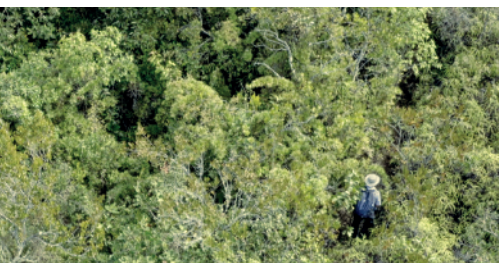


Boletín trimestral

Tercer trimestre de 2021



Al cierre del tercer trimestre del año las **ventas** de Grupo Nutresa crecen el **11,7%** y su margen ebitda se ubica en **12,9%**



Compromiso de Grupo Nutresa frente al cambio climático

Grupo Nutresa reconoce la realidad del cambio climático y por eso ha diseñado una estrategia a 2030 con unos compromisos claros que se sustentan en cuatro pilares estratégicos: Abastecimiento resiliente; Operaciones y logística sostenible; Innovación en productos, servicios y experiencias carbono-eficientes; e Inversión responsable con el clima.

En línea con dicha estrategia, la compañía está comprometida con el liderazgo de acciones a lo largo de la cadena de valor que permitan reducir las emisiones de gases efecto invernadero, aumentar la productividad de los recursos naturales, implementar medidas de adaptación a los cambios del clima y propiciar la regeneración de los ecosistemas para conservar la biodiversidad e inspirar el cambio hacia un mundo mejor.

Para conocer en mayor detalle esta estrategia, los invitamos a hacer clic en el código QR:



Al cierre del periodo, las ventas consolidadas de Grupo Nutresa ascienden a COP 5,8 billones, con un incremento del 8,5% frente a las reportadas en igual periodo del año anterior. Las ventas de innovación representan el 16,9% de las ventas totales.

Al cierre del tercer trimestre del año, las ventas de Grupo Nutresa ascienden a COP 9,1 billones, un 11,7% superiores a las del mismo periodo de 2020. Al excluir la adquisición de Belina, compañía de alimentos para mascotas en Costa Rica, el crecimiento en ventas orgánico es del 11,2%. Las ventas de innovación continúan impulsando de forma importante el crecimiento para el Grupo y representan el 16,6% del total.

Los ingresos en Colombia presentan un crecimiento de 14,5% frente a los de igual periodo del año anterior y se ubican en COP 5,5 billones, equivalentes al 60,9% de las ventas consolidadas del Grupo.

Las ventas internacionales, por COP 3,6 billones, representan un 39,1% de las ventas totales y crecen un 7,7% respecto a las del mismo periodo de 2020. En dólares, estas ventas son de USD 964,5 millones y crecen un 7,8%. El crecimiento orgánico internacional es del 6,4% en COP y del 6,6% en USD.

La utilidad bruta del periodo, por COP 3,8 billones, crece un 9,2% sobre la del mismo periodo del año 2020. Este incremento es inferior al de los ingresos, principalmente por el mayor costo mundial de las materias primas y los fletes.

La utilidad operacional del Grupo asciende a COP 867.050 millones, que representa un incremento del 8,4% frente al mismo periodo de 2020. Este resultado refleja una gestión orientada a la productividad y una mayor inversión en nuestras marcas en todas las geografías donde operamos.

En cuanto a la rentabilidad, se reporta un ebitda consolidado de COP 1,2 billones, con un crecimiento

del 5,4% frente al de igual periodo de 2020 y un margen del 12,9% de las ventas.

Los gastos post-operativos netos por COP 82.201 millones son un 39,1% inferiores a los de igual periodo de 2020, por una significativa reducción del gasto financiero.

Finalmente, la utilidad neta consolidada asciende a COP 534.979 millones, un 14,0% superior a la del mismo periodo de 2020 y que representa un 5,9% de las ventas.

En otros eventos destacados, Grupo Nutresa se complace en informar que, a partir del pasado 20 de octubre, las acciones de Grupo Nutresa podrán ser negociadas en la Bolsa de Santiago en Chile. Esta operación es posible gracias a un acuerdo entre esta última y la Bolsa de Valores de Colombia, el cual incentiva la doble inscripción de los principales emisores de ambas plazas y permite que las acciones de la Compañía se puedan negociar en el sistema transaccional chileno en su moneda local.

Para Grupo Nutresa, esta iniciativa es una oportunidad de participar en un mercado con mayor liquidez y profundidad, y representa, para los inversionistas chilenos, la posibilidad de participar en la dinámica del consumo masivo en la región, lo que plantea una opción de diversificación en una organización con presencia directa en 16 países y con altos estándares de gobierno corporativo.

Estados Financieros Separados

En los Estados Financieros Separados de Grupo Nutresa S. A. reportamos ingresos operacionales netos por COP 543.386 millones, de los cuales COP 475.640 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 540.744 millones.

Las **ventas consolidadas** del Grupo, al 30 de septiembre de 2021, presentan un crecimiento del 11,7% frente a las del mismo periodo del año anterior, y alcanzan los **COP 9,1 billones**. El crecimiento orgánico es del **11,2%**.

Las **ventas en Colombia** ascienden a **COP 5,5 billones**, un **14,5%** superiores a las de igual periodo de 2020.

Las **ventas internacionales**, por **COP 3,6 billones**, son un **7,7%** superiores a las registradas el año anterior. En dólares, estas ventas son de **USD 964,5 millones** y crecen el **7,8%**. El crecimiento orgánico internacional es del **6,4%** en COP y del **6,6%** en USD.

Las **ventas de innovación** alcanzan un 16,6% del total de los ingresos del Grupo.

El **ebitda** consolidado del periodo asciende a **COP 1,2 billones**, con un crecimiento del **5,4%** sobre el mismo periodo de 2020, y un margen del **12,9%** sobre las ventas.

La **utilidad neta** asciende a **COP 534.979 millones** y registra un incremento del **14,0%** frente a la de igual periodo del año anterior.

Desde el 20 de octubre, las acciones de Grupo Nutresa se pueden negociar en la **Bolsa de Santiago, Chile**, en moneda local.

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/#2021-3>

pág. **2**
Noticias

pág. **6**
Información
financiera

pág. **8**
Novedades

pág. **12**
Sostenibilidad

Grupo Nutresa negociará sus acciones en la **Bolsa de Santiago**



Esta iniciativa, que contará con la comisionista de bolsa local LarrainVial como agente creador de mercado, representa una oportunidad de diversificación de portafolio para los inversionistas locales y una alternativa de largo plazo. Al mismo tiempo, representa para los seis emisores la posibilidad de participar en un mercado con mayor liquidez y profundidad, como lo es el chileno.

Para Carlos Ignacio Gallego, presidente de Grupo Nutresa, *“Invertir en Grupo Nutresa les permitirá a los inversionistas chilenos participar en la dinámica del consumo masivo de la región y acceder a una opción de diversificación en una Organización con presencia en 16 países y altos estándares de gobierno corporativo”*.

Esta inscripción no significa una emisión primaria de capital por parte de las seis compañías involucradas, al no tratarse de una nueva emisión de acciones. Es una opción de compra y venta en la plaza chilena.

Desde el pasado 20 de octubre, las acciones de Grupo Nutresa y otras cinco multinacionales de origen colombiano se podrán negociar en la Bolsa de Santiago. Esta operación es posible gracias al acuerdo entre esta última y la Bolsa de Valores de Colombia, el cual incentiva la doble inscripción de los principales emisores de ambas plazas y permite que las acciones de estas compañías se puedan negociar con las facilidades del sistema transaccional local y en pesos chilenos.

Grupo Nutresa, segunda empresa con mejor reputación en Colombia



Según los resultados del monitor MERCO Empresas y Líderes Empresariales 2021, Grupo Nutresa es, por séptimo año en línea, la segunda empresa con mejor reputación en Colombia y se ubica una vez más en el primer lugar dentro del sector de alimentos. Este año, la calificación absoluta de Grupo Nutresa en el ranking mejoró en comparación con el año anterior, pasando de los 9.771 a los 9.820 puntos.

Por su parte, Carlos Ignacio Gallego, su presidente, se ubicó en la tercera posición en el listado de Líderes con mejor reputación del país, y se mantiene en el top 5 de este ranking desde los últimos seis años.

Grupo Nutresa constituyó **Basic Kitchen**, empresa de comercialización de alimentos



El pasado 11 de agosto, Grupo Nutresa anunció la constitución de la sociedad “Basic Kitchen S. A. S.”, empresa que tendrá como actividad principal la comercialización en Colombia de productos alimenticios, entre ellos los identificados bajo la marca Badia.

Badia es una marca originada en Miami en 1967 desde una empresa familiar del mismo nombre. Con más de 50 años de historia y distribución a 70 países del mundo, Badia es hoy sinónimo de sabor, color y aroma gracias a la producción de condimentos y especias para cocineros novatos y expertos con ingredientes de la mejor calidad, y de novedades gastronómicas de todos los rincones del planeta.

Sobre la conformación de esta nueva empresa, Carlos Ignacio Gallego, expresó: *“Expandimos nuestra participación en la categoría de condimentos a través*



de la distribución de una marca con alto potencial de crecimiento como lo es Badia. Nuestro objetivo es también llevar la marca a nuevas regiones del país a través de nuestras capacidades de llegada al mercado. Este es un paso más en nuestro camino de entregar al consumidor soluciones completas y de valor, y de ofrecer una mejor experiencia culinaria en los hogares, junto con el resto del portafolio de Nutresa”.



Noticias



Continúa el programa de **readquisición de acciones**

Luego de ser aprobado por la Junta Directiva el pasado 30 de abril, avanza el proceso de readquisición de acciones a través de los sistemas transaccionales de la Bolsa de Valores de Colombia.

El programa inició el pasado 10 de mayo y, a octubre 8 de 2021, se han readquirido 2.182.498 acciones.

nutrading Grupo Nutresa constituyó **Nutrading**

Gruppo Nutresa anunció el pasado 20 de septiembre la constitución de la sociedad "C.I. Nutrading S. A. S.", cuyo objeto será la compra, venta, y exportación de productos para su distribución y comercialización en el exterior.

Esta nueva empresa tendrá como objetivo desarrollar una plataforma exportadora para empresas colombianas interesadas en recorrer el camino de la internacionalización a través de sus productos y marcas, así como acompañar su desarrollo de capacidades y acceso a nuevos mercados. Para lograr este objetivo, la Organización pondrá a disposición de las empresas aliadas una red de distribución competitiva y de gran cobertura en los países de su región estratégica, al igual que toda su experiencia y capacidades de internacionalización.



Grupo Nutresa, **tercera empresa más innovadora** de Colombia

En el marco del 6° Congreso Empresarial Colombiano llevado a cabo en agosto pasado, la ANDI y revista Dinero dieron a conocer el **Ranking de Innovación Empresarial 2021** en su quinta edición, en el cual Grupo Nutresa ocupó la tercera posición.

Este año participaron en el listado un total de 340 compañías de 18 sectores económicos y 17 departamentos del país, destacadas por sus capacidades y resultados de innovación, entre grandes (43%), medianas (26%) y pequeñas (31%). Estas, en conjunto, emplean directamente a 516.789 personas y sus ingresos representan el 43% del PIB de Colombia. Durante el 2020, las 30 empresas que ingresaron al *ranking* crearon más de 5.000 innovaciones que contribuyen al alcance de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de la agenda 2030 y 9.000 nuevos empleos en el país.

Cordillera patrocinó al equipo de chefs colombianos en el **"Bocuse d'Or 2021"**



El pasado mes de septiembre se realizó en Lyon, Francia, el "Bocuse d'Or", el certamen gastronómico más importante del mundo, en el cual el equipo Colombia, patrocinado por la marca Cordillera, fue el ganador en la categoría de Responsabilidad Social, premio que destaca los esfuerzos en materia de sostenibilidad económica, social y ambiental.

Con este reconocimiento Cordillera continúa contribuyendo al desarrollo gastronómico del país y apoyando al talento colombiano en los más importantes escenarios internacionales.



Sedes del Negocio Cárnico y Novaventa, ahora con energía solar

Como parte del programa de gestión energética de Grupo Nutresa que busca la implementación de fuentes de energía renovables, el Negocio Cárnico y Novaventa instalaron sistemas de paneles solares en sus sedes de Rionegro y El Carmen de Viboral en Colombia, en proyectos desarrollados en alianza con la firma Celsia.

En el caso del Negocio Cárnico, se realizó la instalación de 110 paneles solares en su planta de Rionegro gracias a los que generarán aproximadamente 55.870 kWh de electricidad y se dejarán de emitir cerca de 22 toneladas de CO2 al año. Por su parte, el centro de operaciones de Novaventa realizó una adecuación similar, con la que espera reducir aproximadamente 31 toneladas de CO2/año.

Además del positivo impacto ambiental y los ahorros económicos alcanzados, este tipo de sistemas energéticos tiene beneficios adicionales como disminución en la sensación térmica y valorización de los inmuebles, entre otros.

Avanza el programa de Obras por Impuestos



Con el propósito de seguir brindando mayores oportunidades a niños, niñas y jóvenes del país, Grupo Nutresa continúa vinculado en 2021 al mecanismo de Obras por Impuestos a través de siete de sus compañías en Colombia, las cuales financiarán, con recursos del impuesto de renta 2020, el desarrollo de nueve proyectos en los departamentos de Antioquia (3), Tolima (4), Santander (1) y Putumayo (1).

Grupo Nutresa realizó un aporte de COP 22,2 mil millones para la adquisición de equipos de cómputo, dotación de mobiliario y menaje escolar, y utensilios y electrodomésticos.

Los proyectos tienen como objetivo mejorar el entorno digital y las condiciones para la formación y el desarrollo de competencias educativas de 77.228 estudiantes y formar en materia de informática y nuevas tecnologías a 350 docentes. Los proyectos beneficiarán 1.158 sedes educativas de 24 municipios de los departamentos mencionados.

Reconocimientos



Colcafé y CNCH, reconocidas como empresas INspiradoras 2021

La Fundación Andi, USAID y ACADI/VOCA, anunciaron las 15 organizaciones que integran el listado de empresas INspiradoras, en su cuarta edición, del cual hicieron parte Colcafé y Compañía Nacional de Chocolates. La primera de ellas, en virtud de su trabajo de inclusión de personas en situación de discapacidad, y la segunda gracias a su proyecto "Conexión Agroempresarial Cacao Urabá", en alianza con Comfama y la Fundación Nutresa, el cual beneficia a 125 productores de cacao.

Pozuelo, una de las marcas favoritas en Costa Rica y Centroamérica

De acuerdo con el estudio de preferencia Brand Footprint de la firma Kantar, Pozuelo es la tercera marca preferida por los costarricenses y la décima de los centroamericanos.



ES... MUUUCHA GALLETA!



Recertificaciones en el Negocio Cárnico

El ICONTEC otorgó al Negocio Cárnico la renovación de la certificación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo ISO 45001:2018, así como la recertificación de Setas de Cuivá en el Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015. Esta última empresa obtuvo también la certificación Kosher para su línea de champiñones larga vida, la cual garantiza que cumple con todos los requisitos de limpieza, pureza y calidad, y que le permite fortalecer su propuesta de valor para el mercado internacional.



Fábricas de chocolates en Colombia y Costa Rica obtienen reconocimientos de carbono neutralidad

La Fábrica Rionegro de CNCH fue reconocida por Cornare como planta Carbono Neutro, distinción otorgada a las empresas y marcas que promueven los Acuerdos de Crecimiento Verde en el Oriente Antioqueño colombiano. De manera similar, Compañía Nacional de Chocolates Costa Rica recibió la certificación Carbono Neutral Plus, de la Dirección de Cambio Climático del Ministerio de Ambiente y Energía de este país, por reducir las emisiones de gases en un 14,51% durante el 2020.



CNCH Perú, reconocida por tercera vez como Buen Empleador

La Asociación de Buenos Empleadores (ABE) de la Cámara de Comercio Americana de Perú, otorgó por tercera vez consecutiva este reconocimiento a Compañía Nacional de Chocolates de Perú, al constatar las buenas prácticas laborales en materia de desarrollo de habilidades de liderazgo, capacitación técnica, programas de reconocimiento, remuneración y beneficios sociales, así como por brindar un ambiente de trabajo seguro e higiénico.

CNCH renueva certificados Fairtrade y de Seguridad de los Alimentos

Compañía Nacional de Chocolates obtuvo la renovación de su certificación Fair Trade "Comercio Justo", la cual asegura mejores condiciones comerciales y garantiza los derechos de productores y proveedores de cacao. Así mismo, la Compañía renovó su certificación en la Norma Global de Seguridad de los Alimentos BRC, del Global Food Safety Initiative GFSI, en la Categoría AA. A esta última se le suma el reciente certificado de calidad y seguridad alimentaria de la Planta Rionegro recibido de manos de AIB Internacional.



Pozuelo, Bandera Azul Ecológica en movilidad sostenible y cambio climático

El Programa Bandera Azul Ecológica (PBAE) de Costa Rica entregó a Compañía de Galletas Pozuelo dos reconocimientos por su buen desempeño ambiental. El Comité de Bandera Azul y Movilidad Sostenible le entregó a Pozuelo una calificación máxima de 100, así como tres estrellas blancas por su gestión del cambio climático y cinco por su trabajo en movilidad sostenible.



Certificación FSSC 22000 para el Negocio Pastas

En julio pasado, Productos Alimenticios Doria recibió la certificación del Sistema de Gestión de la Inocuidad Alimentaria bajo el estándar FSSC 22000, enmarcado bajo la iniciativa mundial (GFSI). Esta certificación le permite al Negocio explorar oportunidades en mercados internacionales donde esta es requisito indispensable por parte de los clientes.



Programa "Empresas 2050" de CNN Chile destaca a Tresmontes Lucchetti

El pasado sábado 4 de septiembre, y con la participación de Justo García, presidente de TMLUC, el programa "Empresas 2050" de CNN abordó el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 2 "Hambre Cero". Durante la transmisión, se destacó el compromiso de la empresa con este objetivo y el impacto de sus programas de promoción de estilos de vida saludable en las comunidades con las que se relaciona.



CNCH Perú, empresa hídricamente responsable

CNCH Perú obtuvo el Certificado Azul, distinción que otorga la institución estatal del ANA (Autoridad Nacional del Agua) a las empresas hídricamente responsables que ejecutan con éxito sus compromisos de medición de su huella hídrica, su reducción y su programa de valor compartido.

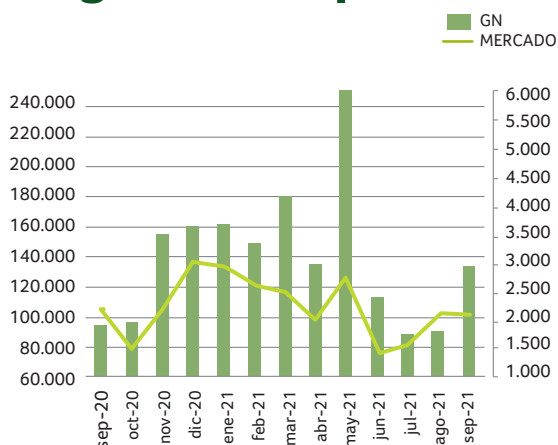
Estado de Resultados Consolidados*

A 30 de septiembre de 2021. Valores expresados en millones de pesos colombianos

| | ENE-SEP 2021 | % ingresos | ENE-SEP 2020 | % ingresos | % VAR |
|--|------------------|--------------|------------------|--------------|--------------|
| OPERACIONES CONTINUADAS | | | | | |
| Ingresos operacionales provenientes de contratos con clientes | 9.135.290 | | 8.178.270 | | 11,7% |
| Costos de ventas | (5.383.968) | -58,9% | (4.742.499) | -58,0% | 13,5% |
| Utilidad bruta | 3.751.322 | 41,1% | 3.435.771 | 42,0% | 9,2% |
| Gastos de administración | (392.759) | -4,3% | (358.476) | -4,4% | 9,6% |
| Gastos de venta | (2.343.649) | -25,7% | (2.119.836) | -25,9% | 10,6% |
| Gastos de producción | (167.079) | -1,8% | (147.900) | -1,8% | 13,0% |
| Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos | 14.676 | 0,2% | 1.714 | 0,0% | N/A |
| Otros ingresos (egresos) netos operacionales | 4.539 | 0,0% | (11.354) | -0,1% | -140,0% |
| Utilidad operativa | 867.050 | 9,5% | 799.919 | 9,8% | 8,4% |
| Ingresos financieros | 11.110 | 0,1% | 15.345 | 0,2% | -27,6% |
| Gastos financieros | (171.497) | -1,9% | (220.124) | -2,7% | -22,1% |
| Dividendos | 67.758 | 0,7% | 69.269 | 0,8% | -2,2% |
| Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos | 13.819 | 0,2% | 5.953 | 0,1% | 132,1% |
| Participación en asociadas y negocios conjuntos | (3.391) | 0,0% | (6.023) | -0,1% | -43,7% |
| | - | 0,0% | 581 | 0,0% | -100,0% |
| Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante | 784.849 | 8,6% | 664.920 | 8,1% | 18,0% |
| Impuesto sobre la renta corriente | (190.731) | -2,1% | (217.444) | -2,7% | -12,3% |
| Impuesto sobre la renta diferido | (15.132) | -0,2% | 26.487 | 0,3% | -157,1% |
| Utilidad del periodo de operaciones continuadas | 578.986 | 6,3% | 473.963 | 5,8% | 22,2% |
| Operaciones discontinuadas, después de impuestos | (32.310) | -0,4% | (379) | 0,0% | N/A |
| Utilidad neta del periodo | 546.676 | 6,0% | 473.584 | 5,8% | 15,4% |
| Participaciones no controladoras | 11.697 | 0,1% | 4.117 | 0,1% | 184,1% |
| Utilidad atribuible a las participaciones controladoras | 534.979 | 5,9% | 469.467 | 5,7% | 14,0% |
| EBITDA | 1.177.628 | 12,9% | 1.116.853 | 13,7% | 5,4% |

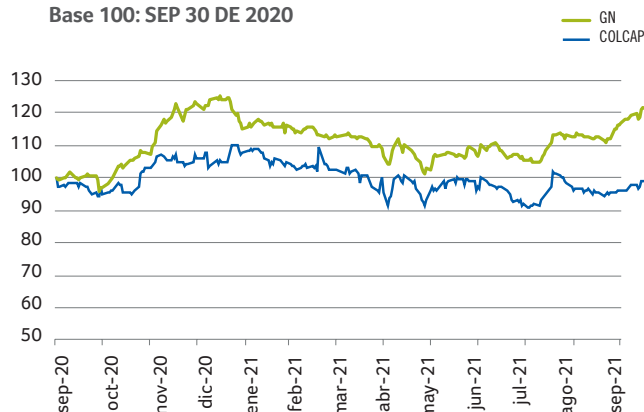
*Información no auditada.

Volumen de negociación promedio



Comportamiento de la acción

Base 100: SEP 30 DE 2020



Estado de Situación Financiera*

A 30 de septiembre de 2021 y 31 de diciembre de 2020. Valores expresados en millones de pesos colombianos

| | SEP-21 | DIC-20 | % VAR |
|---|-------------------|-------------------|--------------|
| ACTIVO | | | |
| Activo corriente | | | |
| Efectivo y equivalentes de efectivo | 737.062 | 933.564 | -21,0% |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, neto | 1.308.275 | 1.191.711 | 9,8% |
| Inventarios | 1.585.568 | 1.379.984 | 14,9% |
| Activos biológicos | 181.680 | 127.614 | 42,4% |
| Otros activos | 499.342 | 228.087 | 118,9% |
| Activos no corrientes mantenidos para la venta | 177 | 177 | 0,0% |
| Total activo corriente | 4.312.104 | 3.861.137 | 11,7% |
| Activo no corriente | | | |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, neto | 34.794 | 26.548 | 31,1% |
| Activos biológicos | 19.484 | 0 | N/A |
| Inversiones en asociadas y negocios conjuntos | 211.681 | 196.498 | 7,7% |
| Otros activos financieros no corrientes | 2.271.028 | 2.678.991 | -15,2% |
| Propiedades, planta y equipo, neto | 3.594.421 | 3.434.206 | 4,7% |
| Activos por derechos de uso | 770.944 | 829.563 | -7,1% |
| Propiedades de inversión | 8.819 | 9.056 | -2,6% |
| Plusvalía | 2.447.252 | 2.369.706 | 3,3% |
| Otros activos intangibles | 1.328.559 | 1.303.838 | 1,9% |
| Activo por impuesto diferido | 810.476 | 740.891 | 9,4% |
| Otros activos | 20.159 | 87.447 | -76,9% |
| Total activo no corriente | 11.517.617 | 11.676.744 | -1,4% |
| TOTAL ACTIVOS | 15.829.721 | 15.537.881 | 1,9% |

| | | | |
|---|------------------|------------------|-------------|
| PASIVO | | | |
| Pasivo corriente | | | |
| Obligaciones financieras | 153.320 | 486.736 | -68,5% |
| Pasivos por derechos de uso | 107.429 | 126.727 | -15,2% |
| Proveedores y cuentas por pagar | 1.499.658 | 1.283.494 | 16,8% |
| Impuesto sobre la renta e impuestos por pagar | 321.046 | 240.011 | 33,8% |
| Pasivo por beneficios a empleados | 264.141 | 217.033 | 21,7% |
| Provisiones | 1.718 | 3.450 | -50,2% |
| Otros pasivos | 106.519 | 83.209 | 28,0% |
| Total pasivo corriente | 2.453.831 | 2.440.660 | 0,5% |
| Pasivos no corriente | | | |
| Obligaciones financieras | 3.182.278 | 2.865.638 | 11,0% |
| Pasivos por derechos de uso | 722.102 | 747.296 | -3,4% |
| Pasivo por beneficios a empleados | 195.184 | 196.244 | -0,5% |
| Pasivo por impuesto diferido | 1.189.325 | 1.020.416 | 16,6% |
| Provisiones | 5.930 | 5.909 | 0,4% |
| Otros pasivos | 2.555 | 4.576 | -44,2% |
| Total pasivo no corriente | 5.297.374 | 4.840.079 | 9,4% |
| TOTAL PASIVO | 7.751.205 | 7.280.739 | 6,5% |

| | | | |
|--|-------------------|-------------------|--------------|
| PATRIMONIO | | | |
| Patrimonio atribuible a las participaciones controladoras | 8.005.239 | 8.197.848 | -2,3% |
| Participaciones no controladoras | 73.277 | 59.294 | 23,6% |
| TOTAL PATRIMONIO | 8.078.516 | 8.257.142 | -2,2% |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 15.829.721 | 15.537.881 | 1,9% |

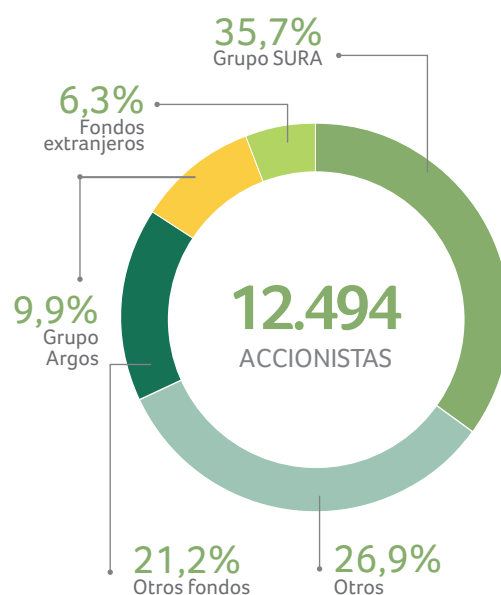
Indicadores

| | |
|--|-------------|
| Precio de Cierre | 21.660 |
| Precio de Cierre año anterior | 22.660 |
| Máximo 52 Semanas | 25.000 |
| Mínimo 52 Semanas | 20.350 |
| Capitalización Bursatil (\$MM) | 9.920.192 |
| Valor Intrínseco ⁽¹⁾ | 17.639 |
| RPG ⁽²⁾ | 13,0 |
| P/VL ⁽²⁾ | 1,3 |
| EV / EBITDA ⁽²⁾ | 7,2 |
| Utilidad por acción ⁽³⁾ | 1.399 |
| Dividendo por acción-mes | 58,5 |
| Rentabilidad por dividendos ⁽³⁾ | 3,0% |
| Rentabilidad por valorización ⁽³⁾ | -4,4% |
| Rentabilidad combinada ⁽³⁾ | -1,5% |
| Variación COLCAP ⁽³⁾ | 16,2% |
| Retorno sobre activos | 8,2% |
| Retorno sobre patrimonio ⁽²⁾ | 9,9% |
| Retorno sobre capital invertido ⁽²⁾ | 9,9% |
| Acciones en Circulación ⁽⁴⁾ | 457.995.960 |
| Número de Accionistas | 12.494 |
| 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
 (4) Acciones en circulación al cierre

Composición accionaria





Galletas



Planeta Verde, la microserie de TOSH

Tosh, en alianza con Discovery Channel, presentó la microserie Planeta Verde, con la que da cuenta de su gestión como primera marca de consumo masivo colombiana en ser certificada como carbono neutro en todas sus categorías. De la mano de Claudia Bahamón, la marca promueve, en cinco capítulos, pequeñas acciones en casa para generar impactos positivos en la tierra y vivir en armonía consigo mismo y con el entorno.



Nuevas bebidas Tosh

En su búsqueda de nuevas opciones, Tosh presentó su más reciente lanzamiento en los mercados de Costa Rica, Panamá y Colombia. Las nuevas bebidas Tosh, con las que la marca incursiona en una nueva categoría y responde a una tendencia de alimentación saludable, son naturalmente libres de lactosa, buena fuente de calcio y vitamina D, y libres de colesterol y grasas trans. En cuatro deliciosos sabores: Almendra, Coco, Tres Nueces, y Almendra y Avena.



Nuevas Ducales Mini

Ducales lanzó sus nuevas Ducales Mini en las diferentes geografías en las que hace presencia. En Ecuador las presenta como Ducales Bocaditos y en los Estados Unidos y Puerto Rico como Dux Golden Bites. Con este formato, la marca busca participar activamente en el momento del *snacking*, con un producto delicioso, ideal para calmar un antojo.

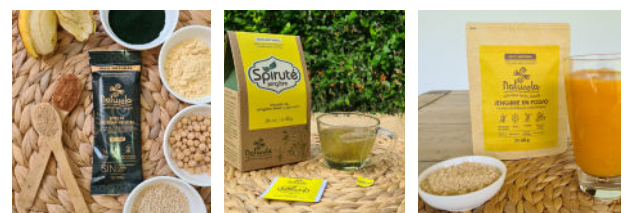


Nuevas "Lentil Crackers" de Kibo

Con miras a fortalecer la propuesta de valor de la marca, y en línea con las tendencias de alimentación a base de plantas, Kibo lanzó en los Estados Unidos las nuevas "Lentil Crackers" una alternativa nutritiva, sostenible y deliciosa. Se trata de un delicioso *snack* a base de lentejas y semillas de ajonjolí y amaranto. Una inigualable fuente de proteína vegetal (9g).

Nuevas galletas Tosh Multigrano y de Avena en Estados Unidos

En línea con las necesidades del consumidor estadounidense y aprovechando las capacidades de producción de AbiMar Foods, la marca Tosh desarrolló dos nuevos productos para el mercado norteamericano: Galletas de avena con chips de chocolate y menos azúcar; y Galletas multigrano entero, excelente fuente de fibra.



Naturela, innovando por la nutrición

Naturela presentó en Colombia cinco nuevas referencias para una alimentación consciente, sostenible y saludable. Spiruté jengibre, infusión de limón y jengibre; Jengibre en polvo, sin gluten, colorantes, conservantes ni saborizantes artificiales; Açaí en polvo, fruto rico en antioxidantes, vitaminas y minerales; Spirulina crunch, *topping* nutritivo 100% natural; y *Bites* de proteína vegetal, *snack* de banano, spirulina, proteína de arveja, semillas y nuez de cacay.



Cárnicos



Berard continúa fortaleciendo su portafolio saludable

Berard amplió su portafolio de productos saludables en Panamá con las ediciones *In&Out* de los productos: Pechuga de pavo con miel de abejas; Salchicha de pavo con miel de abejas; y Jamón de pavo finas hierbas. De esta forma la marca dinamiza su portafolio saludable y se adecúa a las necesidades y gustos de sus consumidores.



Hummus Pietrán

Pietrán sigue innovando para brindar diferentes alternativas en alimentación a sus consumidores y expande su portafolio en Colombia con untables de origen vegetal. Además del reciente lanzamiento de su guacamole Pietrán, la marca presenta su nuevo hummus Pietrán, deliciosa combinación de garbanzos, tahini, ajo y aceite de oliva. Con un aporte de 2,6 gr de proteína y 2,7 gr de fibra, es ideal para acompañar las preparaciones en cualquier momento del día.

Berard, líder del segmento de chorizos

Con el objetivo de fortalecer su liderazgo, dinamizar el segmento de chorizos con una propuesta de valor asequible y aumentar su cobertura en canales autoservicios y tradicional, Berard lanzó el nuevo BBQ Party Mix, con los tres sabores más vendidos en Panamá en un solo empaque más económico.



Chocolates



Nuevo Maní Kraks Limón

Maní Kraks, de la Especial, lanzó en Colombia su nuevo sabor a limón, para que los consumidores disfruten “un Kraks que se siente acidito” y seguir ganando participación en la categoría de nueces en el mercado colombiano.



Nuevo Chocolisto sin azúcar adicionada

Hoy las familias son más conscientes de su alimentación y están más interesadas en disminuir los niveles de azúcar que consumen. En línea con

esta tendencia Chocolisto presentó en Colombia su versión sin azúcar adicionada con tres objetivos: aumentar su participación de mercado, afianzar sus credenciales de nutrición y valorizar la marca.



Nueva Jet Arequipe Coco

El arequipe y el coco son dos de los sabores más conocidos por los colombianos y juntos, son la combinación perfecta. Por eso Jet lanza sus nuevas referencias Wafer, Burbuja y Burbujet Arequipe Coco, con las que busca seguir conquistando a los consumidores colombianos, dinamizando así la categoría de golosinas y masificando los sabores colombianos.



Las Pícaras de siempre, ahora con nuevo look

Pícaras, una de las marcas más queridas y presentes en el corazón de los peruanos desde hace más de 40 años, cambió de *look* en agosto pasado. Ahora luce uno que la acerca más a su público actual y que visibiliza su ADN desde el empaque, y el cual fue presentado oficialmente a través de su campaña “El gusto de comerse al mundo”.

Nucita potencia nuevos segmentos en Centroamérica

Centroamérica presentó Nucita Choco Candies, deliciosas golosinas de chocolate con relleno de sabores a fresa, mora azul y tutti frutti. Con este lanzamiento, la marca busca potenciar el segmento de Chocolate Candy, el segundo de mayor relevancia en la categoría de golosinas en la región.





Cafés



La Bastilla cambia de imagen

Una de nuestras marcas más tradicionales renueva su imagen para conquistar nuevas generaciones e identificarse como una marca cercana y vigente. Ahora La Bastilla viene en una presentación más innovadora y llamativa, conservando sus características esenciales.

Edición Especial Café Matiz

Dos de las marcas *premium* de Nutresa se unen para dar vida a Matiz Montblanc, un delicioso café tostado y molido con sabor a chocolate y brownie. Este nuevo lanzamiento fusiona la experiencia y maestría de Café Matiz con la indulgencia de Chocolates Montblanc para crear un café con aroma pronunciado, cuerpo cremoso y notas tostadas con sabor a brownie y chocolate. Sencillamente irresistible.



Tresmontes Lucchetti



Té Orjas amplía su portafolio

En 2021, Tresmontes Lucchetti continúa innovando con su tradicional marca de té. El nuevo Té Orjas Yerba Mate ya se encuentra disponible en formato de 500 g con una renovada propuesta que busca cautivar a los consumidores con un buen momento y el mejor sabor.

Nuevas compotas Livean Pürfrut

Las nuevas compotas de Livean, marca líder de Tresmontes Lucchetti, son 100% fruta, ideales para consumir en cualquier momento del día. Ricas en vitamina C, las nuevas compotas Livean Pürfrut son 0% azúcar añadida, sin preservantes, sin saborizantes artificiales, sin colorantes, sin gluten ni lactosa. Disponibles en cuatro deliciosos sabores: durazno, mango/manzana, manzana y pera.



Alimentos al Consumidor



Nueva Corral VEK, hamburguesa de proteína vegetal

En línea con las tendencias de alimentación saludable en Colombia, El Corral lanzó en junio pasado su nueva Corral VEK, hamburguesa de proteína vegetal a base de plantas, con el objetivo de tener opciones en su portafolio para todo tipo de consumidores. Corral VEK a la parrilla es una receta provocativa, deliciosa, y con el sabor y texturas característicos de la marca.



Vek Especial y Mexicana en El Corral Gourmet

Y luego del exitoso lanzamiento de Corral VEK en El Corral, El Corral Gourmet lanzó en julio las hamburguesas VEK Especial y VEK Mexicana, con el toque de ingredientes y sabores únicos como el chimichurri, cebollitas locas, queso doble crema, champiñones salteados, kale y alioli de aguacate; y del frijol refrito, el suero costeño, el pico de gallo y las tortillas fritas. Ideales para quienes se inclinan por el consumo de proteína vegetal.



Sandwich a la Parrilla en Leños y Carbón

Leños & Carbón incursionó en la categoría de sandwiches a mediados del 2020 con su Sandwich a la Parrilla, referencia de alto valor agregado y diferencial, con opciones de proteína como el pollo, el morrillo, el churrasco, la costilla St. Louis y el lomo de res. Así mismo, la marca abrió en agosto pasado su primera tienda física de sandwich en el formato *food court* en el centro comercial Jardín Plaza, en Cali.

Papadías de Papa John's

En abril del 2021, Papa John's lanzó sus nuevas Papadías, parte pizza, parte sándwich, en tres deliciosas referencias: Italiana; Jamón, Champiñones y tres quesos; y Pollo BBQ con tocineta. Un producto personal para disfrutar en cualquier momento y lugar.





Helados



Drácula y sus refugios tenebrosos

El lanzamiento más esperado del año llegó para vivir el terror más divertido. En esta oportunidad, Drácula llega con veinte monstruos que sorprenden desde sus refugios terroríficos. Nadie mejor que Drácula para enseñar a disfrutar el Halloween en Colombia.

Vuelve Cremoletta

Al mercado colombiano regresó una marca familiar, divertida y que fue símbolo de toda una época. Con el objetivo de revivir años maravillosos, buenos recuerdos y momentos inolvidables, Cremoletta vuelve con todo su estilo y actitud a través de dos de las paletas más icónicas de su historia: Chocolate Crispy y Vainilla Fresa. Cuando se recuerda lo mejor, la vida sabe más rico.



Nuevo Crem Helado Gold

A través de un portafolio de productos para compartir en casa, Crem Helado Gold llegó al mercado colombiano para convertir el mundo premium en toda una experiencia de deleite, cremosidad y sabor.

Nuevos Vainilla Nibs de Cacao Tosh

En línea con la plataforma de innovación de Tosh, el Negocio Helados presenta la nueva línea de cacao Tosh. Una nueva manera de cuidarse y de sentir la felicidad en cada cucharada de helado de vainilla con salsa de chocolate y nibs de cacao, con tan solo 70 calorías por porción y 65% de cacao.



Pastas



Nueva Quinoa Lista Doria

Para seguir ofreciendo una mayor nutrición dentro y fuera del hogar, Doria trae una nueva solución a sus consumidores: la nueva Quinoa Lista, producto con todos los beneficios nutricionales de este grano ancestral, totalmente cocido y listo para consumir frío o caliente, acompañado de una deliciosa salsa. Disponible en dos variedades: mezcla de mango, ajonjolí y pimentón; y mezcla de vegetales y champiñones. Con ingredientes naturales y sin azúcares añadidos, la nueva Quinoa Lista incluye una cuchara y su empaque puede reciclarse.



Nuevo Salvado de trigo Doria

Doria continúa innovando con productos naturales, nutritivos y de fácil consumo. Recientemente presentó en Colombia su nuevo Salvado de trigo Doria, alimento proveniente de la molienda del trigo y que gracias a su alto contenido de fibra mejora el funcionamiento del sistema digestivo con solo una cucharada. Rico en nutrientes esenciales como hierro y zinc.



Nutresa Retoma entrega primeros parques infantiles

Cerca de 5.800 botellas llenas de empaques plásticos recogidas a través de Nutresa Retoma se transformaron recientemente en madera plástica para darle vida a dos parques infantiles para beneficio de 1.747 niños y niñas de dos instituciones educativas de Medellín vinculadas a los programas de educación de Fundación Nutresa.

Desde su salida en vivo en octubre de 2020 la iniciativa ha logrado recoger, a través de más de 500 puntos de recolección, más de 30 toneladas de plástico, gracias al trabajo articulado entre clientes, consumidores y colaboradores de Medellín, Bogotá, Cali y Barranquilla.

Nutresa Retoma es el programa de circularidad de empaques de Nutresa gestionado a través de un modelo de logística propio para la recolección de empaques posconsumo en clientes.

Conozca más haciendo clic aquí o escaneando este código QR



Identificadas 16 iniciativas inclusivas en negocios de Grupo Nutresa

De la mano del Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible -CECODES- Grupo Nutresa viene fortaleciendo sus programas de cadenas de valor sostenible, desde las cuales fomenta la apropiación de los Negocios Inclusivos en su interior.

La Organización inició un proceso de reconocimiento de Negocios Inclusivos, diseñado como un modelo de evaluación del cumplimiento del estándar mínimo de dichas iniciativas, el cual identifica además oportunidades de mejora para el cierre de brechas. Esta verificación arrojó 16 iniciativas inclusivas con un enfoque de mercado en Colombia, Chile y Costa Rica. La identificación de Negocios Inclusivos, además de categorizarlos según su estado de madurez, permite la identificación de proyectos para la generación de ingresos a familias y/o comunidades en la post pandemia.



Sembrando buenos hábitos en las Instituciones rurales de Colombia



Con el objetivo de promover la seguridad alimentaria en territorios, así como el desarrollo de capacidades en nutrición, agroecología y vida saludable en instituciones educativas rurales del país, Grupo Nutresa dispuso de sus programas sociales Germinar y EVS (Estilos de Vida Saludable) para ayudar a la transformación de las comunidades productoras de café de Ciudad Bolívar, Antioquia, para beneficio inicial de 65 niños y niñas y cinco docentes de la institución Educativa Rural del Alto de los Jaramillo.

Este desarrollo de capacidades estará complementado con la entrega de la cartilla “Una aventura para crecer feliz y más saludable” y de kits escolares para el mejoramiento de las condiciones de acceso y permanencia a la educación.



Tosh Fest digital, el primer festival Carbono Neutro

Del 26 al 29 de agosto se llevó a cabo la tercera edición del Tosh Fest, un espacio digital multiexperiencial para todas las personas apasionadas por tener cada vez más una vida en armonía. En línea con el cuidado del entorno, el Tosh Fest se convirtió en el primer evento carbono neutro del país.



Tresmontes Lucchetti lanzó Guía de Emprendedores Casablanca

En días pasados, TMLUC realizó el lanzamiento de la Guía de Emprendedores Casablanca, impulsada por la empresa en conjunto con el Municipio y Corporación de Casablanca. Este documento busca ser una vitrina gratuita para que los habitantes de la comuna puedan dar a conocer sus productos y servicios que rescatan la identidad local, y se suma a otras iniciativas de la empresa para generar valor en las comunidades.

Conozca más haciendo clic aquí o escaneando este código QR



Analítica avanzada aplicada al control de residuos en el Negocio Pastas

En el marco de la estrategia de talento digital del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), el Negocio Pastas desarrolló soluciones al reto de disminuir las pérdidas de recortes de pasta a partir de analítica avanzada. El proyecto fue desarrollado a través de algoritmos que permitieron identificar las principales causas que provocan los residuos en las líneas de producción.



TMLUC finaliza primer proceso voluntario de Debida Diligencia en Derechos Humanos



Durante el mes de mayo, y en el marco del décimo aniversario de la publicación de los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de las Naciones Unidas, Tresmontes Lucchetti finalizó su primer proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos, consistente en un análisis sectorial de los principales focos en derechos humanos y un análisis interno de riesgos, complementado con un proceso de consulta interno y externo a través de encuestas y entrevistas que permitieron conocer la percepción de los diferentes grupos relacionados en la materia.

Colcafé y el ITM crean vaso biodegradable con borra de café



En conjunto con el Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín (ITM), Colcafé desarrolló un vaso biodegradable para reemplazar los recipientes de plástico y cartón. El proceso se realiza con la celulosa que se adquiere de la cascarilla de café y que luego se condensa a través de la vaporización. Este nuevo vaso permite aprovechar 200.000 toneladas de cascarilla, la cual es habitualmente utilizada para abono, generando acidez en la tierra y contaminación de los afluentes.

Esta investigación obtuvo la patente de la Superintendencia de Industria y Comercio y tiene otra en curso en los Estados Unidos. Además, el proyecto quedó entre los seis finalistas de la cuarta temporada del *reality show* El Gran Inventor Colombia, de Discovery Channel.