



Grupo Familia, comprometido con el desarrollo sostenible, reportó ingresos de \$ 2,8 billones de pesos y logró impactar positivamente a más de 100 millones de consumidores en 12 países de Latinoamérica

- Con un crecimiento del 5.3% en ventas respecto al 2019, Grupo Familia reportó resultados positivos en el último año, con una estrategia enfocada en cuidar a las personas dentro y fuera de la compañía, la innovación con propósito y la sostenibilidad en el centro de sus decisiones.
- Operar y servir en diferentes países con escenarios disímiles fue un reto para la compañía en 2020, sin embargo, evidenció su capacidad adaptativa y agilidad para seguir entregando bienestar y salud a las familias e instituciones en más de 12 países de Latinoamérica.
- A través de sus marcas, desarrolló soluciones sostenibles que marcaron un hito en las categorías de higiene y aseo, duplicando las ventas a través de los canales digitales y multiplicando los servicios ofrecidos a los consumidores y clientes.
- Por primera vez en la historia de la compañía, más del 50% de sus ventas fueron realizadas por fuera de Colombia.

Medellín, 24 de marzo de 2021. Grupo Familia alcanzó resultados positivos en el año 2020 en su operación, tras un año de coyunturas que afrontan el país y los territorios donde tiene presencia. Lo anterior se debió a los grandes esfuerzos que hizo la compañía para actuar de manera coherente con su propósito superior, el entendimiento profundo del mercado, la agilidad y la innovación permanente en su portafolio de productos, servicios y procesos para responder a las tendencias de la nueva realidad y continuar generando bienestar a las familias e instituciones en más de 12 países de Latinoamérica de manera sostenible.

Sin lugar a dudas, el mayor reto al que se enfrentó en el 2020 fue garantizar la sostenibilidad de la empresa, promoviendo siempre el cuidado y la salud de todas las personas. En ese sentido, Grupo Familia realizó una inversión de más de **7 mil millones de pesos** para garantizar la protección del personal que se encuentra en la primera línea de toda su operación y poder atender así, adecuadamente al mercado y garantizar la operatividad de la compañía.

El análisis de un mercado cambiante, una estrategia clara y visión de largo plazo, le permitieron a Grupo Familia alcanzar un total de **\$ 2.8 billones de pesos en ventas**, lo que implica un crecimiento del **5.3%** con respecto al año anterior; de este total, se destaca que más del **50%** corresponde a las ventas realizadas por fuera de Colombia. Gracias a esto, pudo impactar positivamente a más de 100 millones de consumidores en 12 países de Latinoamérica.

“El 2020 nos enseñó sobre la importancia de actuar y adaptarnos de manera ágil, responsable y empáticamente con nuestros grupos de interés. De esta manera, logramos vincularnos con acciones





solidarias, entregando soluciones al sector salud y a las poblaciones más afectas por la pandemia, como los recicladores de oficio y mujeres privadas de la libertad. Asimismo, continuamos innovando en productos que marcaron un hito en las categorías de la higiene y aseo y nos conectamos con el ecosistema de innovación para resolver de forma conjunta los diferentes desafíos”, comenta Andrés Gómez, Presidente de Grupo Familia.

La nueva normalidad aceleró muchas de las tendencias del mercado en las que el Grupo Familia ya venía invirtiendo de forma sistemática, aun antes de la pandemia, como son: la omnicanalidad, la sostenibilidad y la innovación. Por ejemplo, la empresa desplegó un plan de asistencia para acompañar a más de 3.700 recicladores de oficio y sus familias para cubrir las necesidades básicas durante la pandemia, entregando más de 10.200 mercados y 1.500 subsidios económicos. Al mismo tiempo, entregó más de 16 millones de unidades de sus soluciones a aquellas personas afectadas por la pandemia y la ola invernal que sufrió el país.

Por otro lado, fortaleció su estrategia digital para estar presente en todos los momentos de compra de los consumidores y clientes, no solo con contenido de valor a través de sus marcas sino con la diversificación de puntos de contacto con ellos. Prueba de este compromiso es el crecimiento acelerado en sus canales directos al consumidor, lo que le permitió atender a más de 18.000 familias en Colombia en la seguridad de sus casas.

Para la Organización, pensar en la excelencia de procesos productivos con los que pueda aportar al cuidado del planeta es una prioridad. De esta manera, participó de la reactivación del transporte multimodal en Colombia y aumentó el porcentaje de residuos sólidos recuperados del total de los generados, pasando del 94% al 96% en 2020.

“En Grupo Familia, apreciamos con optimismo y hacemos parte de la recuperación, mantenemos nuestra visión de continuar creciendo y vemos en el 2021 un entorno en el cual podemos seguir invirtiendo, ayudando a reactivar la economía e impactando positivamente el mercado, como una organización innovadora y con propósito, responsable con el medio ambiente y, lo más importante, que logra conectarse en todos los momentos de la vida con las familias e instituciones.”, concluye Andrés Gómez.

Sobre Grupo Familia

Grupo Familia es un grupo empresarial con presencia en Suramérica y El Caribe, con más de 60 años de trayectoria. Nuestro propósito es impactar en todo momento la vida de las familias generando bienestar y salud de manera sostenible a través de soluciones superiores de cuidado, higiene y aseo.

La compañía cuenta con marcas líderes en los mercados y segmentos donde tiene presencia, entre ellas se encuentran: Familia, Pequeñín, Petys, Nosotras, Pomys, TENA y Familia Institucional. Asimismo, tiene operación directa en 8 países: Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Chile, Argentina, República Dominicana y Puerto Rico. (www.grupofamilia.com.co).

