

# Boletín Accionistas

Primer trimestre de 2021



En el primer trimestre del año las **ventas** de Grupo Nutresa **crecen un 6,6%** y su margen **ebitda** se ubica en el **14,0%**



**D**urante el primer trimestre del año, y aún bajo circunstancias cambiantes y retadoras, Grupo Nutresa se mantiene firme en su propósito de actuar con sentido de solidaridad, responsabilidad y humanidad.

Durante el periodo, la Organización ha evidenciado el avance gradual de los programas de vacunación. Sin embargo, sigue siendo crucial que la sociedad redoble sus esfuerzos para proteger la vida y la salud de las personas y priorice la protección de los ecosistemas con el propósito de acelerar el camino de recuperación.

Fiel a su propósito, Grupo Nutresa prioriza el cuidado de las personas, el suministro de alimentos seguros y confiables, la colaboración efectiva, y los considera elementos fundamentales durante esta coyuntura.

En medio de estas circunstancias, el Grupo continuará enfocando sus esfuerzos en la generación de valor social, ambiental y económico, consciente de la responsabilidad que tienen las organizaciones de aportar positivamente al progreso y recuperación sostenible de todos.

## Grupo Nutresa S. A. (BVC: NUTRESA) da a conocer sus resultados financieros consolidados a 31 marzo de 2021.

Al cierre del primer trimestre de 2021, las ventas totales de Grupo Nutresa presentan una dinámica de crecimiento positiva en Colombia y el exterior. Las ventas consolidadas ascienden a COP 2,8 billones, un 6,6% superiores frente a las de igual periodo del año anterior. Las ventas de innovación representan el 17,5% de las ventas totales.

En Colombia, las ventas del Grupo presentan un buen desempeño y llegan a COP 1,7 billones, un 61,6% del total con un crecimiento del 7,3% frente a las del mismo periodo del 2020.

Las ventas internacionales, ascienden a USD 306,0 millones, con un crecimiento de 5,0% y representan el 38,4% del total. En pesos colombianos

estos ingresos equivalen a COP 1,1 billones, 5,4% superiores a los del primer trimestre de 2020.

La utilidad bruta consolidada asciende a COP 1,2 billones y crece el 4,9% sobre la del mismo periodo del año 2020. Lo anterior es el resultado del incremento en los ingresos del Grupo y de un mayor costo de las materias primas asociado a los precios internacionales de referencia, así como a la devaluación de algunas monedas de Latinoamérica frente al dólar.

En línea con lo anterior, la utilidad operativa del periodo es de COP 290.938 millones, un 13,4% mayor que la del primer trimestre de 2020.

En términos de rentabilidad, se registra un ebitda de COP 397.551 millones, un 5,7% superior frente al año anterior con un margen sobre las ventas de 14,0%. El incremento en este indicador es el resultado de una gestión orientada a la eficiencia del gasto que busca mayor flexibilidad y productividad en todas las áreas del Grupo.

En los rubros posoperativos consolidados, se reportan ingresos financieros por COP 3.361 millones, un 21,8% inferiores a los del primer trimestre 2020, producto de menores tasas de interés en nuestras inversiones de caja durante el periodo. En el gasto financiero, se registra una reducción del 24,1%, debido principalmente al menor costo de la deuda.

Finalmente, y como consecuencia de los efectos mencionados anteriormente, la utilidad neta consolidada asciende a COP 229.551 millones, un 20,6% superior a la del primer trimestre de 2020.

## Estados Financieros Separados

En los Estados Financieros Separados de Grupo Nutresa S. A. reportamos ingresos operacionales netos por COP 232.417 millones, de los cuales COP 164.671 millones corresponden a utilidad por el método de participación de nuestras inversiones en compañías de alimentos y COP 67.746 millones a dividendos del portafolio de inversiones. La utilidad neta fue de COP 231.330 millones.

- Las **ventas consolidadas** del Grupo registran un buen desempeño, y se ubican en **COP 2,8 billones**, un 6,6% superiores a las del primer trimestre de 2020.
- Las **ventas en Colombia** ascienden a **COP 1,7 billones**, con un incremento de **7,3%** sobre las del mismo periodo de 2020.
- Las **ventas internacionales**, por **USD 306,0 millones**, crecen el **5,0%** frente a las del mismo trimestre del año anterior. En COP, este crecimiento es del **5,4%**.
- Las **ventas de innovación** representan un **17,5%** del total de los ingresos del Grupo durante el trimestre.
- En cuanto a la **rentabilidad**, se reporta un ebitda de **COP 397.551 millones**, que representa un **14,0%** de las ventas, con crecimiento del **5,7%** con respecto a la de igual periodo de 2020.

Para conocer en detalle algunos de los principales cambios que se han registrado en los estados financieros, lo invitamos visitar la información complementaria publicada en nuestra página web <http://www.gruponutresa.com/inversionistas/resultados-y-publicaciones/resultados-trimestrales/#2021-1>

pág. **2**  
Noticias

pág. **6**  
Información  
financiera

pág. **8**  
Novedades

pág. **12**  
Sostenibilidad



## Resaltando historias de **Cuidado por la Vida**, Grupo Nutresa celebró su **Asamblea de Accionistas 2021**

Haga clic aquí o escanee este código QR para ingresar el micrositio del Informe 2020 y conocer cada uno de estos testimonios.



Luego de un año 2020 en el que el cuidado por la vida, la salud de las personas y el cuidado de la naturaleza fueron referentes prioritarios en todas sus decisiones y actuaciones, Grupo Nutresa realizó el pasado martes 23 de marzo su Asamblea General de Accionistas 2020 bajo estrictas medidas de bioseguridad en virtud de la contingencia por el COVID-19, reunión que fue transmitida en vivo a todo el mundo vía *streaming*.

En nombre de la compañía, a la reunión asistieron Carlos Ignacio Gallego, presidente, acompañado de su Secretario General. En nombre de los accionistas se hicieron presentes cinco apoderados que representaron un total de 406.935.449 acciones, las suficientes para alcanzar el quorum requerido.

Al final la Asamblea aprobó, además de los estados financieros a 31 de diciem-

bre de 2020, el proyecto de distribución de utilidades que propuso un dividendo mensual por acción de COP 58,50 para el período comprendido entre abril de 2021 y marzo de 2022.

En el marco de la reunión, la Organización presentó ante su audiencia presencial y virtual -y en general a todos sus grupos relacionados- su Informe Integrado 2020, un documento con todos los logros, aprendizajes, avances e historias de un período en el que se cuidó la vida #EntreTodos, en coherencia con su propósito superior: construir un mundo mejor donde el desarrollo sea para todos.

Estas historias, construidas a partir de personas reales que inspiraron el cuidado de la vida en un año de grandes desafíos y profundos aprendizajes, se reflejaron en una serie de videos que la Compañía publicó en todos sus canales digitales.

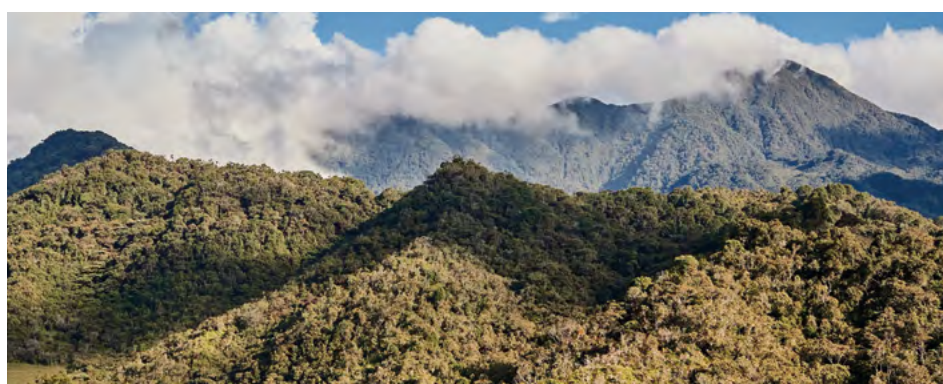
Para ver la retransmisión de la Asamblea visite: [www.gruponutresa.com/inversionistas/gobierno-corporativo/asamblea-accionistas/](http://www.gruponutresa.com/inversionistas/gobierno-corporativo/asamblea-accionistas/)

## Grupo Nutresa es la **empresa de alimentos más sostenible del mundo** y obtuvo, por primera vez, la **categoría Oro de S&P Global**

En noviembre pasado, Grupo Nutresa fue reconocida como la empresa de alimentos más sostenible del mundo según los Índices de Sostenibilidad de Dow Jones, al tiempo que cumplió diez años ininterrumpidos haciendo parte de los mismos, lo que pone de manifiesto el compromiso, el liderazgo y el trabajo consistente de su equipo humano en la búsqueda de competitividad y la implementación de las mejores prácticas económicas, sociales y ambientales.

Al mismo tiempo, Grupo Nutresa fue reconocido como Líder de Industria, máxima distinción otorgada por los Índices de Sostenibilidad de Dow Jones en el sector de alimentos, y obtuvo la primera posición en los índices Mundial, de Mercados Emergentes y MILA. Los DJSI evalúan y califican las prácticas económicas, ambientales y sociales de las organizaciones que lo componen en función de sus prácticas corporativas alrededor de las diferentes dimensiones de la sostenibilidad.

El escalafón es realizado de manera con-



junta por S&P Dow Jones Indices y SAM.

Como resultado de este reconocimiento, en febrero pasado Grupo Nutresa recibió por primera vez en su historia la distinción Categoría Oro (Gold Class) en el Anuario de Sostenibilidad de SAM, ahora parte de S&P Global.

El Anuario de Sostenibilidad de SAM es una publicación que reconoce al 15% de las compañías con mejor desempeño en sostenibilidad en el mundo dentro de cada una de las

61 industrias que hacen parte de los Índices de Dow Jones, tomando como base la Evaluación Corporativa de Sostenibilidad utilizada para el desarrollo de los Índices de Sostenibilidad de Dow Jones (DJSI).

Luego de alcanzar las distinciones Bronze Class en 2012 y 2014, y Silver Class desde el 2015 hasta 2020, esta Categoría Oro evidencia, entre otros, la capacidad corporativa de Grupo Nutresa de crear valor para la sociedad.





## Grupo Nutresa, **segunda empresa más responsable** y con **mejor gobierno corporativo** de Colombia, y **la cuarta con mayor compromiso social durante la pandemia**

**G**ruppo Nutresa se ubicó por segundo año consecutivo como la segunda empresa más responsable y con mejores prácticas de gobierno corporativo del país, y la cuarta con mayor compromiso social durante la pandemia del Covid-19, según los resultados de la edición 2020 del monitor MERCO Responsabilidad y Gobierno Corporativo -RSGC- que el año pasado llegó a su décima edición.

En esta ocasión, el monitor MERCO RSGC inició con una valoración de colaboradores sobre el aporte social de la Organización durante la pandemia (incluida en MERCO Talento 2020), seguida de una evaluación de la percepción

de más de mil directivos del país. Incluyó también una valoración de la población en general y algunos grupos relacionados sobre el comportamiento social de las empresas a lo largo de 2020; y finalizó con el análisis de un conjunto de indicadores de gestión.

En paralelo, y como novedad, se presentó un ranking adicional de las empresas más responsables y con mayor compromiso social durante la pandemia, a partir de la percepción y evaluación de grupos de expertos, ciudadanos y técnicos de MERCO. En este ranking, Grupo Nutresa ocupó la cuarta posición.



## Grupo Nutresa, **ganador del Premio Portafolio** en la categoría **Esfuerzo Exportador**

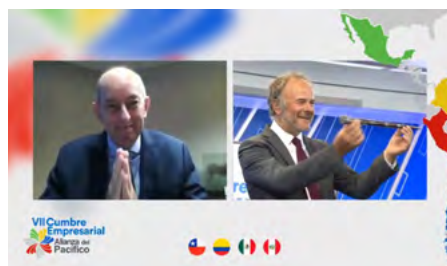
En noviembre pasado se entregaron los Premios Portafolio 2020 a personas y empresas que se destacaron por su aporte al desarrollo económico y social

en medio de la pandemia del Covid-19. Grupo Nutresa fue ganador en la categoría Esfuerzo Exportador, como reconocimiento a su trabajo en la búsqueda de mercados externos y a su creatividad para llegar a otras latitudes.

Grupo Nutresa, sus subsidiarias y sus respectivas cadenas de abastecimiento fueron destacados por su gestión para mantener los niveles de servicio en los mercados internacionales y permitir que sus productos lleguen a diferentes países del mundo, lo que incluye la construcción de la nueva planta multicategoría en la Zona Franca Tayrona en Santa Marta.

Este galardón se suma a otros cinco Premios Portafolio obtenidos en años anteriores en materia de Gestión del Recurso Humano; Responsabilidad Social Empresarial; Mejor Líder Empresarial; e Innovación, este último recibido el año inmediatamente anterior.

En su 26 aniversario, los Premios Portafolio continúan destacando el aporte de personajes y empresas al desarrollo económico y social del país.



## **Carlos Ignacio Gallego** asumió la presidencia pro tempore del **Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico -CEAP-**

**E**l 10 de diciembre pasado, en el marco de la VII Cumbre Empresarial de la Alianza del Pacífico, Carlos Ignacio Gallego recibió la presidencia pro tempore del Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico -CEAP-, desde la cual lidera propuestas y recomendaciones de colaboración entre los gobiernos de los países integrantes -Chile, Colombia, México y Perú- para facilitar su integración y cooperación a nivel económico, ambiental y social.

Desde su entrada en vigor en 2015, esta es la tercera oportunidad en la que Colombia asume la presidencia pro tempore de la Alianza del Pacífico.

El Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico está integrado por empresarios de alto nivel de los cuatro países, quienes tienen por objetivo impulsar y proponer acciones conjuntas hacia otros mercados -en especial el de Asia Pacífico- y promover la Alianza tanto en los países integrantes como en la comunidad empresarial mundial.



## Grupo Nutresa celebró el Mes del Género

**G**ruppo Nutresa es una organización que abraza la diversidad y promueve la equidad de género a partir del reconocimiento de las capacidades de todos. Por eso, durante todo el mes de marzo, celebró el Mes del Género con el firme propósito de exaltar las capacidades de hombres y mujeres por igual.

Como parte de esta celebración, la compañía se unió a la conmemoración del Día Internacional de la Mujer como un reconocimiento a su lucha por su participación en la sociedad y su desarrollo íntegro como persona. Desde sus diferentes redes sociales, Grupo Nutresa exaltó la labor de su talento femenino y celebró lo que significa contar con mujeres inspiradoras, trabajadoras e imparables, que siempre invitan a construir un mundo mejor. Conozca [aquí](#) el homenaje.

## Nuevo álbum Jet #Colombia Sorprendente

**C**on el objetivo de unir a los colombianos y avivar su amor por el país, Jet lanzó el álbum “Colombia Sorprendente”, resultado de la co-creación entre casi 100 jóvenes, 75 artistas, y más de 20 microempresarios y empresarios de la economía naranja.

El nuevo álbum es un recorrido por los símbolos y regiones más representativos del país. Se trata de una edición amigable con el medio ambiente, impresa en materiales ecológicos con el sello FSC (papel 100% reforestado).

Los ingresos por la venta de este álbum están destinados para apoyar emprendimientos sociales de familias cacaoeras vinculadas a la Granja de Compañía Nacional de Chocolates en Yariguíes (Santander).

Los consumidores pueden disfrutar la esencia #ColombiaSorprendente a través de la canción “Quiero”, que representa los sonidos y diversidad cultural de Colombia. Haga [clic aquí](#) para escucharla.



## Avanzan obras en Planta Multicategoría de Grupo Nutresa y en Centro de Operaciones de Novaventa

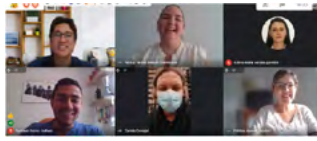
**L**a construcción de la planta multicategoría de Grupo Nutresa en la Zona Franca Tayrona de Santa Marta sigue adelante con un avance general de obras del 76% a cierre de marzo de 2021. Ya se entregaron obras parciales e inició la instalación de equipos. Igualmente, ya se encuentran en curso algunos procesos de selección de talento. Se estima que la fábrica entrará en operaciones en octubre del año en curso.

Por su parte, Novaventa continúa ampliando la capacidad de su centro de operaciones de El Carmen de Viboral, en el oriente antioqueño. Las obras contemplan el mejoramiento de la infraestructura física y tecnológica para el almacenamiento y procesamiento de pedidos. Con estas obras, Novaventa aumentará su capacidad de procesamiento anual de pedidos de 3,6 a 4,2 millones. Así mismo, duplicará el número de posiciones de almacenamiento llegando a 17.000.





## Reconocimientos



### El Negocio Cárnico de Grupo Nutresa se recertifica como empresa familiarmente responsable

El Negocio Cárnico recibió por parte de la Fundación Más Familia la recertificación de su modelo EFR, que lo avala como empresa familiarmente responsable y reconoce que brinda a sus colaboradores las herramientas necesarias para que logren un equilibrio entre su vida laboral, personal y familiar.



### Compañía Nacional de Chocolates y Noel son las mejores empresas para trabajar en Colombia, según Computrabajo

Compañía Nacional de Chocolates y Compañía de Galletas Noel fueron reconocidas -con base en cerca de 1,6 millones de valoraciones- como la primera y segunda mejor empresa para trabajar en Colombia respectivamente y como las mejores en la categoría de alimentos en los #BestWorkPlaces2021 de Computrabajo, bolsa de trabajo líder en Latinoamérica. Adicionalmente, el presidente de CNCH, Juan Fernando Castañeda, fue destacado como el mejor CEO por su liderazgo y gestión durante el 2020.



AMERICAN BAKERS ASSOCIATION

### Abimar Foods, reconocida por sus programas de seguridad

La *American Bakers Association* premió a 19 empresas por la eficacia de sus programas de seguridad, incluyendo Abimar Foods. Este programa de reconocimiento se creó para incentivar y reconocer a empresas de panificación y afines por gestionar sus riesgos y por garantizar un lugar de trabajo seguro y saludable para sus colaboradores.

### El Negocio de Pastas obtiene la certificación BASC en su versión 5

Luego de cumplir con los estándares de seguridad para empresas en contacto directo con carga en las plantas Mosquera y Barranquilla en Colombia, el Negocio Pastas logró la certificación BASC en su versión 5, enfocada en la gestión de riesgos de la cadena de suministro internacional, cumplimiento legal y mejora continua.



### Nuevas geografías para Alicapsa

Después de más de dos años de visitas, mejoras de infraestructura y fortalecimiento de sus capacidades organizacionales, la planta de embutidos de Alicapsa Panamá recibió la certificación para exportar a Nicaragua y Guatemala. Para el ingreso a estos países, Alicapsa cuenta con el apoyo de las redes de Grupo Nutresa y así poder, entre otros, iniciar exportaciones para el canal Institucional a partir del segundo semestre del 2021.



### Región México obtuvo recertificación en estándares ISO

TMLUC México obtuvo recertificación en los estándares ISO 9001:2015 y 14001:2015, lo que refleja el compromiso de su equipo humano con la eficiencia en la producción, la calidad y las buenas prácticas de cuidado del medio ambiente.



### Planta de chocolates de México obtiene calificación "A" en auditoría BRC

Por segundo año consecutivo, la Planta Chocolates de México logró la recertificación de la Norma Internacional BRC con calificación "A". Se trata de un estándar de clase mundial que da garantía de calidad y seguridad de los alimentos e impulsa la mejora continua.



### Livean, Producto del Año 2021 según los consumidores chilenos

Por su innovación "Sin Colorantes Artificiales", la marca líder de TMLUC en Chile fue declarada como Producto del Año, en la categoría de jugos instantáneos, en la cuarta versión de "Product of the Year (POY)". Recientemente, Livean reemplazó sus colorantes artificiales por ingredientes naturales como la curcumina y la clorofila.

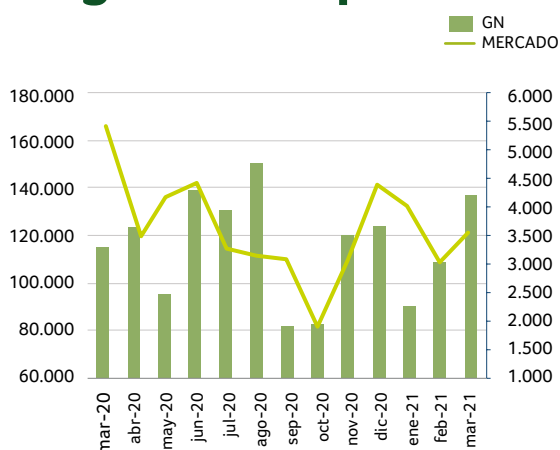
# Estado de Resultados Consolidados\*

A 31 de marzo de 2021. Valores expresados en millones de pesos colombianos

	ENE-MAR 2021	% ingresos	ENE-MAR 2020	% ingresos	% VAR
<b>OPERACIONES CONTINUADAS</b>					
Ingresos operacionales provenientes de contratos con clientes	2.833.700		2.659.333		6,6%
Costos de ventas	(1.646.174)	-58,1%	(1.526.792)	-57,4%	7,8%
<b>Utilidad bruta</b>	<b>1.187.526</b>	<b>41,9%</b>	<b>1.132.541</b>	<b>42,6%</b>	<b>4,9%</b>
Gastos de administración	(118.928)	-4,2%	(118.843)	-4,5%	0,1%
Gastos de venta	(723.646)	-25,5%	(706.386)	-26,6%	2,4%
Gastos de producción	(50.412)	-1,8%	(38.263)	-1,4%	31,8%
Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos	(7.411)	-0,3%	(13.838)	-0,5%	-46,4%
Otros ingresos (egresos) netos operacionales	3.809	0,1%	1.430	0,1%	166,4%
<b>Utilidad operativa</b>	<b>290.938</b>	<b>10,3%</b>	<b>256.641</b>	<b>9,7%</b>	<b>13,4%</b>
Ingresos financieros	3.361	0,1%	4.300	0,2%	-21,8%
Gastos financieros	(58.428)	-2,1%	(77.029)	-2,9%	-24,1%
Dividendos	67.749	2,4%	65.582	2,5%	3,3%
Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos	5.672	0,2%	16.393	0,6%	-65,4%
Participación en asociadas y negocios conjuntos	(2.823)	-0,1%	(6.316)	-0,2%	-55,3%
<b>Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante</b>	<b>306.469</b>	<b>10,8%</b>	<b>259.571</b>	<b>9,8%</b>	<b>18,1%</b>
Impuesto sobre la renta corriente	(71.726)	-2,5%	(76.490)	-2,9%	-6,2%
Impuesto sobre la renta diferido	(1.385)	0,0%	8.406	0,3%	-116,5%
<b>Utilidad del periodo de operaciones continuadas</b>	<b>233.358</b>	<b>8,2%</b>	<b>191.487</b>	<b>7,2%</b>	<b>21,9%</b>
Operaciones discontinuadas, después de impuestos	(112)	0,0%	(95)	0,0%	17,9%
<b>Utilidad neta del periodo</b>	<b>233.246</b>	<b>8,2%</b>	<b>191.392</b>	<b>7,2%</b>	<b>21,9%</b>
Participaciones no controladoras	3.695	0,1%	1.098	0,0%	N/A
<b>Utilidad atribuible a las participaciones controladoras</b>	<b>229.551</b>	<b>8,1%</b>	<b>190.294</b>	<b>7,2%</b>	<b>20,6%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>397.551</b>	<b>14,0%</b>	<b>376.134</b>	<b>14,1%</b>	<b>5,7%</b>

\*Información no auditada.

## Volumen de negociación promedio



## Comportamiento de la acción



# Estado de Situación Financiera\*

A 31 de marzo de 2021 y 31 de diciembre de 2020. Valores expresados en millones de pesos colombianos

	MAR-21	DIC-20	% VAR
<b>ACTIVO</b>			
<b>Activo corriente</b>			
Efectivo y equivalentes de efectivo	777.656	933.564	-16,7%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, neto	1.297.759	1.191.711	8,9%
Inventarios	1.450.116	1.379.984	5,1%
Activos biológicos	133.236	127.614	4,4%
Otros activos	346.614	228.087	52,0%
Activos no corrientes mantenidos para la venta	177	177	0,0%
<b>Total activo corriente</b>	<b>4.005.558</b>	<b>3.861.137</b>	<b>3,7%</b>
<b>Activo no corriente</b>			
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, neto	26.394	26.548	-0,6%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	198.719	196.498	1,1%
Otros activos financieros no corrientes	2.292.679	2.678.991	-14,4%
Propiedades, planta y equipo, neto	3.513.611	3.434.206	2,3%
Activos por derecho de uso	826.522	829.563	-0,4%
Propiedades de inversión	8.977	9.056	-0,9%
Plusvalía	2.471.103	2.369.706	4,3%
Otros activos intangibles	1.354.173	1.303.838	3,9%
Activo por impuesto diferido	757.260	740.891	2,2%
Otros activos	88.270	87.447	0,9%
<b>Total activo no corriente</b>	<b>11.537.708</b>	<b>11.676.744</b>	<b>-1,2%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>15.543.266</b>	<b>15.537.881</b>	<b>0,0%</b>
<b>PASIVO</b>			
<b>Pasivo corriente</b>			
Obligaciones financieras	570.703	486.736	17,3%
Pasivos por derechos de uso	122.265	126.727	-3,5%
Proveedores y cuentas por pagar	1.436.089	1.283.494	11,9%
Impuesto sobre la renta e impuestos por pagar	255.089	240.011	6,3%
Pasivo por beneficios a empleados	166.737	217.033	-23,2%
Provisiones	3.461	3.450	0,3%
Otros pasivos	43.091	83.209	-48,2%
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>2.597.435</b>	<b>2.440.660</b>	<b>6,4%</b>
<b>Pasivos no corriente</b>			
Obligaciones financieras	2.817.902	2.865.638	-1,7%
Pasivos por derechos de uso	753.840	747.296	0,9%
Pasivo por beneficios a empleados	200.137	196.244	2,0%
Pasivo por impuesto diferido	1.048.406	1.020.416	2,7%
Provisiones	5.911	5.909	0,0%
Otros pasivos	4.983	4.576	8,9%
<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>4.831.179</b>	<b>4.840.079</b>	<b>-0,2%</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>7.428.614</b>	<b>7.280.739</b>	<b>2,0%</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
Patrimonio atribuible a las participaciones controladoras	8.049.433	8.197.848	-1,8%
Participaciones no controladoras	65.219	59.294	10,0%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>8.114.652</b>	<b>8.257.142</b>	<b>-1,7%</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>15.543.266</b>	<b>15.537.881</b>	<b>0,0%</b>

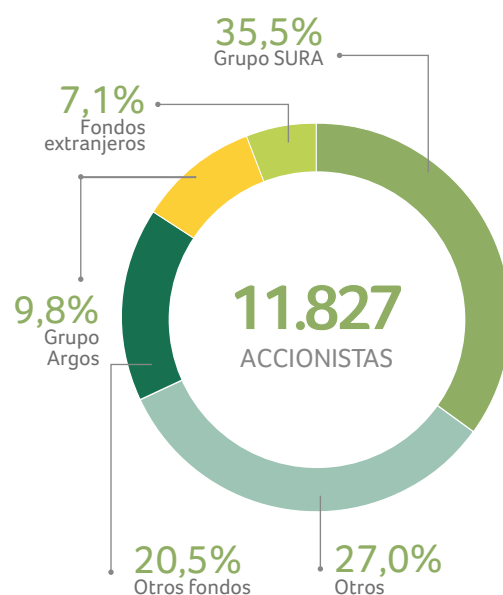
## Indicadores

Precio de Cierre	23.170
Precio de Cierre año anterior	19.100
Máximo 52 Semanas	25.000
Mínimo 52 Semanas	18.640
Capitalización Bursatil (\$MM)	10.661.061
Valor Intrínseco <sup>(1)</sup>	17.636
RPG <sup>(2)</sup>	15,0
P/VL <sup>(2)</sup>	1,5
EV / EBITDA <sup>(2)</sup>	8,0
Utilidad por acción <sup>(3)</sup>	1.336
Dividendo por acción-mes	54,1
Rentabilidad por dividendos <sup>(3)</sup>	3,4%
Rentabilidad por valorización <sup>(3)</sup>	21,3%
Rentabilidad combinada <sup>(3)</sup>	25,1%
Variación COLCAP <sup>(3)</sup>	17,2%
Retorno sobre activos	8,2%
Retorno sobre patrimonio <sup>(2)</sup>	9,6%
Retorno sobre capital invertido <sup>(2)</sup>	9,7%
Acciones en Circulación	460.123.458
Número de Accionistas	11.827
Bursatilidad	Alta

VALORES EXPRESADOS EN COP

- (1) Calculado sobre el patrimonio consolidado de Grupo Nutresa  
 (2) Grupo de Alimentos / 12 meses proforma  
 (3) Últimos 12 meses

## Composición accionaria





**Galletas**



**Nueva Línea Tosh Cacao**

Tosh es una marca transversal de Nutresa ágil y dinámica, y siempre en línea con las tendencias y necesidades de los consumidores colombianos. Con esto en mente, en días pasados presentó su nueva línea de productos para las categorías de modificadores de leche, galletas y barras de cereal -y próximamente helados- con todos los beneficios del cacao: Cocoa Tosh Sin Azúcar, Wafers Multicereal Cacao Sin Azúcar Tosh y Barras con Chocolate Tosh.



**Merendina Limón con vitamina C**

Con el objetivo de conectarse con los niños y ofrecerles una alternativa deliciosa y nutritiva, Merendina lanzó en Centroamérica su nuevo sabor Limón, una innovación para divertirse mientras disfrutan de los beneficios de la vitamina C: refuerza el sistema inmunológico, fortifica el esmalte dental y favorece el desarrollo de los huesos.

**Nuevas Galletas Tosh**

Tosh presentó en Centroamérica dos nuevas y deliciosas alternativas elaboradas con ingredientes naturales: las nuevas galletas Avena Granola con arándanos, y chocolate y almendras. Ambas opciones ofrecen beneficios nutricionales para cuidarse y disfrutar de una vida en armonía, pues son fuente de fibra, contienen 25% menos de azúcar, son bajas en sodio, y no contienen colesterol ni grasas trans.



**Bokitas mantequilla de maní**

En búsqueda de noticias relevantes para la marca y sus jóvenes consumidores, Bokitas presentó su más reciente innovación: Bokitas Mantequilla de Maní, uno de los sabores preferidos de los millennials. Con la cremosidad de la mantequilla de maní y la crocancia de Bokitas, es una práctica alternativa para disfrutar de un antojo dentro o fuera del hogar.

**Galletas Pozuelo Tradicionales con sabor a café**

Pensando en los amantes del “grano de oro” y en ofrecer a los costarricenses más tradicionales una deliciosa alternativa para disfrutar, Pozuelo presentó sus nuevas galletas sabor a café. Este nuevo sabor complementa el portafolio de la Línea Tradicional de la marca Pozuelo, con el sabor casero que encanta a las familias. Ideales para compartir con café, como merienda o postre.



**Cárnicos**



**Pietrán incursiona en la categoría de pescados y mariscos**

Pietrán lanzó al mercado colombiano su nuevo portafolio de salmón y atún, una apuesta que le permite ingresar a una categoría inexplorada y ofrecer a sus consumidores una alternativa de proteína balanceada, nutritiva y deliciosa. El portafolio incluye Salmón y Atún al Natural -para prepararlos al gusto- Salmón Asiático y Salmón Finas Hierbas, listos para cocinar y disfrutar en pocos minutos. Son fuente natural de proteína y Omega 3 y no tienen conservantes.

**Kibo llega a Panamá con Veggie Burger y Veggie Bites**

La marca Kibo incursiona en Panamá con dos productos de análogos cárnicos -Veggie Burger y Veggie Bites- para complementar su portafolio y continuar promoviendo, en los consumidores flexitarianos que buscan productos con diferentes fuentes de origen vegetal, una alimentación consciente y una nutrición sostenible.





**Nuevas lentejas Zenú**

Zenú presentó sus nuevas Lentejas Larga Vida, una opción fácil y práctica para que los consumidores disfruten de un plato delicioso y nutritivo mientras ahorran tiempo en la cocina. Las nuevas Lentejas Zenú no tienen conservantes, son buena fuente de fibra, y contienen ingredientes naturales: lenteja, papa y zanahoria.



**Zenú, ahora en Panamá**

Como parte de su estrategia de internacionalización, el Negocio Cárnico lanzó en Panamá la marca Zenú, que llega al mercado de embutidos con 13 referencias de salchichas, chorizos y jamones para continuar posicionándose como una marca de calidad, nutrición y confianza. Este ingreso estuvo apoyado por una estrategia de comunicación en medios masivos y redes sociales.

**Setas de Cuivá fortalece vínculos con el gremio médico**

Para darle continuidad a su estrategia de culturización sobre el exquisito mundo de los champiñones, Setas de Cuivá viene realizando visitas virtuales a 871 expertos de la salud para entregarles información relevante sobre la categoría y convertirlos en promotores y voceros de la marca en virtud de sus aportes a la nutrición.



**Chocolates**



**Chocotera Corona, ahora disponible en Amazon**

La Chocotera Corona sigue fortaleciendo su propuesta de valor, esta vez con la llegada a los Estados Unidos a través de Amazon. Su propósito es conquistar alrededor de dos millones de consumidores en esta región, y ofrecerles la oportunidad de disfrutar un delicioso chocolate caliente de una manera práctica y simple junto a su familia y amigos.



**Nueva Jumbo Caramel Cookie**

La marca Jumbo sorprende a sus consumidores con la nueva edición limitada Jumbo Caramel Cookie, una deliciosa barra de chocolate con leche, rellena de caramelo, maní caramelizado y galleta sabor caramelo salado. Una innovación que sorprende por su doble relleno que la convierte en una experiencia doblemente poderosa.



**Nueva Gol Mega Arandamora**

Gol quiso seguir sorprendiendo a los clientes y consumidores y creó una barra con la combinación perfecta de ingredientes para calmar el hambre. Una galleta de vainilla cubierta con chocolate blanco, caramelo, arroz crujiente, arándanos y mora de 53 gr a COP 1.400. Con esta innovación, nuestra marca Gol ratifica que es la propuesta perfecta del "Todo en uno" y que definitivamente tiene lo suyo.

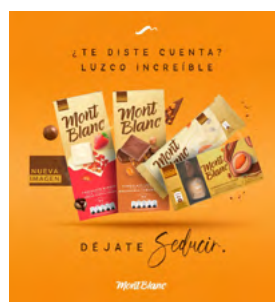
**Nueva Crema de Avellanas Winter's**

Winter's refuerza su propuesta de valor con el lanzamiento de su nueva Crema de Avellanas. Bajo el eslogan "¡Todo lo que toca se vuelve más rico!", llega para volver más ricos los postres y desayunos de los peruanos con el sabor único y característico de Winter's.



**Tosh incursiona en una nueva categoría con sus Avenas Tosh**

Iniciando 2021, Tosh lanzó en Centroamérica su Avena en Hojuelas con el ánimo de valorizar y potenciar la marca en esta nueva categoría. Sin azúcar añadida, con fruta e ingredientes naturales y buena fuente de fibra, llega disponible en tres referencias: Avena natural; Avena con manzana y canela; y Avena con fresa y quinoa.



**Nueva imagen de Montblanc y nueva colección Frutos Amarillos**

Montblanc presentó una nueva imagen moderna y atractiva para acompañar y seducir a los adultos contemporáneos colombianos. Con esta modernización se seguirán afianzando los tres atributos de Montblanc: chocolate premium, ingredientes seleccionados y deliciosas combinaciones. Una muestra es el lanzamiento, para la temporada de Mujer y Madres, de una colección con deliciosas mezclas con frutos amarillos: barra de chocolate, nueces y trozos de piña; barra de chocolate y trozos de uchuva liofilizada; y bombones de chocolate rellenos de maracuyá y almendra.



**Colcafé, ahora en lenguaje braille**

Las etiquetas de Colcafé Clásico y Colcafé Descafeinado vienen ahora en lenguaje braille para que las personas con discapacidad visual puedan escoger y preparar sin inconvenientes la variedad que más les gusta. Conoce **aquí** la historia de Jhonatan Rosero, invidente de nacimiento, quien escogió ser él mismo.



**Matiz edición especial Cafetales del Oso de Anteojos**

En febrero de 2021, Matiz lanzó su edición especial Cafetales del Oso de Anteojos como homenaje a los caficultores del suroccidente colombiano y como apoyo al programa “Conservamos la Vida” para la protección del hábitat del oso de anteojos. Una alianza público-privada entre Matiz, Fundación Grupo Argos, WCS Colombia, Parques Nacionales Naturales de Colombia, Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca y Smurfit Kappa.



**Tresmontes Lucchetti**



**Muibon expande su portafolio con lo mejor del chocolate**

Este 2021, Muibon llega a Chile con toda la innovación y presenta las nuevas referencias Burbumilk, Crunch, Coco Cream, huevitos macizos de chocolate de leche y huevitos de chocolate de leche con relleno de avellanas.

**Kryzpo estrena imagen**

Con el objetivo de seguir innovando para entregar lo mejor a sus consumidores, Kryzpo cambió su imagen, pero manteniendo su inigualable sabor. Según resultados de la Encuesta Cadem, en Chile, el 85% de los consultados aprobó este nuevo look, mientras que el 91% lo prefiere con respecto a los productos de la competencia.



**Zuko Light se transforma en México**

Con el objetivo de ofrecer una nueva imagen y rendimiento de 1 litro, Zuko Light se transforma este año para seguir llegando con los más deliciosos sabores a todos los hogares mexicanos.



**Alimentos al Consumidor**

**¡Lléname de ganas!, invitación de los Corralazos a los colombianos**

Después de un año de incertidumbre, hay razones para disfrutar de la vida con ganas y darse gusto. Los Corralazos, exitosa campaña de El Corral, ofrece hamburguesas desde \$19.900 en combo y adiciona a su portafolio una nueva hamburguesa de pollo BBQ callejera.



**Semana Santa con El Corral Gourmet**

La temporada de Semana Santa fue la excusa perfecta de El Corral Gourmet para presentar su nueva alternativa en hamburguesas: láminas de salmón acompañada con kale, salsa marinera, tomate, y un toque peruano de cebolla roja encurtida y limón, acompañada de papa en cascos al romero, papa pellejo o papa espiral.



**Nuevas ensaladas El Corral, deliciosamente frescas**

Teniendo en cuenta los hábitos y tendencias de los consumidores hacia alternativas más saludables, El Corral presentó sus nuevas ensaladas deliciosamente frescas, con más proteína, nuevos aderezos de la casa y nuevos empaques amigables con el medio ambiente. Los amantes de las ensaladas en Colombia podrán escoger entre la Mexicana, la Corral y la Cobb.



**Colita de Cuadril de Leños & Carbón**

Dentro de las alternativas que Leños & Carbón ofreció a sus invitados en Colombia durante el primer trimestre se destaca el nuevo corte de Colita de Cuadril, con una ternura sabor inigualables, y con cinco posibles acompañamientos: arroz de la casa, papa cocida, plátano maduro, arepas o ensalada de la casa.

**Nuevas Papadias de Papa John's**

Inspiradas en la piadina, un sándwich de pan plano doblado del norte de Italia, las nuevas Papadias son elaboradas a partir de la masa original de Papa John's -fresca y nunca congelada- y rellenas con ingredientes frescos y deliciosos. Como pizza o como sándwich, las nuevas Papadias son una combinación irresistible.







Helados



**Nuevo Bocatto Full Salsa**

El nuevo Bocatto Full Salsa llega al mercado colombiano para satisfacer a los más indulgentes: helado de chocolate y vainilla relleno de arequipe con deliciosos brigadeiros de chocolate y salsa de arequipe como topping. Y para rematar, una increíble punta de chocolate blanco.



**Choco Cono Miti Miti**

A los colombianos no les gusta ni lo uno ni lo otro ¡Les gusta Miti Miti! Por eso llega el nuevo Chococono Miti Miti con el delicioso sabor de la vainilla y el arequipe en un solo cono.



**Polet Bombón De París**

Pensando en los más exigentes, Polet diseñó la más deliciosa preparación inspirada en la repostería francesa: una primera capa de helado de caramelo, seguida de una división de frutos morados; y, para terminar, otra capa de helado con trozos de galleta blanca. Todo cubierto con una deliciosa capa de chocolate Polet y una segunda cobertura de chocolate semi-amargo con almendras.



Pastas



**“Recárgate al instante” nueva promoción de Doria**

Con “Recárgate al instante”, Doria premia y fideliza a sus consumidores colombianos a través de recargas de celular y la oportunidad de participar en la rifa de tarjetas de consumo de COP 1.000.000. La promoción está acompañada por un importante despliegue en puntos de venta -desde grandes superficies hasta tiendas de barrio- y una gran campaña en medios masivos tradicionales y digitales.



**Monticello, medalla de Oro en el Monde Selection de Bélgica**

Para Monticello, la excelencia es parte esencial de su estrategia. La selección de ingredientes, el cuidado máximo de los detalles y el respeto a los procesos fueron fundamentales para convertirse de nuevo en una de las mejores pastas del mundo, tal como lo reconoció el Monde Selection de Bélgica. Con las obtenidas por el Fusilli y el Spaghetti son ya cuatro las medallas de oro y cinco las de plata entregadas por el instituto europeo.



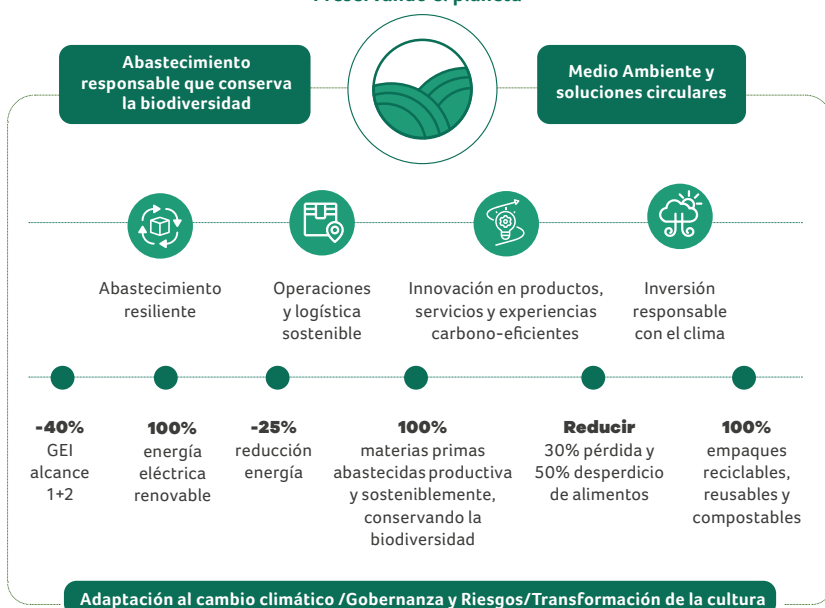
## Cambio climático, una de las prioridades de Grupo Nutresa para 2030

Grupo Nutresa enmarcó su nuevo mapa de valor a 2030 en tres dimensiones: la Cooperación con las Personas, los aliados y la sociedad; la Inspiración del Desarrollo, el Crecimiento y la Innovación; y la Preservación del Planeta.

Dentro de la dimensión Planeta, el cambio climático es una de las prioridades, y frente al cual la Compañía busca aportar a la conservación y preservación de la biodiversidad a partir del incremento de la productividad en el uso de recursos naturales, la implementación de medidas de adaptación a los eventos extremos del clima y la promoción de la regeneración de los ecosistemas.

Para lograrlo, la Compañía ha fijado unos nuevos compromisos para 2030 con base en cuatro pilares: Abastecimiento resiliente; Operaciones y logística sostenibles; Innovación en productos, servicios y experiencias carbono eficientes (o carbono positivos); e Inversiones responsables con el clima.

### Preservando el planeta



## Proyecto de Productividad de Fincas Cafeteras



Inió el tercer año del Programa de Productividad de Fincas Cafeteras, que tiene como propósito incrementar la productividad de los cultivos entre un 20% y un 25% a través del desarrollo de capacidades, la implementación de planes agronómicos y la identificación y control de costos de producción en fincas. Este programa se adaptó a las nuevas realidades que trajo consigo la pandemia y continúa con un acompañamiento a 250 familias de productores de los departamentos de Santander, Huila, Cauca y Valle del Cauca, en Colombia.

## CNCH, primera empresa privada en Colombia en registrar nuevas variedades de cacao

El Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) otorgó el pasado mes de febrero a Compañía Nacional de Chocolates los registros en sus materiales vegetales Cacao CNCh-12 y Cacao CNCh-13, como resultado de una investigación de 15 años liderada desde su Granja Yariguíes para fortalecer la competitividad de la cadena cacao-chocolate en Colombia.

Estos nuevos materiales élite producen un cacao que presenta características sobresalientes para ser usados en diferentes zonas cacaoteras, y se distinguen por su fino sabor y aroma, su adaptabilidad a las condiciones agroecológicas, el tamaño de su grano, y su precocidad y productividad. Además, son autocompatibles, es decir que pueden fecundarse por ellos mismos.



## Pozuelo, comprometida con una producción más limpia



Compañía de Galletas Pozuelo firmó el Acuerdo Voluntario de Producción Más Limpia (AVP+L) con el Ministerio de Ambiente y Energía de Costa Rica, para implementar una serie de mejoras en sus procesos y garantizar una producción más sostenible.

Próximamente Pozuelo implementará los siguientes proyectos: **mejora en el sistema de tratamiento de aguas residuales, recirculación de agua tratada y aislamientos térmicos para evitar pérdidas de calor, entre otros.**

## Talento Nutresa, al servicio de la sociedad



A través de su programa de voluntariado, Grupo Nutresa ha puesto al servicio de las comunidades vulnerables las capacidades de sus colaboradores y construir redes de solidaridad para mitigar algunos riesgos generados por la pandemia.



**11.652**  
Voluntarios



**22.279**  
acciones  
solidarias



**32.283**  
horas  
invertidas



**COP 1.267 millones**  
donados para mitigar los efectos de la pandemia

### Iniciativas acompañadas desde el voluntariado:

- Apoyo a emprendimientos y organizaciones del **sector social**.
- Donación de **COP 457 millones** representados en **5.696 ayudas** alimentarias para beneficio de más de **7.196 familias** en **diez departamentos de Colombia**.
- **COP 652 millones** gestionados entre voluntarios y aliados para la ampliación del programa de seguridad alimentaria **Germinar**.
- **17.702 kilómetros** recorridos por **2.675 colaboradores** y sus familiares en la iniciativa del día del voluntariado **“Muévete por la educación”**, en pro del retorno escolar seguro de los niños en Colombia, distancia traducida en **3.500 kits escolares**.
- Más de **COP 129 millones** donados, entre voluntarios y aliados, para **11.800 familias** colombianas damnificadas por la temporada de lluvias de noviembre y diciembre de 2020.

La Compañía seguirá potenciando el voluntariado corporativo como un escenario de movilización del capital humano que permita el desarrollo de los talentos de los colaboradores y aporte alto valor social para las comunidades.



Conoce aquí cómo cuidamos la vida a través del voluntariado.



## Pacto Global Chile conmemora 20 años

Para celebrar sus 20 años, Pacto Global Chile entrevistó a los principales líderes empresariales promotores de la sostenibilidad en el país, incluido Justo García, Presidente de Tresmontes Lucchetti. La publicación destaca a TMLUC como un actor relevante en la promoción de la sostenibilidad en Chile, al ser, entre otros, fundador de Acción Empresas en el año 2000 que la llevó a recibir importantes reconocimientos por su trabajo colaborativo de 20 años en la prevención de la obesidad infantil.

Desde 2018, TMLUC lidera en Chile la Mesa ODS 2 de Pacto Global con el patrocinio de FAO, donde convergen de cerca de 70 instituciones de los diversos sectores. Se trata de un espacio de diálogo constructivo para compartir miradas y sumar aportes en torno a la malnutrición, la seguridad alimentaria y la prevención de pérdidas y desperdicio de alimentos.



Para conocer mayor información sobre la gestión sostenible de Tresmontes Lucchetti en Chile, visite aquí la entrevista completa a Justo García.