



Cárnicos nutresa

Luis Ignacio
Salazar Naranjo

58 AÑOS / PRESIDENTE

Vicepresidente Logística
En Grupo Nutresa desde 1999



Personas

- **Desarrollamos** 11 proyectos con foco en comunidades y clientes en condición de vulnerabilidad: Preparádomos para el Empleo (Puerto Tejada, Cauca), Educación en Nutrición (Chiriquí, Panamá), Imagen y Marca con Carroperreros (Barranquilla), Alimentando Talentos Zenú (Antioquia: Amagá, Rionegro, Yarumal y Jardín), Estilos de Vida Saludable Cuidadores y Docentes (Santa Rosa de Osos, Antioquia), Escuela de Clientes (en el ámbito nacional, Colombia), Empresari@s Zenú (Ibagué), Únete al Parche (Medellín).
- **Logramos** que el 60% de las incorporaciones de nuevos talentos estuvieran acordes con las políticas de inclusión y diversidad, en los focos de equidad de género, jóvenes y personas con discapacidad.
- **Fortalecimos** la estrategia de salud y nutrición en Colombia y Centroamérica, logrando más de 20 lanzamientos en los portafolios de atún larga vida, tilapia y carnes frescas.



Planeta

- **Aportamos** al plan de descarbonización de nuestras operaciones a través de la hoja de ruta de abastecimiento sostenible en ganadería y porcicultura, con proyectos de renovación genética, sistema silvopastoril y protección y regeneración de la biodiversidad en los sistemas ganaderos.
- **Logramos** poner en marcha dos sistemas de energía fotovoltaica en la Granja de Panamá y en la planta de Caloto, en Colombia.
- **Obtuvimos** una reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero de 48,37 toneladas de CO₂eq gracias a la consecución de 12 camiones eléctricos en nuestro transporte secundario.

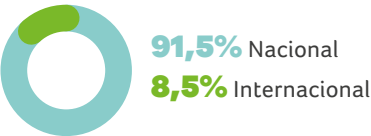


Prosperidad

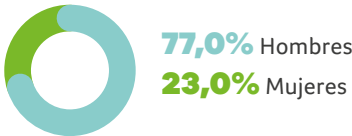
- **Incrementamos** el margen bruto del Negocio en 5,6 puntos porcentuales y el 50% del ebitda en valor, apoyados en proyectos de optimización del portafolio, eficiencias en materias primas cárnicas, innovaciones y en la consolidación de nuestras marcas en *hard discounter*.
- **Avanzamos** en la estrategia digital y consolidamos a Pideky como uno de los principales canales de venta con más de 40.000 clientes.
- **Ampliamos** el mercado internacional con ventas en Estados Unidos por más de USD 840.000 a través de nuevos productos como atún y vegetales, y carnes frías larga vida.

Colaboradores

Directos, indirectos y aprendices



Directos



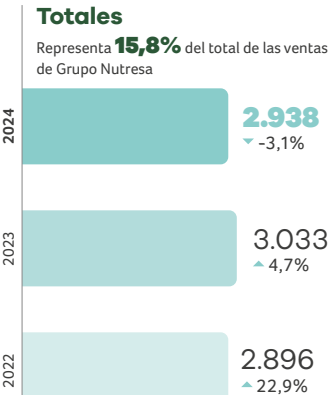
Total

8.882

Ventas

Miles de millones de COP

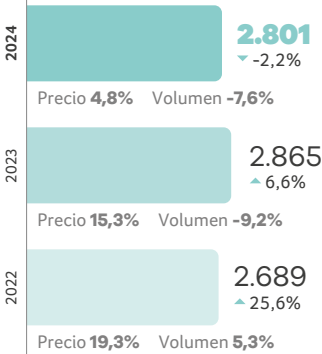
TACC
▲ 0,7%



Totales
Representa **15,8%** del total de las ventas de Grupo Nutresa

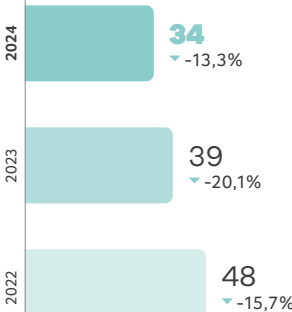
Colombia

Representa **95,3%** del Negocio.



TACC
▲ 2,1%

Internacionales
Representa **4,7%** del Negocio.
Millones de USD

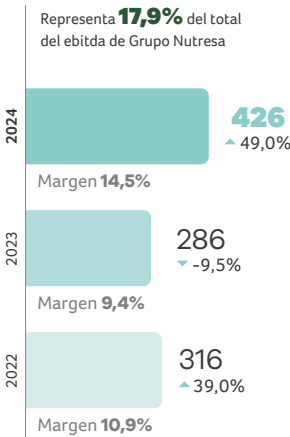


TACC
▼ -16,8%

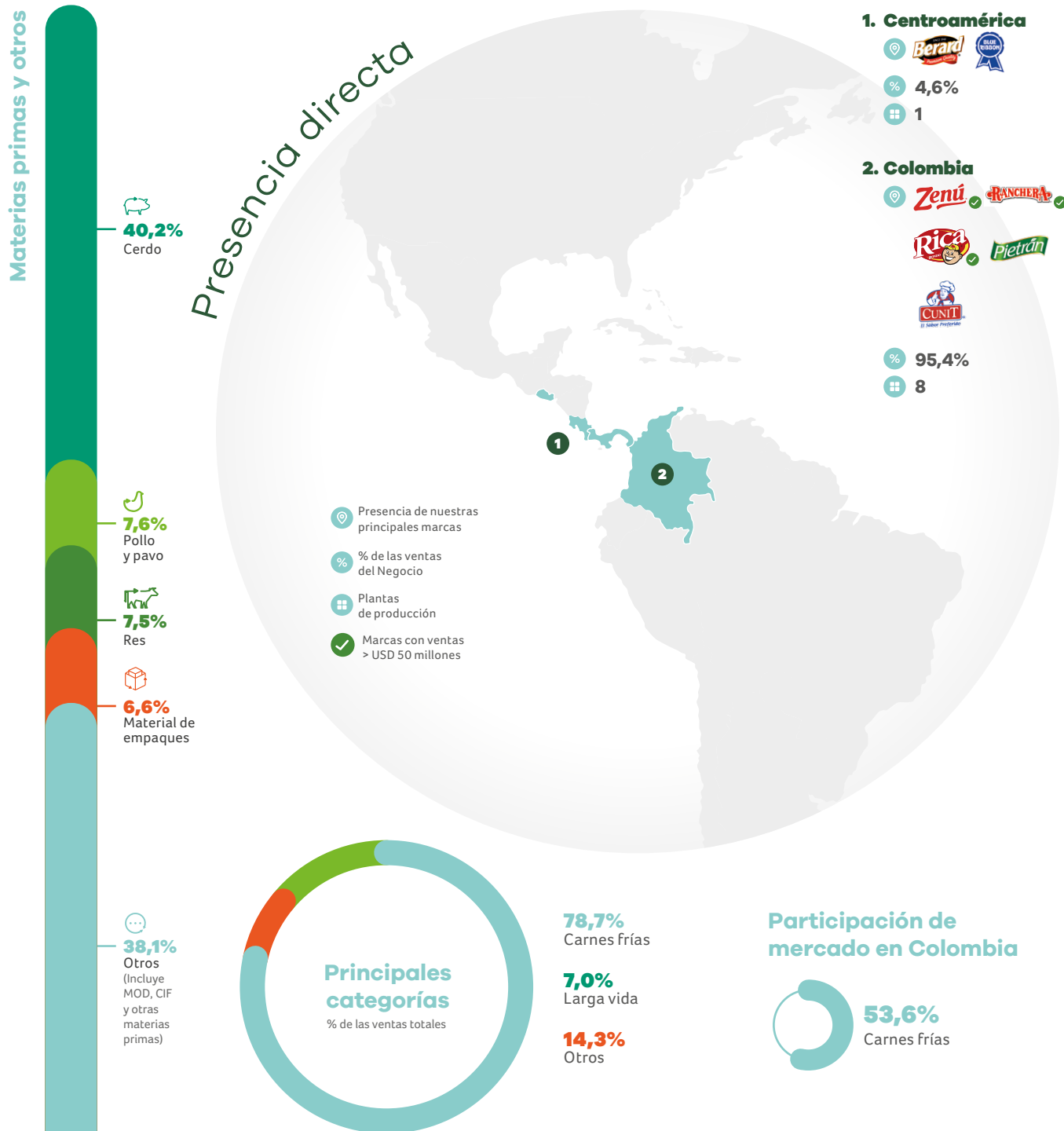
Ebitda

Miles de millones de COP

TACC
▲ 16,1%



Representa **17,9%** del total del ebitda de Grupo Nutresa



Perspectivas del Negocio

Fortalecer la presencia internacional con foco en Estados Unidos y Centroamérica.

Ser eficientes y adaptables en toda la cadena de valor, de acuerdo con las necesidades del mercado y condiciones del entorno en todas las geografías.

Afianzar el relacionamiento con los grupos de interés para generar valor y desarrollo.

Fortalecer la estrategia de nutrición y salud por medio de la innovación y el desarrollo de las marcas.

Optimizar el consumo de recursos naturales en todas las operaciones para la preservación del planeta.