



Alberto Hoyos Lopera

Presidente

En Grupo Nutresa desde 1993

54 años

Aspectos relevantes 2018

Logramos una buena dinámica de ingresos, con una gestión efectiva de costos y gastos operacionales, además de la mejora en la productividad y un crecimiento del margen de rentabilidad.

Ejecutamos la desinversión de las compañías Litoempaques y Logypack para asegurar mayor focalización en el Negocio de Galletas y *snacks* saludables.

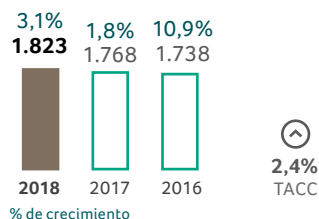
Implementamos el Modelo de Gestión de Marcas y Redes de Grupo Nutresa, generando eficiencias y mejorando el impacto en el consumidor. Pasamos de tener un portafolio de 30 marcas en 2017 a uno de 23 en 2018.

Obtuvimos la formalización de nuestras primeras dos patentes de invención relacionadas con la eficiencia en el horneado con alcance Colombia y la producción de *snacks* saludables con alcance en la región estratégica.

Construimos el propósito superior de Tosh: "Ser la marca que te impulsa a vivir en armonía contigo y con tu mundo"; y logramos su certificación como Carbono Neutral. Además, avanzamos en el proceso de expansión del portafolio de *snacks* saludables con el lanzamiento en Costa Rica, a través de una propuesta de valor adaptada al mercado local.

Ventas Miles de millones de COP

Ventas Totales



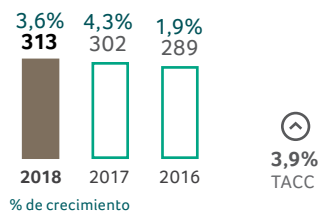
Galletas representa



del total de las ventas de Grupo Nutresa

Ventas Internacionales

Millones de USD

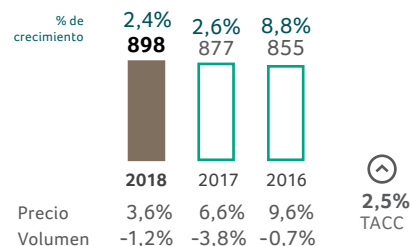


Ventas internacionales representan



del total de las ventas del Negocio

Ventas Colombia

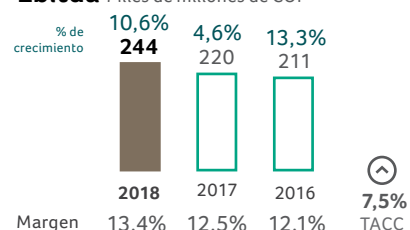


Ventas Colombia representan

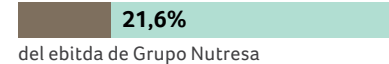


del total de las ventas del Negocio

Ebitda Miles de millones de COP



Galletas representa



del ebitda de Grupo Nutresa

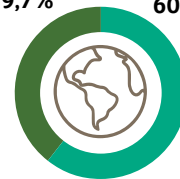
Producto innovador



Tosh Wafer. Una galleta *wafer* multicereal, con trozos de fruta natural, sin azúcar adicionada y endulzada naturalmente con estevia, en dos sabores –kiwi y coco–, para satisfacer las necesidades de los consumidores y las tendencias en alimentación saludable.

Empleados

Internacional **39,7%** Nacional **60,3%**



5.373

TOTAL

(Directos, indirectos y aprendices)



Mujeres **26,4%**

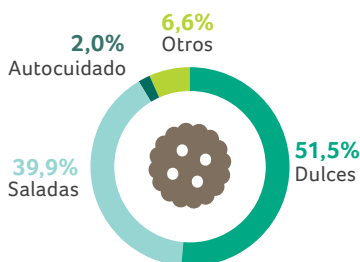


Hombres **73,6%**

(Directos y aprendices)

Principales categorías

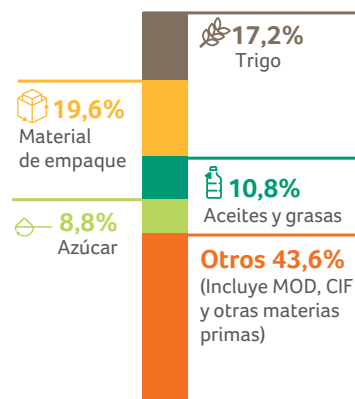
(% de las ventas totales)



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

- Conservar** los planes de productividad y eficiencia de las plataformas productivas de Colombia, Costa Rica y EE. UU., así como el aprovechamiento de las ventajas que nos da el proceso de abastecimiento y compras globales.
- Incorporar** el conocimiento de Naturela para aumentar nuestro portafolio de nutrición y bienestar e incluir nuevas fuentes de proteína e ingredientes naturales.
- Mantener** la participación de mercado en Colombia y Centroamérica a través de la innovación, el fortalecimiento del poder de las marcas y la participación activa en todos los canales en ambas geografías.
- Ampliar** el portafolio de las marcas Lil'Dutch Maid y Tru-Blu dado el crecimiento de nuestros canales en EE. UU.
- Incursionar** en cadenas especializadas de salud y bienestar en EE. UU. a través de propuestas de valor orgánicas y sin organismos genéticamente modificados.