

Informe de Gestión de Productos Familia® S.A.

Apreciados accionistas



ANDRÉS FELIPE GÓMEZ SALAZAR
Gerente General

Sin lugar a dudas, el 2020 representó un punto de inflexión en la historia de Grupo Familia®, de la sociedad y del mundo. Más allá de los diversos retos que enfrentamos, la pandemia causada por el COVID-19 nos permitió ver más allá de nosotros mismos, conectarnos de manera empática con el entorno y afianzar, aún más, nuestro propósito de llevar bienestar a millones de familias e instituciones los 365 días del año.

En medio de esta realidad, todos fuimos testigos de diversas situaciones desconocidas, como cierres parciales o suspensión de actividades en algunos sectores económicos y la rápida propagación de un virus que ha terminado con la vida de millones de personas alrededor del mundo. Finalmente, vimos cómo, poco a poco, las personas fueron adoptando nuevas dinámicas.

Sin embargo, como dicen algunos historiadores, ninguna pandemia tiene el poder de cambiar definitivamente el rumbo de una sociedad, aunque sí de acelerar cambios. Por ejemplo, la importancia de volver a lo "simple", la resignificación de la familia, la conciencia de la higiene y la relevancia de la sostenibilidad, aspectos en los que Grupo Familia® ya venía invirtiendo y trabajando sistemáticamente mucho antes de la llegada del COVID-19.

NUESTRA ESENCIA NOS CONECTÓ MÁS QUE NUNCA

El compromiso de generar bienestar a las familias e instituciones nos llevó a actuar de manera ágil, con responsabilidad, humildad y empatía, en medio de un panorama incierto y cambiante.

Priorizamos el cuidado de nuestros colaboradores, en especial de aquellos que se encuentran en la primera línea, mediante la implementación de estrictos protocolos de bioseguridad para cuidar su salud y la de sus familias. Lo anterior, nos permitió mantener nuestra operación activa, pese a las dificultades, y llevar nuestras soluciones de cuidado, higiene y aseo a millones de personas.

Actuamos de manera responsable y empática con nuestros grupos de interés. Esto nos llevó un paso más allá, vinculándonos con acciones solidarias en los países donde tenemos presencia, entre ellas, la entrega de nuestras soluciones al sector salud y a las poblaciones más afectadas por la pandemia, como recicladores de oficio y mujeres privadas de la libertad, entre otros.

El entorno digital se convirtió en el escenario para mantenernos conectados, no solo en el ámbito social y laboral, sino también para desarrollar las tareas del día a día. Esta fue la manera de estar cerca de los consu-

midores, escucharlos, interactuar con ellos y acompañarlos con contenido de valor, de la mano de nuestra estrategia omnicanal y nuestros canales de comercio electrónico. Así, consolidamos la transformación digital como uno de los pilares estratégicos que se potenció de manera acelerada, gracias a la integración de los datos para tomar decisiones determinantes.

Adaptarnos a las circunstancias, con sensibilidad y resiliencia, fue la clave para superar el momento. Lo logramos, gracias a nuestra capacidad adaptativa y carácter emprendedor, de trabajo comprometido por mantener a Grupo Familia® en el primer lugar, operando de manera sostenible, en beneficio de nuestros públicos y en armonía con el planeta.

Nuestro propósito superior fue, sin duda, el eje para tomar decisiones con visión de futuro, agilidad y apertura a un nuevo mundo de oportunidades.

NUESTRAS MARCAS REDIRECCIONARON LA FORMA DE COMUNICARSE CON NUESTROS CONSUMIDORES Y CLIENTES. LOS CONCEPTOS DE PROTECCIÓN, CUIDADO Y BIENESTAR ALCANZARON UN MAYOR PROTAGONISMO POR ENCIMA DE LOS BENEFICIOS DE NUESTROS PRODUCTOS.



NUESTROS RESULTADOS FINANCIEROS

Durante este año, Grupo Familia® logró resultados positivos en relación con la realidad que afrontan muchas industrias del país y de la región, gracias a los grandes esfuerzos realizados para promover el cuidado de nuestra gente, garantizar el abastecimiento adecuado de nuestras soluciones y mantenernos conectados con nuestros grupos de interés y el entorno.





PANORAMA ECONÓMICO EN LA REGIÓN

En 2020 las condiciones del mercado comenzaron de una manera muy dinámica y positiva, con muy buenas perspectivas para Colombia y la región en general. Sin embargo, al término del primer trimestre, se presentó un ambiente de tensión debido a las restricciones por el coronavirus, que en un primer momento desencadenaron un pico de demanda en toda la región, y más adelante, un decrecimiento en las ventas.

El entorno macroeconómico mostró altas tasas de desempleo durante abril y mayo –hasta del 20% en Colombia–, lo que afectó el consumo, porque las personas contrajeron el gasto. Los gobiernos, por su parte, tomaron medidas para incentivarlo y, de esta manera, proteger a las empresas con subsidios que nivelaron la situación en el corto plazo, pero generaron deudas futuras que detona-

EN GRUPO FAMILIA® ESPERAMOS CRECER MÁS DE 8% EN 2021, PARA MANTENER ADECUADAMENTE LA ESTRUCTURA DE RENTABILIDAD, ESTABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD DE LA COMPAÑÍA.

rán en reformas tributarias, reestructuraciones y compromisos a largo plazo.

Para este año se espera una recuperación, porque la base es muy baja y las perspectivas son positivas: que los hogares tengan más confianza en lo que viene, el empleo empiece a recuperarse y la demanda se acelere nuevamente.

SITUACIÓN MUNDIAL

En la actividad de nuestras filiales, las nuevas realidades como los confinamientos obligatorios, los cierres productivos, el trabajo virtual, la menor afluencia a los establecimientos de comercio y el incremento en las compras virtuales, dejaron consecuencias observables en los resultados económicos.

Según los análisis expertos, se prevé un decrecimiento de 4.4% en el PIB global, mientras que en Latinoamérica la cifra sería

de 7.7% en negativo, con altos niveles de desempleo, déficit fiscal, menor demanda interna e incremento en los indicadores de pobreza.

Todas nuestras filiales respondieron a los consumidores de manera proactiva, haciendo parte de las soluciones para la prevención del contagio con bienes y servicios de higiene y aseo personal, del hogar y de las instituciones. Pese a esto, durante 2020 no se presentaron cambios relevantes en la estructura u operaciones de Grupo Familia®.

Argentina: la caída en el PIB de 10.5% marcó un desempeño negativo para la economía del país, agudizada por una nueva crisis cambiaria debido a la presión del dólar paralelo que empujó una fuerte devaluación. Con una inflación cercana al 40%, se espera un repunte de la economía que llegue a 4.9% en 2021.

Ecuador: además de los efectos de la pandemia, el precio del petróleo bajó su cotización durante gran parte del año, afectando las finanzas del país. La economía cayó 9%, con un déficit fiscal alto y la urgencia de tomar medidas para recuperarse en el mediano plazo.

República Dominicana: en medio de un año electoral, el país cerró el 2020 con una caída de 5.5% en el PIB. La isla centró su recuperación en el relanzamiento del aparato productivo, la expansión de las zonas francas, el financiamiento blando a la producción agrícola, el turismo y el cuidado en el gasto público. Con estas políticas, se prevé un aumento de 5% para el 2021.

Perú: tres situaciones provocaron la significativa disminución del PIB del país inca (12.9%): la caída de sus mayores socios comerciales, la reducción del gasto en los hogares y la inestabilidad política. Las perspectivas de crecimiento para 2021 se proyectan en 9%.

Puerto Rico: con una contracción de 3.5% en el PIB, se reflejaron los momentos retadores que vivió la isla durante 2020, debido a las afectaciones por el cierre del turismo y la ralentización de la actividad comercial. Un salvavidas que evitó una caída mayor, fueron los paquetes de estímulos que llegaron desde EE. UU.

Chile: además de la pandemia, el año estuvo marcado por el plebiscito por una nueva constitución, la caída de los socios comerciales y la disminución en los precios de los *commodities*. Todo dio como resultado un descenso en el PIB de 6.0%; sin embargo, se espera una recuperación para el 2021 del orden de 5%.

Bolivia: la economía bajó 8% en su PIB, como consecuencia del COVID-19 y de un largo periodo de inestabilidad política. Para 2021 se tienen expectativas de crecimiento de 5.1%, jalonado por el nuevo gobierno, el aumento en

la inversión pública, la entrega de bonos, los créditos con bajo interés para productores y la creación de un impuesto permanente para los poseedores de grandes fortunas.

Colombia: la caída en el PIB de 7% marcó un récord en los últimos cien años. Esta cifra se explica por los extensos confinamientos obligatorios y los cierres productivos, que afectaron a empresas y a personas. Al final del año, la deuda del gobierno central cerró en cerca de 67% del PIB, entre tanto, la inflación fue de 1.61%, fuera de la meta fijada por el Banco Central (entre 2% y 4%).

Por su parte, la tasa de cambio se incrementó en 12.5% en relación con el promedio de 2019 (de \$3,281 en 2019 a \$3,693 en 2020).

Se espera que en 2021 se produzca una recuperación económica de la mano del efecto rebote, los planes de vacunación masiva y el gasto del Estado para reactivar las finanzas.

INFORME ESPECIAL DE GRUPO EMPRESARIAL

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 29 de la Ley 222 de 1995, se presenta a continuación el informe especial de grupo empresarial, el cual contiene las operaciones de mayor importancia concluidas durante el ejercicio 2020 entre las compañías que integran Grupo Familia®.

Composición

Al 31 de diciembre de 2020, Grupo Familia® estaba integrado por trece compañías, que realizaron operaciones entre ellas en condiciones de mercado, en el mejor interés de cada una de ellas. Las operaciones no fueron celebradas por influencia o en interés de la matriz.

Operaciones de mayor importancia

Entre las operaciones que se registran en el presente informe se encuentran las siguientes:

- Ventas de productos dentro del giro ordinario del negocio.
- Pago por concepto de regalías, servicios y honorarios.
- Pago por concepto de arrendamientos.
- Dividendos.

A continuación, se presenta el resumen de las operaciones de mayor importancia realizadas durante el 2020:

Cuentas por cobrar	Diciembre de 2020	Diciembre de 2019
Continental de Negocios S.A.	\$ 33,303	\$ 38,979
Productos Familia Chile S.P.A.	10,984	16,451
Otras Compañías relacionadas Essity	10,038	1,435
Productos Sancela del Perú S.A.	8,887	14,262
Productos Familia del Ecuador S.A.	8,260	11,975
Algodonera Aconcagua S.A.	7,174	6,840
Productos Sancela del Perú S.A. Suc. Bolivia	1,951	2,132
Productos Familia de Puerto Rico, INC.	1,704	3,083
Industrial Papelera Ecuatoriana S.A.	151	706
	\$ 82,452	\$ 95,863

Cuentas por pagar	Diciembre de 2020	Diciembre de 2019
Familia del Pacífico S.A.S. (1)	\$ 98,321	\$ 77,338
Productos Familia Cajicá S.A.S. (1)	75,478	43,853
Otras compañías Essity relacionadas	8,742	11,707
Diamoni Logística S.A.S.	6,938	6,107
Algodonera Aconcagua S.A.	2,918	2,786
Vinda Malaysia Sdn Bhd	1,105	-
Continental de Negocios S.A.	94	108
Productos Familia del Ecuador S.A.	54	19
Sca Hygiene Products Se	19	-
	\$ 193,669	\$ 141,918

Otros movimientos con partes relacionadas

Los siguientes fueron otros movimientos que se presentaron con partes relacionadas:

	Mandato (Nota 33)	
	2020	2019
Familia del Pacífico S.A.S.	\$ 374,799	\$ 410,723
Productos Familia Cajicá S.A.S.	187,464	180,971
	\$ 562,263	\$ 591,694

Ingresos

	Diciembre de 2020					Total
	Ventas de productos	Regalías	Servicios y honorarios	Arrendamientos	Intereses	
Continental de Negocios S.A.	\$ 63,830	\$ -	\$ 1,486	\$ -	\$ 1,278	\$ 66,594
Productos Sancela del Perú S.A.	62,115	-	1,750	-	-	63,865
Productos Familia Sancela del Ecuador S.A.	27,212	12,085	21,936	-	-	61,233
Productos Familia Cajicá S.A.S.	24,065	8,803	22,068	3,097	-	58,033
Familia del Pacífico S.A.S.	623	15,130	20,458	9	-	36,220
Essity Higiene y Salud México	24,774	-	-	-	-	24,774
Productos Familia Chile S.P.A.	14,401	-	947	-	676	16,024
Productos Sancela del Perú S.A. Sucursal Bolivia	13,794	-	635	-	-	14,429
Productos Familia de Puerto Rico, INC.	12,847	-	506	-	-	13,353
Algodonera Aconcagua S.A.	5,879	-	-	-	-	5,879
Diamoni Logística S.A.S.	52	-	2,455	-	-	2,507
Essity Chile S.A.	1,610	-	-	-	-	1,610
Industrial Papelera Ecuatoriana S.A.	-	-	1,252	-	-	1,252
Asaleo Care Australia PTY LTD	881	-	-	-	-	881
Essity Hygiene And Health Ab	-	-	72	-	-	72
	\$ 252,083	\$ 36,018	\$ 73,565	\$ 3,106	\$ 1,954	\$ 366,726

Costos y gastos

	Diciembre de 2020				Total
	Compras	Regalías	Servicios	Arrendamientos	
Familia del Pacífico S.A.S.	\$ 84,772	\$ -	\$ 55	\$ -	\$ 84,827
Productos Familia Cajicá S.A.S.	31,141	-	69	-	31,210
Diamoni Logística S.A.S.	-	-	27,468	-	27,468
Essity Hygiene and Health AB	-	16,937	4,761	-	21,698
Essity Higiene y Salud México S.A.	7,840	-	6	-	7,846
Essity Operations Mainz Kostheim GMBH	6,857	-	-	-	6,857
Essity Holding GMBH	-	5,907	-	-	5,907
Vinda Malaysia	5,494	-	-	-	5,494
Essity Do Brasil Industria E Comerc	4,466	-	-	-	4,466
Essity HMS North America INC.	2,602	-	-	-	2,602
Continental de Negocios S.A.	17	-	-	1,040	1,057
Essity Slovakia SRO	686	-	-	-	686
Productos Familia Sancela del Ecuador S.A.	310	-	-	-	310
Algodonera Aconcagua S.A.	271	-	-	-	271
Essity Netherlands Bv	261	-	-	-	261
Essity Operations Gennep BV	91	-	-	-	91
Essity Profesional Hygiene North America LLC	55	-	-	-	55
Sca Hygiene Products Se	46	-	-	-	46
	\$ 144,909	\$ 22,844	\$ 32,359	\$ 1,040	\$ 201,152



Durante el año 2020, se recibieron dividendos por parte de las compañías subsidiarias por valor de 255,010 millones de pesos.

Para respaldar obligaciones financieras de sus subordinadas, durante 2020 Productos Familia® S.A. constituyó avales y garantías por USD 1.68 millones. Las subordinadas, por su parte, no efectuaron operaciones frente a terceros por influencia o en interés de la controlante. Asimismo, en 2020 Productos Familia® S.A. no tomó ni dejó de tomar decisiones por atender el interés o por influencia de alguna de sus compañías subordinadas, y ninguna tomó ni dejó de tomar decisiones por atender el interés o por influencia de Productos Familia® S.A.

SIEMPRE RESPETUOSOS DE LA LEGISLACIÓN VIGENTE

La administración de la compañía realizó las indagaciones y verificaciones que le permiten asegurar, de manera objetiva y veraz, que el uso de programas informáticos se encuentra acorde con la legislación vigente y con los

acuerdos de licencias que los acompañan, para lo cual verificamos la existencia y la originalidad de las licencias suministradas por los fabricantes y el cumplimiento de los requisitos establecidos en ellas. En este mismo sentido, la compañía puede asegurar que ha cumplido plenamente con todas las demás normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor.

Igualmente, manifestamos que los procesos jurídicos en curso se manejaron con la mayor diligencia para evitar perjuicios a la organización.

A la fecha de elaboración de este informe, no se presentan transacciones o decisiones de interés, que pudieran haber afectado en forma significativa la situación de la compañía matriz y sus subordinadas, y que, por lo tanto, requieran ser reveladas.

Las operaciones celebradas con accionis-

tas y administradores se revelan en la nota 27 de los estados financieros separados.

El compromiso con la transparencia, el buen manejo de la información y el fortalecimiento de los procesos internos tendientes a proteger los intereses de la empresa y de sus accionistas se realizó a través del Comité de Auditoría, el cual sesionó de acuerdo con las normas legales y según el reglamento adoptado por la Junta Directiva.

Por su parte, el Gerente General de Grupo Familia® certifica que los estados financieros y otros informes relevantes que se presentan no contienen vicios, imprecisiones o errores que impidan conocer la verdadera situación patrimonial o las operaciones de la compañía.

Para afirmar lo anterior, en la organización contamos con procedimientos de control y revelación, diseñados y puestos en práctica por la Dirección de Contraloría. A través de ellos, se asegura que la información financiera que presentamos aquí es correcta, adecuada y veraz.

El Gerente General hace constar que, en ningún caso, se entorpeció la libre circulación de las facturas emitidas por los vendedores o proveedores. Las operaciones celebradas con los accionistas, con los administradores y con otras partes relacionadas, así como los datos contables pertinentes, aparecen reflejados en los estados financieros con corte al 31 de diciembre del 2020. Igualmente, se adjuntan a este informe los cuadros contentivos de la información requerida por el numeral 3 del artículo 446 del Código de Comercio.

En este informe de gestión, los documentos indicados en el artículo 446 del Código de Comercio, los libros y demás comprobantes exigidos por la ley han estado a disposición de los accionistas en las oficinas de la administración para el ejercicio del derecho de inspección, durante el término legal anterior a la reunión de la asamblea.

El Reporte de Implementación de Mejores Prácticas Corporativas Código País, está a disposición en el sitio web y hace parte de este informe integrado como anexo.

EL FUTURO SERÁ MEJOR SI LO ENFRENTAMOS UNIDOS

Nos apasiona lo que hacemos y sabemos la importancia que tienen organizaciones como la nuestra en este momento tan único. Por ello, aplicando nuestro principio de Juntos Somos Más, asumimos un nuevo liderazgo y nos unimos al ecosistema empresarial y social como soporte de una nueva realidad, con el fin de innovar para ganar y generar confianza en las familias e instituciones.

Contamos con un propósito que nos inspira, una cultura de aprendizaje constante para adaptarnos con agi-

lidad a los cambios del entorno, y marcas líderes que ofrecen un desempeño superior, únicas en su propuesta y en el valor que generan a los consumidores y a la sociedad.

Seguiremos fieles a nuestro propósito superior, hoy más vigente que nunca, para mantener el liderazgo, apalancados en el dinamismo de nuestra compañía y en el ADN innovador que ponemos en práctica diariamente en todas las tareas que desempeñamos. Pero también afianzaremos nuestra apertura al ecosistema, buscando aliados que coincidan con nuestro reto permanente de generar bienestar para las personas.

Coherente con nuestra filosofía de ir un paso más allá y nuestra visión de futuro, en periodos que nos ponen a prueba como organización y como sociedad, apreciamos con optimismo la recuperación, mantenemos nuestro objetivo de crecer, y para ello, vemos en el 2021 un terreno fértil para invertir, ayudar a reactivar la economía e impactar 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.

Gracias a todos ustedes por confiar en nosotros, por inspirarnos cada día y por ser parte de la historia y del futuro de esta gran compañía.

Andrés Felipe Gómez Salazar
Gerente General
de Productos Familia® S.A.

JUNTA DIRECTIVA

Pablo Fuentes
Kevin Gorman
Thibaut Saphore
José Antonio Gómez
Eulalia Sanín
Álvaro Gómez