

Grupo Nutresa crece el 21,9% en ventas, y más del 40% de estas provienen del exterior

Grupo Nutresa S. A. da a conocer sus resultados financieros consolidados al 31 de marzo de 2016.

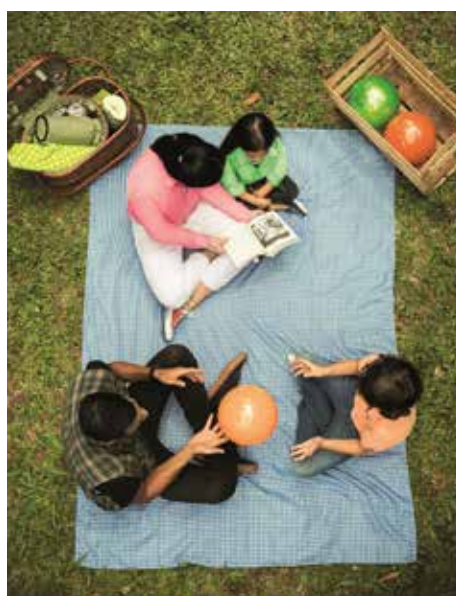
Durante el primer trimestre del año 2016, las ventas de Grupo Nutresa suman COP 2,1 billones, con crecimientos total y orgánico frente a igual trimestre de 2015 del 21,9% y 17,9%, respectivamente.

En Colombia las ventas continúan con una dinámica sobresaliente y alcanzan los COP 1,3 billones que representan 59,5% del total, con un crecimiento del 15,6%.

El crecimiento orgánico en Colombia del 9,2%, se compone de una disminución de 0,5% en volúmenes y un incremento de precios promedio del 10,0%. Al considerarse los días hábiles comparables del trimestre con los del año anterior, vemos un incremento de los volúmenes del 0,8%. En línea con el comportamiento de los trimestres anteriores, Grupo Nutresa incrementa su participación ponderada de mercado en Colombia al concluir el periodo en 61,2%, muestra de la competitividad de nuestro modelo.

Las ventas en el exterior, superiores en un 32,4% a las del año anterior, ascienden a COP 851.338 millones y representan el 40,5% del total, el nivel más alto en la historia de Grupo Nutresa. Al expresarse en dólares, estas son de USD 261,6 millones, con un crecimiento de 0,7%.

En materia de rentabilidad el resultado es positivo, con un ebitda de COP 280.995 millones, 19,6% superior al del mismo periodo del año anterior y un margen de 13,4% sobre las ventas. Si bien los mayores costos de las materias primas expuestas a la devaluación continúan teniendo un efecto en el margen bruto, factores como la administración adecuada de los precios, la estrategia de diversificación en mercados y categorías, la innovación de productos que alcanza el 16,9% de las ventas, el control de los gastos de administración y producción, entre otros, nos permiten continuar presentando unos resultados balanceados en rentabilidad y crecimiento de ventas.



Por su parte, la utilidad operacional asciende a COP 233.287 millones, con un margen operativo de 11,1% y un crecimiento de 17,4% sobre la acumulada al corte del primer trimestre del año anterior, lo cual refleja un buen comportamiento de los gastos de administración y producción, con crecimientos inferiores a la inflación colombiana.

En los gastos postoperativos netos de COP 38.822 millones se incluye el mayor apalancamiento desde febrero de 2015 por la adquisición de Grupo El Corral, el incremento en el costo de la deuda total del Grupo por las mayores tasas de referencia del mercado y el efecto de la diferencia en cambio por la devaluación del peso colombiano. Además, se registran ingresos por los dividendos decretados de las compañías del portafolio de inversiones (Grupo Sura y Grupo Argos).

Finalmente, la utilidad neta consolidada asciende a COP 151.672 millones, que representa un incremento del 0,5% frente a la del año anterior.

Ventas totales acumuladas:
COP 2,1 billones.

21,9% 

más que las reportadas en el mismo periodo del año anterior.

Ventas orgánicas:
COP 1,2 billones.

9,2% 

Ventas acumuladas en Colombia:
COP 1,3 billones.

15,6% 

frente al mismo periodo en 2015.

Ventas en el exterior:
COP 851.338 millones.

(USD 261,6 millones)

Representan un **40,5% de las ventas totales**

32,4% 

superiores a las registradas en 2014.

El ebitda crece un

19,6% COP 280.995

lo que representa un margen sobre las ventas de 13,4%.

El ebitda acumulado de los últimos doce meses supera por primera vez el billón de pesos colombianos.

Grupo Nutresa, la segunda empresa más responsable y con mejor gobierno corporativo de Colombia



El pasado jueves 10 de marzo fueron entregados los reconocimientos a las empresas más responsables y con mejor gobierno corporativo de Colombia según el monitor de reputación MERCO. Luego de ocupar la sexta posición el año inmediatamente anterior, Grupo Nutresa escaló por primera vez a la segunda casilla en esta clasificación.

Sobre el reconocimiento, nuestro presi-

dente aseguró: “En Grupo Nutresa trabajamos convencidos de que cada cambio positivo que generamos en conjunto con una persona, una familia o una comunidad, está llegando a un entorno más amplio, formando así una cadena cada vez más fuerte. Este nuevo reconocimiento es solo un reflejo de esta filosofía de trabajo que día a día vivimos en la Organización”.

De izquierda a derecha: Fabián Andrés Restrepo, presidente del Negocio Pastas de Grupo Nutresa, Bibiana Arias, de MERCO Colombia y Marylena Mendoza, gerente del diario Portafolio.

NOEL cumple cien años con presencia en 98 de cada 100 hogares colombianos.

Con una participación en la categoría de galletas cercana al 56%, con presencia en el 98% de los hogares colombianos y con marcas líderes en los diferentes segmentos, Compañía de Galletas Noel celebró su primer centenario el pasado 3 de febrero con una eucaristía en la Catedral Metropolitana de Medellín.

Hoy, la compañía llega a más de 50 países en los cinco continentes, y tiene como uno de sus objetivos, enfocar su expansión en una región estratégica que comprende los Estados Unidos, Centro América y el Caribe, Ecuador y Perú.

Como homenaje a sus consumidores, Noel lanzó una edición especial de cofres coleccionables clásicos de Saltín Noel, Ducales y Sultana, que recrea la historia publicitaria de estas emblemáticas marcas y presentó una promoción para agradecer y premiar a los colombianos por su preferencia.

A través de su filosofía “Vive con Sentido”, Noel continuará enfocada en una creciente



generación de valor a través de la satisfacción de sus clientes y consumidores, del crecimiento rentable, la expansión internacional, el liderazgo de los mercados y el desarrollo integral de su gente.

Las metas del Negocio de Galletas, enmarcadas en la MEGA de Grupo Nutresa, tienen como objetivo a 2020 duplicar las ventas de 2013, con una rentabilidad entre el 12% y 14% de margen ebitda.

La planta de galletas tipo saltín de AbiMar Foods, fue certificada SQF nivel 3.



En el mes de marzo se llevó a cabo la auditoría SQF en la planta de galletas tipo salín de AbiMar Foods, luego de la cual obtuvo una calificación de 95 puntos sobre 100, y se destacó por haber logrado el nivel 3 sin haber pasado por otros niveles. La certificación de calidad SQF, reconocida globalmente por GSFI -Global Safety Food Initiative- es la de mayor importancia en la industria de alimentos en Estados Unidos, y le abre las puertas al Negocio Galletas en este país para ser proveedor de las cadenas más importantes de alimentos como Walmart, Walgreens, HEB y ALDI.

Grupo Nutresa es parte activa de CAOBA, primera alianza público privada en Big Data

El pasado miércoles 2 de marzo se presentó oficialmente en Bogotá el primer Centro de Excelencia y Apropiación en Big Data y Data Analytics –CAOBA–.

Además de nuestra organización, integran esta alianza, Bancolombia, DNP, Pontificia Universidad Javeriana, ICESI, EAFIT, Universidad de Los Andes, IBM, EMC, SAS y Clúster Creativ, que cuenta con el respaldo de Colciencias y MinTIC.



Representantes de las empresas aliadas, acompañados del Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, David Luna.

En esta coalición se enlaza la capacidad de investigación de las Universidades y la oferta de productos provistos por líderes mundiales en tecnología como IBM, EMC y SAS, con la demanda de grandes empresas y entidades del país para generar servicios y soluciones innovadoras que agreguen valor a los sectores estratégicos del país.

En CAOBA se buscará apoyar el uso de las tecnologías de Big Data y Data Analytics a través de diferentes frentes que incluyen la formación, la investigación aplicada y el apoyo a iniciativas de emprendimiento y *spin-offs* colombianos cuya propuesta de valor esté fundamentada en la generación de soluciones alrededor de estas tecnologías.



ROBECOSAM
Sustainability Award
Silver Class 2016

Grupo Nutresa es reconocido con la categoría Plata del Anuario de Sostenibilidad de RobecoSAM 2016

Por segundo año consecutivo, Grupo Nutresa recibió la distinción en la categoría Plata del Anuario de Sostenibilidad 2016 de RobecoSAM, firma que realiza la evaluación del Dow Jones Sustainability Index.

En la evaluación se tuvieron en cuenta criterios como gestión de riesgos, cambio climático, prácticas de inversión responsable y relación con grupos de interés en 59 compañías del sector de alimentos, de las cuales 9 ingresa-

ron al Índice mundial. Esta calificación le permitió a Grupo Nutresa obtener el reconocimiento de categoría Plata.

Grupo Nutresa se convirtió en 2011 en la primera Compañía de alimentos de una economía emergente en ingresar al Dow Jones Sustainability World Index y desde entonces ha alcanzando los reconocimientos categoría Bronce en 2012 y 2014 y categoría Plata en 2015 y 2016 en el Anuario de Sostenibilidad de RobecoSAM.



El presidente del Banco Mundial, Jim Yong Kim, acompañado de representantes de CNCH, comunidades locales y autoridades del departamento del Cesar.

Presidente del Banco Mundial visitó la alianza productiva de Compañía Nacional de Chocolates con cacaoteros del Perijá

El pasado 14 de enero, el presidente del Banco Mundial, Jim Yong Kim, el ministro de Agricultura y Desarrollo Rural, Aurelio Iragorri Valencia, y el ministro de Hacienda, Mauricio Cárdenas Santamaría, visitaron el municipio de La Paz y su corregimiento de San José de Oriente, al norte del departamento del Cesar, para conocer de primera mano los avances de la alianza productiva que la Compañía Nacional de Chocolates -filial de Grupo Nutresa- mantiene con la Asociación de Productores Campesinos de la Serranía de Perijá -Asprocaspe-, dedicada al cultivo de cacao.

La alianza, que vincula a 44 pequeños agricultores de La Paz, busca sembrar y renovar 88 hectáreas de cacao, mejorar la calidad del grano a través de un mejor beneficio, aumentar los ingresos de los cacaoteros y permitir que estos participen en el mercado de manera eficiente, rentable y competitiva junto a un aliado comercial como la Compañía Nacional de Chocolates, al tiempo que se les garantiza la compra del cacao y se les presta la asesoría técnica y administrativa.

El Programa Alianzas Productivas, creado en el país hace 12 años, sirve hoy como modelo para otros países de Asia y África. De hecho, Colombia es uno de los 20 países en los que el Banco Mundial impulsa este tipo de proyectos.



Seis firmas de Grupo Nutresa son Empresas Altamente Innovadoras -EAI-

En una convocatoria de Colciencias, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo y el Departamento Nacional de Planeación, fueron seleccionadas las 89 organizaciones más innovadoras de Colombia (EAI – Empresas Altamente Innovadoras), a las cuales se les deducirá del impuesto de renta hasta un 175 por ciento de la inversión que hagan en proyectos de innovación.

Dentro de estas 89 empresas se destacan seis de Grupo Nutresa: Compañía Nacional De Chocolates S.A.S., Industria Colombiana De Café S.A.S., Productos Alimenticios Doria S.A.S., Meals Mercado De Alimentos De Colombia S.A.S., Compañía De Galletas Noel S.A.S. e Industria De Alimentos Zenú S.A.S.

Dentro de los criterios de análisis para la selección de las EAI, se destacan, entre otros, contar con procesos y estructura organizacional definidos para la innovación; asignar un presupuesto anual para actividades de investigación; y comprobar la introducción de innovaciones en el mercado equivalente al 10 por ciento del portafolio del producto en los últimos 3 años.

Las EAI son empresas que demuestran la realización, de manera sistemática, de actividades conducentes a la innovación, a través de procesos establecidos, recursos asignados y resultados verificables.

Reconocimientos



Dos plantas del Negocio Cárnico, certificadas en OHSAS 18001

Las plantas Envigado -deshuese- y Medellín -producción- del Negocio Cárnico se certificaron en la norma OHSAS 18001, que reconoce que ambas cuentan con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo que permite prevenir, controlar y atender riesgos laborales.



Logyca reconoció al Negocio Cárnico



El Negocio Cárnico fue reconocido como una de las cinco mejores empresas industriales en la asamblea anual de GS1 (Logyca). Este galardón es el resultado del estudio "Atención a Canal Moderno" en procesos colaborativos y entregas en Colombia y analizó indicadores claves como entrega, pedido, facturación y uso de intercambio de información.



CINCEL reconoció empresas de Grupo Nutresa



El pasado 8 de abril CINCEL reconoció a varias empresas del Grupo por su gestión de Clima Organizacional, incluyendo la calidad del mismo y el logro de mejoras significativas. Fueron ellas Molino Santa Marta S.A.S., Comercial Pozuelo S.A. de C.V. de El Salvador, y Productos Alimenticios Doria S.A.S.



Empresa Carbono Neutral



La Compañía Nacional de Chocolates DCR S. A. fue declarada recientemente como empresa Carbono Neutral, gracias, entre otros, a sus esfuerzos en la estimación de la reducción de emisiones por proyectos energéticos, lo que le permite emplear la marca C-Neutral, reconocida por el gobierno de Costa Rica.

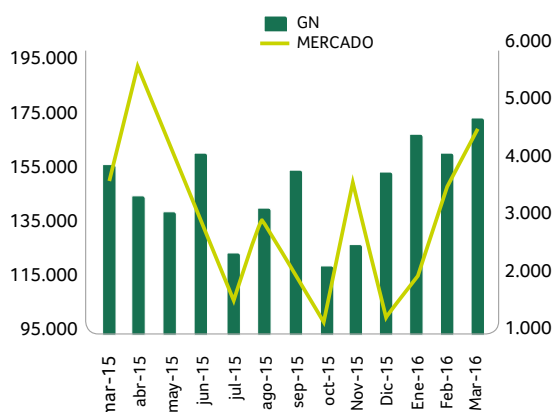
Estado de Resultados Integrales*

Del 1 de enero al 31 de marzo. Valores expresados en millones de pesos colombianos

| Millones de pesos | MAR-16 | % | MAR-15 | % | % VAR |
|---|------------------|--------------|------------------|--------------|--------------|
| OPERACIONES CON TINUADAS | | | | | |
| Ingresos operacionales | 2.104.216 | | 1.726.220 | | 21,9% |
| Costos de la mercancía vendida | (1.196.310) | -56,9% | (972.781) | -56,4% | 23,0% |
| Utilidad bruta | 907.906 | 43,1% | 753.439 | 43,6% | 20,5% |
| Gastos de administración | (97.009) | -4,6% | (96.265) | -5,6% | 0,8% |
| Gastos de venta | (547.935) | -26,0% | (436.316) | -25,3% | 25,6% |
| Gastos de producción | (34.692) | -1,6% | (32.449) | -1,9% | 6,9% |
| Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos | 3.848 | 0,2% | 8.166 | 0,5% | -52,9% |
| Otros ingresos (egresos) netos operacionales | 1.169 | 0,1% | 2.206 | 0,1% | -47,0% |
| Utilidad operativa | 233.287 | 11,1% | 198.781 | 11,5% | 17,4% |
| Ingresos financieros | 2.165 | 0,1% | 3.035 | 0,2% | -28,7% |
| Gastos financieros | (70.846) | -3,4% | (50.910) | -2,9% | 39,2% |
| Dividendos del portafolio | 50.453 | 2,4% | 46.468 | 2,7% | 8,6% |
| Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos | (9.738) | -0,5% | 5.949 | 0,3% | -263,7% |
| Pérdida por la posición monetaria neta | (11.041) | -0,5% | (4.194) | -0,2% | 163,3% |
| Participación en el resultado de las asociadas y negocios conjuntos | 185 | 0,0% | 390 | 0,0% | -52,6% |
| Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante | 194.465 | 9,2% | 199.519 | 11,6% | -2,5% |
| Impuesto sobre la renta corriente | (56.024) | -2,7% | (51.436) | -3,0% | 8,9% |
| Impuesto sobre la renta diferido | 14.256 | 0,7% | 3.407 | 0,2% | 318,4% |
| Utilidad del ejercicio de operaciones continuadas | 152.697 | 7,3% | 151.490 | 8,8% | 0,8% |
| Operaciones discontinuadas, después de impuestos | (164) | 0,0% | (304) | 0,0% | -46,1% |
| Utilidad neta del ejercicio | 152.533 | 7,2% | 151.186 | 8,8% | 0,9% |
| Resultado del período atribuible a: | | | | | |
| Participaciones controladoras | 151.672 | 7,2% | 150.991 | 8,7% | 0,5% |
| Participaciones no controladoras | 861 | 0,0% | 195 | 0,0% | 341,5% |
| Utilidad neta del ejercicio | 152.533 | 7,2% | 151.186 | 8,8% | 0,9% |
| EBITDA | 280.995 | 13,4% | 234.916 | 13,6% | 19,6% |

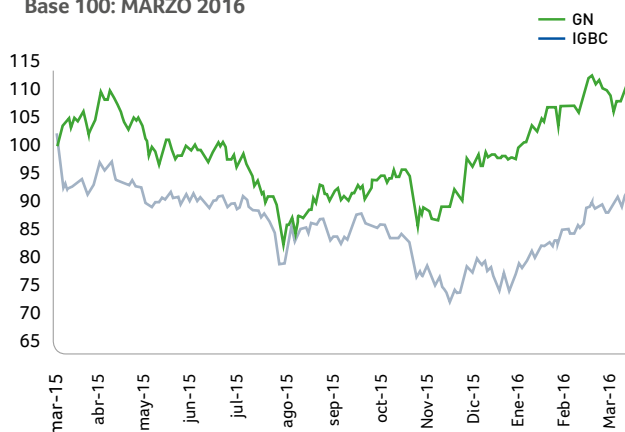
*Información no auditada.

Volumen de negociación diario



Comportamiento de la acción

Base 100: MARZO 2016



Estado de Situación Financiera*

A 31 de marzo de 2016 y 31 de diciembre de 2015. Valores expresados en millones de pesos colombianos

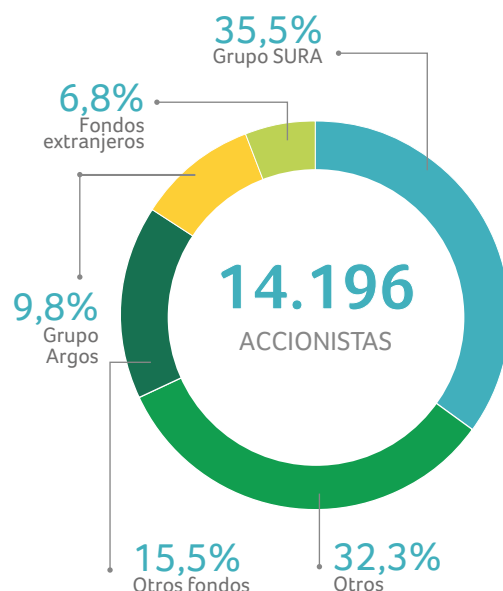
| Millones de pesos | MAR-16 | DIC-15 | % VAR |
|--|-------------------|-------------------|-----------|
| ACTIVO | | | |
| Activo corriente | | | |
| Efectivo y equivalentes de efectivo | 291.761 | 286.064 | 2% |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar | 841.750 | 878.280 | -4% |
| Inventarios | 1.119.078 | 1.032.969 | 8% |
| Activos biológicos | 51.847 | 53.119 | -2% |
| Otros activos corrientes | 241.822 | 220.762 | 10% |
| Activos no corrientes mantenidos para la venta | 77.861 | 71.679 | N/A |
| Total activo corriente | 2.624.119 | 2.542.873 | 3% |
| Activo no corriente | | | |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar | 25.395 | 26.729 | -5% |
| Activos biológicos no corrientes | 6.156 | 5.699 | 8% |
| Inversiones en asociadas y negocios conjuntos | 110.760 | 109.021 | 2% |
| Otros activos financieros no corrientes | 3.893.661 | 3.418.149 | 14% |
| Propiedades, planta y equipo, neto | 3.364.160 | 3.383.722 | -1% |
| Propiedades de inversión | 82.141 | 82.393 | 0% |
| Crédito mercantil | 2.036.765 | 2.033.403 | 0% |
| Otros activos intangibles | 1.172.357 | 1.179.957 | -1% |
| Activos por impuestos diferidos | 371.603 | 355.461 | 5% |
| Otros activos | 42.717 | 40.645 | 5% |
| Total activo no corriente | 11.105.715 | 10.635.179 | 4% |
| TOTAL ACTIVOS | 13.729.834 | 13.178.052 | 4% |
| PASIVO | | | |
| Pasivo corriente | | | |
| Obligaciones financieras | 1.044.488 | 1.059.660 | -1% |
| Proveedores y cuentas por pagar | 935.523 | 825.435 | 13% |
| Impuestos, gravámenes y tasas | 186.031 | 172.323 | 8% |
| Pasivo por beneficios a empleados | 122.670 | 160.628 | -24% |
| Provisiones corrientes | 3.289 | 4.415 | -26% |
| Otros pasivos | 26.274 | 26.641 | -1% |
| Total pasivo corriente | 2.318.275 | 2.249.102 | 3% |
| Pasivo no corriente | | | |
| Obligaciones financieras | 2.170.378 | 2.034.604 | 7% |
| Proveedores y cuentas por pagar | 158 | 159 | -1% |
| Pasivo por beneficios a empleados | 218.264 | 211.533 | 3% |
| Pasivo por impuesto diferido | 642.624 | 639.810 | 0% |
| Otros pasivos | 779 | - | N/A |
| Total pasivo no corriente | 3.032.203 | 2.886.106 | 5% |
| TOTAL PASIVO | 5.350.478 | 5.135.208 | 4% |
| PATRIMONIO | | | |
| Patrimonio atribuible a las participaciones controladoras | 8.344.147 | 8.008.485 | 4% |
| Participaciones no controladoras | 35.209 | 34.359 | 2% |
| TOTAL PATRIMONIO | 8.379.356 | 8.042.844 | 4% |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 13.729.834 | 13.178.052 | 4% |

Indicadores

| | |
|-------------------------------------|-------------|
| Precio de Cierre | 25.500 |
| Precio de Cierre año anterior | 22.900 |
| Máximo 52 Semanas | 25.700 |
| Mínimo 52 Semanas | 18.800 |
| Capitalización Bursatil (\$MM) | 11.733.140 |
| Valor Intrínseco | 17.480 |
| RPG (1) | 20,5 |
| P/VL (1) | 1,8 |
| EV / EBITDA (1) | 10,4 |
| Utilidad por acción | 932 |
| Dividendo por acción-mes | 41,5 |
| Rentabilidad por dividendos (2) | 1,8% |
| Rentabilidad por valorización (2) | 11,4% |
| Rentabilidad combinada (2) | 13,2% |
| Variación COLCAP (2) | 2,4% |
| Retorno sobre activos (1) | 8,8% |
| Retorno sobre patrimonio (1) | 9,1% |
| Retorno sobre capital invertido (1) | 8,1% |
| Acciones en Circulación | 460.123.458 |
| Número de Accionistas | 14.196 |
| Bursatilidad | Alta |

VALORES EXPRESADOS EN COP
(1) Grupo de Alimentos / 12 meses proforma
(2) Últimos 12 meses

Composición accionaria



*Información no auditada.



Cárnicos

Nueva Salchicha Cunit

Cunit lanzó al mercado una nueva salchicha tipo perro con el objetivo de ofrecer una propuesta de valor para aquellos consumidores colombianos sensibles al precio. Durante febrero y marzo se realizaron las actividades de lanzamiento, que, unidas a un excelente producto, han permitido un crecimiento significativo en ventas.



Nueva Salchicha Perro, exclusiva para Éxito y Carulla



Nueva Salchicha Ahumada Berard

Alimentos Cárnicos de Panamá realizó el lanzamiento de su nueva Salchicha Ahumada Berard, una mezcla única entre salchicha y chorizo, con un sabor y una textura inigualables. Se activaron degustaciones en los puntos de venta y se invitó a los compradores a participar en actividades y concursos. Con este nuevo producto, Alimentos Cárnicos de Panamá reportó un incremento relevante en las ventas al cierre de marzo.

Con el objetivo de continuar potenciando el concepto de salchichas tipo perro en grandes cadenas de supermercados, el Negocio Cárnicos desarrolló una referencia exclusiva para almacenes Éxito y Carulla, que consiste en un paquete de 800 gramos con 20 unidades de Salchicha Perro Zenú. Esta referencia conserva la propuesta de valor alrededor del sabor, aroma, consistencia, tamaño, perfil nutricional y el respaldo de la marca.



Galletas



Regreso al colegio con Festival Safari

Festival acompañó el regreso al colegio con el prepack Festival Safari, un producto lúdico con seis motivos coleccionables bajo el concepto del safari, para que los niños personalicen y armen su propio vehículo de expedición. De este modo, Festival Safari fortalece el posicionamiento de Festival como una marca divertida y de moda.

Coleccionable de clásicos 100 años NOEL

Para conmemorar su aniversario número 100, Noel lanzó al mercado una Edición Coleccionable de Clásicos Noel, inspirada en la publicidad antigua de tres marcas icónicas de galletas, elegidas por los consumidores a través de una encuesta virtual: Saltín Noel, Ducales y Sultana. Con esta colección de cofres se invitó a los consumidores a compartir la magia y el sabor Noel de siempre en su empaque más tradicional de hojalata.



Club Extra Queso Blanco

Club Extra continúa fortaleciendo su liderazgo en el segmento de galletas saborizadas en Guatemala y El Salvador, esta vez a través de una importante innovación. Se trata de Club Extra Queso Blanco, producto lanzado en enero y que ya se comercializa en Costa Rica bajo la marca Bokitas. Es una galleta salada, tipo sándwich, con un delicioso relleno sabor natural a queso blanco.



Nuevas TOSH Limón con Té Verde

Tosh continúa fortaleciendo su portafolio y desarrollando el segmento saludable con innovaciones de producto, como las nuevas Tosh Limón con Té Verde, introducidas recientemente al mercado centroamericano. Son galletas dulces con sabor a limón y extracto natural de té verde, libres de azúcar, colesterol y grasas trans, y con solo 95 calorías por porción. Además son fuente de fibra y contienen antioxidantes (vitaminas A, C y E, Zinc y Selenio).



Chocolates

Chocolisto y sus 4 aportes al crecimiento

Con el objetivo de fortalecer su posicionamiento como la solución de nutrición completa, Chocolisto presentó su campaña de los 4 aportes al crecimiento, la cual busca tangibilizar los beneficios de sus vitaminas y minerales. Desde su lanzamiento, la marca ha logrado un crecimiento significativo en sus ventas.



Jumbo 10 Avellana

El Jumbo Concierto cumplió recientemente 10 años ininterrumpidos llevando alegría, diversión y buenos momentos a miles de jóvenes en Colombia. Para celebrarlo en grande, Jumbo introdujo, en edición limitada, Jumbo 10 Avellana, una deliciosa chocolatina de 200 gramos con relleno cremoso sabor a avellana y trozos de maní, ideal para compartir y disfrutar. Un producto altamente innovador y diferenciado, y con un tamaño especial.



Barra de Cereal Tosh Edición Limitada con trozos de nuez pecan y miel de maple

Gracias a su entendimiento de la categoría de barras de cereal, Tosh identificó la innovación como uno de sus principales factores de crecimiento. Es así como nace esta barra de Edición Limitada que combina la indulgencia de la miel de maple con todos los beneficios de las nueces y los cereales, apuntando a dinamizar una de las temporadas más importantes para las barras de cereal en Colombia: el comienzo de año.



Lanzamiento Granuts

Superando las expectativas en ventas y enamorando al consumidor, con éxito se lanzó en Panamá y Costa Rica la marca Granuts. La categoría de nueces que ingresa a Centroamérica viene acompañada por una propuesta de valor desde el producto, empaque, visibilidad en punto de venta, concepto de marca y una campaña en medios masivos. En abril se realizó su lanzamiento en Guatemala y El Salvador.



Pastas



Doria lanza su Spaghetti sabor a Pollo Asado

El spaghetti tradicional Doria ahora viene con sabor a Pollo Asado, un sabor reconocido y aceptado por los consumidores colombianos para preparar las más deliciosas recetas. Una pasta larga, fácil y muy práctica de preparar como plato único o compartido, que además contiene antioxidantes como Vitamina A, C, E, Selenio y Zinc.



Pastas Doria, ahora en Ecuador

Buscando la expansión internacional, Pastas Doria llegó al mercado ecuatoriano con un portafolio de alta calidad enfocado al cuidado y la protección de la familia. Esta nueva categoría robustece el esquema de distribución de Grupo Nutresa a través de Cordialsa Ecuador.



Con Pasta Doria Kids sí se juega

Doria Kids llega al mercado colombiano, en alianza con Crayola, a través de dos referencias altamente alimenticias y muy divertidas: Zoológico y Deportes con Queso. Doria Kids es la pasta con las formas preferidas por los niños, y en su empaque viene una Crayola Twistable, la mejor forma de estimular la innovación y la creatividad.



Helados



Bocatto Jumbo

El Negocio Helados introdujo al mercado colombiano el nuevo Bocatto Jumbo, una irresistible combinación de helado de chocolate Crem Helado, en formato de cono, con salsa de chocolate al interior y Jumbo Dotts (maní recubierto de chocolate) como *topping*. Dos marcas líderes como Jumbo y Bocatto unidas en un solo producto.

Crem Helado Paleta 3 Beneficios

La primera paleta creada para alimentar y divertir a los niños fue lanzada en Colombia por Crem Helado bajo el nombre Paleta 3 Beneficios. Está compuesta por tres franjas: una de gelatina, otra de crema de helado sabor a fresa y una final de jugo de naranja. Este producto contiene, entre otros componentes nutricionales, Hierro, Zinc y Vitamina C. Son tres colores, tres sabores y tres beneficios nutricionales en un solo producto.



Polet Placeres Opuestos

En Colombia, Polet lanza continuamente productos que buscan el placer de los sentidos; estos pueden ser a veces opuestos magnificando la experiencia sensorial. Así es la nueva Polet Placeres Opuestos, una paleta que combina lo dulce y lo salado, provocando una sensación única de placer en la boca. Polet Placeres Opuestos mezcla helado cremoso sabor a caramelo con salsa de arequipe y viene cubierta de chocolate con trozos de almendra delicadamente salada.

Zambullido Chocolate Blanco

Uno de los productos más tradicionales para el consumidor dominicano es el cono de crema de helado zambullido, o bañado en chocolate de leche. Como los gustos también cambian, helados Bon lanzó al mercado el cono Zambullido en Chocolate Blanco, el cual complementa el portafolio tradicional de Bon y se convierte en una de las referencias más destacadas de la temporada de inicio de año.



TMLUC

Nuevas KryzpoCroc: Ricas y Horneadas

Kryzpo sigue sorprendiendo en Chile, ahora con el lanzamiento de las nuevas KryzpoCroc, el nuevo snack favorito de los niños. Con una entretenida forma de cocodrilo, este nuevo producto horneado es una alternativa para que las madres ofrezcan a sus hijos una colación rica y entretenida. Disponible en sabores original y queso, y tamaños pequeño, mediano y familiar.



Lucchetti lanza Pasta Huevo y amplía su línea de Pastas Vegetales

Un año después del lanzamiento de Pastas Lucchetti en México, la marca vuelve a innovar con su línea de Pastas Huevo, elaboradas con huevo seleccionado, que garantiza un mayor aporte de proteína. En paralelo, se amplió el portafolio de Pastas Vegetales con tres presentaciones de gran consumo en México: Caracol 2, Pluma y Fusilli, todos en 200g.

Lucchetti lanzó su nueva línea Integral

Respondiendo a la tendencia mundial de mayor ingesta de fibra dentro de la dieta diaria, Pastas Lucchetti lanzó en Chile su nueva línea Integral que contiene el doble de fibra de una pasta regular, ayudando a regular el tránsito intestinal y a mantener una dieta balanceada. Disponible en formatos Spaghetti 5 y Espirales 56 de 400 grs., al mismo precio de las pastas regulares.



Zuko lanza su nueva línea de Naranjadas y Limonada Clásica en México

Zuko sigue impulsando la innovación en el mundo de las bebidas instantáneas en el mercado mexicano con su línea de naranjadas, incorporando sus versiones Naranjada Clásica y Naranjada Piña. Además suma a la exitosa línea de limonadas, el sabor Limonada Clásica.



Alimentos al consumidor



Sándwich de Pollo Parrillero

Hamburguesas El Corral presentó en Colombia su delicioso Sándwich de Pechuga de Pollo a la plancha con salsa BBQ, Queso Mozzarella, tocineta crocante, lechuga fresca y pepinillos dulces.

Nueva Pizza Espinaca a la Alfredo de Papa John's

En marzo, Papa John's presentó a los consumidores colombianos sus Pizzas de Película, iniciando con su exclusiva preparación "Espinaca a la Alfredo Deluxe", en la que el jamón canadiense, la tocineta, los champiñones y el tomate se disponen de manera inigualable sobre una exquisita salsa de espinaca a la Alfredo.



Nuevas Preparaciones de Leños Gourmet

Leños Gourmet, el lado descomplicado del SteakHouse en Colombia, presentó su nuevo portafolio de sabores que incluyen pastas Monticello como acompañante de las nuevas preparaciones. El Medallón de Res, el Salmón o el Pollo a la Parrilla, vienen ahora acompañados de las pastas Monticello en preparaciones Al Burro o Al Pomodoro.



Promoción "Cazadores" de Hamburguesas El Corral

A través de su promoción "Cazadores", Hamburguesas El Corral premió durante el primer trimestre a sus más fieles consumidores colombianos. Por cada visita el cliente recibía un *stickery*, al completar el tercero, podía reclamar un Combo Corral con Queso totalmente gratis.

Grupo Nutresa se suma a la ONU para fomentar el desarrollo sostenible



El sector privado es una parte activa en la búsqueda de soluciones a las diferentes problemáticas que impactan hoy a los países. Grupo Nutresa, desde su marco de actuación en sostenibilidad, trabaja junto a las iniciativas mundiales para encontrar nuevas ideas e iniciativas que favorezcan la calidad de vida, el desarrollo económico de las comunidades menos favorecidas y la conservación del medio ambiente. Es por ello que se han integrado a sus estrategias de sostenibilidad los nuevos Objetivos de

Desarrollo Sostenibles propuesto por las Naciones Unidas para aunar esfuerzos y crear un mejor futuro entre todos.

El diagrama completo, que muestra los asuntos a través de los cuales Grupo Nutresa contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible –ODS–, está consignado en el Informe Integrado 2015, disponible en el siguiente código QR.



Planta de Tratamiento de Aguas Residuales del Negocio de Pastas, todo un ejemplo

En la planta de Mosquera, en Cundinamarca, el Negocio Pastas cuenta con una Planta de Tratamiento de Aguas Residuales altamente eficiente en materia de remoción de contaminantes, que le permite generar agua de condiciones óptimas para su reúso. Al inicio de 2016 se inició la tercera etapa de recuperación, en la que el agua es llevada a condiciones potables para su uso en la zona de lavado de moldes y de aireación del salón de producción. Con esto se recuperan diariamente en promedio 5 m³ y se alcanza un 70% de agua recuperada.

TMLUC México y Chile avanzan con su programa “Espacio Saludable”



A través de una “Feria de nutrición, actividad física y salud” se lanzó en Acatlán de Juárez (Jalisco) la más reciente implementación del programa “Espacio Saludable”, la cual contó con la presencia del Presidente Municipal, representantes de las Universidades de Guadalajara e ITESO, la comunidad y la empresa. Esta nueva activación se da en alianza con la Asociación Jalisciense de

Nutriólogos (AJANUT) y bajo la supervisión del Instituto Nacional de Salud Pública - INSP. En esta feria se dio a conocer el programa a través de la toma de mediciones antropométricas, juegos, vacunación, entre otras actividades.

Por su parte, Tresmontes Lucchetti Chile presentó una nueva versión del programa “Espacio Saludable”, en el que los equipos locales de salud serán los encargados de su implementación bajo la supervisión del Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos - INTA. Esta nueva fase se inauguró en la comuna de Illapel, IV Región, que recoge cerca de 8.000 escolares, y en las próximas semanas se le sumará la vecina comuna de Salamanca. Esta nueva fase incluye educación alimentaria, duplica las horas semanales de clases de educación física, incorpora la venta productos de bajo aporte calórico en colegios, así como la promoción de un recreo activo.

Negocio Cárnicos, activo en voluntariado

77 voluntarios del Negocio Cárnicos en Panamá hicieron presencia en las escuelas “La Divisa” y “Arosemena” en Panamá, ubicadas en las inmediaciones de la granja de producción pecuaria de la empresa. Durante la actividad se entregaron donaciones de útiles escolares y productos de la marca Blue Ribbon.



Mientras tanto, en febrero, 99 colaboradores del Negocio asistieron a la actividad de voluntariado en tiempo “Recorre tu ayuda” que tuvo lugar en Antioquia, Bogotá, Barranquilla y Cali. En este espacio tuvieron la oportunidad de conocer y participar de la operación interna de los Bancos de Alimentos de su respectiva ciudad, a los cuales el Negocio hace entrega de productos para beneficiar a instituciones de bajos recursos. En Cali, además, 70 niños de la Primera

Iglesia Presbiteriana de Bogotá y 34 pequeños beneficiados por el Jardín Infantil Kiwanis Sultana del Valle, recibieron a 36 voluntarios del Negocio, quienes llegaron a alegrar su día con regalos, juegos y sorpresas.

Finalmente, un total de COP 1.025.000 fueron donados por 27 colaboradores del Negocio en todo el país para favorecer a las madres cabeza de hogar atendidas por la Congregación de Hermanas de la Caridad Dominicas.

Fundación Nutresa comenzó con los festivales “Tómate Tu Tiempo y Celebra la Vida”



Con una participación de más de 1.400 niños y niñas de Barranquilla, Pereira y Bucaramanga, hace algunas semanas dieron inicio los festivales “Tómate Tu Tiempo y

Celebra la Vida”, estrategia con la que la Fundación Nutresa busca fomentar la incorporación de estilos de vida saludable en la niñez a través de la lúdica y la recreación. Este año, las actividades cuentan con el respaldo del Parque de la Vida de la Universidad de Antioquia, y se espera atender a un total de 8.000 niños en 17 zonas de siete ciudades de Colombia.

El Negocio Pastas obtuvo la primera certificación LEED en el nivel Gold para Grupo Nutresa

El pasado 14 de diciembre, el Negocio Pastas, en cabeza de Productos Alimenticios Doria, S. A. S., recibió oficialmente, para Grupo Nutresa, la primera certificación LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) para Construcciones Nuevas en el nivel Gold, por el diseño y construcción de su Centro de Distribución -CEDI- en su planta del municipio de Mosquera.



Centro de Distribución -CEDI- en la planta del Negocio Pastas, en Mosquera, Cundinamarca.

La certificación LEED, otorgada por el U.S. Green Building Council -USGBC-, es un programa voluntario de certificación en sostenibilidad de edificios que reconoce las mejores prácticas mundiales de construcción sostenible. En la actualidad, en Colombia existen 55 proyectos LEED ya certificados. De estos, 25 fueron certificados como Gold, incluyendo el nuevo CEDI de Mosquera.