



Jorge Eusebio Arango López

[En Nutresa desde 1991 / edad: 61 años]

Presidente

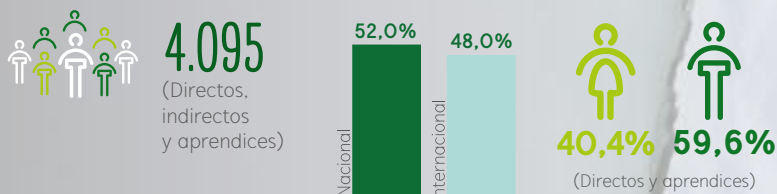
ASPECTOS RELEVANTES 2016

- Incrementamos los volúmenes de venta en las principales categorías del Negocio, con crecimiento destacado en las de chocolates de mesa y golosinas.
- Continuó la presión en los costos directos de producción por efecto de las principales materias primas.
- Realizamos ajustes de precio y mejora en mezclas de producto e innovación para compensar parcialmente el efecto en la rentabilidad.
- Desarrollamos planes de productividad y eficiencia, optimización del mercadeo, racionalización de descuentos y promociones para rentabilizar la operación.
- Fortalecimos la estrategia del Negocio e integramos las operaciones de mercadeo, comercial, investigación y desarrollo, y técnica.
- Destacamos el crecimiento de la categoría de productos industriales en el mercado nacional y en las operaciones internacionales, especialmente en Estados Unidos.
- Obtuvimos el primer puesto en clima organizacional, entre 57 compañías con más de 500 colaboradores, evaluadas por CINCEL.

Presencia directa en 11 países



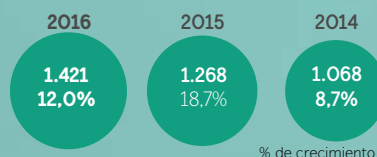
Empleados



Ventas

Ventas totales

Miles de millones de COP



TACC 10,0%*

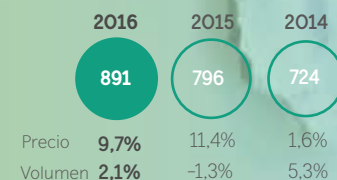
*Tasa Anual de Crecimiento Compuesto

Chocolates representa



Ventas Colombia

Miles de millones de COP



TACC 7,2%

Ventas Colombia representa

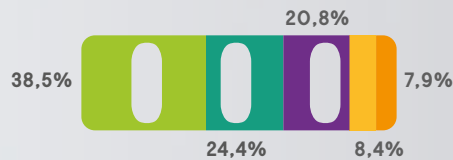


CHOCOLATES NUTRESA



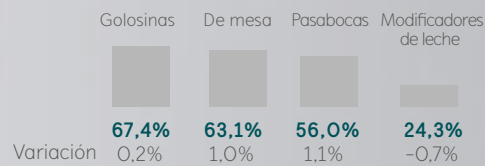
Principales categorías

(% de las ventas totales)



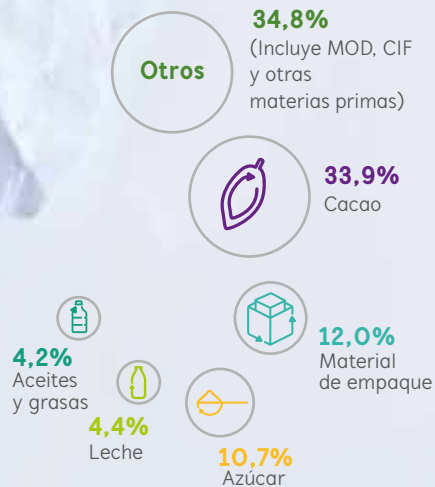
- Golosinas
- De mesa
- Modificadores de leche
- Pasabocas
- Otros

Participación de mercado en Colombia (%)



Materias primas

(% costo de producción)



PERSPECTIVAS 2017

- Continuar fortaleciendo la categoría de bebidas de chocolate de mesa bajo la campaña "Amo el Chocolate", con innovaciones relevantes de producto y equipos de preparación.
- Fortalecer la macrocategoría de pasabocas con productos funcionales, nutritivos y saludables, con énfasis en innovación valorizada y masificación. Además, ampliar esta categoría en nuevos mercados de relevancia.
- Continuar con el desarrollo de planes de productividad, eficiencia y competitividad en todos los frentes del Negocio, así como

- buscar el mejor costo-beneficio para impactar positivamente la rentabilidad.
- Impulsar el crecimiento de las ventas internacionales desde las plataformas productivas con foco en los mercados estratégicos, con esquemas de distribución y nuevos mercados de exportación, en búsqueda de un balance entre las ventas nacionales e internacionales.
- Afianzar los programas de sostenibilidad en cacao y su proyección como estrategia de apoyo en el posconflicto colombiano.

Ventas por fuera de Colombia

Millones de USD

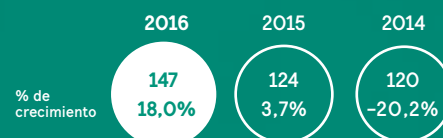


TACC 0,5%

Ventas por fuera de Colombia representa **37,3%** del total de la unidad de negocio

Ebitda

Miles de millones de COP



Margen **10,3%** TACC **7,0%** ▲

Representa **14,2%** del ebitda total del Grupo