

Informe Especial de Grupo Empresarial

Al cierre de 2021, el Grupo Empresarial Nutresa estaba integrado por 71 compañías, agrupadas para efectos administrativos así: ocho Negocios de alimentos y sus plataformas productivas en Colombia y en el exterior; una red internacional de distribución; cuatro compañías nacionales de distribución, y cuatro compañías de servicios administrativos, logísticos y de transporte que prestan los respectivos soportes a las sociedades de Grupo.

En cumplimiento de lo establecido en la legislación colombiana, artículo 29 de la Ley 222 de 1995, Grupo Nutresa S. A., como matriz del Grupo Empresarial, recibió de sus subordinadas la suma de COP 459.780 millones a título de dividendos, y no recibió suma alguna por concepto de ventas de bienes y servicios. Durante 2021, Grupo Nutresa S. A. no avaló obligaciones financieras de sus subordinadas. Las subordinadas, por su parte, no efectuaron operaciones frente a terceros por influencia o en interés de la controlante.

Asimismo, en 2021 Grupo Nutresa S. A. no tomó ni dejó de tomar decisiones por atender el interés o por influencia de alguna de sus compañías subordinadas, y ninguna de estas tomó ni dejó de tomar decisiones por atender el interés o por influencia de Grupo Nutresa S. A.

Disposiciones legales

Grupo Nutresa y sus subordinadas dieron estricto cumplimiento a las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor. Sus marcas están debidamente registradas, cuentan con las respectivas licencias de uso del *software* instalado y conservan la correspondiente evidencia que permite verificar el mencionado cumplimiento.

En 2021 no hubo notificaciones de demandas ni fallos judiciales que pudieran afectar materialmente la situación financiera de la Compañía; tampoco hubo multas ni sanciones significativas contra las compañías del Grupo ni sus administradores.

En la Nota 17 de los estados financieros separados de Grupo Nutresa, publicados en el sitio web, están detalladas las operaciones con accionistas y personas a las que se refiere el artículo 47 de la Ley 222 de 1995 y las demás normas concordantes. Estas operaciones fueron celebradas en condiciones de mercado.

La Sociedad declara que no entorpeció la libre circulación de las facturas emitidas por los vendedores o los proveedores del Grupo Empresarial y, adicionalmente, certifica que los estados financieros y demás informes relevantes no contienen vicios, imprecisiones o errores que impidan conocer la verdadera situación patrimonial de la Compañía, según lo establecido en el artículo 46 de la Ley 964 de 2005.

Evaluación sobre el desempeño de los sistemas de revelación de información y control de la información financiera

El sistema de control interno de Grupo permite la verificabilidad, razonabilidad y confiabilidad de la información requerida para planear, dirigir, controlar, medir y registrar el desempeño de sus Negocios y asegurar la revelación adecuada y oportuna a sus partes relacionadas.

Con el fin de seguir proyectando las operaciones a altos estándares internacionales, en el período 2021 la Organización midió el nivel de madurez del sistema de control interno bajo el marco de referencia COSO 2017, conformado por componentes de gobierno y cultura, estrategia y objetivos, desempeño, revisión e información, comunicación y reporte.

Finalmente, estableció objetivos que proyectan alineación a mejores prácticas en cada uno de los componentes.

Orlando Vera,
Colaborador Negocio
Tresmontes Lucchetti, Chile.



Somos una Organización dinámica, vibrante, profundamente humana, que se revisa y evoluciona, consciente de su vulnerabilidad y de las oportunidades que tiene de seguir mejorando.

Las empresas afrontan hoy entornos complejos, cambiantes y de intensa competencia, con la responsabilidad y gran oportunidad de ser parte de la transformación que el mundo necesita. En Grupo Nutresa abrazamos cada día el reto de hacer realidad nuestro propósito superior de **construir un mundo mejor, donde el desarrollo sea para todos.**

Somos una Organización dinámica, vibrante, profundamente humana, que se revisa y evoluciona, consciente de su vulnerabilidad y de las oportunidades que tiene para seguir mejorando. Una Organización conectada con la sociedad y que se ve como parte de un ecosistema mayor en el cual todos dependemos de todos.

Durante 2021 gestionamos los desafíos derivados de la pandemia del COVID-19, conscientes de la importancia del cuidado de la vida, la protección del empleo, la continuidad del negocio y la conservación del planeta.

Experimentamos los efectos de la disrupción mundial en las cadenas de abastecimiento, que se materializó en un alza sostenida en los precios de las materias primas, presiones inflacionarias globales, una menor disponibilidad y mayor costo del transporte marítimo, además de la falta de personal en algunas geografías. Esto nos llevó a revisar y replantear algunos procesos para poder llegar al mercado con la disponibilidad, asequibilidad y oportunidad requeridas.

Con satisfacción, podemos decir que capitalizamos importantes aprendizajes en este período. A través de la evolución de nuestras capacidades, logramos acercarnos más al consumidor, fortalecer la omnicanalidad en el mercado, trabajar de la mano con nuestros proveedores para garantizar la continuidad del negocio, y liderar iniciativas para contribuir a la recuperación económica y social, especialmente para apoyar a la población más vulnerable.



Nuestra visión está soportada en un marco de desarrollo sostenible con metas que nos comprometen en la creación de valor compartido con la sociedad y en la preservación del planeta para las futuras generaciones. Durante el año, establecimos la estrategia de cambio climático a 2030 con objetivos claros: liderar acciones a lo largo de las cadenas de valor para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, aumentar la eficiencia en el uso de los recursos naturales, implementar medidas de adaptación a los cambios del clima y propiciar la regeneración de los ecosistemas para conservar la biodiversidad. La revelación del avance de estos compromisos se adelanta bajo el estándar TCFD —Task Force on Climate Related Financial Disclosures, por sus siglas en inglés—.

El avance en nuestra estrategia de desarrollo sostenible nos ha permitido ser reconocidos una vez más como la empresa de alimentos más sostenible del mundo según los Índices de Dow Jones 2021 y ser incluidos en el Anuario de Sostenibilidad de S&P Global, en la Categoría Oro. La permanencia en este índice por 11 años consecutivos pone de manifiesto el compromiso, el liderazgo y el trabajo consistente de nuestro equipo en la búsqueda e implementación

→ **Nos posicionamos una vez más como la empresa de alimentos más sostenible del mundo según los Índices de Dow Jones 2021 y ser incluidos en el Anuario de Sostenibilidad de S&P Global, en la Categoría Oro.**



Sandra Córdoba,
colaboradora GC Foods,
Santa Marta, Colombia.

de las mejores prácticas sociales, ambientales y económicas, y es, a su vez, un reconocimiento a nuestra capacidad de crear valor para la humanidad.

Los resultados que hoy presentamos en este Informe Integrado son elaborados incorporando el estándar SASB —Sustainability Accounting Standards Board, por sus siglas en inglés—, el cual permite evidenciar la relación entre las estrategias de sostenibilidad y el desempeño financiero de la Compañía.

Nuestras capacidades

Nuestro plan 2020-2030, con el que aspiramos a duplicar nuevamente las ventas con retornos superiores al costo de capital, se enmarca en las tres dimensiones del desarrollo sostenible: impulsa la cooperación con las personas, los aliados y la sociedad; fomenta la preservación del planeta; y promueve la inspiración al crecimiento, el desarrollo y la innovación. Para lograr los objetivos propuestos, seguiremos fortaleciendo las capacidades estratégicas y la construcción de relaciones de confianza y cooperación con nuestros grupos relacionados.

Cooperando con las personas, los aliados y la sociedad

Nuestra cultura organizacional está basada en el reconocimiento del ser, el respeto a su dignidad y su desarrollo integral. En consecuencia, el cuidado por la vida y la salud física y mental de las personas continuaron siendo iniciativas prioritarias para la Organización. Durante el periodo fortalecimos diferentes modalidades de trabajo híbrido, con trabajo flexible y remoto para nuestros colaboradores en toda la región estratégica. Reforzamos el apoyo a las familias y promovimos los hábitos de cuidado personal, además de la vacunación para cuidar la vida. Al cierre del año, reportamos que el 87,4% de nuestros colaboradores están vacunados contra el COVID-19.

En relación con el desarrollo integral, continuamos implementando iniciativas para mantener el empleo, fortalecer y motivar el crecimiento personal y profesional de nuestros equipos, y promover la equidad y la diversidad. Avanzamos en materia de generación de oportunidades vinculando a 5.335 jóvenes y mujeres entre los 18 y 28 años, y nos mantuvimos en la ruta de

La inversión social del Grupo Nutresa

ascendió a

COP 159.656 millones



Contribuimos a la reactivación económica y social a través del desarrollo de capacidades de jóvenes y mujeres, para el beneficio de

52.773
personas

Vinculamos a



5.335

jóvenes entre los 18 y 28 años.

fortalecer la equidad de género con una participación del 35% de mujeres en los diferentes roles de la Organización. Asimismo, dimos continuidad a la vinculación de personas con capacidades especiales a través de la alianza con Best Buddies y de víctimas del conflicto en Colombia con el Proyecto Soluciones.

En aspectos de formación, consolidamos estrategias para el desarrollo de nuevas habilidades en nuestro talento: logramos formar a 26.948 colaboradores en temas como nuevos liderazgos, adaptabilidad, economía circular, transformación digital, innovación, agilidad y diversidad.

Como resultado de lo anterior, fuimos distinguidos por el monitor empresarial Merco Talento 2021, por séptimo año consecutivo, como la segunda mejor empresa para atraer y fidelizar talento en Colombia, y la primera dentro del sector de alimentos.

Desarrollo del potencial de las comunidades

Acompañar a las comunidades más vulnerables es una actividad primordial para Grupo Nutresa. Seguimos sumando esfuerzos y asignando talento y recursos para impulsar el progreso de las comunidades en los países donde operamos.

Durante el año, apoyamos la seguridad alimentaria y la promoción de estilos de vida saludable con la entrega de nuestros productos y el acompañamiento a 29 bancos de alimentos. Fortalecimos prácticas productivas y negocios inclusivos, y promovimos la generación de oportunidades para el emprendimiento en 6.936 proveedores y 11.292 clientes. Apoyamos, además, la educación mediante la asistencia a 158 instituciones educativas en procesos de mejora de la calidad y la gestión escolar. Asimismo, nos focalizamos en contribuir a la reactivación económica y social por medio del desarrollo de capacidades, en especial de jóvenes y mujeres, para beneficio de 52.773 personas.



37%
de innovaciones
totales en productos de
nutrición y salud.

99,3%
de la publicidad
ajustada a estándares
de autorregulación.

La inversión social del Grupo ascendió a COP 159.656 millones, recursos que incluyen la gestión directa de la Organización, sumada a la movilización de aliados como entidades públicas, empresas privadas y organismos multilaterales. Contamos con el valioso compromiso de 12.166 colaboradores, quienes, de manera desinteresada y generosa, se unieron a la red de voluntarios Nutresa e invirtieron 22.553 horas de su tiempo.

La innovación para impulsar el crecimiento

La investigación y la innovación efectiva han sido grandes habilitadores para la generación de valor y la competitividad de la Organización, y han contribuido a la rentabilidad y a la alineación con los estándares de salud y bienestar de las personas y sus mascotas, así como a la protección del planeta.

En este frente continuamos evolucionando el modelo Imagix a través del desarrollo de soluciones innovadoras en productos, servicios, experiencias y modelos de negocio que nos permiten ganar en el mercado, y que responden a las cambiantes necesidades de los consumidores. Durante el año desarrollamos proyectos de alto impacto ambiental, como el de reducción del consumo de agua —en un 50%— en una de nuestras plantas de Costa Rica, así como innovaciones sociales que incluyen, entre otras, el programa de prácticas sostenibles para agricultores de cacao, desde donde proponemos un nuevo modelo de comercio equitativo. Las innovaciones de pro-

576
reformulaciones
para reducir nutrientes de
interés en salud pública.

ductos continuaron siendo un motor importante del crecimiento y representaron el 17,2% de las ventas totales, resultado que supera por sexto año consecutivo la meta que nos hemos fijado.

Fortalecimos las alianzas con actores de los ecosistemas locales e internacionales y fomentamos una cultura de procesos ágiles que acelera la ejecución de propuestas efectivas en el mercado.

Nutrición, salud y bienestar

Ratificamos nuestro compromiso con la generación de soluciones alimenticias nutritivas que aportan al bienestar y la salud de las personas por medio del fortalecimiento de portafolios de marcas especializadas como Bénet, Kibo y Tosh, y del desarrollo y lanzamiento de productos diferenciados bajo marcas como Sello Rojo, Noel y Pietrán.

La aplicación de nuestra Política de Nutrición, soportada en los pilares de innovación, transparencia en la información y promoción de estilos de vida saludable, presenta resultados destacados para este último año: 37% de innovaciones totales en productos de nutrición y salud, y 576 reformulaciones para reducir nutrientes de interés en salud pública. Adicionalmente, en materia de transparencia de la información, hoy contamos con un 92,9% de productos con rotulado nutricional de panel frontal y el 99,3% de nuestra publicidad está ajustada a estándares de autorregulación.

Osmalia Rojas del proyecto cacao para la conservación del ecosistema del bosque seco tropical en el departamento del Cesar, Colombia.



Preservando el planeta

Abastecimiento responsable y productivo

En línea con nuestras metas al año 2030, el desarrollo de capacidades propias y de nuestros proveedores contempla una visión holística del proceso de abastecimiento, en el que la productividad y la disminución de los impactos ambientales y sociales continuarán siendo asuntos relevantes para cumplir con nuestro propósito superior.

Por medio de alianzas estratégicas con diferentes grupos relacionados seguimos abordando los desafíos de la sostenibilidad y la generación de acciones para el abastecimiento y producción sostenible de nuestros insumos. De la misma forma, venimos liderando programas que impulsan la productividad y que buscan apoyar la reactivación económica en varios sectores. En 2021 impartimos 2.100 horas de formación para beneficio de más de 1.900 proveedores en diversos espacios de transferencia de conocimiento y soporte técnico.

Reconocemos que uno de los riesgos corporativos más significativos es la volatilidad en los precios

de las materias primas. Para la adecuada gestión de este riesgo, seguimos ampliando la cobertura de insumos y la administración de las principales materias primas por medio del análisis de escenarios y la revisión permanente de las políticas de cobertura que faciliten la toma de decisiones acertadas y oportunas.

Las compras de Grupo Nutresa ascendieron a COP 7,3 billones a través de un ecosistema de más de 15.700 proveedores. En el marco de dicho proceso alcanzamos ahorros por COP 98.108 millones gracias a nuestra metodología de abastecimiento estratégico, que incluyó 511 iniciativas que mejoraron la competitividad en el suministro de insumos y servicios para la Organización.

En línea con nuestro objetivo de abastecimiento responsable, conformamos un task force para abordar los desafíos en las principales materias primas de Grupo Nutresa a través del diseño de hojas de ruta para un aprovisionamiento productivo y sostenible, con el fin de conservar la biodiversidad al año 2030.

Parque infantil producto de la transformación de material plástico flexible posconsumo en Colombia



Uso de 86,4% de energía eléctrica renovable.

Medio ambiente y soluciones circulares

La sociedad demanda una actuación cada vez más coherente y responsable con el medio ambiente. El cambio climático y la pérdida de biodiversidad representan los desafíos más importantes para la humanidad y para la forma como se gestionan los negocios. La agenda global propone limitar el incremento de la temperatura promedio del planeta. Para lograrlo, es necesario repensar los sistemas de producción, mejorar las fuentes de energía, reducir los impactos de la logística y liderar la transición

Logramos un total de

85,7%

de empaques reciclables, reutilizables y compostables,

y la recolección de

43 toneladas



de empaque posconsumo.

a una economía baja en carbono. Nuestra estrategia de mitigación del cambio climático a 2030 propone reducir el 40% de las emisiones de gases de efecto invernadero alcances 1 y 2¹, reducir en un 25% el uso de energía no renovable, diseñar el 100% de los empaques con características reciclables, reutilizables y compostables, y reducir en un 30% la pérdida y en un 50% el desperdicio de alimentos.

En 2021 logramos reducir el 7,5% de emisiones y el 5,5% del consumo de energía no renovable, ambos por tonelada producida, y utilizamos un 86,4% de energía eléctrica renovable. En materia de circularidad, logramos un total de 85,7% de empaques reciclables, reutilizables y compostables, y la recolección de 43 toneladas de empaque posconsumo.

Estamos comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y, en especial, con las alianzas para lograr el desarrollo (ODS 17). Para esto trabajamos articuladamente con varias instituciones en los distintos países de nuestra región estratégica. En Chile participamos en el colectivo Gransic, que desarrolla la estrategia para el aprovechamiento de empaques; en Colombia participamos en el programa de Carbono Neutralidad del Ministerio de Medio

Ambiente, así como en la iniciativa del Departamento Nacional de Planeación (DNP) y el Fondo Acción para la publicación de una herramienta de gestión de riesgos climáticos. Adicionalmente, seguimos apoyando la iniciativa colectiva Visión 3030, trabajando por el aprovechamiento de materiales de envases y empaques en el país.

Inspirando el desarrollo, el crecimiento y la innovación

Marcas, redes y experiencias

Nuestro Grupo gestiona un portafolio de marcas reconocidas y apreciadas que aportan nutrición, bienestar y placer, y que llegan a los consumidores a través de redes diferenciadas.

Durante el año continuamos invirtiendo en nuestras marcas para hacerlas cada vez más innovadoras y competitivas; ampliamos nuestra oferta en categorías de alto crecimiento como los *snacks* saludables y bebidas funcionales; y profundizamos nuestra comunicación con el consumidor para gestionar proactivamente sus necesidades.

¹Alcance 1: emisiones atribuidas al consumo de combustibles, fuga de refrigerantes en operación y emisiones generadas en plantas PTAR (Procesos biológicos). Alcance 2: emisiones atribuidas al consumo de energía eléctrica no renovable en operación.

48 marcas líderes

→ en nuestra región estratégica

La mayoría de nuestras marcas son líderes en los distintos mercados donde participan, ocupando las posiciones 1, 2 o 3. Actualmente contamos con 48 marcas líderes en 15 categorías de la industria de alimentos y bebidas de nuestra región estratégica.

Los canales de llegada al mercado experimentaron una importante transformación en los últimos años, lo que nos ha permitido construir nuevos puntos de contacto y de comunicación efectiva con nuestros clientes, compradores y consumidores. Apoyados en soluciones digitales, fortalecimos los domicilios de nuestra red de restaurantes en toda la región, incrementamos las órdenes digitales en el canal tradicional y creamos soluciones diferenciadas para nuestras empresarias de Novaventa con su Tienda Virtual.

La consolidación y el desarrollo de geografías con base en el Modelo de Internacionalización de Grupo Nutresa evidenciaron nuevas oportunidades en categorías, marcas y experiencias. Durante el año ampliamos la huella geográfica de nuestras marcas, aumentamos nuestra participación en los mercados de nutrición y bienestar, y crecimos en el modelo B2B en los Estados Unidos a través de propuestas de valor diferenciadas. Estos esfuerzos fueron reconocidos en Colombia con el Premio Nacional Exportador 2021 otorgado por la Asociación Nacional de Comercio Exterior (Analdex) y ProColombia.

Transformación digital

La transformación digital en Grupo Nutresa es una capacidad dinámica que comienza con la transformación del ser humano y su habilidad para apropiarse de las nuevas tecnologías y herramientas para generar valor.

Contamos con un modelo que nos permite, a través de la experimentación, la aplicación y la adaptación, gestionar procesos organizacionales que nos aporten agilidad y flexibilidad en el mercado.

Durante el año trabajamos en atracción y formación del talento con el fortalecimiento de habilidades en agilidad, servicios digitales y analítica. Al mismo tiempo, avanzamos en la digitalización de nuestras operaciones, lo cual nos permitió mejorar el relacionamiento con proveedores, clientes, compradores y consumidores al mejorar, a su vez, su experiencia en la interacción con la Compañía. También desarrollamos marcas nativas digitales, mejoramos el relacionamiento de las marcas con el consumidor y fortalecimos las ventas no presenciales a través de nuestras propias redes y con aliados del ecosistema digital.

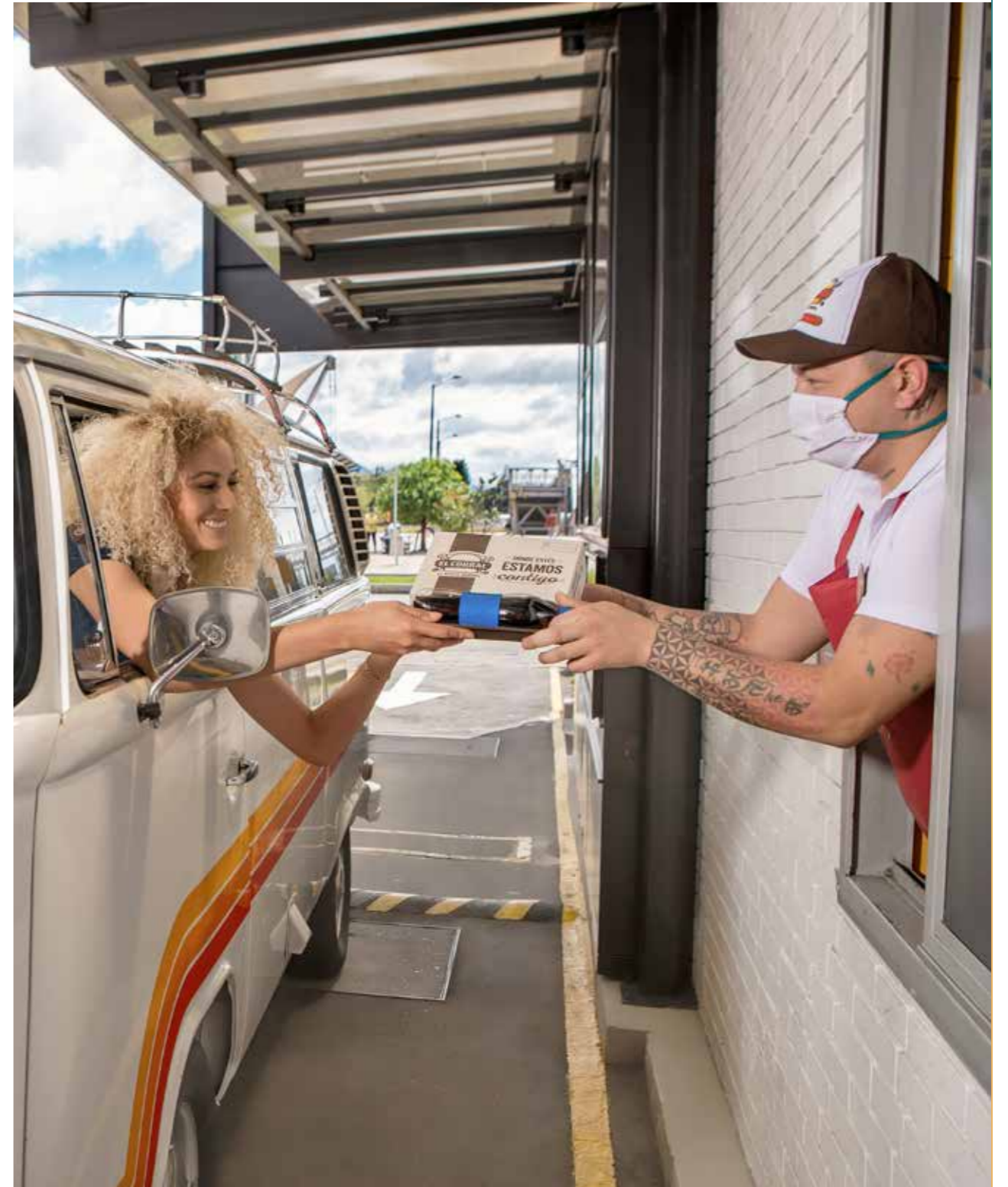
La continua evolución de nuestras capacidades digitales es necesaria para alcanzar los objetivos. Seguiremos investigando, explorando y apropiando nuevas tecnologías que nos habiliten para ser una Organización más innovadora, competitiva y flexible.

Competitividad y creciente generación de valor

Uno de los principales objetivos de nuestra Organización es la generación de valor creciente y sostenible en el tiempo para todos los grupos relacionados. Lo anterior se logra por medio del continuo fortalecimiento y evolución de capacidades organizacionales.

Al cierre del año, nos complace reportar que todas las geografías y los negocios de Grupo crecieron en ingresos, algunos con incrementos de doble dígito, como Alimentos al Consumidor, Helados, Cafés y Chocolates. Los resultados financieros del año

Autoservicio en
Restaurantes El
Corral, Colombia.



demuestran la resiliencia y capacidad adaptativa de un modelo de negocio centrado en las personas, lo cual ha sido un elemento determinante para alcanzar los resultados que presentamos a continuación.

En los ingresos consolidados de Grupo, reportamos una cifra de COP 12,7 billones, un crecimiento del 14,5% frente a 2020. En Colombia, estos ingresos fueron de COP 7,8 billones, con un crecimiento del 16,3%, impulsado por dinámicas comerciales destacadas en todas las unidades de negocio, y que representan el 61,1% del total. Las ventas internacionales, en pesos colombianos, ascendieron a COP 4,9 billones, un 11,8% superiores a las de 2020, y representan un 38,9% de los ingresos totales. Estas ventas, expresadas en dólares, fueron de USD 1.321,8 millones, con un crecimiento del 10,2%.

La utilidad bruta del periodo asciende a COP 5,1 billones, creciendo un 10% con respecto al mismo periodo del 2020 y reporta en una disminución del margen bruto de 1,6%. Lo anterior es el resultado de presiones sostenidas en el costo de las materias primas relacionadas con el superciclo de *commodities* y el desafío logístico global.

La utilidad operativa por COP 1,1 billones presenta un incremento del 8,4% frente al año anterior y es el resultado de una gestión orientada a la productividad en los gastos de la Organización. En línea con lo anterior, reportamos un ebitda de COP 1,5 billones, con un crecimiento del 6,2% y un margen sobre las ventas del 12,0%.

Los gastos posoperativos netos son de COP 117.780 millones y presentan una reducción del 42,3% con respecto al año 2020. Esto se explica principalmente por una notable reducción del gasto financiero gracias a menores tasas de interés durante el año.

La utilidad neta consolidada del periodo fue de COP 676.879 millones y registra un crecimiento del 17,6%, con un margen del 5,3% sobre las ventas consolidadas de Grupo.

En el Estado de Situación Financiera reportamos un activo por valor de COP 16,9 billones, con un incremento del 9,1%, el cual se explica principalmente por un aumento en las cuentas de capital de trabajo y por el mayor valor de mercado de nuestras inversiones estratégicas en Grupo Sura y Grupo Argos.

En el pasivo total registramos una cifra consolidada de COP 7,9 billones, lo cual representa un incre-

mento del 8,7% fruto, a su vez, de un incremento en el endeudamiento para atender necesidades de capital de trabajo durante el periodo.

El patrimonio registró un valor de COP 9,0 billones, con un incremento del 9,5% comparado con el cierre del año 2020.

En otros indicadores financieros relevantes, reportamos un flujo de caja libre por COP 553.529 millones. El retorno sobre el capital invertido durante el año fue del 9,1%, lo cual nos ubica en la zona de generación de valor.

En cuanto a proyectos relevantes, finalizamos la construcción de una nueva planta multicategoría en Colombia, la cual busca niveles superiores de competitividad, conectividad y eficiencia para el mercado exportador. De igual modo, ingresamos a la categoría de mascotas con la adquisición de la empresa Belina en Costa Rica. Belina es una empresa con marcas líderes en la categoría de alimentos para animales en tres líneas de negocio: mascotas, granja y acuicultura. A través de esta inversión buscamos dar los primeros pasos en una categoría de alto crecimiento e importancia en los hogares.

Finalmente, y en línea con el objetivo de aportar a la internacionalización de las empresas colombianas, creamos C. I. Nutrading, iniciativa que busca poner a disposición de emprendedores locales las capacidades internacionales de llegada al mercado de Grupo Nutresa para distribuir sus productos y facilitar sus procesos logísticos y comerciales.

Durante el año logramos avanzar en nuestro modelo de generación de valor manteniendo un buen equilibrio entre crecimiento de ingresos, productividad interna para proteger la rentabilidad, inversión para crecimiento futuro y retornos para nuestros accionistas. Estos resultados son la consecuencia de la consistencia en la ejecución de la estrategia, la confianza en nuestras marcas y la adaptabilidad de modelos de negocios flexibles, innovadores y diversificados.

Seguimos comprometidos con el desarrollo humano y la transformación de nuestro portafolio a través de la creación de soluciones que nos encaminen hacia negocios de alto crecimiento para atender las necesidades diarias de consumo dentro y fuera del hogar.

Ventas totales COP 12,7 billones

▲ 14,5%



Ebitda

COP 1,5 billones

▲ 6,2%

Participación de mercado consolidada

53,7% en Colombia

Utilidad neta consolidada

COP 676.879 millones

▲ 17,6%

Resultados individuales de Grupo Nutresa S. A.

Cumpliendo con la normativa en Colombia, reportamos los resultados individuales de Grupo Nutresa S. A.: registramos ingresos operacionales netos por COP 685.949 millones, de los cuales COP 618.203 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 684.819 millones.

Perspectivas

Las personas, las marcas y las capacidades son los pilares del modelo de negocio de Grupo Nutresa, y son grandes habilitadores para hacer realidad nuestra estrategia.

La claridad de propósito, la disposición para ejecutar esfuerzos en diferentes horizontes de tiempo y la conexión con la sociedad permitirán a la Organización evolucionar y transformarse para gestionar los riesgos y oportunidades en lo económico, lo social y lo ambiental.

Entornos de menor certidumbre, con desafíos en la gestión del talento, la disrupción de las cadenas de abastecimiento, el cierre de las brechas de equidad y la necesidad de acción para afrontar los problemas ambientales son territorios de oportunidad para la Compañía. La innovación y la internacionalización son también grandes oportunidades. El camino trazado es retador y promisorio.

El 10 de noviembre de 2021, los accionistas de la Compañía recibieron una oferta pública de adquisición (OPA) no solicitada. En cumplimiento de sus responsabilidades y de la ley, y en el mejor interés de la Empresa, sus accionistas y demás grupos relacionados, la Junta Directiva instruyó a la administración de la Compañía para revisar su Política de Dividendos, explorar alternativas para acceder a otros mercados de valores de mayor profundidad y liquidez, y analizar la potencial vinculación de socios estratégicos.

Como lo ha hecho siempre, la Compañía gestionará la relación con sus accionistas dentro de la ley y en cumplimiento de sus Estatutos y su Código de Buen Gobierno, y hará su mejor esfuerzo para crear valor sostenible y construir un mejor futuro entre todos.



Programa de Riqueza Natural en Cesar, Colombia.

Agradecimientos

En Grupo Nutresa somos conscientes del importante papel que desempeña nuestra Empresa en la sociedad y de nuestra responsabilidad en la generación de oportunidades, especialmente para los jóvenes, las mujeres y la población más vulnerable.

El progreso de la Compañía y sus resultados son consecuencia de la ejecución de la estrategia, del esfuerzo y compromiso del personal, y de la cooperación con sus grupos relacionados. Nuestro reconocimiento y gratitud a todos los empleados por su lealtad y dedicación, a los jubilados que establecieron las bases sobre las cuales avanzamos, y a quienes se nos adelantaron y no nos acompañan físicamente, pero siguen presentes con su ejemplo y su legado.

A los clientes, compradores y consumidores por permitir que nuestros productos, servicios y experiencias formen parte de sus vidas.

A los demás grupos relacionados por su colaboración y por la disposición para crecer y progresar juntos. Y a los accionistas por respaldar el proyecto de la Compañía de crear valor sostenible y perdurable para todos.

Mauricio Reina Echeverri
Presidente de la Junta Directiva

Gonzalo Alberto Pérez Rojas
Jorge Mario Velásquez Jaramillo
Juana Francisca Llano Cadavid
Valeria Arango Vélez
Antonio Mario Celia Martínez-Aparicio
Jaime Alberto Palacio Botero
Ricardo Jaramillo Mejía

Carlos Ignacio Gallego Palacio
Presidente Grupo Nutresa