas y negocios conjuntos                    | 195.447           | 193.360           | 1,1%          |
| Otros activos financieros no corrientes                          | 2.224.803         | 3.511.768         | -36,6%        |
| Propiedades, planta y equipo, neto                               | 3.536.783         | 3.400.057         | 4,0%          |
| Activos por derecho de uso                                       | 896.574           | 878.552           | 2,1%          |
| Propiedades de inversión   | 79.401            | 79.489            | -0,1%         |
| Plusvalía  | 2.478.655         | 2.309.739         | 7,3%          |
| Otros activos intangibles  | 1.343.011         | 1.248.973         | 7,5%          |
| Activo por impuesto diferido                                     | 686.449           | 654.496           | 4,9%          |
| Otros activos  | 80.867            | 80.436            | 0,5%          |
| <b>Total activo no corriente</b>                                 | <b>11.546.592</b> | <b>12.382.279</b> | <b>-6,7%</b>  |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>   | <b>15.257.501</b> | <b>15.645.241</b> | <b>-2,5%</b>  |
| <b>PASIVO</b>  |                   |                   |               |
| <b>Pasivo corriente</b>  |                   |                   |               |
| Obligaciones financieras   | 464.550           | 527.196           | -11,9%        |
| Pasivos por derechos de uso                                      | 145.747           | 147.242           | -1,0%         |
| Proveedores y cuentas por pagar                                  | 1.341.476         | 1.235.133         | 8,6%          |
| Impuesto sobre la renta e impuestos por pagar                    | 235.930           | 214.542           | 10,0%         |
| Pasivo por beneficios a empleados                                | 160.008           | 191.864           | -16,6%        |
| Provisiones  | 2.033             | 1.948             | 4,4%          |
| Otros pasivos  | 74.454            | 29.912            | 148,9%        |
| <b>Total pasivo corriente</b>                                    | <b>2.424.198</b>  | <b>2.347.837</b>  | <b>3,3%</b>   |
| <b>Pasivos no corriente</b>                                      |                   |                   |               |
| Obligaciones financieras   | 3.074.884         | 2.680.014         | 14,7%         |
| Pasivos por derecho de uso                                       | 772.638           | 745.313           | 3,7%          |
| Proveedores y cuentas por pagar                                  | 158               | 158               | 0,0%          |
| Pasivo por beneficios a empleados                                | 190.792           | 189.295           | 0,8%          |
| Pasivo por impuesto diferido                                     | 1.017.103         | 984.035           | 3,4%          |
| Provisiones no corrientes  | 13.520            | 13.238            | 2,1%          |
| Otros pasivos  | 0                 | 487               | -100,0%       |
| <b>Total pasivo no corriente</b>                                 | <b>5.069.095</b>  | <b>4.612.540</b>  | <b>9,9%</b>   |
| <b>TOTAL PASIVO</b>  | <b>7.493.293</b>  | <b>6.960.377</b>  | <b>7,7%</b>   |
| <b>PATRIMONIO</b>  |                   |                   |               |
| <b>Patrimonio atribuible a las participaciones controladoras</b> | <b>7.704.735</b>  | <b>8.627.950</b>  | <b>-10,7%</b> |
| Participaciones no controladoras                                 | 59.473            | 56.914            | 4,5%          |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>  | <b>7.764.208</b>  | <b>8.684.864</b>  | <b>-10,6%</b> |
| <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>                                 | <b>15.257.501</b> | <b>15.645.241</b> | <b>-2,5%</b>  |

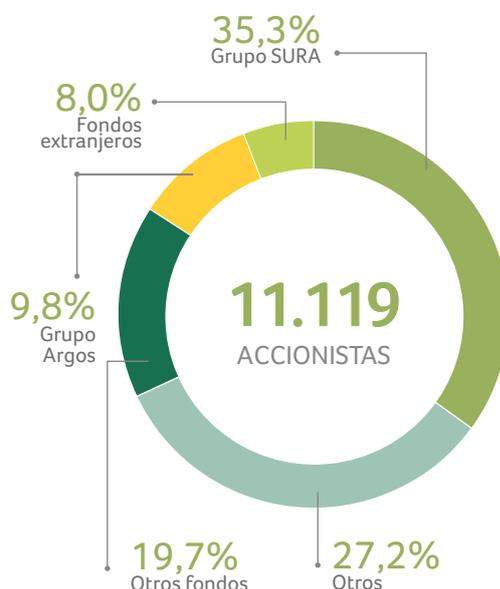
## Indicadores

|  |             |
|--|-------------|
| Precio de Cierre                               | 19.100      |
| Precio de Cierre año anterior                  | 25.780      |
| Máximo 52 Semanas                              | 26.800      |
| Mínimo 52 Semanas                              | 17.000      |
| Capitalización Bursatil (\$MM)                 | 8.788.358   |
| Valor Intrínseco <sup>(1)</sup>                | 16.874      |
| RPG <sup>(2)</sup>                             | 13,9        |
| P/VL <sup>(2)</sup>                            | 1,2         |
| EV / EBITDA <sup>(2)</sup>                     | 6,6         |
| Utilidad por acción <sup>(3)</sup>             | 1.135       |
| Dividendo por acción-mes                       | 51,0        |
| Rentabilidad por dividendos <sup>(3)</sup>     | 2,4%        |
| Rentabilidad por valorización <sup>(3)</sup>   | -25,9%      |
| Rentabilidad combinada <sup>(3)</sup>          | -23,8%      |
| Variación COLCAP <sup>(3)</sup>                | -29,2%      |
| Retorno sobre patrimonio <sup>(2)</sup>        | 8,8%        |
| Retorno sobre capital invertido <sup>(2)</sup> | 9,1%        |
| Acciones en Circulación                        | 460.123.458 |
| Número de Accionistas                          | 11.119      |
| Bursatilidad                                   | Alta        |

VALORES EXPRESADOS EN COP

- (1) Calculado sobre el patrimonio consolidado de Grupo Nutresa  
 (2) Grupo de Alimentos / 12 meses proforma  
 (3) Últimos 12 meses

## Composición accionaria





La mayoría de las novedades presentadas a continuación fueron lanzadas al mercado entre enero y marzo, y continúan disponibles en supermercados y canales tradicionales y a través de las diferentes plataformas de e-commerce y domicilios dispuestos por los Negocios.



## Cárnicos



### Nuevas Carnes Frescas Ranchera

Ranchera lanzó al mercado colombiano su nuevo portafolio de carnes frescas como apuesta de entrada a una nueva categoría de alimentación cotidiana. Está compuesto por carnes marinadas y cortes parrilleros, jugosos y tiernos, e ideales para asados, almuerzos, pinchos y picadas.

### Edición limitada de frijol blanco con tocineta Zenú

La marca Zenú ofrece una opción diferente para los almuerzos y cenas de los colombianos. El nuevo frijol blanco con tocineta es una excelente alternativa para alimentarse de forma práctica y rápida, con el sabor casero de siempre y sin conservantes añadidos. Edición limitada de 20.000 unidades, disponibles en cadenas y autoservicios.



## Galletas



### Nuevos chips de vegetales Tosh

Tosh presentó en el mercado colombiano sus nuevos Chips de Vegetales, una alternativa diferente y deliciosa que combina el camote, la remolacha y la arracacha, alimentos ricos antioxidantes, hierro y vitamina C, y bajos en grasa saturada y sodio. Sin colores ni sabores artificiales.



### Nuevas Tosh cremadas con 50% menos de azúcar

Tosh desarrolló una nueva formulación para sus galletas cremadas y redujo en un 50% su contenido de azúcar en las referencias tipo sándwich de crema con sabores, alcanzando apenas tres gramos de azúcar por cada porción de dos galletas.



### La Ducalería, una mágica experiencia de marca

Para premiar la fidelidad de los "Ducalovers" (fanáticos de la marca), Ducales desarrolló en Colombia "La Ducalería", una *pop-up store* con toda la magia del Toque Secreto para experimentar la versatilidad de las galletas Ducales y para crear mezclas únicas de ingredientes, sabores, colores y texturas.

### Festival y Chiky Chips: más variedad, más chocolate

Como marcas dinámicas que son - y para fortalecer su liderazgo - Festival y Chiky presentaron al mercado las nuevas Festival Chips y Chiky Chips, dos nuevas y deliciosas galletas con trozos y chispas de chocolate, el favorito de los adolescentes. Estos lanzamientos serán claves para competir en el subsegmento costarricense de *chips*, el de mayor dinámica dentro de la categoría de galletas dulces Infantiles.



### Nuevas Saltín Noel Dulce Tradición

Buscando incrementar la frecuencia de compra a través de nuevas ocasiones de consumo, Saltín Noel lanzó al mercado colombiano las nuevas Saltín Noel Dulce Tradición, deliciosa edición limitada con un toque dulce, crocantes y deliciosas. Disponibles en presentación familiar y porciones individuales para llevar a todas partes.



### Cremas Dark

Las nuevas Cremas Dark son una innovación que explora el intenso lado del chocolate oscuro relleno de crema de vainilla y llegan para competir en el segmento de galletas de chocolate en Costa Rica y Guatemala.



### Tosh ahora es Yogurt

El nuevo Yogurt Tosh es un delicioso complemento para el estilo de vida de los costarricenses que buscan verse y sentirse bien con alternativas de alto valor nutricional. El nuevo Yogurt Tosh es libre de grasa, buena fuente de proteína y calcio, y contiene probióticos. Disponible en presentación individual - que aporta 90 calorías - y en sabores Coco, Frutos Rojos, Melocotón-Mango, Guayaba y Sabor Natural.



## Pastas

### Nuevos raviolis frescos Monticello

Atendiendo el nuevo contexto del consumidor colombiano que busca nuevas experiencias en su alimentación, Monticello lanza su nueva línea de pastas frescas congeladas siguiendo la más pura tradición pastera y con el sabor y la textura que solo una pasta *premium* puede brindar. En tres referencias: Ricotta y Espinaca; Carne; y Cuatro Quesos.



## Chocolates



### Nuevas Combijet, Burbuja Jet y Paleta Jet Cookies and Cream

La marca Jet adicionó innovaciones a su portafolio: Combijet, Jet Burbuja y Paleta Jet, todas en edición *Cookies and Cream*. Una apuesta que les permite a los consumidores colombianos disfrutar en nuevas formas de todo el sabor de las galletas y la crema.

### Colección Nueces Exóticas Montblanc

Para las temporadas de Día de la Mujer y Madres en Colombia, Montblanc desarrolló una colección especial de cuatro referencias en la que las nueces exóticas se mezclan con suave y cremoso chocolate, dando como resultado una propuesta de gran valor para el consumidor.



### Nueva proteína en polvo Bénét Active

Para aquellos que quieren fortalecer sus huesos y músculos e incrementar sus niveles de energía llegó a Colombia la nueva proteína en polvo Bénét Active, con 18 g. de proteína de alta calidad. Sin azúcar añadida, es además una excelente fuente de vitaminas del complejo B.



### Habas Mix de La Especial

La Especial sorprende el mercado colombiano de las nueces con su nuevo Habas Mix, mezcla salada con cuatro deliciosos ingredientes: habas crujientes, aritos de maíz, maní Kraks y maní con sal.

### Multicereal Granos Ancestrales

Continuando con el crecimiento de la categoría de cereales listos en Centroamérica, Tosh lanzó recientemente el Multicereal de Granos Ancestrales con chíá, quínoa y amaranto. Todo el poder de tres súper alimentos en cada bocado de cereal Tosh.



### Nueva Jumbo Cracker Avellana

La nueva Jumbo Cracker Avellana es una deliciosa combinación de maní caramelizado, galleta de arequipe y relleno de avellana en una irresistible barra de chocolate con leche, disponible en Colombia.



## Helados

### Polet Cereza Italiana

Creada pensando en el consumidor colombiano más indulgente, Polet presenta la nueva Polet Careza Italiana, paleta con helado sabor a frambuesa y salsa de cereza, y cubierta con una crocante capa de chocolate Polet blanco.



### Aloha Mango Biche

Llega al mercado colombiano la nueva paleta Aloha Mango Biche, una deliciosa y refrescante experiencia con sabor a mango biche, adicionada con sal, limón y trocitos de mango.



### Helado Artesanal Dulce de Moras

Elaborado a partir de moras del campo colombiano nace el nuevo Crem Helado Artesanal Dulce de Moras. Un delicioso helado de vainilla con trocitos de mora, cobertura de jugo de la misma fruta y relleno de leche condensada.



Café



## Nuevas infusiones Tosh Bienestar

Con el fin de impulsar nuevos momentos de consumo, Tosh adiciona a su portafolio de infusiones en Colombia la línea Bienestar. Son mezclas de plantas en dos referencias: Momento de Calma, ideal para tomarse una pausa y Momento Ligero, ideal para después de comer. Disponibles en supermercados, y a través de Novaventa y La Recetta.



## Comparte un café, comparte la inspiración

“No sueñes con el éxito, ve por él”. Esta es una de las frases que podrán encontrar los consumidores colombianos en los empaques de Café Sello Rojo durante los meses de marzo y abril para que la inspiración llegue a los hogares con la primera taza de café del día.

## Nuevo Matiz Edición Novaventa “Mujeres Inspiradoras”

Olga Lucia Pérez es mamá empresaria. Hace 15 años Novaventa le permitió lograr la independencia suficiente para estar con sus tres hijos y apoyar a su esposo con sus cultivos de café. Ella es una de las mujeres que inspiran la edición limitada que Matiz trae al mercado colombiano a través de Novaventa. Un café con aromas a panela y limoncillo, una acidez cítrica y un cuerpo jugoso.



Tresmontes Lucchetti



## Nuevas cápsulas de Café Gold Espresso

Las nuevas cápsulas Gold Espresso, de origen italiano, ingresan al mercado chileno en formato de diez unidades por caja. Disponibles en tres variedades: *Clásico*, con granos 100% arábica, de cuerpo cremoso y tostado intenso, con sabor y aroma afrutado y acabado de chocolate. *Lungo*, con granos 100% Arábica provenientes de Etiopía, América del Sur y América Central, de intensidad balanceada, gran cuerpo y sabor, y con sutiles notas a caramelo y chocolate. Y *Ristretto*, mezcla de arábica y robusta, intensa, con gran cremosidad, y sabor y aroma persistentes con notas a cacao y frutos secos.



Alimentos al consumidor

## Nuevos Domicilios El Corral

Domicilios El Corral es la alternativa que lanza la marca en estos tiempos de aislamiento con el fin de ofrecer a sus consumidores una deliciosa hamburguesa en la puerta de la casa, con toda la tranquilidad y seguridad desde la preparación hasta la entrega.



## Las Favoritas de Colombia

Las Favoritas de Colombia es una campaña de precios de entrada de Papa John's a través de los tres sabores preferidos de los consumidores: pollo y champiñones; jamón y piña; y pepperoni y tres quesos.

## Yogofit, deliciosa combinación saludable

El nuevo Yogurt Tosh es un delicioso complemento para el estilo de vida de los costarricenses que buscan verse y sentirse bien con alternativas de alto valor nutricional. El nuevo Yogurt Tosh es libre de grasa, buena fuente de proteína y calcio, y contiene probióticos. Disponible en presentación individual - que aporta 90 calorías - y en sabores Coco, Frutos Rojos, Melocotón-Mango, Guayaba y Sabor Natural.





## La **unity** de impresión 3D de Grupo Nutresa une esfuerzos para la construcción de máscaras de protección para personal médico

Ante las posibilidades de contagio del personal médico por el COVID-19, compañías de Grupo Nutresa como CNCH, Servicios Nutresa, Pastas Doria y Novaventa destinaron sus impresoras 3D para fabricar alrededor de 100 viseras de protección para hospitales en cuya labor se invirtieron cerca de 400 horas de impresión y consumieron alrededor de 1.300

metros de material PLA (Polylactic Acid), un filamento biodegradable.

Estas impresiones fueron entregadas a instituciones de la salud como el Hospital San Vicente de Paul, la UCI del Hospital Manuel Uribe Ángel, Emssa y APCD San Cristóbal, en Medellín.



## Compañía Nacional de Chocolates se adhiere a alianza con la **Agencia de Cooperación Canadiense**

Bajo el nombre de 'Agroemprende Cacao', Compañía Nacional de Chocolates firmó un convenio con el gobierno canadiense y empresas del sector privado para mejorar las condiciones de vida de 5.000 familias productoras de cacao, ubicadas en un área de 3.300 hectáreas y para promover el desarrollo de la cadena de valor con una visión regional. Hoy, el cacao es una alternativa viable para el aumento de los ingresos en por lo menos un 30% de los campesinos del país.

## Compañía de Galletas Pozuelo, comprometida con el ambiente

El 26 de febrero pasado, Pozuelo fue sede del primer encuentro de la Alianza Empresarial para la Sostenibilidad de Centroamérica. En total 16 empresas se reunieron para conocer la visión de trabajo que la Alianza, plantea para el 2020. Juan Felipe Macía, gerente de Pozuelo y a su vez Vicepresidente de la Alianza, resaltó que el propósito individual de cada empresa aliada es precisamente lo que impulsa esta iniciativa a lograr un impacto diferenciador en el medio ambiente y en los reportes GRI.



## Sellos de carbono neutro en los empaques de TOSH y EVOK



El Icontec renovó el uso de los sellos de carbono neutro en los empaques de las marcas Tosh y Evok en Colombia. La entidad certificadora resaltó sus avances en materia de gestión de gases efecto invernadero y cambio climático, que permiten seguir impactando de manera positiva el medio ambiente.



## Nuevos empaques 100% reciclables de Grupo Nutresa

Fiel a su compromiso con el diseño proyectos e iniciativas que permitan disminuir su impacto ambiental, Grupo Nutresa lanzó en febrero pasado, y en exclusiva a través de Novaventa, productos con empaques 100% reciclables y con un 17% menos de plástico en promedio, los cuales permitirán dejar de utilizar 1,1 toneladas del material, equivalentes al peso de cerca de 3.000 balones de fútbol.

Como aliadas que son de las marcas, las más de 180.000 mamás empresarias de Novaventa fueron las primeras en comunicar a sus clientes este proyecto, el cual se desplegó inicialmente en el catálogo durante tres campañas y se materializó en algunas referencias de las marcas Saltín Noel, Ducales, Corona, Chocolisto, Zenú, Pastas Doria y Crem Helado.



Para mayor información visite:  
[www.todosporelplaneta.com](http://www.todosporelplaneta.com)



## Re Gras, proyecto para la adecuada disposición del aceite vegetal usado

Luego de acercamientos entre el aliado Greenfuel y clientes del canal institucional La Recetta, se dieron a conocer las implicaciones ambientales y legales de los procesos de recolección, reciclaje y uso posterior del aceite vegetal usado. Este año el objetivo es llegar a cada vez a más clientes, por eso se ha realizado una activación transversal en la que se premiará la labor de recolección de asesores, coordinadores y clientes a través de unas metas establecidas por regionales y canales. Al cierre de marzo, La Recetta contabilizaba 1.735 kilos de aceite recolectados en Bogotá e Ibagué principalmente.

## Tresmontes Lucchetti y la Fundación Revalora trabajan para transformar residuos en madera plástica



Comprometida con la revalorización de sus residuos y la educación ambiental, TMLUC trabaja en Chile junto a la Fundación Revalora para darle una nueva vida a los plásticos flexibles. Estos materiales, que hoy no son reciclables, serán transformados en madera plástica por la Fundación y utilizada en infraestructura comunitaria como juegos, bancas, puntos de reciclaje, etc. Al igual que en otras geografías de Grupo Nutresa, TMLUC promoverá también la recolección de residuos post consumo entre sus colaboradores y comunidades a través de la campaña "Botella de Amor".

## En el marco de su centenario, Grupo Nutresa sembrará un millón de árboles

Como parte de la celebración de sus cien años, y decidido a contribuir con la conservación del agua en áreas vulnerables del país, Grupo Nutresa sembrará en 2020 un millón de árboles en diferentes puntos de Colombia donde las cuencas de los ríos y los páramos están en riesgo. Esta siembra, en alianza con la corporación Más Bosques, permitirá, además, mejorar la calidad de vida en el campo, pues generará ingresos a cerca de 500 familias que se encargarán de la siembra de los árboles y mantenimiento del proyecto hasta el año 2022.





## Grupo Nutresa dona recursos para la contención del COVID-19 en Colombia y su región estratégica

Buscando ser parte de la solución y comprometidos con cooperar con sus aliados, colaboradores y comunidades para seguir trabajando #EntreTodos por el bien de las personas más afectadas por las medidas de contención del Covid-19, Grupo Nutresa destinará recursos para aportar desde los frentes de alimentación y salud en Colombia y su región estratégica.

### EN COLOMBIA



### La Compañía entregará 200.000 mercados

a personas afectadas económicamente por las medidas de contención de la enfermedad en el país.

### BENEFICIADOS

|  |   |   |   |  |
|--|---|---|---|--|
| <br>Comunidades Vulnerables | <br>Agricultores | <br>Cevicheros | <br>Mamás Empresarias | <br>Comerciantes Independientes |
|--|---|---|---|--|

Estos mercados se entregarán por medio de la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO) como parte de los programas "Unidos Somos Más País" de la ANDI y "Colombia Cuida a Colombia" - iniciativa impulsada por diferentes organizaciones de la sociedad civil y el sector privado - a los cuales se vinculó Grupo Nutresa.



### Cada mercado contiene productos de las marcas:

Saltín Noel, Zenú, Doria, Sello Rojo, Chocolate Corona, Harina Corona, Chocolisto y Festival, seleccionados para cubrir parte de las necesidades de alimentación de:



**+700.000 personas**



**en 18 ciudades de Colombia.**

### ALIADOS



Se unen a la entrega de mercados, fortaleciéndolos con productos adicionales como avena, arroz y granos.



## +1.700 voluntarios

han aportado hasta el momento **7.000 mercados.**



## 4.000 mercados

donados por el Negocio Helados.



## Donación de 13.000 raciones

de alimentos por parte del Negocio Alimentos al Consumidor.



## Entrega de 5.000 cajas de cereal

por parte del Negocio Chocolates.



## 2.798 unidades

de queso crema de Atlantic Food.



## Donación de \$400 millones

a la gran Donatón organizada por la Alcaldía de Medellín.



## Donación de recursos

para incrementar la capacidad de las Unidades de Cuidados Intensivos (UCI) en Colombia.

### EN CHILE



## La empresa entregará más de 15.000 cajas

de alimentos a adultos mayores de 65 años para abastecer durante 3 meses.



## Donación del equipamiento PCR

para diagnóstico del coronavirus con reactivos para 1.000 muestras.

### EN MÉXICO



## Donación de 9.000 cajas de alimentos

a adultos mayores de 65 años para abastecer durante 3 meses.

### EN CENTROAMÉRICA



## Entrega de 20.000 kits alimenticios

a personas con necesidades.