

## Los buenos resultados continúan

Grupo Nutresa S. A. (BVC:NUTRESA) y sus compañías subordinadas, incluyendo a Tresmontes Lucchetti desde el pasado primero de septiembre, dan a conocer sus resultados financieros consolidados a 30 de septiembre de 2013.

### Ventas acumuladas con sostenido crecimiento

Las ventas consolidadas durante los primeros nueve meses del año ascienden a COP 4 billones 101.472 millones, con un crecimiento de 7,0%. Las ventas en Colombia durante los tres primeros trimestres alcanzaron los COP 2 billones 809.902 millones, con un incremento de 1,7% frente a la cifra del año anterior, representado en un incremento en toneladas del 2,9% y una disminución en precios del 1,2%. Las ventas por fuera de Colombia fueron de US\$691,0 millones, crecen un 15,9% y representan el 31,5% del total del Grupo.

### Rentabilidad durante los nueve primeros meses con un excelente crecimiento

Grupo Nutresa continúa con un crecimiento de doble dígito en rentabilidad, tanto en la utilidad operativa como en la utilidad neta. Durante los primeros nueve meses del año la utilidad operativa creció un 18,8%, hasta COP 451.870 millones. En la utilidad neta se presentó un incremento del 16,2% al llegar a COP 280.155 millones en el mismo periodo.

Al comparar los primeros nueve meses del año 2013 contra el mismo periodo del año anterior, el margen EBITDA pasó del 12,7% a 14,0%. El EBITDA consolidado cerró en COP 575.154

millones, lo que representa un crecimiento del 17,8%. Este resultado se soporta en el incremento de la productividad, en la continuidad de menores costos de algunas materias primas, una mejora en la capacidad de distribuir costos fijos ante un mayor volumen de producción y la venta de productos de innovación.

### Tercer trimestre del año con dinámicas muy positivas en ventas

Durante el tercer trimestre del año 2013 queremos resaltar el crecimiento de las ventas totales del 12,0%, y un 6,7% de manera orgánica. Las ventas en Colombia continúan con un crecimiento positivo y se ubican en COP 979.033 millones, representando un incremento del 2,8% frente al mismo trimestre del año anterior como resultado de una mejor dinámica en el consumo nacional, a pesar de los efectos negativos del paro agrario entre los meses de agosto y septiembre. El EBITDA presentó un incremento del 13,3% frente al mismo periodo del año anterior y un margen del 13,4% que incluye los gastos por adquisición de TMLUC (13,7% sin gastos de adquisición). Finalmente es importante resaltar la excelente dinámica de las ventas por fuera de Colombia, con un crecimiento del 28,7% en USD, y de forma orgánica un 10,8%, especialmente en Estados Unidos, Centro América, Perú y Ecuador.

Grupo Nutresa continúa generando buenos resultados en rentabilidad y ventas, tanto orgánicamente como al consolidar, a partir del primero de septiembre, la reciente adquisición de TMLUC (Tresmontes Luchetti).

2 NOTICIAS

4 INFORMACIÓN FINANCIERA Y DE LA ACCIÓN

6 NOVEDADES

8 SOSTENIBILIDAD

Las **ventas totales** acumuladas al tercer trimestre crecen un **7,0%**, y un **4,4%** de manera orgánica.

Las **ventas por fuera de Colombia** acumuladas crecieron un **15,9%** en USD, y de forma orgánica un **6,8%**.

El **EBITDA** acumulado al tercer trimestre presentó un incremento del **17,8%** frente al mismo periodo del año anterior y un **margen** del **14,0%**.

**Crecimiento** del **18,8%** en la **utilidad operativa** y del **16,2%** en la **utilidad neta**.

## Grupo Nutresa está por tercer año consecutivo en el Dow Jones Sustainability World Index

Grupo Nutresa fue reconocido como una de las compañías líderes en sostenibilidad corporativa en el sector de productores de alimentos, al ser incluida en el Dow Jones Sustainability World Index, DJSI 2013, el cual evaluó a 2500 empresas del mundo, pertenecientes a 59 sectores. Son ocho empresas a nivel mundial las líderes del sector de alimentos que hacen parte de este índice como reconocimiento a su gestión en sostenibilidad.

Grupo Nutresa obtuvo el máximo puntaje dentro del sector, en desarrollo del talento humano, gestión de innovación, códigos de conducta y en gestión de riesgo y crisis. Igualmente, fue destacable el resultado en Gobierno Corporativo. Pertenecer a este índice significa ser

reconocido por aprovechar las oportunidades y administrar los riesgos derivados del desarrollo económico, social y ambiental, en el marco de una gestión que genera valor a sus grupos de relacionados.

Grupo Nutresa hace parte del nuevo índice Mercados Emergentes, DJS Emerging Markets Index, como una de las tres compañías del sector de productores de alimentos incluidas.

MEMBER OF

**Dow Jones  
Sustainability Indices**

In Collaboration with RobecoSAM

## GRUPO NUTRESA S. A. formalizó una alianza con Starbucks Coffee Company y con la compañía mexicana Alsea, para el montaje y la operación de tiendas de café Starbucks en Colombia.

Colcafé, filial de GRUPO NUTRESA S. A., celebró un acuerdo con Starbucks Coffee Company para la producción y el abastecimiento de café de las tiendas Starbucks, convirtiéndose en el primer proveedor de café tostado en América Latina.

Grupo Nutresa realizó en el pasado mes de agosto una alianza con Starbucks y Alsea para el montaje y operación de las tiendas Starbucks en Colombia, que ofrecerán a los consumidores colombianos una experiencia única y diferenciada alrededor del café y cuyas aperturas iniciales se proyectan en 2014. A este importante anuncio se suma el acuerdo firmado, entre Starbucks y la filial del Grupo, Colcafé, para la producción y el abastecimiento de café de las tiendas.

Grupo Nutresa tiene la intención de participar en el creciente consumo de alimentos fuera del hogar, para lo cual creó recientemente la

Vicepresidencia de Alimentos al Consumidor. El Grupo incursionó en este negocio desde hace 3 años, primero con Helados Bon en República Dominicana y luego en Centro América con Helados Pops, en una estrategia exitosa que lo ha llevado a consolidar una red de casi 500 heladerías. Y ahora, como socios comerciales en la operación de las tiendas Starbucks en Colombia, con una participación del 30%.

Destacamos la potencia de esta gran alianza y la visión de negocio de los socios que la respaldan; Starbucks es la compañía de café más importante del mundo con más de 19.000 tiendas a nivel global, en las que entrega

a sus consumidores una experiencia única alrededor del café, junto a Alsea, empresa mexicana, líder en operar restaurantes en América Latina y con gran trayectoria y éxito en la operación de las tiendas Starbucks en mercados latinoamericanos. Grupo Nutresa y su filial Colcafé se unen a esta alianza para aportar su conocimiento del mercado local y la experiencia en la producción de café.

A su vez, el anuncio representa para los caficultores colombianos nuevas oportunidades como proveedores de café para este gran jugador mundial en sus tiendas en Colombia y en su red global.

### La Bolsa de Valores de Colombia otorgó a Grupo Nutresa el “Reconocimiento Emisores – IR”

Grupo Nutresa recibió el “Reconocimiento Emisores – IR Investor Relations” por parte de la Bolsa de Valores de Colombia (BVC) como emisor comprometido con las mejores prácticas de mercado en relación con inversionistas y revelación de información.





## La Recetta celebra sus 5 años de gestión desarrollando el mercado institucional en Colombia

La Recetta soluciones gastronómicas integradas, empresa especializada de Grupo Nutresa y Alpina, que atiende y lidera exitosamente el mercado institucional en Colombia, cumple su primer quinquenio creciendo a doble dígito, en un sector con amplias oportunidades. La Compañía cuenta en la actualidad con más de 500 colaboradores entre: chefs, personal administrativo, equipo directivo, personal logístico, fuerza comercial y call center, logrando además un clima laboral destacado. Se resalta en sus resultados el haber cuadruplicado el número de clientes atendidos desde 2008 a la fecha, su crecimiento a tasas promedio del 18% y su eficiencia en la operación a través de la gestión del costo por servir. Igualmente, en su portafolio el crecimiento es significativo, al pasar de 7 compañías en 2008 a 35 en 2013, todo con miras a satisfacer las necesidades del cliente, quien hoy la califica en alto nivel de servicio.

### Expo La Recetta

Con motivo de estos resultados y para celebrar su primer quinquenio, La Recetta da inicio en 2013 a Expo La Recetta, una feria de negocios de talla mundial para el mercado institucional que busca aportar al desarrollo gastronómico del país y hacer posible que todo un sector se reúna, genere negocios, fomente los mejores talentos, comparta tendencias y disfrute lo mejor de la gastronomía colombiana.

## Vidarium Centro de Investigación en Nutrición, Salud y Bienestar de Grupo Nutresa cumplió sus primeros 5 años de labores

Vidarium, celebró sus primeros 5 años de labores dedicados a generar y gestionar conocimiento científico, el Centro es un importante eje de la estrategia de Grupo Nutresa para la competitividad de sus negocios y para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la región donde opera, en el marco del desarrollo sostenible.

Vidarium fue reconocido por Colciencias en 2011 como centro de investigación mediante Resolución 00842. En su quehacer ha priorizado como temas de investigación la obesidad, la salud cardiovascular y la salud gastrointestinal, a través de tres líneas: antioxidantes,

moduladores alimentarios de la microbiota y componentes alimentarios y otras sustancias, como ejes transversales para la generación y validación de conocimiento científico.

### Red de cooperación

Vidarium ha consolidado una importante red, suscribiendo convenios marco de cooperación para ejecutar actividades académicas, investigativas, técnicas y tecnológicas, en representación de los negocios del Grupo Nutresa. El Centro tiene convenios con reconocidas universidades colombianas e igualmente, con instituciones del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación.



### Premio a la Investigación Grupo Nutresa

En el marco del encuentro académico y aniversario de Vidarium, se hizo reconocimiento a la gestión de los equipos de investigación de los negocios del Grupo Nutresa.

**Ganadores primer puesto:** Investigación Pardeamiento y actividad antioxidante en el proceso de tostión del Negocio Café.

**Segundo puesto:** Investigación Eficiencia en el aceite de fritura en una planta de nueces del Negocio Chocolates.

**Tercer puesto:** Investigación Metodología para simular procesos de cambio en una galleta: correlación sensorial y analítica del Negocio de Galletas.

## Reconocimientos otorgados a nuestras empresas



■ **Compañía de Galletas Pozuelo** reconocida entre las 10 empresas de Costa Rica destacadas por su gestión con los colaboradores y la comunidad, según la encuesta realizada por Unimer para el diario El Financiero uno de los principales de este país. Más información <http://goo.gl/LYyDHJ>

■ **Grupo Nutresa se destaca entre las empresas más reputadas de Colombia en el Estudio**

**Merco Empresas 2013.** Merco dio a conocer los resultados de su valoración en reputación a las empresas del país. El monitor entrega: Las empresas más reputadas del país, los líderes empresariales de mayor reconocimiento y las empresas que resaltan por su gestión de responsabilidad y gobierno corporativo. Grupo Nutresa ocupó la 3<sup>ra</sup> posición en el ranking de empresas, 1<sup>ra</sup> en el sector de alimentos y es la No 4 entre las de mayor reconocimiento en Gobierno y responsabilidad. Por su parte en la evaluación Merco Líderes, el Presidente de Grupo Nutresa, Carlos Enrique Piedrahíta, hace parte del grupo de 3 directivos más destacados del país. Más información <http://goo.gl/QdU5Gp>



■ **Helados Pops** empresa de Grupo Nutresa que opera en Centro América, recibe la acreditación “2013 Star of Häagen Dazs”. Helados Pops es distribuidor de Häagen Dazs en Costa Rica, Nicaragua, El Salvador y Guatemala para el canal mayorista y operador de tiendas para Costa Rica. Más información <http://goo.gl/Jhpqrd>

# INFORMACIÓN FINANCIERA Y DE LA ACCIÓN

## ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO\*

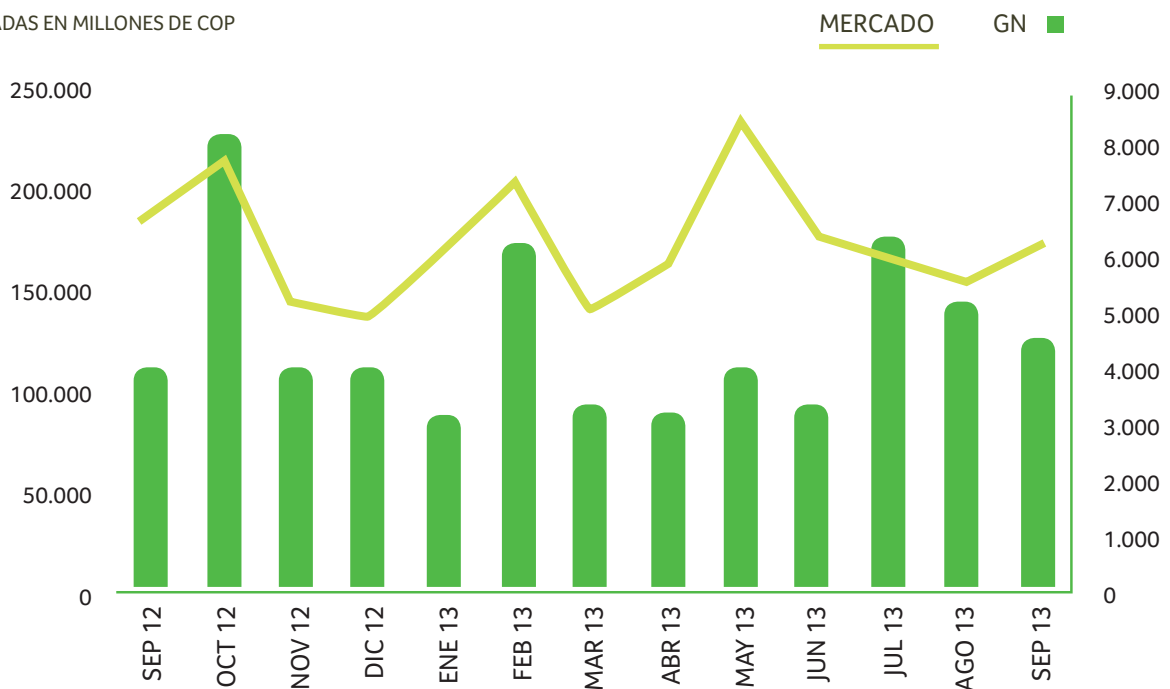
SEPTIEMBRE 30 DE 2013. CIFRAS EXPRESADAS EN MILLONES DE COP

|                                     | SEPTIEMBRE<br>2013 | %             | SEPTIEMBRE<br>2012 | %             | %<br>VAR.    |
|-------------------------------------|--------------------|---------------|--------------------|---------------|--------------|
| <b>Total Ingresos Operacionales</b> | <b>4.101.472</b>   | <b>100,0%</b> | <b>3.832.919</b>   | <b>100,0%</b> | <b>7,0%</b>  |
| Costo mercancía vendida             | -2.257.250         | -55,0%        | -2.203.106         | -57,5%        | 2,5%         |
| <b>Utilidad Bruta</b>               | <b>1.844.222</b>   | <b>45,0%</b>  | <b>1.629.813</b>   | <b>42,5%</b>  | <b>13,2%</b> |
| Gastos de administración            | -242.240           | -5,9%         | -193.226           | -5,0%         | 25,4%        |
| Gastos de venta                     | -1.056.595         | -25,8%        | -951.496           | -24,8%        | 11,0%        |
| Gastos de producción                | -93.517            | -2,3%         | -104.720           | -2,7%         | -10,7%       |
| <b>Total Gastos Operacionales</b>   | <b>-1.392.352</b>  | <b>-33,9%</b> | <b>-1.249.442</b>  | <b>-32,6%</b> | <b>11,4%</b> |
| <b>Utilidad Operativa</b>           | <b>451.870</b>     | <b>11,0%</b>  | <b>380.371</b>     | <b>9,9%</b>   | <b>18,8%</b> |
| Ingresos financieros                | 8.211              | 0,2%          | 8.148              | 0,2%          | 0,8%         |
| Gastos financieros                  | -61.386            | -1,5%         | -53.292            | -1,4%         | 15,2%        |
| Diferencia en cambio neta           | 12.836             | 0,3%          | 8.986              | 0,2%          | 42,8%        |
| Otros ingresos (egresos) netos      | -25.620            | -0,6%         | -10.675            | -0,3%         | 140,0%       |
| Dividendos de portafolio            | 29.867             | 0,7%          | 26.346             | 0,7%          | 13,4%        |
| Realización de inversiones          | 107                | 0,0%          | 35                 | 0,0%          | N.C.         |
| Post Operativos Netos               | -35.985            | -0,9%         | -20.452            | -0,5%         | 75,9%        |
| <b>UAI e Interés minoritario</b>    | <b>415.885</b>     | <b>10,1%</b>  | <b>359.919</b>     | <b>9,4%</b>   | <b>15,5%</b> |
| Impuesto de renta                   | -135.657           | -3,3%         | -116.825           | -3,0%         | 16,1%        |
| Interés minoritario                 | -73                | 0,0%          | -1.989             | -0,1%         | -96,3%       |
| <b>UTILIDAD NETA</b>                | <b>280.155</b>     | <b>6,8%</b>   | <b>241.105</b>     | <b>6,3%</b>   | <b>16,2%</b> |
| <b>EBITDA CONSOLIDADO</b>           | <b>575.154</b>     | <b>14,0%</b>  | <b>488.060</b>     | <b>12,7%</b>  | <b>17,8%</b> |

\*Información ilustrativa,  
no auditada.

## VOLUMEN DE NEGOCIACIÓN DIARIO

CIFRAS EXPRESADAS EN MILLONES DE COP



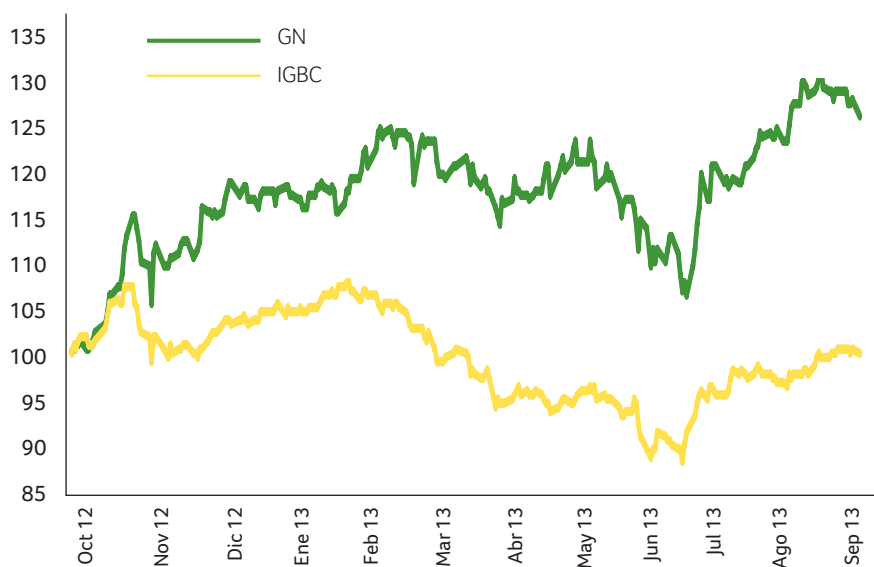
## BALANCE GENERAL CONSOLIDADO\*

SEPTIEMBRE 30 DE 2013. CIFRAS EXPRESADAS EN MILLONES DE COP

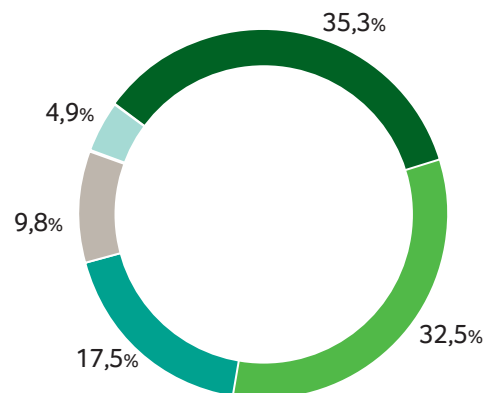
|                                  | SEPTIEMBRE 2013   | SEPTIEMBRE 2012  | % VAR.        |
|----------------------------------|-------------------|------------------|---------------|
| <b>ACTIVO</b>                    |                   |                  |               |
| Disponible e Inv. Temporales     | 345.435           | 331.810          | 4,1%          |
| Inversiones                      | 357.305           | 329.454          | 8,5%          |
| Deudores                         | 931.013           | 694.158          | 34,1%         |
| Inventarios                      | 751.151           | 595.515          | 26,1%         |
| Propiedad, planta y equipo       | 1.379.531         | 1.076.293        | 28,2%         |
| Intangibles                      | 2.118.695         | 871.879          | 143,0%        |
| Diferidos                        | 103.310           | 113.035          | -8,6%         |
| Otros activos                    | 14.047            | 4.678            | 200,3%        |
| Valorizaciones                   | 4.989.555         | 4.259.574        | 17,1%         |
| <b>Total Activo</b>              | <b>10.990.042</b> | <b>8.276.396</b> | <b>32,8%</b>  |
| <b>PASIVO</b>                    |                   |                  |               |
| Obligaciones financieras         | 2.021.108         | 632.454          | 219,6%        |
| Proveedores                      | 206.620           | 158.167          | 30,6%         |
| Cuentas por pagar                | 358.785           | 234.700          | 52,9%         |
| Impuestos, gravámenes y tasas    | 69.570            | 86.817           | -19,9%        |
| Obligaciones laborales           | 56.114            | 45.855           | 22,4%         |
| Pasivos estimados y provisiones  | 384.377           | 252.760          | 52,1%         |
| Diferidos                        | 162.220           | 119.193          | 36,1%         |
| Otros                            | 22.494            | 6.607            | 240,5%        |
| <b>Total Pasivo</b>              | <b>3.281.288</b>  | <b>1.536.553</b> | <b>113,5%</b> |
| Minoritarios                     | 20.353            | 15.731           | 29,4%         |
| <b>PATRIMONIO</b>                | <b>7.688.401</b>  | <b>6.724.112</b> | <b>14,3%</b>  |
| <b>Total Pasivo y Patrimonio</b> | <b>10.990.042</b> | <b>8.276.396</b> | <b>32,8%</b>  |

\*Información ilustrativa, no auditada.

## COMPORTAMIENTO DE LA ACCIÓN



## COMPOSICIÓN ACCIONARIA



- Grupo Sura
- Otros
- Fondos locales
- Grupo Argos
- Fondos extranjeros

## INDICADORES

|                                     |             |
|-------------------------------------|-------------|
| Precio de Cierre                    | 27.220      |
| Precio de Cierre año anterior       | 21.020      |
| Máximo 52 Semanas                   | 28.500      |
| Mínimo 52 Semanas                   | 21.020      |
| Capitalización Bursatil (\$MM)      | 12.524.561  |
| Valor Intrínseco                    | 16.734      |
| RPG (1)                             | 24,2        |
| P/VL (1)                            | 2,4         |
| EV / EBITDA (1)                     | 13,2        |
| Utilidad por acción                 | 834         |
| Dividendo por acción-mes            | 33,0        |
| Rentabilidad por dividendos (2)     | 1,8%        |
| Rentabilidad por valorización (2)   | 29,5%       |
| Rentabilidad combinada (2)          | 31,6%       |
| Variación IGBC (2)                  | -4,4%       |
| Retorno sobre activos (1)           | 12,3%       |
| Retorno sobre patrimonio (1)        | 10,6%       |
| Retorno sobre capital invertido (1) | 16,0%       |
| Acciones en Circulación             | 460.123.458 |
| Número de Accionistas               | 14.765      |
| Bursatilidad                        | Alta        |

VALORES EXPRESADOS EN COP

(1) Grupo de alimentos excluyendo inversiones en sociedades que no consolidan/12 meses

(2) Últimos doce meses



MARCA NUTRESA



realidad aumentada  
**nutresa**



nutresa

## Los empaques de las marcas Nutresa le hablarán a los consumidores

Los productos preferidos que hacen parte del portafolio de Nutresa incurrieron en el mes de septiembre en la realidad aumentada, una tecnología que les permite a los consumidores interactuar desde cualquier parte con los empaques de sus marcas preferidas. La realidad aumentada Nutresa es un nuevo canal digital que utilizan marcas de Nutresa para abrir una ventana a una gran variedad de información de interés de los consumidores, tal como el contenido nutricional de los productos, cómo llevar un estilo de vida saludable y el compromiso con la sostenibilidad; permitiendo la fusión de elementos del mundo real con elementos virtuales mediante la pantalla de cualquier smartphone o tableta digital con conexión a Internet.

Alrededor de 21 marcas del portafolio de Nutresa harán parte de la realidad aumentada, entre las que cabe mencionar: Zenú, Sello Rojo, Saltín Noel, Jet, Crem Helado, Ranchera, Corona, Colcafé, Ducales, Festival, Pietrán, Chocollito, Monticello, Aloha, Choco Lyne, Polet, Tosh, Matiz, Sinfonía y Fruti.

Visite [www.nutresa.com](http://www.nutresa.com) y viva la realidad aumentada.



GALLETAS NUTRESA

### Saltín Noel Trigo y Maíz

Saltín NOEL es la marca líder en el segmento de las Crackers en Colombia con una participación del 70% en valor. Una de sus principales fortalezas es la variedad de formatos y sabores, a través de los cuales se busca valorizar el portafolio y dinamizar el segmento. Saltín Noel Trigo y Maíz combina los beneficios del trigo y el delicioso sabor del maíz, un nuevo sabor con la tradición de siempre.



### Tosh Mousse de Naranja

La marca Tosh lanzó una galleta multicereal rellena con crema sabor a Mousse de Naranja y trocitos naturales de naranja, buena fuente natural de vitamina C que aporta el 10% de los requerimientos diarios sin químicos ni conservantes y sin sabores artificiales. Tosh Mousse de Naranja es libre de colesterol y grasas trans, con tan solo 20 calorías.



NOVEDADES



PASTAS NUTRESA

Tornillo verduras  
para barra  
de ensaladas



Respondiendo a la creciente tendencia de alimentación saludable y al consumo de ensaladas, Doria lanza el producto Tornillo Verduras para canal institucional, una presentación especial para usar en las barras de ensaladas de los restaurantes, hoteles, casinos, entre otros. Esta presentación, por tener extracto de espinaca y tomate, dan vida y color a los platos para mayor apetitividad, además gracias a su presentación de 500 g brinda un mejor manejo de inventario, contribuyendo a la inocuidad del producto.



Macarrones con  
queso Doria

Teniendo en cuenta la tendencia de consumo mundial de los macarrones con queso y las oportunidades de dinamizar el segmento de este producto para el consumo familiar, Doria lanza Macarrones con Queso con el objetivo de desarrollar y liderar este segmento de la categoría de pastas, integrando el consumo en todos los grupos objetivo. Macarrones con queso Doria quiere ser el acompañamiento ideal de todas las comidas, por su apetitividad, facilidad y practicidad, ya que para su preparación solo necesita leche, no requiere mantequilla. Su precio de \$1.900, garantiza la accesibilidad para todos los consumidores en todos los canales de venta.

### Aplicativo Pastas Doria: Pastapp

Doria lanza su APP para dispositivos iPhone y iPad. Buscando siempre estar en contacto con el consumidor, esta aplicación, brinda una gran cantidad de contenido: recetas con diferentes filtros de búsqueda, información sobre todos los productos y una sección sobre la correcta preparación de la pasta, además de permitir el almacenamiento y organización de las recetas favoritas de cada persona. Esta aplicación disponible como **Pastapp** es una alternativa de comunicación con un consumidor cada vez más digital.





## CÁRNICOS NUTRESA

### Oferta limitada Ranchera Pentapack



Pensando en que todos los consumidores de Ranchera vivan la experiencia de su inigualable sabor con más cantidad, la marca activó la edición limitada de la salchicha Pentapack, con la cual los consumidores llevan una salchicha gratis por la compra del paquete de 5 salchichas. La Salchicha Pentapack Ranchera es el producto más vendido del Negocio Cárnico y el número 1 en ventas del canal tradicional.



### Nuevo Salchichón Cervecero Rica para canal tradicional

La marca Rica lanzó el nuevo salchichón de 1 kg, que viene con un precio atractivo y sabor con notas de especias y condimentos que resaltan su sabor y aromatizan el producto, tal como lo buscan nuestros consumidores. Es ideal para venta al menudeo, con un valor por raya de \$200 accesible al consumidor y con una alta rentabilidad para el tendero.

### Chorizo Antioqueño Zenú

Con el objetivo de ofrecer al consumidor una propuesta de valor acorde a sus expectativas, Zenú lanza el nuevo Chorizo Antioqueño, reformulado, hecho con 100% carne de cerdo y especias típicas de la región Antioqueña. Tiene una textura cárnica que le da firmeza al morder y suavidad al masticar y un sabor natural. Ideal para compartir en diferentes momentos y preparaciones. Se encuentra en el mercado en presentación de 500g y en tamaño coctel por 300g.



### Mini Jumbo

Jumbo, segunda marca en ventas de la categoría de golosinas de chocolate, lanza la nueva Mini Jumbo. 18 g del más delicioso chocolate con maní, perfecto para ese pequeño antojo dulce por solo \$500. Su objetivo es atraer nuevos consumidores a la marca, aumentar la distribución y potenciar los volúmenes totales de Jumbo completando el portafolio con la fracción perfecta.

### Edición Limitada Jet Burbujas Brownie con helado



Con el objetivo de dinamizar el segmento de bombones y apalancados en la fortaleza de la marca Jet, se lanza al mercado la edición limitada de Burbujas Brownie con helado. Un delicioso bombón con dos rellenos cremosos, mitad sabor brownie y mitad sabor helado.

Esta nueva referencia de bombones llega a fortalecer la oferta de fracciones competitivas para Jet y dar novedad a los consumidores.

## HELADOS NUTRESA



### Choco Cono de Crem Helado

Choco Cono lanzó su campaña publicitaria y promocional durante la temporada vacacional de mitad de año. La venta de más de 15 millones de unidades en el trimestre comprueba que Choco Cono es el cono favorito de los colombianos.



### Heladino Pitufos

Heladino es la marca de Crem Helado que siempre sorprende a los niños con innovaciones irresistibles. Entre julio y septiembre rompió récords en ventas, con el kit de plastilina y moldes de la cara de los Pitufos. Y mientras los niños se divierten, los papás están felices por saber que cada Heladino contiene el calcio equivalente a un vaso de leche. Heladino, el helado de las ricas sorpresas.



## CAFÉ NUTRESA



### Nuevo Colcafé Granulado

Un producto que responde integralmente en nombre, formulación, presentaciones, comunicación y precio al gusto y expectativa del consumidor de café granulado instantáneo. Cuenta con un envase moderno y funcional y viene en diferentes presentaciones para estar al alcance de todos los consumidores. La campaña publicitaria exalta cómo Colcafé desarrolló este producto, consultando a más de mil consumidores y tenderos; destacando las características claves encontradas tales como: textura granulada, se disuelve fácilmente, perfecto para mezclar con leche e ideal para empezar el día.





## Servicios Nutresa y Compañía Nacional de Chocolates, certificadas como Empresas Familiarmente Responsables

La certificación **efr** acredita a estas empresas por contar con políticas y programas que permiten equilibrar la vida laboral y personal de sus colaboradores.

**E**l pasado mes de octubre la Fundación Másfamilia, entregó a Servicios Nutresa y Compañía Nacional de Chocolates, empresas que hacen parte del Grupo Nutresa, la certificación de Empresa Familiarmente Responsable (efr), que las acredita como organizaciones que buscan brindar un equilibrio entre la vida personal, familiar y la gestión laboral de sus colaboradores. El evento realizado en la ciudad de Bogotá fue presidido por representantes de Másfamilia y del Gobierno de Colombia.

Másfamilia es una entidad independiente de origen español que desarrolla acciones para promover desde diversos ámbitos una mayor protección y mejora en la calidad de vida y bienestar de las familias, núcleo de la sociedad.

Los auditores del Icontec que realizaron la valoración para la Fundación Másfamilia destacaron entre las fortalezas del sistema de gestión implementado para empresas efr en Servicios Nutresa y Compañía Nacional de Chocolates: la oferta de valor orientada al equilibrio, sus ambientes seguros y cercanos, la sensibilidad por el ser humano y su inversión en programas y prácticas de conciliación tales como convenios, auxilios, préstamos, actividades recreativas y deportivas. También hicieron referencia a los programas de reconocimiento y emprendimiento, liderazgo, igualdad de oportunidades, teletrabajo, flexibilidad y política de derechos humanos, entre otros.

## Fundación Nutresa realizó la XIII versión del Congreso Nacional Gestión integral en la educación: Un aporte al país

Durante los días 10 y 11 de octubre la Fundación Nutresa desarrolló la XIII versión del **Congreso Nacional Gestión Integral en la Educación: Un aporte al país**, en el Centro de Convenciones Julio Cesar Turbay Ayala de Cartagena. Un encuentro en el que se trataron diversos temas alrededor de la calidad de la educación en el país y los sistemas de gestión establecidos para asegurar una formación de calidad para miles de estudiantes. El evento reunió a cerca de 900 personas entre maestros, voluntarios empresariales y líderes locales, en un espacio que propició la revisión de los resultados obtenidos en el sistema de gestión de las instituciones educativas, como producto de redes colaborativas conformadas por el sector privado, la comunidad educativa, las secretarías de educación y el voluntariado empresarial.

El Congreso contó con enriquecedoras experiencias entre las que destaca la participación del invitado

internacional Dr. Raphael Wilkins del Centro de Liderazgo en el Aprendizaje de Londres quien se refirió al “Liderazgo y Gestión para el mejoramiento escolar: perspectivas globales”. Por su parte, Julio Salvador Alandete, Gerente de Todos a Aprender, programa para la Transformación de la Calidad de la Educación del Ministerio de Educación, expuso sobre “Avances en la Política de Transformación” y Juan Luis Mejía Arango, Rector de la Universidad Eafit, presentó “Una Mirada Integral Académica”. Igualmente, se realizó el conversatorio sobre “El poder de la Gestión Directiva” con la participación de Carlos Enrique Piedrahíta, Presidente de Grupo Nutresa, junto a autoridades gubernamentales y académicos del país, miembros de instituciones educativas y expertos en temas de calidad en la educación. También los colegios del país compartieron sus experiencias alrededor del mejoramiento en la gestión escolar.



### Premio Nutresa a la Calidad de la Gestión Escolar

Durante el Congreso se hizo entrega del premio Nutresa a la Calidad de la Gestión Escolar. En esta ocasión la institución ganadora fue Nuestra Señora del Palmar de la ciudad de Palmira la cual se destacó en los siguientes aspectos: solidez, sostenibilidad y proyección organizacional, el desarrollo de la planeación estratégica, el liderazgo de directivos y maestros, la gestión de alianzas, entre muchos otros.

En la fotografía aparecen representantes de la institución premiada y directivos de la Fundación Nutresa.