

Presencia en nuestra región estratégica

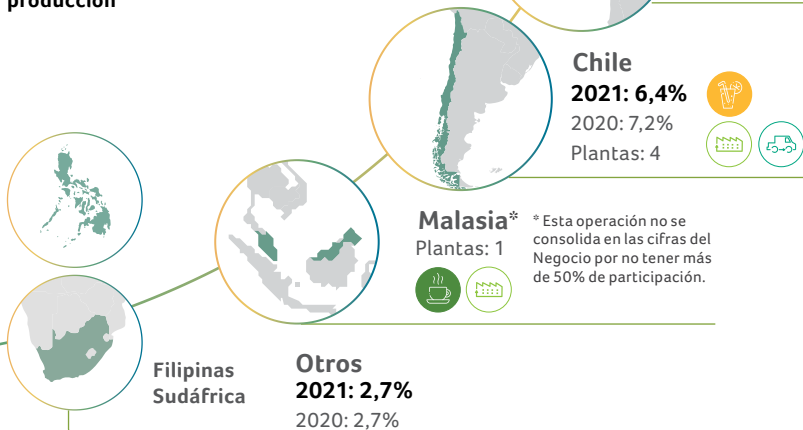
[GRI 2-1] [GRI 2-6] [GRI 2-7]

Distribución y ventas

Cárnicos	Galletas	Chocolates	Cafés
Tresmontes Lucchetti	Alimentos al Consumidor	Helados	Pastas
Otros	Producción	Distribución	Servicios

17
Países con red de distribución y plantas de producción

47
Plantas de producción



* Esta operación no se consolida en las cifras del Negocio por no tener más de 50% de participación.

Composición accionaria
31 de diciembre de 2021

12.574
Accionistas

Fuente: Deceval



Participación de mercado

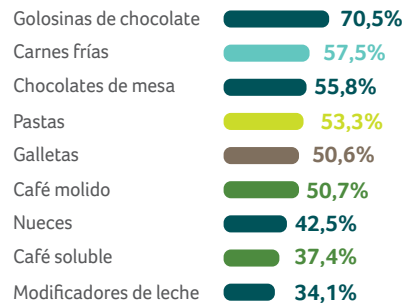
Fuente: Nielsen

En Colombia**

53,7%



Participación consolidada de Grupo Nutresa en Colombia



En Chile



En México



*Bebidas Instantáneas Frías

#1 En hamburguesas en Colombia. En heladerías en Costa Rica y República Dominicana.

** 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. No incluye canales institucionales y mayoristas.

Modelo de negocio



Nuestra gente

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



Nuestras marcas

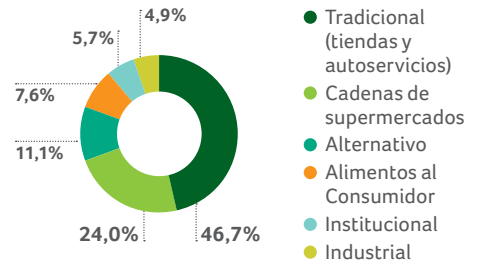
Nuestras marcas son líderes en los mercados en los que participamos, son reconocidas y apreciadas, nutren, generan bienestar y hacen parte del día a día de las personas con la mejor relación precio-valor.



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

Ventas por canal Grupo Nutresa



Colaboradores directos, indirectos y aprendices

47.199



Clientes 1.540.189

Puntos de venta: 1.286.022



Empresarias Noventa 254.167

Estructura empresarial

[GRI 2-6]



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.



Afectación de los negocios por un entorno altamente competitivo.

Transformación digital

Capacidad corporativa para contribuir a la sostenibilidad de la Organización, mediante la:



Apalancados en tecnologías, mejorando las ventas, la experiencia y la competitividad.



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 lograrla 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; gestionados por gente talentosa, innovadora, productiva, comprometida y responsable, en un marco de desarrollo sostenible.

Resultados 2021

Consolidación de nuestros compromisos a 2030

Personas formadas en LA/FT/FPADM
2021: 30.455

Aporte de marcas líderes al crecimiento en ventas
2021: 53,9%

Ventas
cifras en millones de COP
2021: 12.738

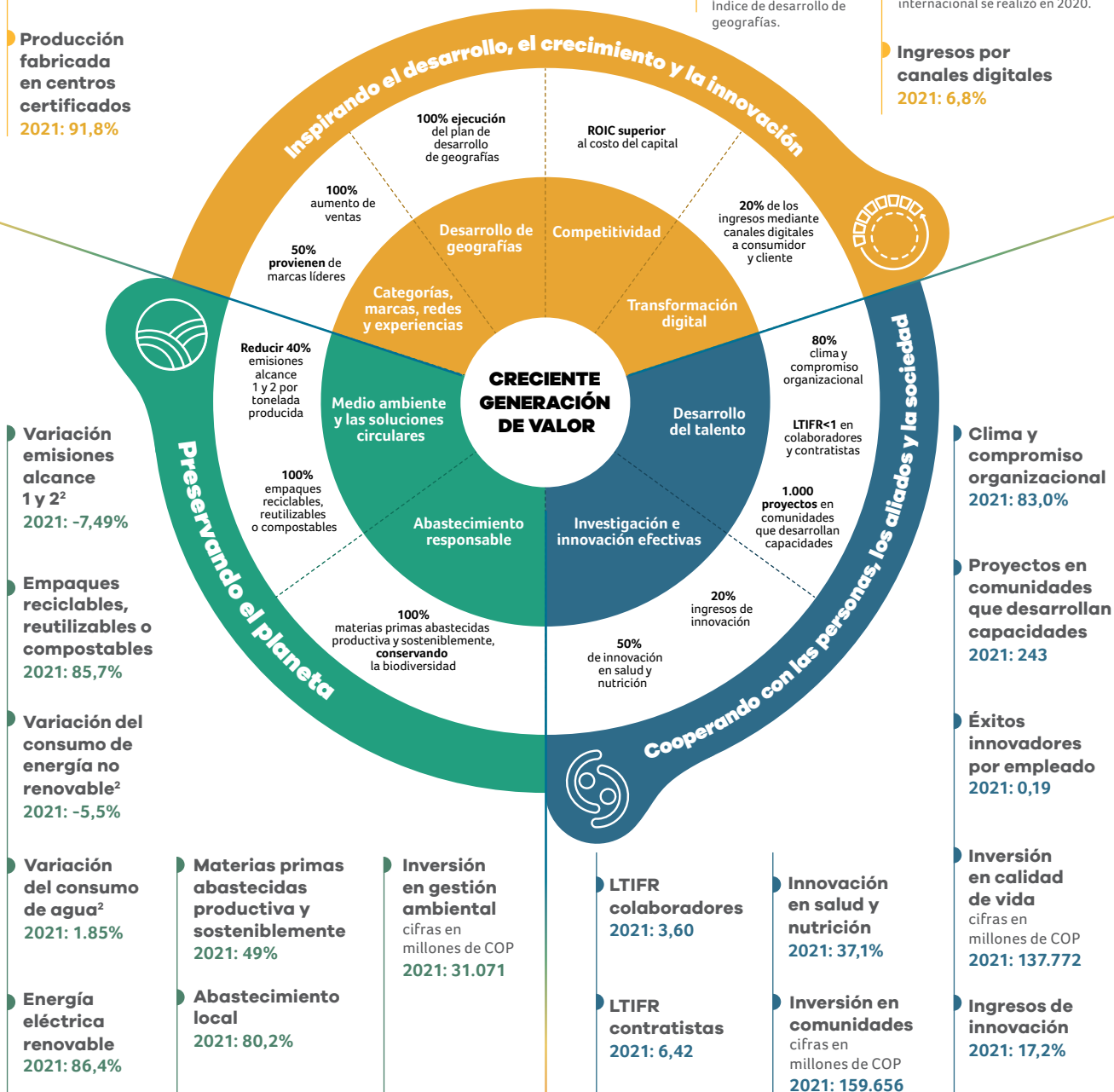
ROIC
2021: 9,1%

Ejecución plan de geografías
2021: 100% de cumplimiento
logrando el 42,9 del Índice de desarrollo de geografías.

Índice de satisfacción de clientes
2021 - Colombia: 89%
2021 - Internacional: 89,5%¹
¹ La última medición de satisfacción internacional se realizó en 2020.

Producción fabricada en centros certificados
2021: 91,8%

Ingresos por canales digitales
2021: 6,8%



² Base 2020 por tonelada producida.

Crecimiento rentable

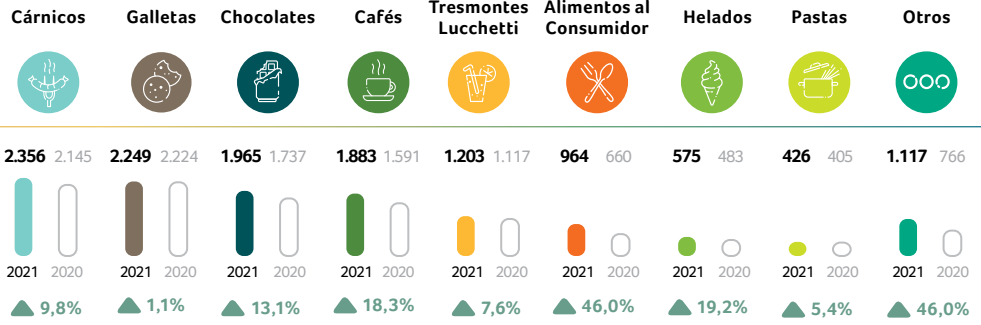
[GRI 2-6]

- ▲ Crecimiento
- ▼ Decrecimiento

Ventas totales

Miles de millones de COP

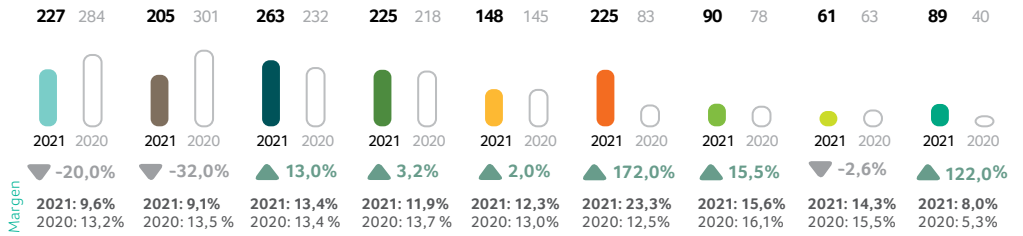
12.738
2020: 11.128
Crecimiento ▲ **14,5%**



Ebitda

Miles de millones de COP

1.532
2020: 1.444
Crecimiento ▲ **6,2%**
Margen 2021 **12,0%**
Margen 2020 **13,0%**

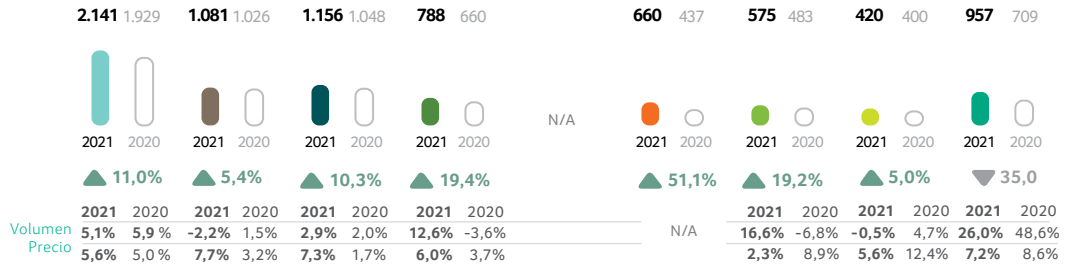


Ventas Colombia

Miles de millones de COP

7.779
2020: 6.691
Crecimiento ▲ **16,3%**
Volumen 2021 **4,4%**
Precio 2021 **11,4%**

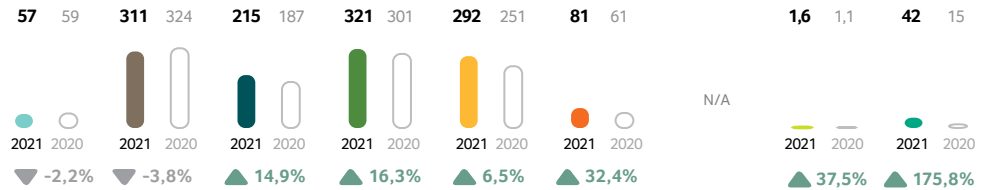
Volumen 2020 **4,4%**
Precio 2020 **6,2%**
Porcentaje de ventas totales **61,1%**



Ventas internacionales

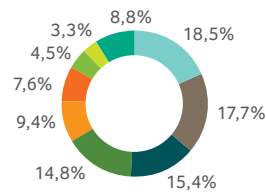
Millones de dólares

1.322
2020: 1.200
Crecimiento ▲ **10,2%**
Porcentaje de ventas totales **38,9%**

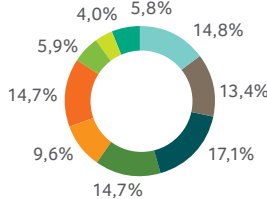


Variación en precios y volúmenes sin Alimentos al Consumidor

Porcentaje de las ventas por Negocio



Porcentaje del ebitda por Negocio



Ventas de productos innovadores

(% sobre las ventas totales)

17,2%

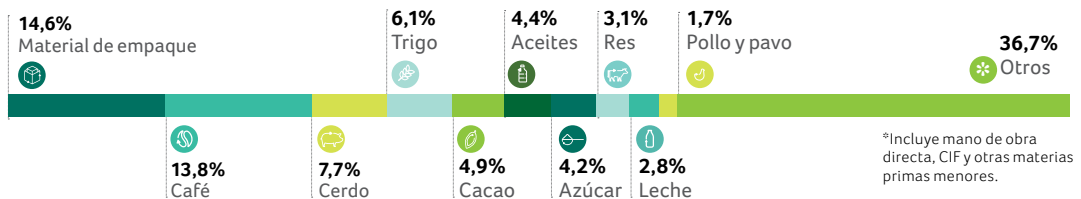
2020: 19,6%
2019: 23,0%

Crecimiento de las exportaciones en USD desde Colombia

16,4%

Diversificación de materias primas

% costo de producción



*Incluye mano de obra directa, CIF y otras materias primas menores.

Más información en http://informe2021.gruponutresa.com/pdf/informe_2021.pdf

Con el fin de formarse una opinión más amplia y profunda sobre las acciones realizadas y los resultados obtenidos por Grupo Nutresa S. A. sobre el desempeño social, ambiental

y económico, lea junto a esta publicación el Informe del auditor independiente de aseguramiento limitado en la página:

https://data.gruponutresa.com/informes/Informe_auditor_independiente_2021-Grupo_Nutresa.pdf

KPMG Advisory, Tax & Legal S.A.S. | Marzo de 2022

Para más información

