

Home > Economía

6 dic. 2021 - 9:00 p. m.



Diego Ojeda
Periodista

¿Cuál es el valor de Nutresa, el gigante colombiano de la alimentación?

Este grupo representa miles de empleos en todo el país, además de tener un peso en cadenas de producción que van desde el agro hasta las exportaciones de productos alimenticios. Cuenta con **estación para expandirse en los mercados internacionales**



Nutresa está en el negocio de las galletas, chocolates, cárnicos, entre otros alimentos.

EE Cybernews 30% de descuento en tu suscripción básica por dos años

¿Cuánto vale Nutresa? Es la pregunta que deja el rechazo del **Grupo Argos** (quien tiene el 9,8 % de sus acciones) a la propuesta de **Nugil** (empresa conformada por el empresario **Jaime Gilinski** y el fondo de inversiones árabe **Aflaj Investment**). Básicamente el primero le dijo al segundo que los US\$7,71 que está ofreciendo por cada acción no refleja el valor que tiene esta multilatina en el negocio de los alimentos.

Lea también: [Grupo Argos informa que no participará de la OPA de Nutresa](#)

Le preguntamos al Grupo Argos cuál es, entonces, el valor que merece el **Grupo Nutresa**, y su respuesta fue que este está integrado por distintas variables, como el valor del negocio de los alimentos, las inversiones de portafolio y la valoración de las capacidades actuales y futuras de la

Últimas noticias



Macroeconomía

La Dian reportó un recaudo bruto de \$18,1 billones en noviembre de 2021

Hace 7 horas

Empresas



Producción de café cayó 22% en noviembre de 2021

Hace 8 horas

Economía



Más de 430.000 colombianos hoy no tienen servicio de electricidad

Hace 8 horas

compañía. Sin embargo, no se atrevió a dar siquiera un aproximado, argumentando que esto es algo que “debe ser analizado con rigurosidad”.

Para muchos expertos, la negativa del Grupo Argos es cuanto menos prudente, pues los \$28.500 que cuesta hoy una acción del Grupo Nutresa no necesariamente incluye el valor agregado que le dan los años de empuje para consolidar marcas como Zenú, Festival, Jet, Sello Rojo, El Corral, Luchetti, Crem Helado y pastas Doria.

Lea también: [El valor detrás de las OPA por Sura y Nutresa](#)

Tal vez la mayoría no lo dimensione, pero el Grupo Nutresa es un gigante cuando de alimentos se habla. De hecho, cuenta con 45 plantas de producción en 16 países de los cinco continentes, y sus productos son comercializados en 78 naciones. Según **Nielsen**, 51 de cada 100 galletas que se comen en Colombia son de este conglomerado empresarial, así como el 71,4 % de las golosinas y chocolates, el 58 % de las carnes frías, el 52 % de las pastas y el 49 % del café molido.

Además, según un estudio adelantado por **Compass**, el Grupo Nutresa tiene más de una docena de las 100 marcas colombianas más valiosas en 2021, entre las que se destaca **Noel**, la decimoprimer marca más valiosa del país, y cuya estimación está entre los US\$50 y los US\$100 millones. A esta la siguen Zenú, que tiene la posición número 15; Sello Rojo (22); Ranchera (31); Pietrán (36); Doria (43); Tosh (48); Colcafé (51); Chocolista (58); Crem Helado (59); La Especial (60); Jet (69); y Monticello (98). La mayoría de estas marcas cuenta con una valoración de más de US\$10 millones.

Te puede interesar



Empresas

Grupo Argos informa que no participará de la OPA de Nutresa

Hace 20 horas



Finanzas personales

Inicio, variaciones y cierre del precio del dólar en Colombia hoy, 6 de diciembre

Hace 15 horas



Empresas

Cementos Argos estaría en la bolsa de Nueva York en el segundo trimestre de 2022

Hace 19 horas

Le puede interesar: [Guía para entender la puja por el control del Grupo Nutresa](#)

También está **El Corral**, marca valorada entre los US\$5 y los US\$15 millones, que tiene la posición número 29 entre las 50 marcas de servicios más valiosas del país. La casa de la “Corralita” se encuentra un escaño abajo de Rappi, y por encima de Crepes & Waffles, Amarilo y Agrocampo.

Otro reflejo es el aporte que hace a la economía, pues con corte a 2020, su negocio representó más de 45.800

trabajadores directos e indirectos, además de significar un ingreso promedio de \$631 millones a las asociaciones de pequeños productores a quienes les compran sus productos.

Estos, y otros elementos, han influido en que el Grupo Nutresa sea un conglomerado que crece constantemente. Según sus más recientes reportes, para el tercer trimestre del presente año consolidó **ventas** por \$9,1 billones, lo que se traduce en un incremento del 11,7 % respecto al mismo periodo del año anterior. Su **Ebitda** (que es un factor bastante consultado por los inversionistas) asciende a los \$1,2 billones, con utilidades netas que casi llegan a los \$535.000 millones.

El Espectador en video:

Una empresa con potencial

Aunque la negativa del Grupo Argos de vender sus acciones en Nugil se traduce en un obstáculo para Gilinski y sus aliados, la oferta (más conocida como OPA) sigue en pie y sus resultados pueden ser trascendentales para el gigante colombiano de los alimentos.

Le sugerimos leer: [Estos son los negocios que los Gilinski quieren comprar con Sura y Nutresa](#)

Según el internacionalista y profesor universitario **Jorge Luis Silva**, el Grupo Nutresa tiene todo el potencial para llevar sus productos a nuevos territorios y convertirse en un competidor global de la talla de **Nestlé** y **Unilever**.

“La estrategia de internacionalización que tiene, junto con el impulso de capital que recibiría de Nugil, puede hacer factible que esta empresa pase a ser no solo un referente en América Latina, sino en todo el mundo”, detalla Silva.

No obstante, asegura que ese será un reto para Nutresa, pues **Luis Silva**, el Grupo Nutresa tiene todo el potencial para llevar sus productos a nuevos territorios y convertirse en un competidor global de la talla de **Nestlé** y **Unilever**.

“La estrategia de internacionalización que tiene, junto con el impulso de capital que recibiría de Nugil, puede hacer factible que esta empresa pase a ser no solo un referente en América Latina, sino en todo el mundo”, detalla Silva.

No obstante, asegura que ese será un reto para Nutresa, pues actualmente sus productos están muy enfocados en Colombia y la región, y seguramente reñirán cuando intenten entrar a mercados con culturas diferentes, como el oriental. “**Nabisco**, por ejemplo, no vendió ni una sola Oreo durante años en China. Sin embargo, hicieron estudios de mercado y grupos focales para descubrir que al producto

tenían que hacerle adaptaciones, como quitarle el azúcar, porque a los chinos no les gusta mucho. Hicieron el producto más local, y hoy en día es una de las galletas más vendidas en ese país. Ese es tan solo uno de los ejemplos que tendría que seguir Nutresa para expandirse en su internacionalización”.

En contraste, el director del centro de pensamiento de la Universidad EIA, **Javier Gutiérrez**, considera que el apoyo de Nugil pudiera ser el “talón de Aquiles” en el sueño de expansión de Nutresa, pues cuestiona la falta de experiencia que tiene Gilinski en el sector alimenticio (aunque en su grupo está la marca de productos Yupi). “El Grupo Gilinski debería decir a la opinión pública qué es lo bueno que van a agregar, porque la discusión no se puede dar sobre si el inversionista tiene el capital para comprar las acciones. Esta empresa tiene todo el potencial, pero más que plata necesita gente con experiencia, conocimiento y aportes”, comenta.

Aunque para Silva este “talón de Aquiles” resulta lógico, cree que se puede mitigar a nivel directivo, es decir, contratando o conservando a la gente que sabe.

Así las cosas, en los próximos días está por definirse el futuro de Nutresa, en lo que se conoce como uno de los negocios más importantes de la historia reciente del país. No es descabellado preguntarse si con esto los inversionistas de **Abu Dabi** están apuntando a asegurar recursos para los próximos años, pues saben que el **petróleo** tiene sus días contados y que los recursos alimenticios, como los que se producen en **Colombia**, serán cada vez más demandados por los efectos del cambio climático.

No solo es un asunto de vender y cambiar de manos entre inversionistas, sino de dimensionar una compañía que tiene impacto en alimentación y en la producción de alimentos, además de tener marcas enraizadas en la cultura colombiana. Vale la pena reflexionar, entonces, ¿cuál es el verdadero valor de Nutresa?

Participación de mercado

En 2020



