



GRUPO NUTRESA

SOMOS UN FUTURO ENTRE TODOS



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".

Nuestro
propósito superior

Construir
un mundo mejor
donde el desarrollo sea para
todos

¿En qué industria estamos?

BIENESTAR, NUTRICIÓN Y
PLACER A TRAVÉS DE LA
ALIMENTACIÓN

Escala

2021

12,7
COP billones
~ 3,2 USD mil millones

38,9%
ventas fuera de Colombia

1,3
USD mil millones

Una de las empresas de alimentos
más grande de Latinoamérica

CAPITALIZACIÓN DE MERCADO

13,1 ~ 3,3
COP billones USD mil millones

Margen
EBITDA
2021 12,0%



OBJETIVO 2030
**DUPLICAR
INGRESOS**
De 2020 a 2030
Con retorno superior al costo de capital

Nuestras fortalezas

Modelo de Negocio



Gente

47,2K
Colaboradores

12,3K
Fuera de Colombia



Marcas

19
Marcas con ventas mayores
a 50 USD MM

53,7%
Participación de mercado
consolidada en Colombia



Capacidades para la
entrega de valor

1,5 mm
Clientes atendidos

10,0K
Vendedores

Diversificación y desarrollo de mercados

5 | 17 | 47
Continentes | Países | Plantas de
producción

82
Países donde se venden
nuestros productos



8 UNIDADES
DE NEGOCIO



+100 AÑOS

Creación de valor sostenible

Somos la Compañía de alimentos más sostenible del mundo
según los índices de sostenibilidad DJSI 2021.

#1
2021

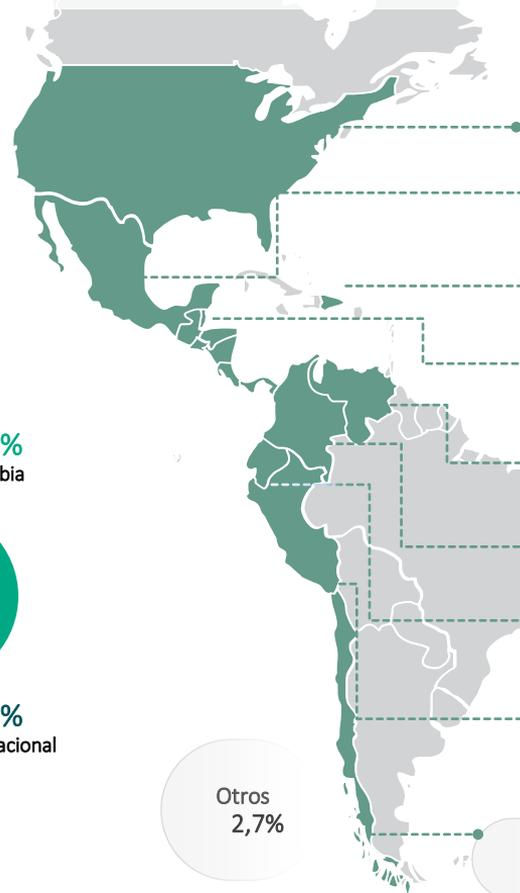
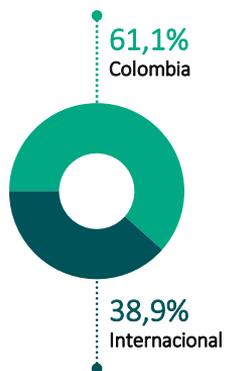
Member of
**Dow Jones
Sustainability Indices**
Powered by the S&P Global CSA

#1
2022

Sustainability Award
Gold Class 2022
S&P Global

Presencia Geográfica

Ventas por Región 2021



Otros
2,7%

82,2%
De las ventas
proviene de
mercados
emergentes

47
Plantas de
producción

17
Número total de países
con redes de distribución,
plantas de producción y/o
marcas locales



Estructura Corporativa



GALLETAS



CÁRNICOS



CHOCOLATES



CAFÉS



TMLUC



ALIMENTOS AL CONSUMIDOR



HELADOS



PASTAS



OTROS

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 25 adquisiciones exitosas en 11 países desde el año 2000

15 adquisiciones por fuera de Colombia (USD 1,3B).

2 Joint Ventures internacionales



			Biscuits Nestlé	
Chocolates Nestlé				



NUESTRO TALENTO

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%



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.

1.540.189
clientes atendidos



NUESTRAS MARCAS

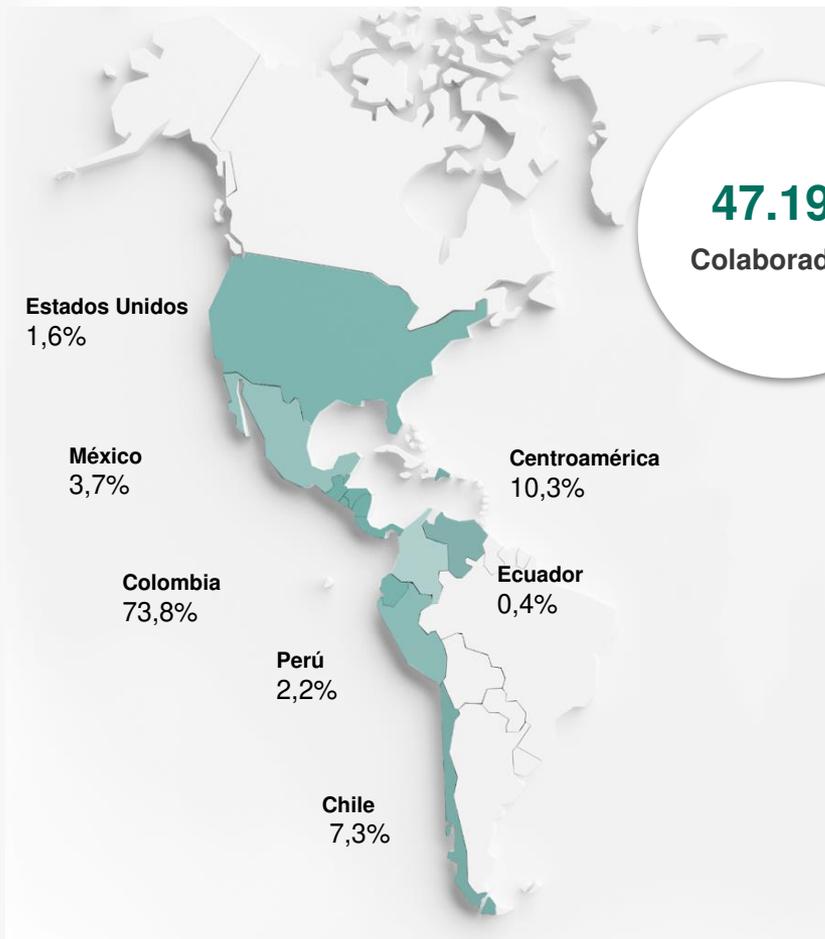
Nuestras marcas son líderes en los mercados donde participamos, son reconocidas y apreciadas, nutren, generan bienestar y hacen parte del día a día de las personas, con una excelente relación precio-valor.

20 marcas
con ventas mayores
a 50 USD MM

SOSTENIBILIDAD



Nuestro Talento



28,882
Vinculados

18,317
Terceros



36%
Mujeres

64%
Hombres

Clima organizacional en un nivel de excelencia

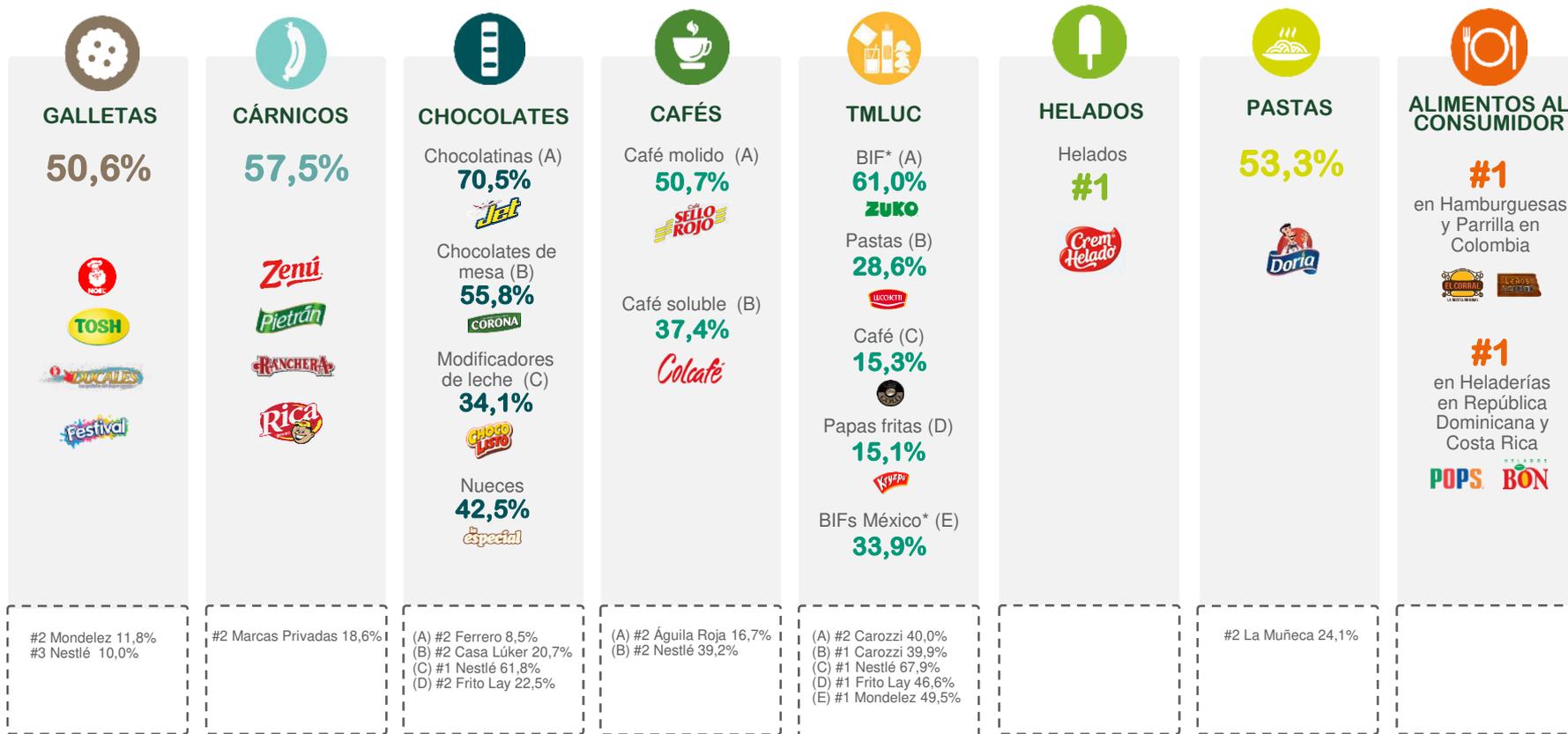
86%

6
Compañías certificadas como Empresas Familiarmente Responsables (EFR)

Red de voluntarios
12.166
colaboradores

Participación de mercado

Participación de mercado consolidada en Colombia: 53,7%



*BIF= Bebidas Instantáneas Frías | Fuente: Nielsen LTM Dic. 2021

Marcas Líderes

Portafolio diversificado de marcas locales

47
Marcas Líderes

con posición
#1, #2, #3
de participación en
mercados clave en la
región estratégica



Innovación efectiva

para abordar tendencias de consumo

Bénet



Kibo



TOSH



Creem Helado



EL CORRAL



Pietrán



MATIZ



Doria



Imagix

CRECIMIENTO BASADO
EN INNOVACIÓN

17,2%*

Ventas por innovación/
Ventas totales 2021

Capacidades para la entrega de valor

Redes y distribución



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 al 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.

Objetivos estratégicos al 2030



OBJETIVO 2030

**DUPLICAR
INGRESOS**

Con retorno superior al costo de capital

De 2020 a 2030



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

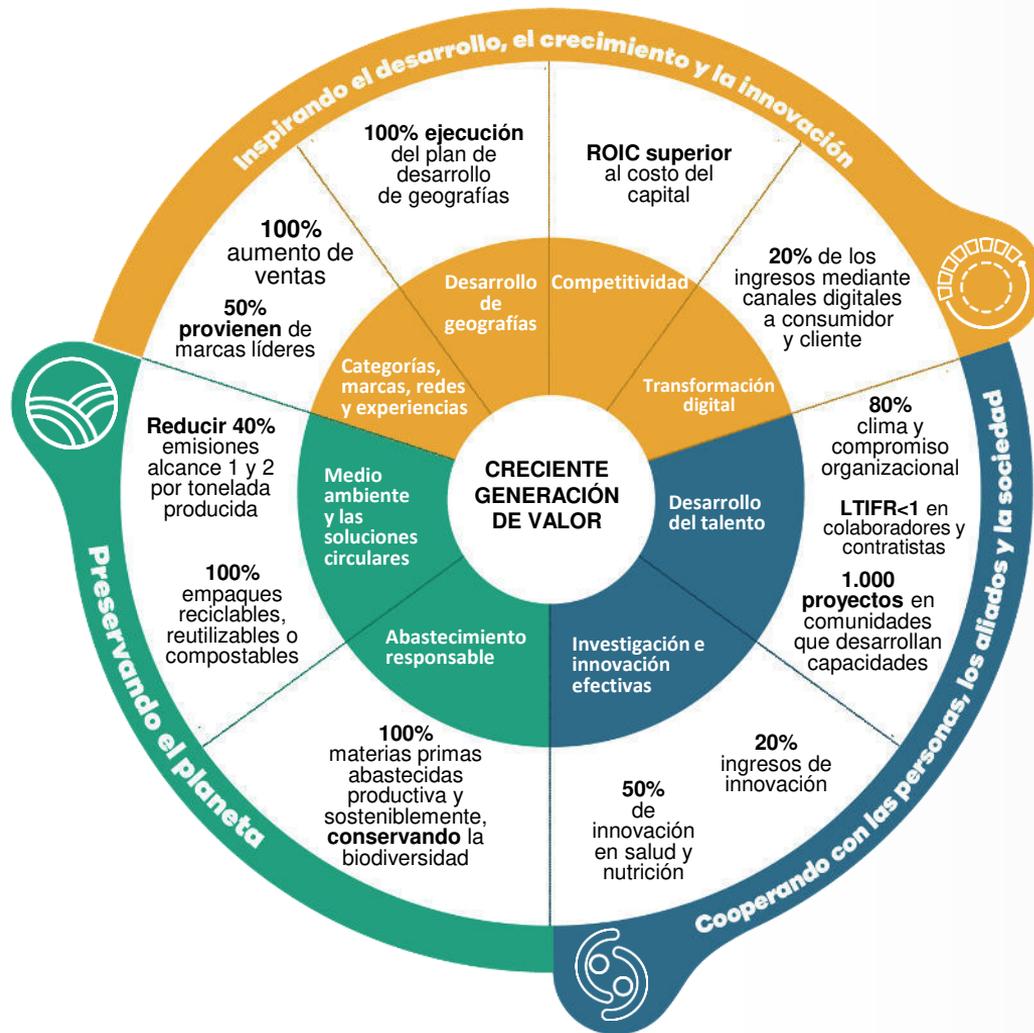


Lo anterior será gestionado por gente talentosa, innovadora, productiva, comprometida y responsable, en un marco de desarrollo sostenible.



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.

Estrategia y Mega al 2030



NUESTRO PROPÓSITO SUPERIOR

es construir un mundo mejor donde el desarrollo sea para todos

Tras un modelo de valor de largo plazo

A través de una estrategia clara y sólida

Sostenibilidad



Inversión en marcas líderes y desarrollo del portafolio

Estrategia Digital



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

Salud y Bienestar



Inversión en canales de rápido crecimiento



Eficiencia y productividad

Generación de valor para grupos relacionados

Principales Riesgos del Negocio



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.



Sostenibilidad

DE DOW JONES.

#1
 en DJSI
 2021

Obtuvimos la mejor calificación en:

Member of

**Dow Jones
 Sustainability Indices**

Powered by the S&P Global CSA



Cooperando con las personas, los aliados y la sociedad

- Salud y nutrición.
- Atracción y fidelización del talento.
- Reporte social.



Preservando el planeta

- Reporte ambiental.
- Empaques.
- Riesgos asociados al agua.
- Eco-eficiencia operacional.



Inspirando el desarrollo, el crecimiento y la innovación

- Materialidad.
- Gestión de la relación con clientes.
- Gestión de innovación.
- Gestión transparente de impuestos.
- Participación en la construcción de lo público.

Participamos en tres de
 estos índices:

11x

Índice mundial

10x

Índice de Mercados
 Emergentes

5x

Índice de Mercado
 Integrado Latinoamericano (MILA)

Sustainability Award
 Gold Class 2022
S&P Global

Categoría Oro

2021-2022

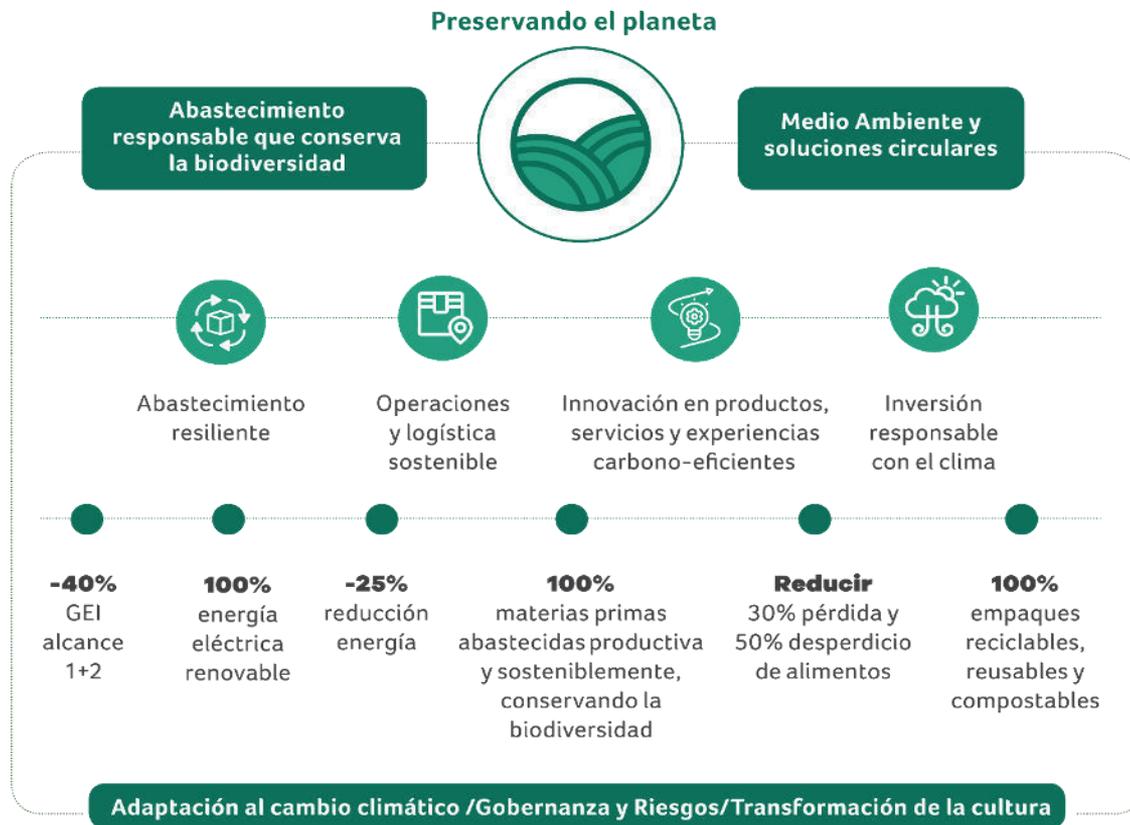
Categoría Plata

2015 a 2020

Categoría Bronce

2012 & 2014

Estrategia de cambio climático a 2030



Nuestro Modelo de Creación de valor al 2030

Duplicar ingresos 2020 a 2030
CAGR 7,2% con retornos superiores
al costo de capital

Eficiencia y productividad operativa
para impulsar márgenes y mejorar
capital de trabajo

Foco en inversión en plataformas de
alto crecimiento



Generación de valor compartido tanto para nuestros accionistas como para la sociedad

Resultados Financieros



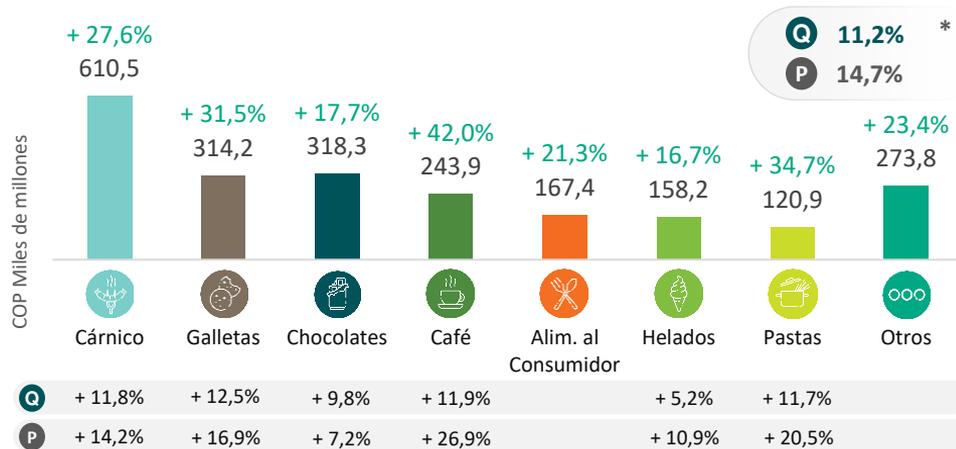
Ventas Colombia e internacionales

1T 2022

Ventas Colombia

COP 2.207,5 ↑ 26,5%

Miles de millones



Ventas por unidad de negocio

Variación porcentual en volumen (Q) y precios (P)
% var. COP miles de millones

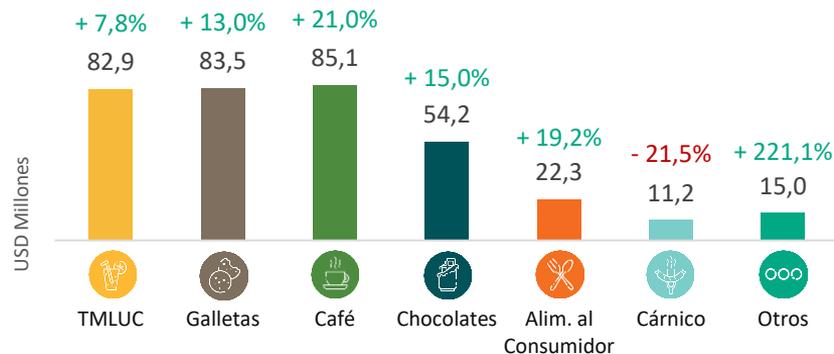
* Variación en precios y volúmenes sin Alimentos al Consumidor y Otros

Ventas internacionales

USD 355,4 mm ↑ 16,1%

COP 1.389,9 ↑ 27,7%

Miles de millones



% var. USD mm

Orgánico

USD 345,0 mm ↑ 12,7%

COP 1.349,4 ↑ 23,9%

Miles de millones

Ventas totales

1T 2022

Ventas totales

COP 3.597,4 ↑ 27,0%

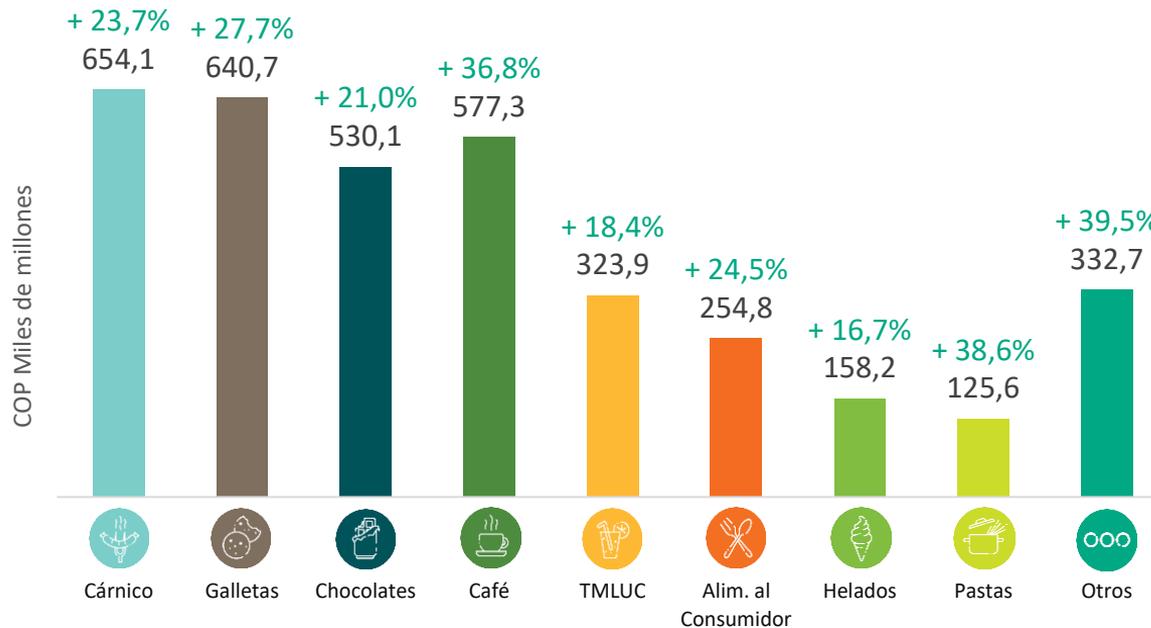
Miles de millones

Orgánico

COP 3.552,7 ↑ 25,4%

Miles de millones

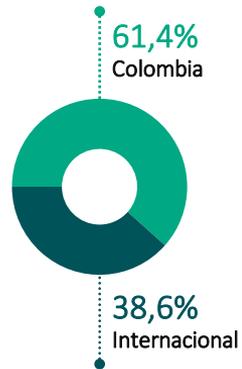
Ventas por unidad de negocio



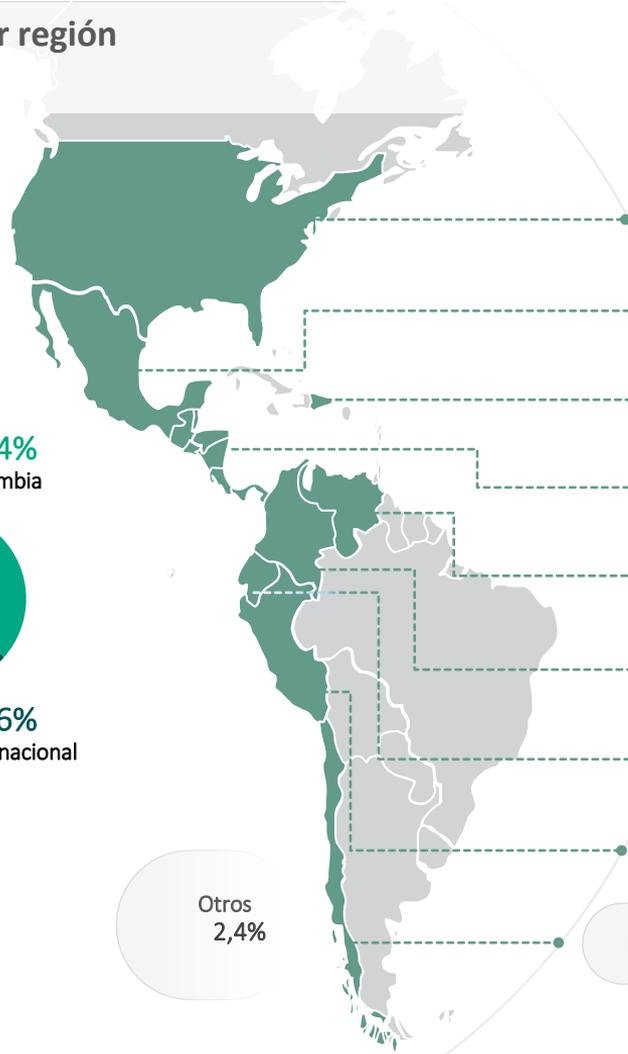
% var. YoY COP miles de millones

Ventas por región

1Q 2022



Otros
2,4%



12,4% Estados Unidos

3,1% México

1,8% República Dominicana y el Caribe

10,0% Centroamérica

Venezuela

61,4% Colombia

1,1% Ecuador

1,5% Perú

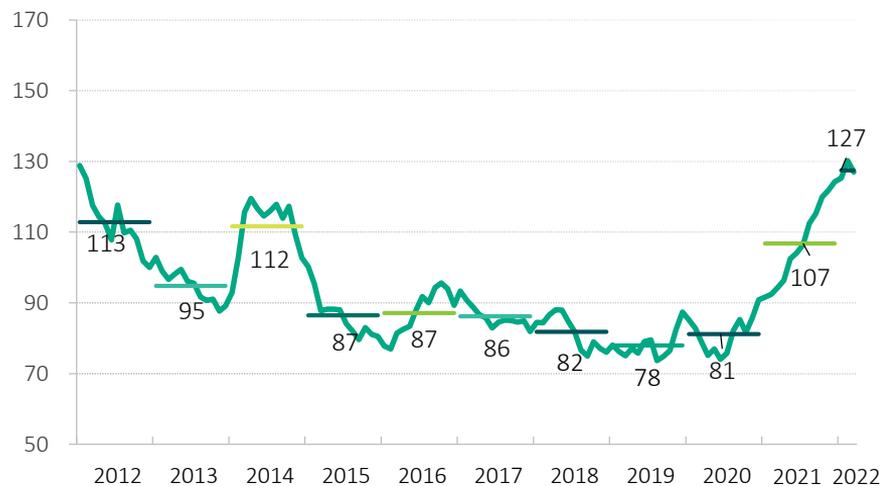
6,3% Chile

- Convenciones
- Cárnicos
 - Galletas
 - Chocolates
 - Café
 - TM LUC
 - Helados
 - Pastas
 - Alimentos al Consumidor
 - Otros
 - Producción
 - Distribución
 - Servicios

Materias primas

Indice de Commodites

Grupo Nutresa (ICGN)

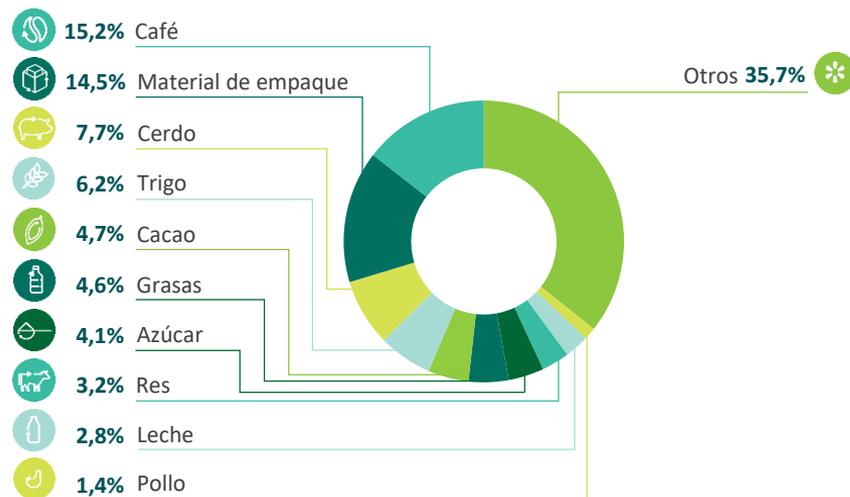


La ficha metodológica actualizada del ICGN puede ser consultada en:

<http://www.gruponutresa.com/inversionistas/resultados-y-publicaciones/resultados-trimestrales/#2022-1>

Composición del costo

2022



EBITDA

1T 2022

EBITDA

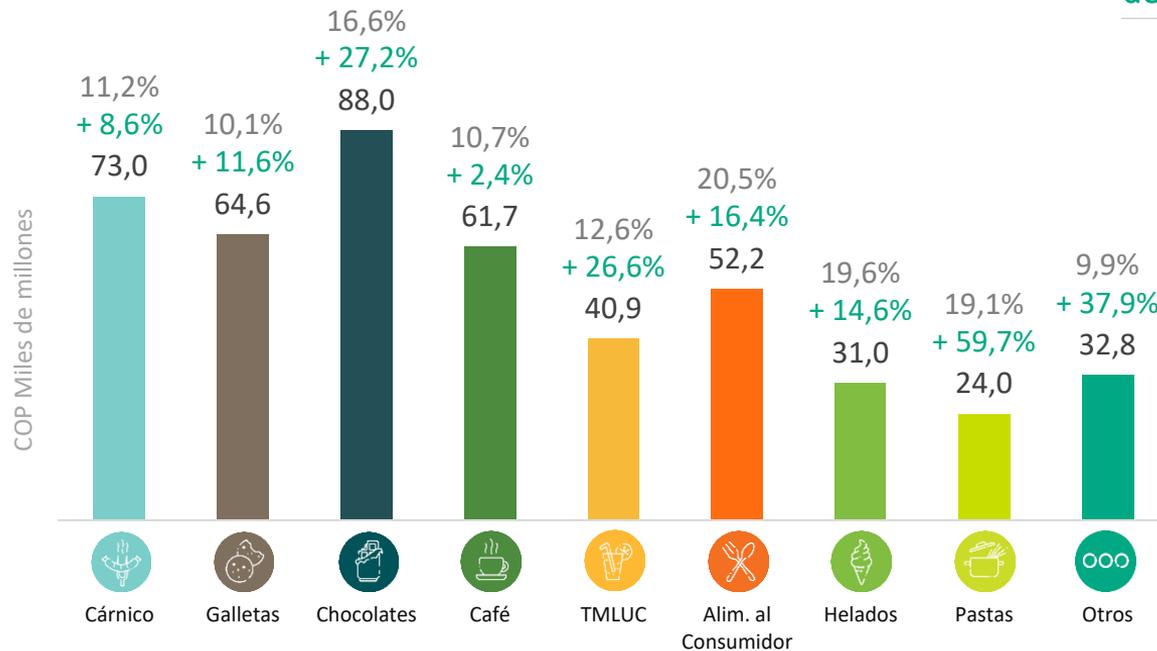
COP 468,1 ↑ 17,8%

Miles de millones

Margen EBITDA

13,0%

EBITDA por unidad de negocio



Convenciones

11,2%	Margen EBITDA
+ 8,6%	% Variación sobre el mismo periodo del año anterior
73,0	EBITDA en COP en miles de millones

Estado de resultados

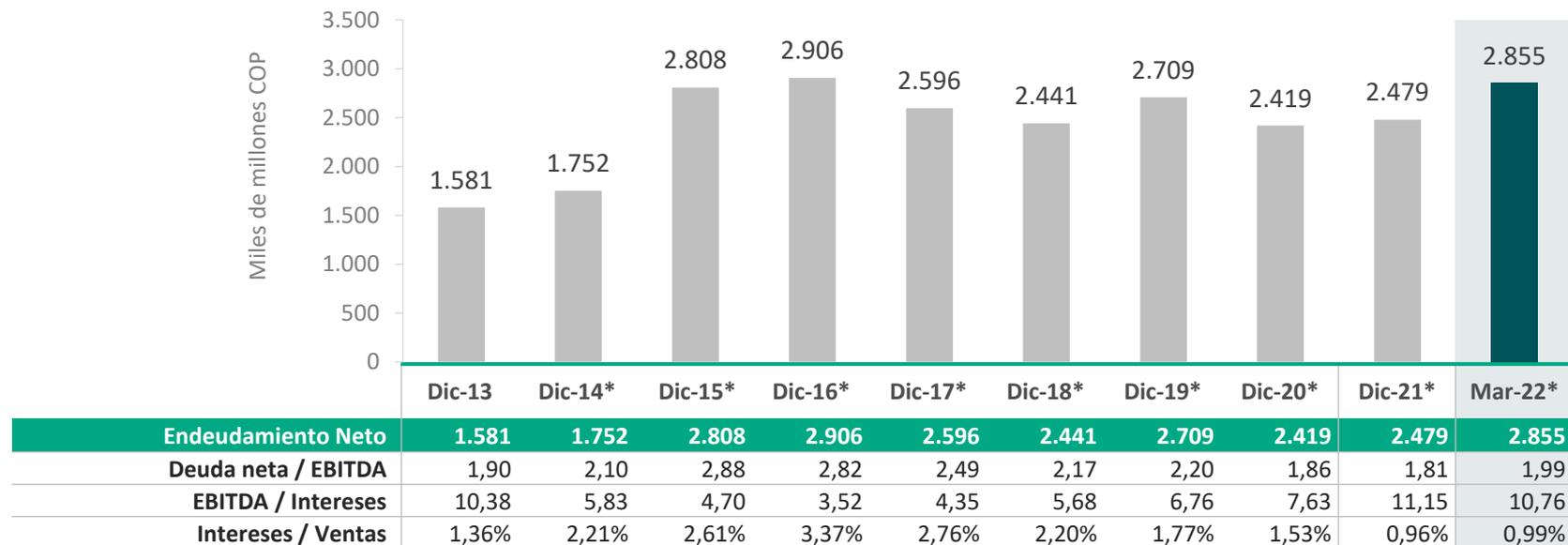
1T 2022

	2022 1T	% Ingresos	2021 1T	% Ingresos	% Var.
Operaciones continuadas					
Ingresos operacionales provenientes de contratos con clientes	3.597.442		2.833.700		27,0%
Costos de ventas	(2.223.204)	-61,8%	(1.646.174)	-58,1%	35,1%
Utilidad bruta	1.374.238	38,2%	1.187.526	41,9%	15,7%
Gastos de administración	(144.729)	-4,0%	(118.928)	-4,2%	21,7%
Gastos de venta	(828.040)	-23,0%	(723.646)	-25,5%	14,4%
Gastos de producción	(51.206)	-1,4%	(50.412)	-1,8%	1,6%
Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos	22.110	0,6%	(7.411)	-0,3%	N/A
Otros ingresos (egresos) netos operacionales	217	0,0%	3.809	0,1%	-94,3%
Utilidad operativa	372.590	10,4%	290.938	10,3%	28,1%
Ingresos financieros	6.064	0,2%	3.361	0,1%	80,4%
Gastos financieros	(73.165)	-2,0%	(58.428)	-2,1%	25,2%
Dividendos	90.204	2,5%	67.749	2,4%	33,1%
Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos	(10.592)	-0,3%	5.672	0,2%	N/A
Participación en asociadas y negocios conjuntos	4.958	0,1%	(2.823)	-0,1%	N/A
Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante	390.059	10,8%	306.469	10,8%	27,3%
Impuesto sobre la renta corriente	(103.518)	-2,9%	(71.726)	-2,5%	44,3%
Impuesto sobre la renta diferido	14.685	0,4%	(1.385)	0,0%	N/A
Utilidad del periodo de operaciones continuadas	301.226	8,4%	233.358	8,2%	29,1%
Operaciones discontinuadas, después de impuestos	(10)	0,0%	(112)	0,0%	-91,1%
Utilidad neta del ejercicio	301.216	8,4%	233.246	8,2%	29,1%
Participaciones no controladoras	5.756	0,2%	3.695	0,1%	55,8%
Utilidad atribuible a las participaciones controladoras	295.460	8,2%	229.551	8,1%	28,7%
EBITDA	468.126	13,0%	397.551	14,0%	17,8%

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

<http://www.gruponutresa.com/inversionistas/resultados-y-publicaciones/resultados-trimestrales/#2022-1>

Deuda neta consolidada



*Deuda y EBITDA PRO FORMA sin la aplicación de estándar IFRS 16



UN
FUTURO
ENTRE
TODOS



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:

[Grupo Nutresa Valuation Kit](#)

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



Michael Vexler

VP- Relationship Management

michael.vexler@bnymellon.com

Tel: 212 815 2838