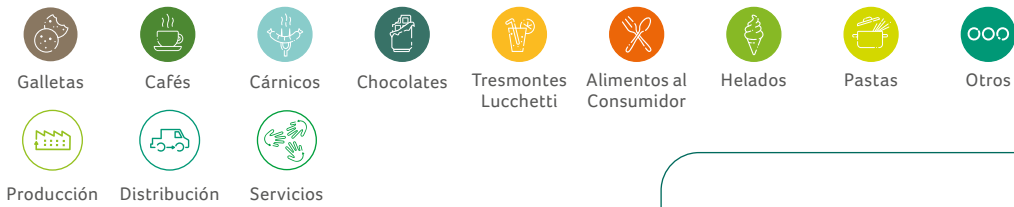


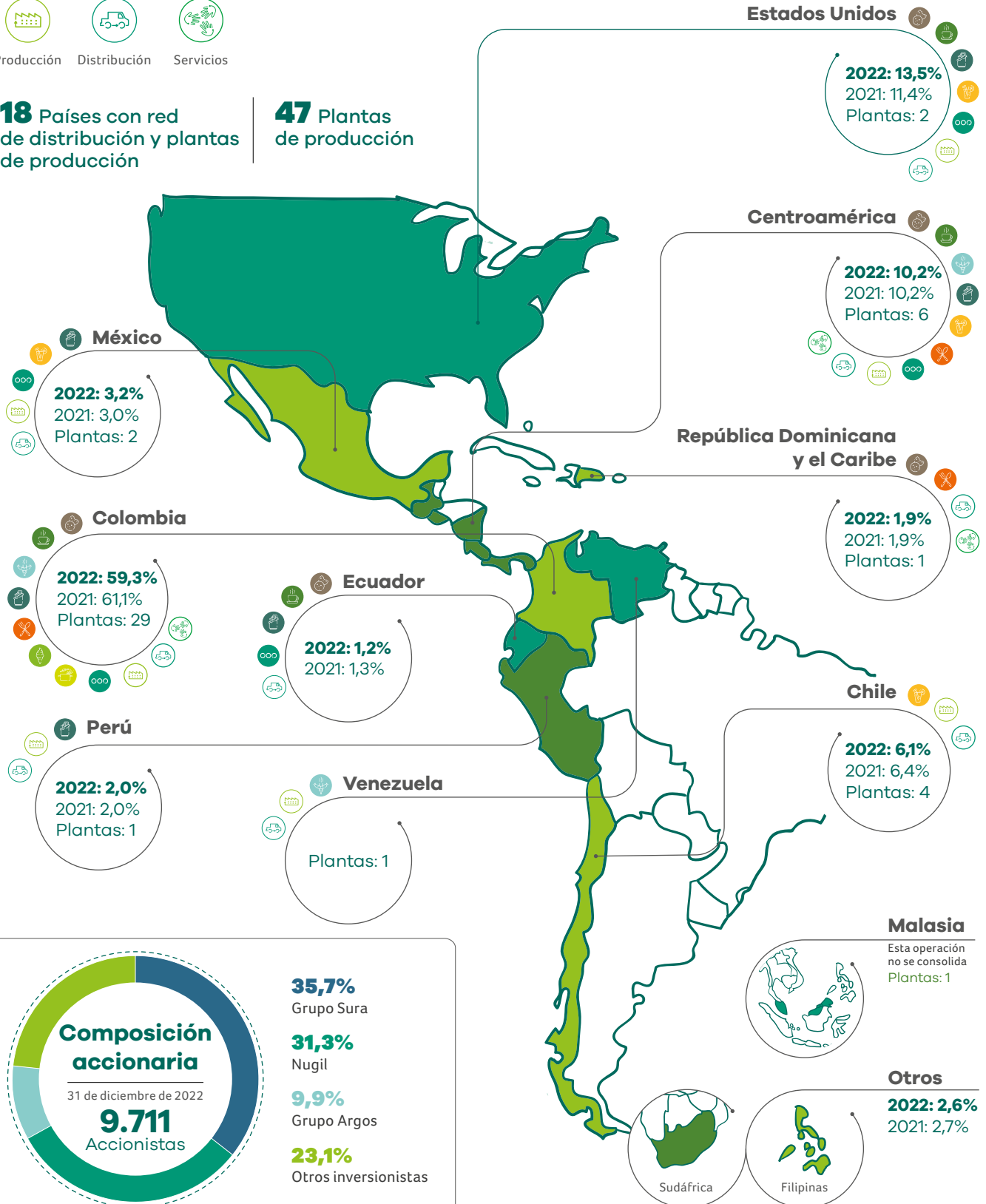
# Presencia en nuestra región estratégica [GRI 2-1] [GRI 2-6] [GRI 2-7]

## Distribución y ventas



**18 Países** con red de distribución y plantas de producción

**47 Plantas** de producción

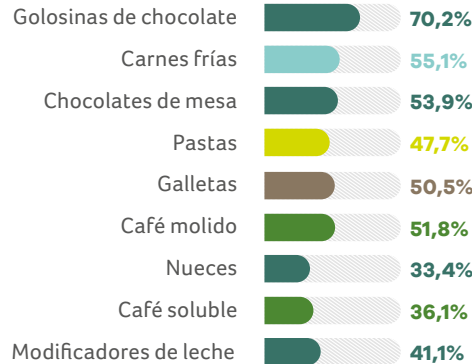


Fuente: Deceval

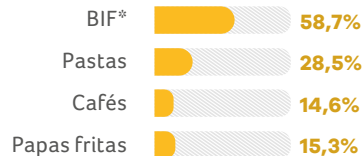
## Participación de mercado

### En Colombia\*\*

Participación consolidada



### En Chile



### En México



\*Bebidas Instantáneas Frías

# #1

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

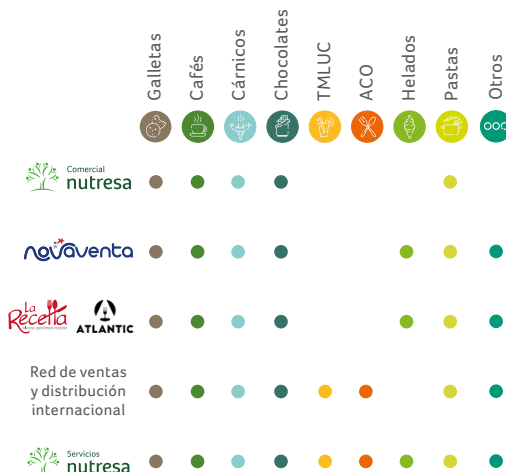
# #2

En parrilla en Colombia.

\*\* Modelo de estimación de mercado ampliado que integra diferentes fuentes de información de Nielsen e información propietaria de Grupo Nutresa.

## Estructura empresarial

[GRI 2-6]



## 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.

## Principales riesgos



**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.



**47,5%** Tradicional (tiendas y autoservicios)  
**23,0%** Cadenas de supermercados  
**11,3%** Alternativo  
**6,2%** Institucional  
**6,1%** Industrial  
**5,9%** Alimentos al Consumidor

## Colaboradores directos, indirectos y aprendices



Directos, indirectos y aprendices  
**74,0%** Colombia  
**26,0%** Exterior  
**TOTAL 48.721**



Directos y aprendices  
**63,8%** Hombres  
**36,2%** Mujeres  
**TOTAL 31.020**

## Clientes 1.613.340

- Empresarias Novaventa **266.802**
- Puntos de venta **1.346.538**

## Vendedores 10.392

## Transformación digital

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



Evolución de la cultura



Apropiación de nuevas formas de trabajo



Incursión en nuevos modelos de negocio

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 2022

## Consolidación de nuestros compromisos a 2030

Personas formadas en LA/FT/FPADM  
**2022: 31.706**  
 2021: 30.455 ▲

Producción fabricada en centros certificados  
**2022: 95,6%**  
 2021: 91,8% ▲

Aporte de marcas líderes al crecimiento en ventas  
**2022: 52,8%**  
 2021: 53,9% ▼

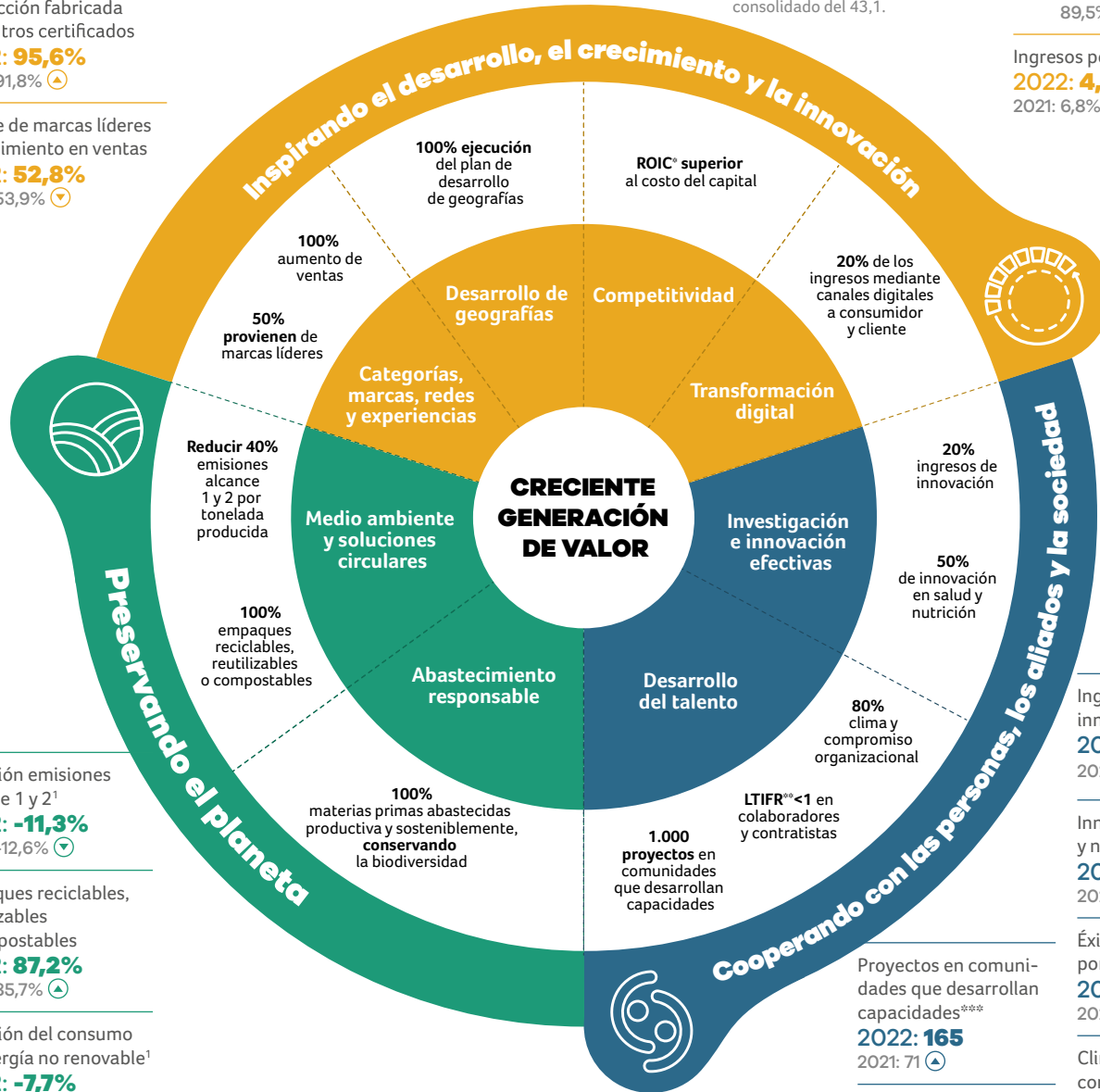
Ventas cifras en miles de millones de COP  
**2022: 17.038**  
 2021: 12.738 ▲

ROIC  
**2022: 11,6%**  
 2021: 9,1% ▲

Ejecución plan de geografías  
**2022: 92% cumplimiento**  
 2021: 100% cumplimiento ▼  
 Alcanzando un índice de desarrollo de geografías consolidado del 43,1.

Índice de satisfacción de clientes 2022  
**88,8% Colombia**  
**88,7% Internacional**  
 2021: 89,0% Colombia ▼  
 89,5% Internacional ▼

Ingresos por canales digitales  
**2022: 4,1%**  
 2021: 6,8% ▼



Variación emisiones alcance 1 y 2<sup>1</sup>  
**2022: -11,3%**  
 2021: -12,6% ▼

Empaques reciclables, reutilizables o compostables  
**2022: 87,2%**  
 2021: 85,7% ▲

Variación del consumo de energía no renovable<sup>1</sup>  
**2022: -7,7%**  
 2021: -5,5% ▲

Variación del consumo de agua<sup>1</sup>  
**2022: -2,67%**  
 2021: 1,85% ▲

<sup>1</sup>Base 2020 por tonelada producida.

Energía eléctrica renovable  
**2022: 89,1%**  
 2021: 86,4% ▲

Abastecimiento local  
**2022: 75,7%**  
 2021: 80,2% ▼

Materias primas abastecidas productiva y sosteniblemente  
**2022: 53,4%**  
 2021: 49,0% ▲

Inversión en gestión ambiental  
**2022: 37.800 millones de COP**  
 2021: 31.071 ▲

LTIFR colaboradores  
**2022: 3,60**  
 2021: 3,63 ▲

LTIFR contratistas  
**2022: 5,89**  
 2021: 6,42 ▲

Grupo Nutresa S.A.  
 Alimentos

Top 5%  
 Puntaje S&P Global ESG 2022

**85** / 100

Al 31 de febrero de 2022  
 el puntaje se otorga en base a las especificaciones según la industria y refleja los niveles de riesgo y resiliencia. Consulta más en [www.sustainalytics.com](https://www.sustainalytics.com)

S&P Global Sustainable 1

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

GRI COMMUNITY MEMBER 2023

bvc Emisor Ir

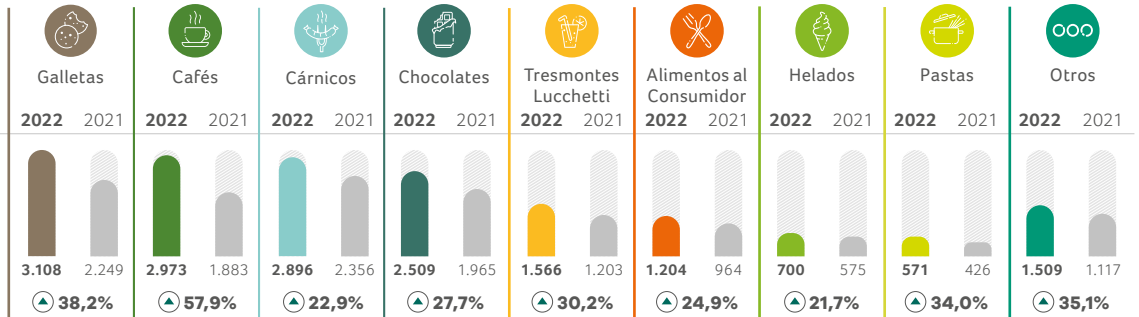
"El Reconocimiento Emisores-IR, otorgado por la Bolsa de Valores de Colombia S.A., no es una certificación sobre la bondad de los valores inscritos ni sobre la solvencia del emisor".

# Crecimiento rentable

[GRI 2-6] Miles de millones de COP

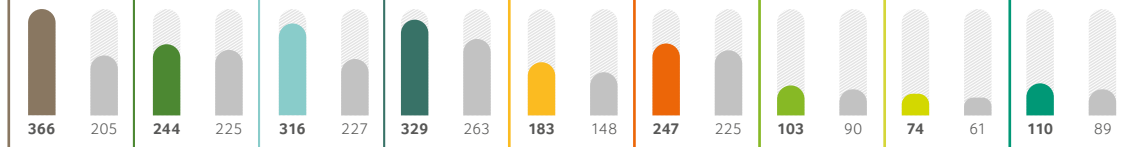
## Ventas Totales

**2022: 17.038**  
2021: 12.738  
▲ 33,8%



## Ebitda

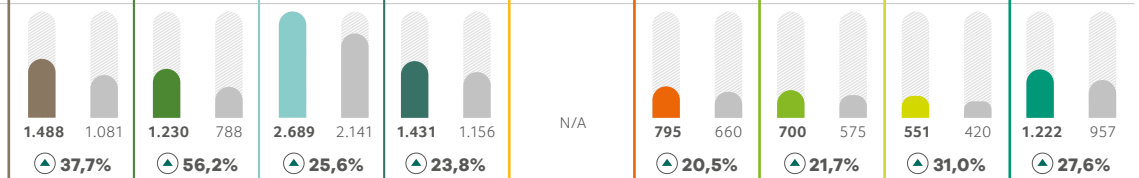
**2022: 1.971**  
2021: 1.532  
▲ 28,6%



Márgen	2022	2021
	11,6%	12,0%

## Ventas Colombia

**2022: 10.108**  
2021: 7.779  
▲ 29,9%

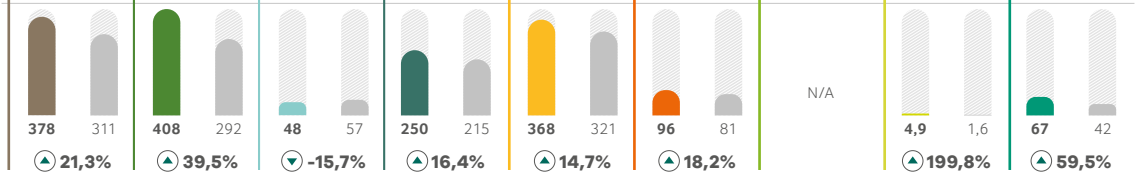


	2022	2021
Volumen	9,2%	4,4%
Precio	19,0%	11,4%

## Ventas Internacionales

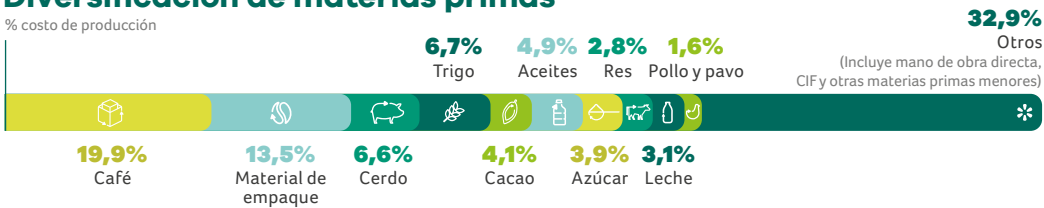
Millones de dólares

**2022: 1.620**  
2021: 1.322  
▲ 22,5%



## Diversificación de materias primas

% costo de producción



## Ventas de productos innovadores

**16,1%**  
(% sobre las ventas totales)

**Crecimiento de las Exportaciones desde Colombia** (en USD)  
**33,9%**

## Porcentaje de las ventas por Negocio



18,2%	Galletas	18,5%
17,4%	Cafés	12,4%
17,0%	Cárnicos	16,0%
14,7%	Chocolates	16,7%
9,2%	Tresmontes Lucchetti	9,3%
7,1%	Alimentos al Consumidor	12,5%
4,1%	Helados	5,2%
3,4%	Pastas	3,7%
8,9%	Otros	5,7%

## Porcentaje del ebitda por Negocio



## Más información



Escanea y consulta el informe en línea.



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. KPMG Advisory, Tax & Legal S.A.S. Marzo de 2023.