



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

2022

17,0

COP billones
~ 4 USD billones

40,7%

ventas fuera de Colombia

1,6

USD billones
ventas internacionales



Una de las empresas de alimentos más grande de Latinoamérica

CAPITALIZACIÓN DE MERCADO

20,4 ~ 4,8

COP billones USD billones

Margen EBITDA 2022 **11,6%**

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

Nuestras fortalezas

Modelo de Negocio



Gente

48,7K

Colaboradores

12,7K

Fuera de Colombia



Marcas

20

Marcas con ventas mayores a 50 USD MM

52,3%

Participación de mercado consolidada en Colombia



Capacidades para la entrega de valor

1,6 mm

Clientes atendidos

10,4K

Vendedores

Diversificación

y desarrollo de mercados

5

Continentes

18

Países

47

Plantas de producción

80

Países donde se venden nuestros productos

8

Unidades de Negocio más un capítulo de Otros



UN FUTURO ENTRE TODOS

+100 AÑOS

Creación de valor sostenible

Somos la Compañía de alimentos más sostenible del mundo según los índices de sostenibilidad **DJSI 2022**.

#1

2022

Member of **Dow Jones Sustainability Indices**

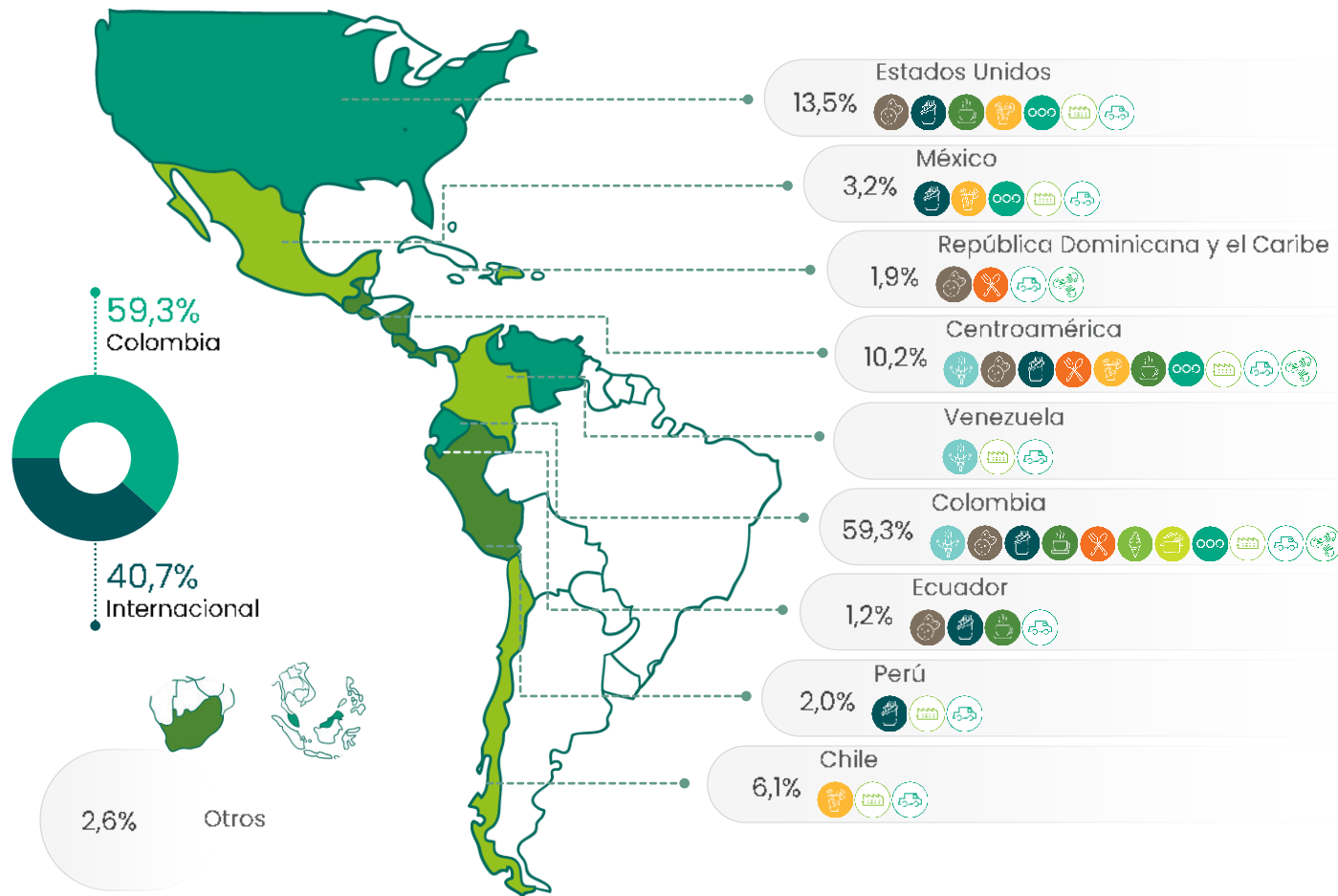
Powered by the S&P Global CSA

Top 5% de Empresas



Presencia geográfica

Ventas por región 2022



Convenciones

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

Estructura Corporativa



Capacidades de llegada al mercado y servicios



Galletas

Cafés

Cárnicos

Chocolates

Tresmontes
Lucchetti

Alimentos al
Consumidor

Helados

Pastas

Otros



Red de ventas y distribución internacional



Filosofía y actuación corporativa



Autonomía con
coherencia estratégica



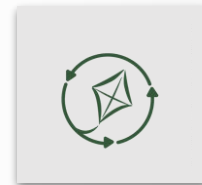
Buen Gobierno
Corporativo



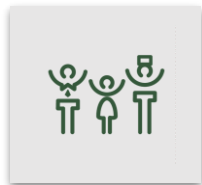
Ciudadanía corporativa
responsable



Productividad y
competitividad



Innovación efectiva



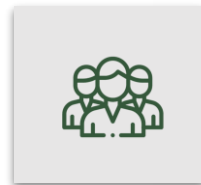
Desarrollo de
nuestro talento



Integridad



Alimentos confiables
y Vida Saludable



Gestión
colaborativa



Respeto

Expansión y desarrollo de mercados



1,9
USD
billones

Invertidos en 25
adquisiciones exitosas
en 11 países desde
el año 2000

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

2 Joint Ventures internacionales



			Biscuits Nestlé	
Chocolates Nestlé				



Nuestra Gente

- **Promovemos un sentido de pertenencia en nuestra** Compañía y en nuestro propósito común.
- **Cultura corporativa compuesta de equipos locales** diversos en todas las geografías. El conocimiento local del mercado es clave para implementar la propuesta de valor con agilidad y flexibilidad.
- **Enfoque descentralizado y ágil** que involucra autonomía local con coherencia estratégica regional.
- Transferencia de conocimiento y aprendizaje transversal entre los equipos.

Clima organizacional en un nivel de excelencia:
83,0%



Nuestras Marcas

- **Marcas líderes con propósito** respaldadas con inversión consistente.
- **Segmentación detallada del consumidor** con marcas asequibles, masivas, y *premium* para abordar las necesidades diferenciadas de los consumidores
- **Marcas locales:** Construcción de marcas con lealtad duradera por parte del consumidor
- **Innovación como eje central** para un crecimiento sólido y sostenible

20 marcas
con ventas mayores a
50 USD MM



Capacidades para la entrega de valor

- **Red de distribución amplia y diversificada** que prioriza el servicio, la agilidad y la flexibilidad.
- **Segmentación detallada de clientes** que adapta el portafolio a sus necesidades.
- **Inversión consistente en canales propietarios** para impulsar el crecimiento, la lealtad y la preferencia de los clientes.

1.613.340
clientes

Nuestra Gente



48.721
Colaboradores

31.020

Vinculados

17.701

Otros



36,2%

Mujeres

63,8%

Hombres

Clima organizacional en un nivel de excelencia

83%

10

Compañías certificadas como Empresas Familiarmente Responsables (EFR)

Red de voluntarios

12.580

colaboradores

Marcas Líderes

Portafolio diversificado de marcas locales

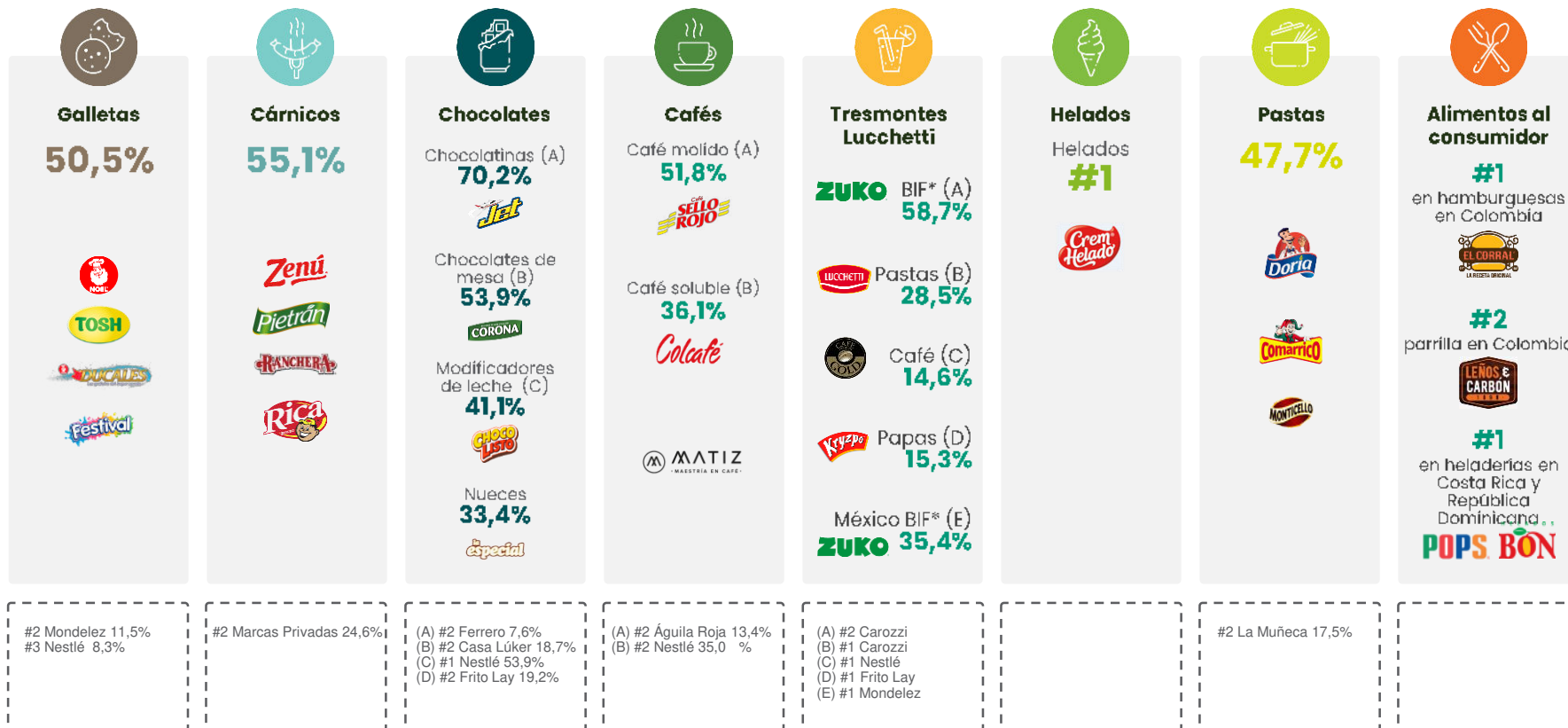
47
Marcas Líderes

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



Participación de mercado

Participación de mercado consolidada en Colombia: 52,3%



*BIF= Bebidas Instantáneas Frías | Fuente: Nielsen LTM Dic. 2022. Se realiza una actualización metodológica que implica una reponderación del año 2021 para comparabilidad.

Innovación efectiva

para abordar tendencias de consumo



CRECIMIENTO BASADO
EN INNOVACIÓN

16,1%*

Ventas por innovación/
Ventas totales 2022

Capacidades para la entrega de valor

Redes y distribución

Industrial /B2B

6,1%

- Exportador #1 de café tostado, molido y líquido desde Colombia
- Líder en cafés *premium* y certificados desde Colombia

Food Service

6,2%

- Compañía de *foodservice* líder en Colombia
- Portafolio de +2-500 productos

Alimentos al consumidor

5,9%

- 834 restaurantes y heladerías en 5 países
- #1 en hamburguesas en Colombia
- #2 en parrilla en Colombia
- 39,8 MM de transacciones en 2022
- #1 en heladerías en Costa Rica y República Dominicana

Cadenas de supermercado

23,0%

- Modelos colaborativos líderes en toda la región estratégica
- Incluye *discounters*



Tradicional (tiendas y autoservicios) / Tiendas independientes

47,5%

- Modelo especializado de atención a pequeños tenderos
- 90,1%* de cubrimiento en Colombia

Alternativo

11,3%

- Canal de Venta Directa con 266,802 emprendedoras que llegan a +4MM hogares directamente en cada ciclo (Colombia)
- Operador de máquinas expendedoras #1 en Colombia y #3 en Latinoamérica

+1,6 MM

Clientes atendidos

* 994 de of 1.103 municipios

Capacidades para la entrega de valor

Inversión en canales de rápido crecimiento



Novaventa

- Canal de Venta Directa con 266,802 emprendedoras
- Llegada a +4MM hogares directamente en cada ciclo (Colombia)
- Operador de máquinas expendedoras #1 en Colombia y # 3 en Latinoamérica
- Crecimiento de doble dígito



La Recetta

- Compañía de servicios de alimentación líder en Colombia.
- El portafolio de La Recetta y Atlantic Food Service incluye +2.500 productos



Restaurantes

- 834 restaurantes y heladerías en 5 países
- #1 en hamburguesas en Colombia
- #2 en parrilla en Colombia
- +39,8 MM de transacciones en 2022
- #1 en heladerías en Costa Rica y República Dominicana

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



Nuestro modelo de creación de valor

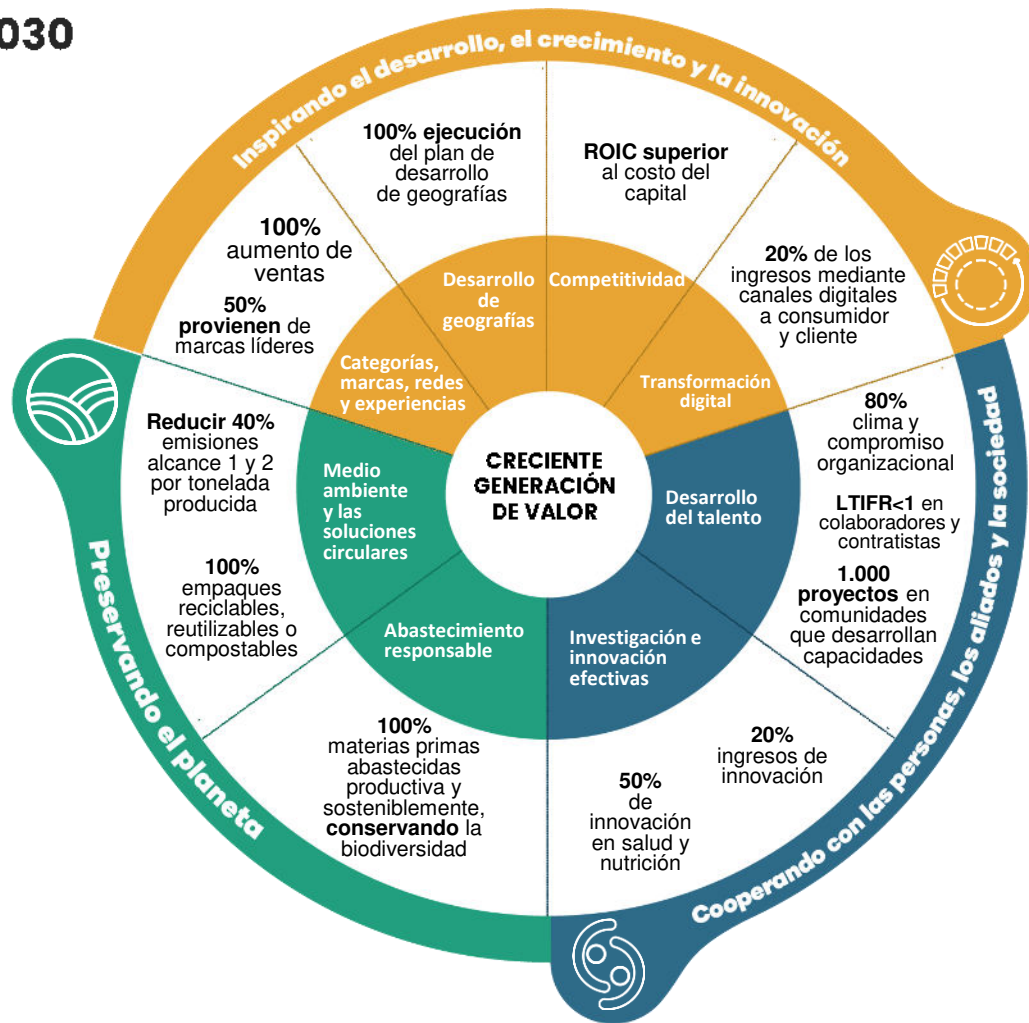
Duplicar ingresos 2020 a 2030

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



Evolución de Canales



Tiendas y Supermercados

Relacionamiento digital y otros servicios



Novaventa

11,3% de las ventas totales



La Recetta

Líder en Colombia. Capacidad de expansión regional



Restaurantes

Líder en Colombia, Centam y Caribe
Capacidad de consolidación local y regional

Nuevas Categorías

BELINA

Mascotas

Crecimiento doble dígito
Objetivo: Plataforma regional



Condimentos

Aceleración a través de plataformas de Grupo Nutresa

Bénet

Vitaminas, minerales y suplementos

Portafolio de Bebidas, suplementos nutricionales y deportivos

Sostenibilidad



Plant-based

Asequible, flexible, conveniente



Transformación del portafolio

Portafolio reformulado. Innovaciones con componentes de salud y nutrición



Carbono Neutralidad

4 Marcas Carbono Neutro
1 Planta – CR

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

Reconocimientos en sostenibilidad



#1
en el Índice Mundial de DJSI 2022

Dimensiones más destacadas

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
- Desarrollo del capital humano
- Reporte social



Preservando el planeta

- Embalajes
- Medición de impacto
- Reporte ambiental



Inspirando el desarrollo, el crecimiento y la innovación

- Gestión de la innovación
- Gestión de riesgo y crisis
- Gestión de impuestos

Obtuvimos en la Evaluación Corporativa de Sostenibilidad:

85
PUNTOS



Fuimos incluidos en los índices:

ISMI* **2500**

Mundial

ISMI* **800**

Mercados Emergentes

ISMI* **150**

MILA

* Dow Jones Total Stock Market Index - TSMI

Categoría Bronce

2012 - 2014

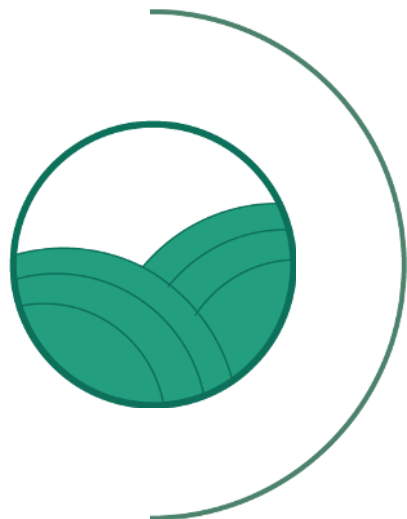
Categoría Plata

2015 - 2020

Categoría Oro

2021 - 2022

Estrategia de cambio climático a 2030



Abastecimiento responsable que conserva la biodiversidad



Abastecimiento resiliente

- Agricultura regenerativa, y cadenas libres de deforestación
- Comunidades resilientes
- Abastecimiento adaptativo

Operaciones y logística sostenible

- Embalajes y diseño para la circularidad
- Energías renovables
- Actualización tecnológica
- Reducción de la pérdida y el desperdicio de alimentos
- Logística sostenible

Innovación en productos, servicios y experiencias carbono-eficientes

- Inclusión de proteínas alternativas y sostenibles
- Eficiencia en puntos de venta y momentos de consumo
- Aumentar las Marcas Carbono Neutro

Inversión responsable con el clima

- Inversiones y adquisiciones de baja carbono-intensidad (neutro-positivo)
- Alianzas
- Acceso a capital sostenible
- Compensación de Emisiones

Adaptación, riesgos y transformación de la cultura

- Movilizar a colaboradores y grupos relacionados para mitigar los riesgos financieros del cambio climático y potenciar las oportunidades derivadas del mismo

Medio Ambiente y soluciones circulares



100%

Materias primas abastecidas productiva y sosteniblemente, conservando la biodiversidad

Reducir

30% pérdida y 50% desperdicio de alimentos

-25%

Reducción energía no renovable

-40%

GEI alcance 1+2

100%

Energía eléctrica renovable

100%

Embalajes reciclables, reusables y compostables



Resultados Financieros

Highlights Financieros 2022

↑ **33,8%**

**Crecimiento
en Ventas**

Todos los negocios y geografías crecen a doble dígito

↓ **370 pbs**

Margen Bruto

+ Costo de materias primas y retos en logística global

↓ **370 pbs**

Gastos/ventas

Eficiencia y productividad organizacional

↑ **28,6%**

EBITDA

↑ **30,4 %**

Utilidad Neta

Margen: 5,2%

↓ **1,85x**

**Deuda
Neta/EBITDA**

↑ **11,6%**

ROIC

+252 PBS comparado con 2021

16,1%

**Ventas de
innovación**

Sobre ventas totales

Ventas totales

Acumulado 2022

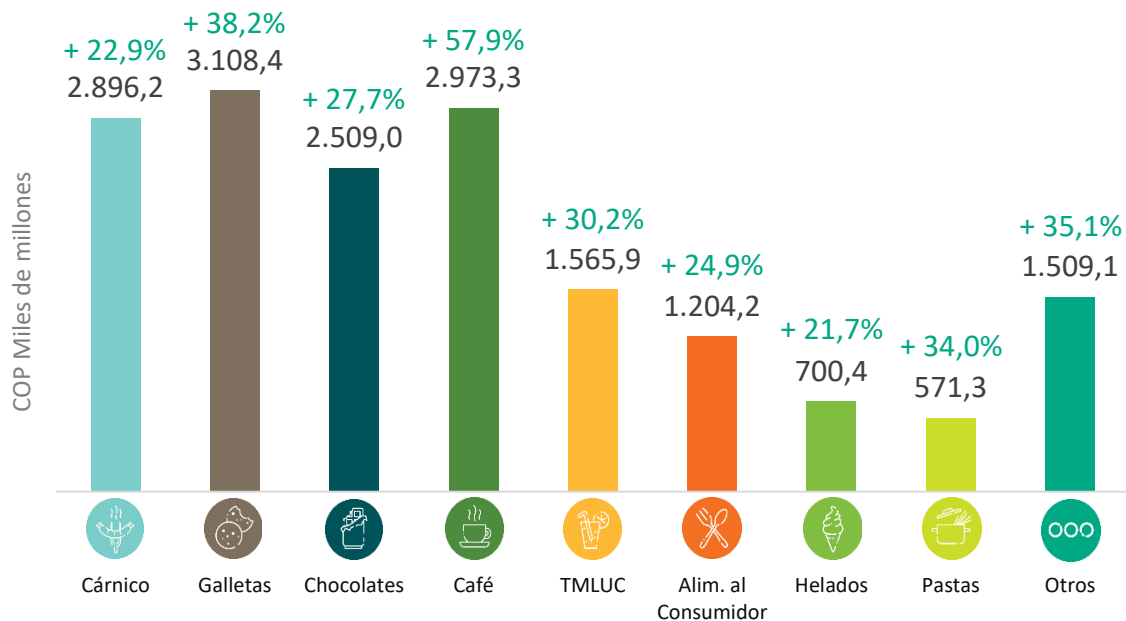
Ventas totales

COP 17.037,8 ↑ 33,8%
Miles de millones

Orgánico

COP 16.811,2 ↑ 32,9%
Miles de millones

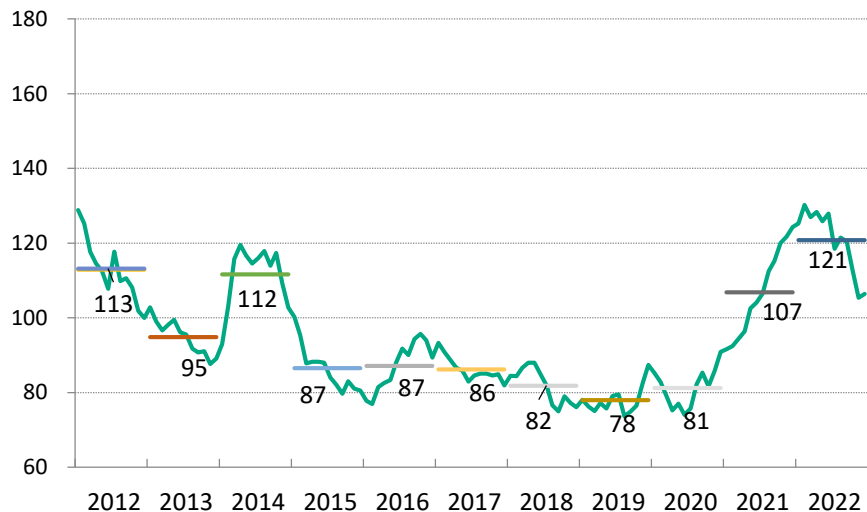
Ventas por unidad de negocio



% var. YoY COP miles de millones

Indice de Commodites

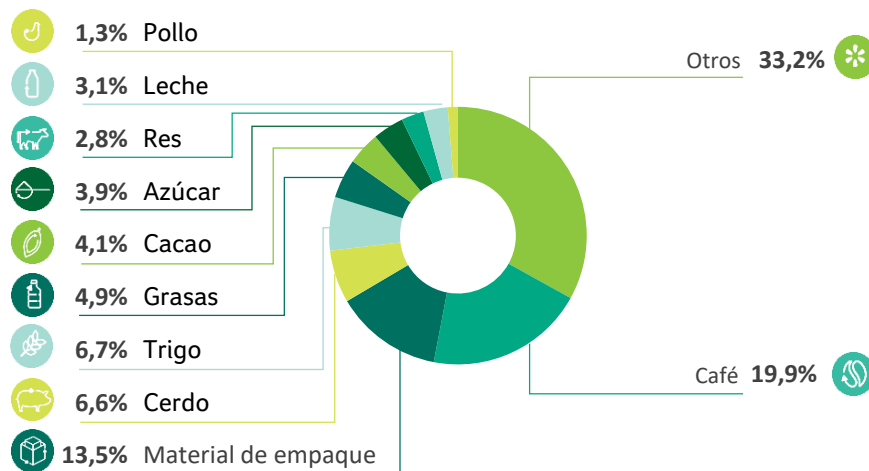
Grupo Nutresa (ICGN)



La ficha metodológica actualizada del ICGN puede ser consultada en:
<https://gruponutresa.com/mapa-de-inversionistas/resultados-trimestrales/?yr=2022&tr=4>

Composición del costo

2022



EBITDA

Acumulado 2022

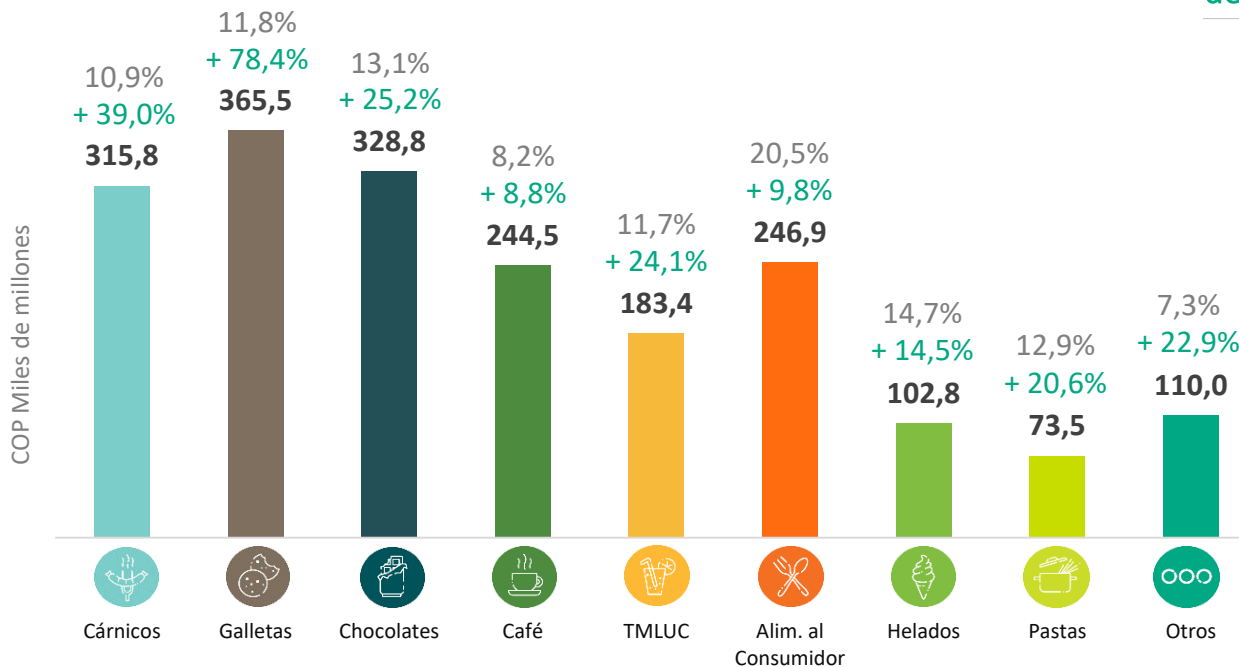
EBITDA

COP 1.971,2 ↑ 28,6%

Miles de millones

Margen EBITDA

11,6%



EBITDA por unidad de negocio

Convenciones

10,9% Margen EBITDA
+ 39,0% % Variación sobre el mismo periodo del año anterior
315,8 EBITDA en COP en miles de millones

Estado de resultados

Acumulado 2022



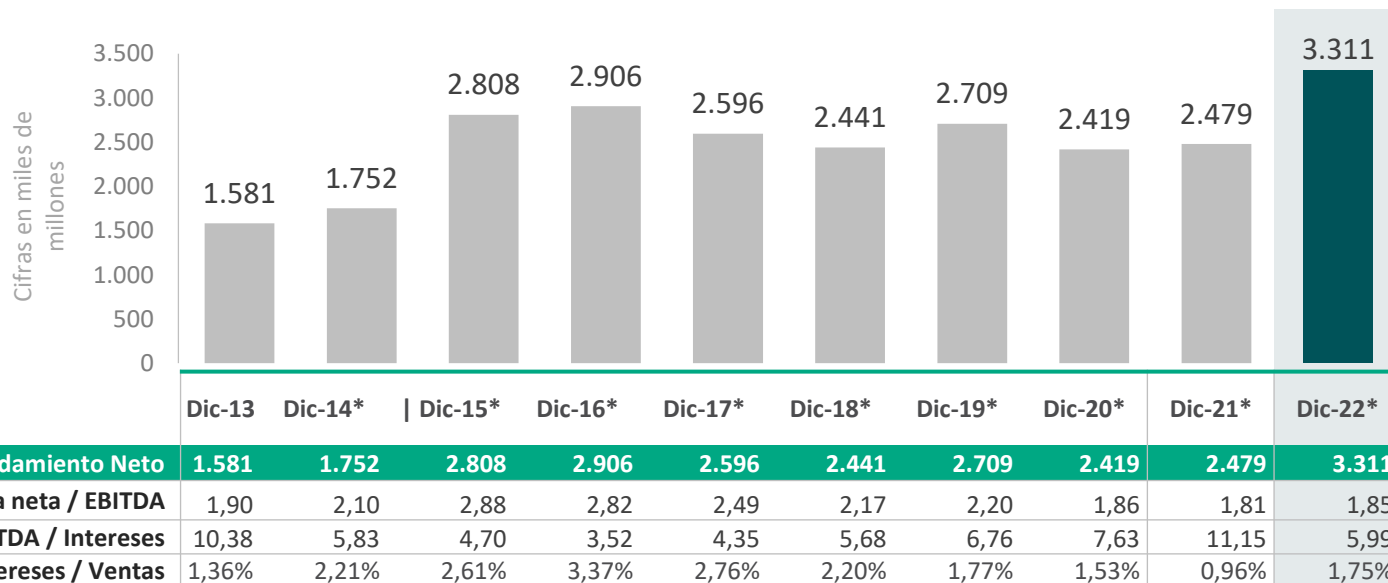
UN
FUTURO
ENTRE
TODOS

	2022	% Ingresos	2021	% Ingresos	% Var.
Operaciones continuadas					
Ingresos operacionales provenientes de contratos con clientes	17.037.823		12.738.271		33,8%
Costos de ventas	-10.799.595	-63,4%	-7.610.884	-59,7%	41,9%
Utilidad bruta	6.238.228	36,6%	5.127.387	40,3%	21,7%
Gastos de administración	-648.381	-3,8%	-547.290	-4,3%	18,5%
Gastos de venta	-3.902.807	-22,9%	-3.281.883	-25,8%	18,9%
Gastos de producción	-254.948	-1,5%	-230.055	-1,8%	10,8%
Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos	53.995	0,3%	28.100	0,2%	92,2%
Otros ingresos netos operacionales	20.413	0,1%	9.038	0,1%	125,9%
Utilidad operativa	1.506.500	8,8%	1.105.297	8,7%	36,3%
Ingresos financieros	59.891	0,4%	33.464	0,3%	79,0%
Gastos financieros	-443.218	-2,6%	-241.076	-1,9%	83,8%
Dividendos	90.229	0,5%	67.790	0,5%	33,1%
Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos	29.553	0,2%	23.055	0,2%	28,2%
Participación en asociadas y negocios conjuntos	18.147	0,1%	-1.013	0,0%	N/A
Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante	1.261.102	7,4%	987.517	7,8%	27,7%
Impuesto sobre la renta corriente	-408.911	-2,4%	-238.894	-1,9%	71,2%
Impuesto sobre la renta diferido	51.610	0,3%	-24.162	-0,2%	N/A
Utilidad del periodo de operaciones continuadas	903.801	5,3%	724.461	5,7%	24,8%
Operaciones discontinuadas, después de impuestos	-34	0,0%	-31.207	-0,2%	-99,9%
Utilidad neta del periodo	903.767	5,3%	693.254	5,4%	30,4%
Participaciones no controladoras	20.791	0,1%	16.375	0,1%	27,0%
Utilidad atribuible a las participaciones controladoras	882.976	5,2%	676.879	5,3%	30,4%
EBITDA	1.971.244	11,6%	1.532.391	12,0%	28,6%

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

<https://gruponutresa.com/mapa-de-inversionistas/resultados-trimestrales/?yr=2022&tr=4>

Deuda neta consolidada



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



Grupo
nutresa

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