



## Alberto Hoyos Lopera

[En Nutresa desde 1993 / edad: 52 años]

**Presidente**

### ASPECTOS RELEVANTES 2016

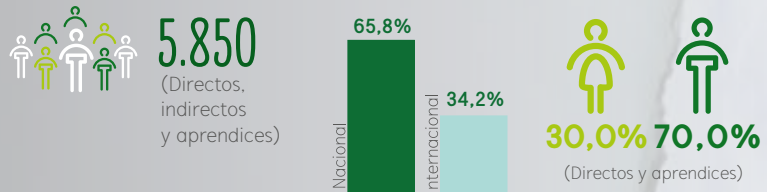
- Compañía de Galletas Noel cumplió 100 años y continúa siendo vigente, innovadora y sostenible.
- Presentamos una excelente dinámica de ventas, con crecimiento de doble dígito y un buen balance entre las ventas internacionales y nacionales.
- Logramos una importante valorización del precio por kilo, principalmente en Colombia, conservando así el crecimiento de la categoría y alcanzando niveles positivos de rentabilidad.
- Concentramos la inversión e innovación en las marcas más relevantes.
- Avanzamos en la implementación del Modelo de Gestión de Marcas y Redes de Grupo Nutresa en Colombia y Centroamérica.
- Mejoramos de manera significativa la penetración de clientes de *crackers* en Estados Unidos y simultáneamente incrementamos la capacidad de galletas dulces para responder a la creciente demanda en este país.
- Realizamos nuevos desarrollos en el portafolio de bienestar, incluyendo el lanzamiento de nuevas galletas y *snacks* saludables bajo la marca TOSH.



○ Presencia de nuestras principales marcas

✔ Marcas con ventas >USD 50 millones  
 🏭 Plantas de producción

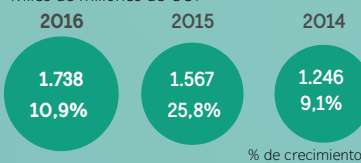
### Empleados



### Ventas

#### Ventas totales

Miles de millones de COP



TACC 11,7%\* ⬆️

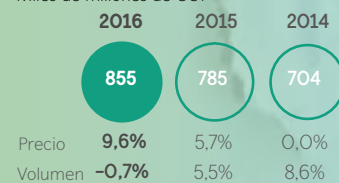
\*Tasa Anual de Crecimiento Compuesto

Galletas representa



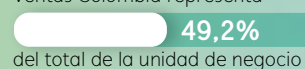
#### Ventas Colombia

Miles de millones de COP

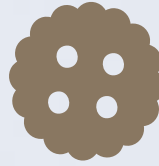


TACC 6,7%

Ventas Colombia representa

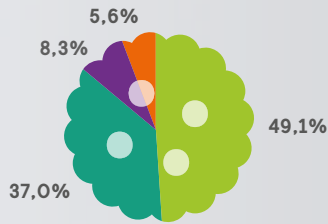


# GALLETAS NUTRESA



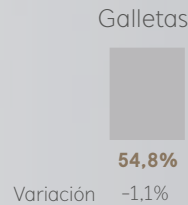
## Principales categorías

(% de las ventas totales)



● Dulces ● Saladas ● Autocuidado ● Otros

## Participación de mercado en Colombia (%)



## Materias primas

(% costo de producción)



## PERSPECTIVAS 2017

- Implementar proyectos de productividad e incrementar la capacidad productiva en Estados Unidos, con foco en la generación de mayores ventas.
- Fortalecer el portafolio de bienestar mediante la masificación de propuestas de valor de la marca TOSH en la región estratégica.
- Concentrar la inversión e innovación en las cuatro principales marcas de galletas en Centroamérica –Pozuelo, Chiky, TOSH y Bokitas–, con el fin de incrementar la participación de mercado y la penetración en los hogares, principalmente en Guatemala, Costa Rica y Panamá.
- Aumentar la productividad e incorporar iniciativas de ecoeficiencia y rediseño de procesos en todas las plataformas productivas, para reducir nuestro impacto en el medioambiente y mejorar la rentabilidad.

## Ventas por fuera de Colombia

Millones de USD

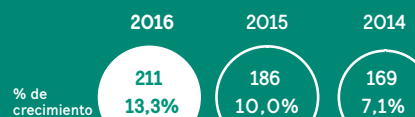


TACC 2,3%

Ventas por fuera de Colombia representa **50,8%** del total de la unidad de negocio

## Ebitda

Miles de millones de COP



Margen **12,1%**    11,9%    13,6%  
TACC **7,6%** ↑

Representa **20,5%** del ebitda total del Grupo