



## Miguel Moreno Múnera

Presidente

En Grupo Nutresa desde 2003

41 años

## Aspectos relevantes 2018

**Experimentamos** una disminución de la rentabilidad, principalmente por la combinación de mayores costos de la materia prima en Colombia y el menor precio del producto en los mercados internacionales.

**Fortalecimos** nuestras marcas en Colombia. Adicionalmente, tuvimos un año retador en café negro instantáneo por los diferenciales de precio con otros actores del mercado.

**Presentamos** un crecimiento positivo en ventas en el canal alternativo, tanto en máquinas *vending* como en ventas por catálogo.

**Ampliamos** la cobertura de nuestras marcas por fuera de Colombia, especialmente en Ecuador, Panamá y Costa Rica, con la estrategia de segmentación del portafolio, de acuerdo con las características de cada mercado.

**Tuvimos** una reducción de las ventas a los clientes internacionales debido a procesos de licitación y cambios en sus modelos de negocio.

## Ventas Miles de millones de COP

### Ventas Totales



### Cafés representa



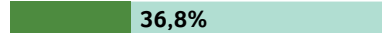
del total de las ventas de Grupo Nutresa

### Ventas Internacionales

Millones de USD

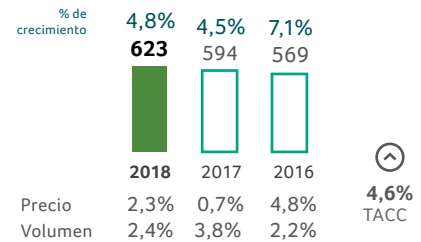


### Ventas internacionales representan



del total de las ventas del Negocio

### Ventas Colombia

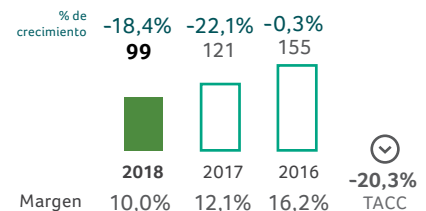


### Ventas Colombia representan



del total de las ventas del Negocio

### Ebitda Miles de millones de COP



### Cafés representa



del ebitda de Grupo Nutresa

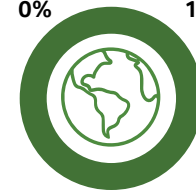
## Producto innovador



**Sello Rojo Vive.** Es un café ciento por ciento natural y sin aditivos que contiene cuatro veces más antioxidantes que el café tradicional. Ayuda a prevenir enfermedades del corazón y está avalado por la Fundación Colombiana del Corazón.

## Empleados

Internacional **0%** Nacional **100%**



**1.885**

TOTAL

(Directos, indirectos y aprendices)



Mujeres **17,6%**

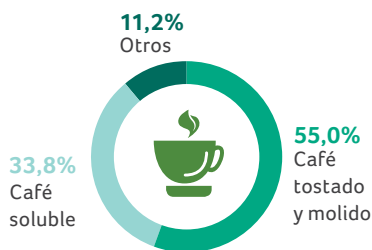


Hombres **82,4%**

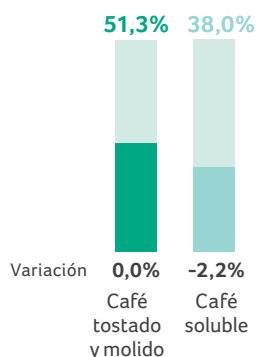
(Directos y aprendices)

### Principales categorías

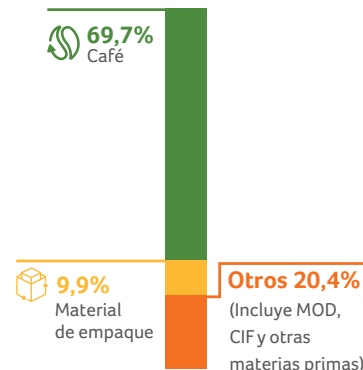
(% de las ventas totales)



### Participación de mercado en Colombia

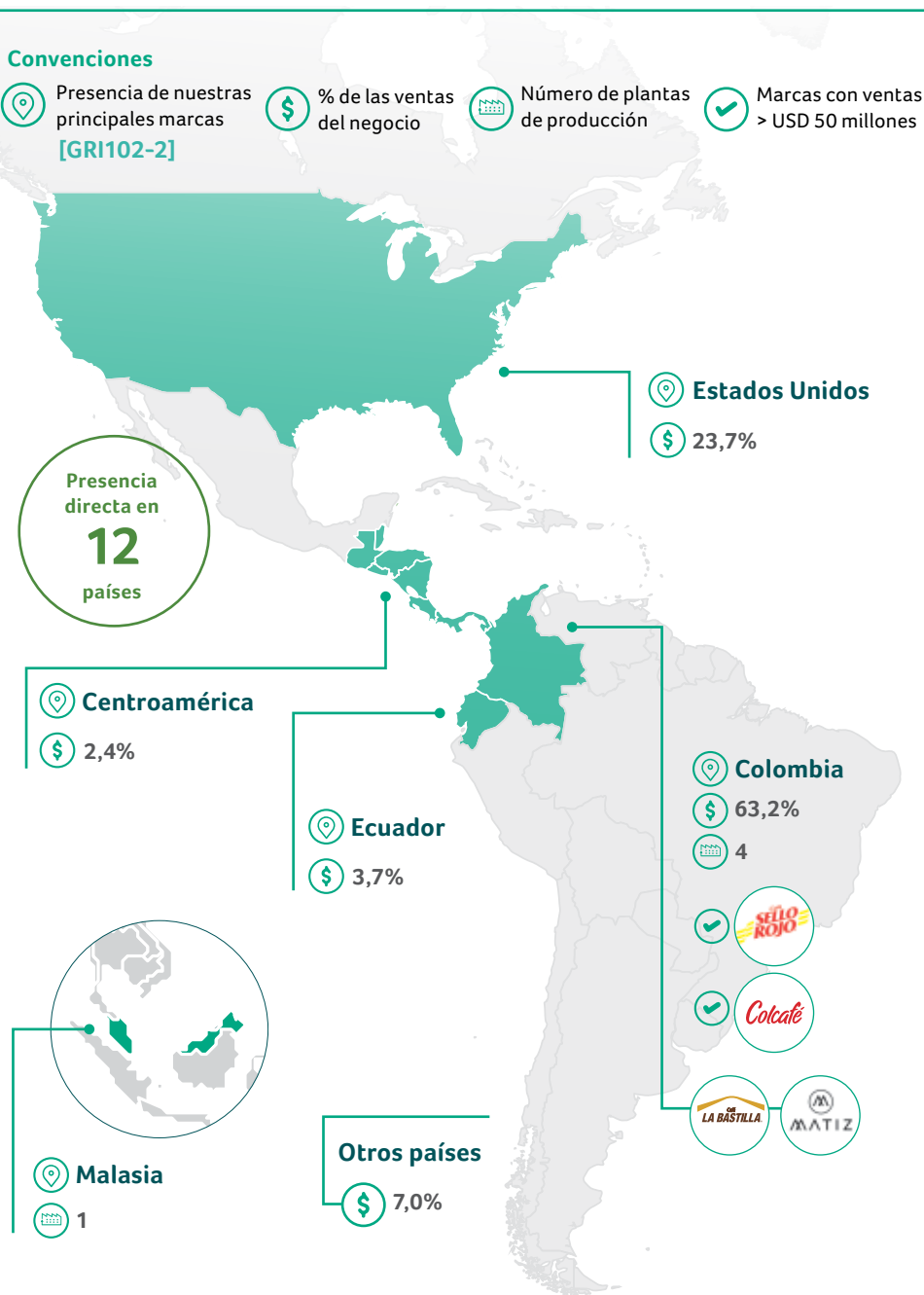


### Materias primas y otros



#### Convenciones

- Presencia de nuestras principales marcas [GRI102-2]
- % de las ventas del negocio
- Número de plantas de producción
- Marcas con ventas > USD 50 millones



### Perspectivas 2019

- Continuar** con una estrategia de compra de materia prima que garantice una adecuada cobertura de riesgos y logre satisfacer nuestros objetivos de competitividad y preferencias del consumidor.
- Mantener** la dinámica en posicionamiento de nuestras marcas en Colombia y mejorar el desempeño en café soluble con estrategias integrales en las marcas.
- Seguir** con enfoque en la innovación para garantizar la valorización de la bebida como pilar fundamental para el crecimiento rentable.
- Ejecutar** plan de clientes internacionales enfocado en colaboración estratégica para lograr crecimiento en nuestro negocio de B2B.
- Ejecutar** la estrategia soportada en el mejor talento y enfocada a una cultura de máximo desempeño, agilidad y flexibilidad.
- Seguir** desarrollando la estrategia basada en sostenibilidad con la ejecución de planes de apoyo a la cadena que contribuyan al mejoramiento de la productividad.