

Grupo Nutresa avanza positivamente con sólidos resultados en ventas y rentabilidad

Grupo Nutresa S. A. da a conocer sus resultados financieros consolidados al 30 de septiembre de 2015 siguiendo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

Al cierre del tercer trimestre, las ventas de Grupo Nutresa ascienden a COP 5,7 billones, con un incremento del 21,1% frente a las reportadas en igual periodo del año anterior. El crecimiento orgánico fue del 15,9%.

En Colombia las ventas son de COP 3,6 billones con un crecimiento del 16,6%, continuando con un sólido y sobresaliente desempeño. Las ventas orgánicas son de COP 3,3 billones y el crecimiento del 8,6%, soportado en un positivo incremento de las toneladas vendidas del 3,7% y en precios del 4,7%.

Este positivo resultado en Colombia se soporta, entre otros, por un portafolio de alimentos y experiencias de marcas conocidas y queridas, que se distinguen por la mejor relación precio/valor; disponibles ampliamente en el territorio Colombiano.

Las ventas en el exterior, superiores en un 29,4% a igual periodo en 2014, ascienden a COP 2,1 billones y representan el 37,5% del total, y al expresarse en dólares, fueron de USD 804 millones, un 5,0% menores por efecto de la devaluación de las monedas en Latinoamérica frente al dólar.

En cuanto a la rentabilidad, se destaca el ebitda de COP 729.660 millones, un 12,9% superior al del mismo periodo de 2014 y con un margen sobre las ventas de 12,8%. Este crecimiento de doble dígito sobresale en medio de unas condiciones retadoras de tasa de cambio, las cuales afectan algunas materias primas cuyo precio se cotiza en dólares.

La utilidad operacional asciende a COP 585.765 millones, superior un 12,4% respecto a la registrada al 30 de septiembre de 2014, con un margen operativo de 10,3%. Finalmente, se da una utilidad neta consolidada de COP 325.473 millones, un



0,4% inferior a la reportada a igual fecha del año anterior, situación que se explica principalmente por el servicio de la deuda, producto de la inversión en Grupo El Corral en febrero de 2015, y el incremento en el impuesto de renta.

Dow Jones Sustainability World Index -DJSI- Grupo Nutresa fue incluido por quinto año consecutivo en el Dow Jones Sustainability World Index -DJSI- y en el Dow Jones Sustainability Emerging Markets Index, lo que ratifica su trabajo y liderazgo en materia de sostenibilidad.

Este año, Grupo Nutresa se destacó en todas las dimensiones de la sostenibilidad. En la dimensión económica, obtuvo el máximo puntaje del sector de alimentos en el mundo en materia de gestión de riesgo y crisis y códigos de conducta. Lo mismo ocurrió en materia ambiental, en la que la organización alcanzó la máxima valoración en lo relacionado con gestión del recurso hídrico y material de empaque. Finalmente, en la dimensión social, Grupo Nutresa recibió la mejor calificación en prácticas laborales y derechos humanos, ciudadanía corporativa y reporte social.

Ventas totales acumuladas:
COP **5,7 billones.**

21,1% 

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

Ventas orgánicas:
COP **3,3 billones.**

8,6% 

explicado por aumentos en volúmenes del 3,7% y en precios del 4,7%.

Ventas acumuladas en Colombia:

COP **3,6 billones.**

16,6% 

frente al mismo periodo en 2014

Ventas en el exterior:
COP **2,1 billones.**

Representan un **37,5%** de las ventas totales

29,4% 

superiores a las registradas en 2014

El ebitda crece un

12,9% COP **729.660**

lo que representa un margen sobre las ventas de 12,8%.

Grupo Nutresa, por quinto año consecutivo reconocida como una de las empresas más sostenibles del mundo



Grupo Nutresa fue incluido por quinto año consecutivo en el Dow Jones Sustainability World Index -DJSI- y en el Dow Jones Sustainability Emerging Markets Index, lo que ratifica su trabajo y liderazgo en materia de sostenibilidad.



Este año, Grupo Nutresa se destacó en todas las dimensiones de la sostenibilidad. En la dimensión económica, obtuvo el máximo puntaje del sector de alimentos en el mundo en materia de gestión de riesgo y crisis y códigos de conducta. Lo mismo ocurrió en la dimensión social, en la que la organización recibió la mejor calificación en prácticas laborales y derechos humanos, ciudadanía corporativa y reporte social. Finalmente, y en materia ambiental, Grupo Nutresa alcanzó la máxima valoración en lo relacionado con gestión del recurso hídrico y material de empaque.

Grupo Nutresa ingresó al DJSI en 2011, siendo la primera compañía colombiana del sector de alimentos en hacer parte de éste índice. Desde entonces ha sido distinguida con la Categoría Bronce, la Categoría Plata y como Industry Mover 2015.

Empresas de todo el mundo, pertenecientes a 59 sectores de la economía, fueron invitadas a participar de este análisis en 2015. De ellas, 61 pertenecen al sector de alimentos, nueve de las cuales ingresaron al índice mundial, incluyendo a Grupo Nutresa.



Grupo Nutresa avanza en el ranking de reputación MERCO Empresas 2015 y se ubica en el segundo lugar

De acuerdo al monitor de reputación empresarial Merco Empresas, en su versión 2015, Grupo Nutresa se ubicó como la segunda empresa mejor reputada del país.

Además del avance en el ranking, se destaca el crecimiento de Grupo Nutresa de casi 300 puntos respecto a la edición 2014, lo que lo ubica a tan solo 157 del puntero y a su vez lo distancia en casi 500 puntos del tercer puesto.

Los resultados anteriores confirman también el primer puesto de Grupo Nutresa dentro del sector de Alimentación y Bebidas.

Analizado el monitor desde la perspectiva de los públicos relacionados entrevistados, Grupo Nutresa ocupó la segunda posición dentro de directivos empresariales; la octava dentro de analistas financieros; la sexta dentro de ONGs; y la quinta dentro de cateóricos del área de empresas.

Se confirma así mismo el rápido ascenso reputacional de Carlos Ignacio Gallego, presidente de Grupo Nutresa, en el ranking de líderes con mejor reputación, pues pasó de la posición número veinte a la nueve, ingresando así al Top 10 de dicha clasificación.



Fundación Nutresa y Compañía Nacional de Chocolates recibieron el Premio Emprender Paz 2015

Fundación Nutresa y Compañía Nacional de Chocolates fueron reconocidas con el Premio "Emprender Paz" 2015 por su iniciativa social y productiva de cacao orgánico en asocio con las comunidades Arhuacas de la cuenca del Río Fundación, en departamento del Magdalena, en Colombia.

Desde su inicio en 2014, la iniciativa ha logrado impactar positivamente a 139 familias integrantes del proyecto asociativo de cacao de Kankawra. Así mismo, las comunidades han participado de un proceso de transferencia de conocimiento y de fortalecimiento organizacional con el fin de garantizar la continuidad del agronegocio de las comunidades indígenas.

El proyecto incluye acciones en materia de seguridad alimentaria, asesorías técnicas y de comercialización, entrega de subsidios, donación de kits escolares, formación en tecnología y becas educativas.

"Emprender Paz" es un reconocimiento liderado por la Agencia de Cooperación Alemana GTZ, la Fundación Honrad Adenauer y la Fundación Social.



Grupo Nutresa colabora con Naciones Unidas en la construcción de mejores alianzas hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

El pasado 10 de noviembre se dieron cita en la sede de la ONU en Nueva York, un grupo de empresas de todo el mundo comprometidas con la sostenibilidad -incluyendo Grupo Nutresa- para presentar el nuevo informe "Empresas y Naciones Unidas: Trabajando Juntos hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Un marco para la acción", producido de forma conjunta en colaboración con Harvard School CSR Initiative y Business Fights Poverty.

El informe ofrece la perspectiva singular del sector privado en cuanto a ideas y prácticas sobre cómo pueden las empresas abordar la Agenda 2030. Se basa en las lecciones aprendidas y ofrece el ángulo empresarial sobre qué funciona, qué se necesita cambiar y cómo debe adaptarse la comunidad internacional para el desarrollo.

Grupo Nutresa recibe Reconocimiento Alas20 por su liderazgo en materia de sostenibilidad en América Latina



Durante la primera entrega de los reconocimientos Alas20 Colombia, Grupo Nutresa recibió los correspondientes a las categorías Empresa Líder en Sustentabilidad, Empresa Alas20 Colombia, Empresa Grand Prix Latinoamérica y Miembro de Junta Directiva de Empresa Líder en Sustentabilidad, gracias al liderazgo que demuestra la organización en la divulgación pública de información sobre sus prácticas de relaciones con inversionistas, desarrollo sostenible y gobierno corporativo.

Alas20 es una iniciativa latinoamericana de la que hacen parte Chile, Perú y Colombia, desarrollada por GovernArt y articulada en Colombia por el Centro RS, cuyo objetivo es facilitar alianzas, sinergias y oportunidades a través de la gestión del conocimiento y la promoción de la cultura de la responsabilidad social y la sostenibilidad.

Comarrico, 10 años haciendo parte de Grupo Nutresa



Se celebró recientemente el aniversario número 10 de la adquisición de Comarrico, empresa con sede en Barranquilla, por parte de Grupo Nutresa, compra que se concretó con el fin de fortalecer su liderazgo en la categoría de pastas.

Durante esta década de excelente gestión y trabajo en equipo se han promovido cambios y transformando procesos, los cuales han contribuido no solo a impulsar el crecimiento de la marca, sino a mejorar la calidad de vida del consumidor.



Tresmontes Lucchetti ganó Premio Nacional de Innovación de Chile, Avonni 2015

Tresmontes Lucchetti recibió el Premio Nacional a la Innovación, en la categoría Innovación Pública gracias al Programa de Prevención y Control del Sobrepeso y Obesidad Infantil en Escuelas Públicas "Espacio Saludable".

Este programa comenzó a gestarse en 1999 como respuesta al explosivo aumento de los índices de obesidad infantil, bajo la forma de una alianza público-privada con el Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos (INTA) de la Universidad de Chile.

En el año 2014, Espacio Saludable benefició en forma directa a 7.447 personas entre niños, docentes y concesionarios de kioscos de 25 escuelas de Chile y México, donde se replica el programa de la mano del Instituto Nacional de Salud Pública (INSP), dependiente del Ministerio de Salud de México y fue reconocido como Práctica Ejemplar de Grupo Nutresa.

A lo anterior se le suma la reciente adición de una nueva Escuela Pública intermedia, localizada en la comuna de Rancagua, en la zona centro de Chile.

Reconocimientos



Zuko Carbono Neutral obtiene Premio al Marketing Sustentable en Chile



Tresmontes Lucchetti fue reconocida por la Asociación Nacional de Avisadores de Chile (ANCA) con el Premio Marketing Sustentable en la categoría "Desarrollo y Prácticas Sustentables", gracias a su iniciativa Zuko Carbono Neutral, una de las principales marcas de bebidas instantáneas de la compañía.



Zenú, la marca más importante de alimentos y bebidas en Colombia

Según el resultado del más reciente estudio de marcas BAV -Brand Asset Valuator- 2015, realizado por la agencia Young & Rubicam, Zenú es la marca más importante de alimentos y bebidas en Colombia.



Cientes del Negocio Cárnico reconocieron su labor comercial

Gracias al trabajo conjunto con sus clientes, el Negocio Cárnico recibió el reconocimiento de la cadena ALKOSTO como "Gran socio comercial categoría de perecederos 2014-2015" y el de la cadena MAKRO como "Aliado estratégico en sus 20 años - Proveedor Oro".



AutoMercado reconoce la gestión de Pozuelo

En el marco de la celebración de los 55 años de AutoMercado, cadena de supermercados líder en Costa Rica, Compañía de Galletas Pozuelo fue reconocida por su crecimiento en ventas, rentabilidad, nivel de servicio y apoyo a la cadena. La empresa obtuvo el tercer lugar entre 150 empresas participantes.



Pasta Doria sabor Chorizo, uno de los lanzamientos más exitosos del año

Con una penetración en el mercado

del 5,7% la Pasta Doria sabor Chorizo se incluyó en el top 10 de los lanzamientos más exitosos del año por parte del Kantar WorldPanel, y el único producto destacado en la categoría de pastas, en esta medición realizada entre junio 2014 al 2015.



Colcafé, una de las marcas mejor gestionadas en redes sociales

Según el estudio de top of mind que anualmente realiza la firma Invamer Gallup para la revista Dinero, Colcafé es una de las 52 marcas con mayor recordación en el país en redes sociales.

El estudio, realizado a través de la metodología Social Media Audit (SMA), analiza seis ejes: Facebook, Twitter y blogs; otras redes sociales; servicio al cliente; ventas en redes sociales; variedad de contenidos; y estrategias de participación.



Estado de resultados consolidado*

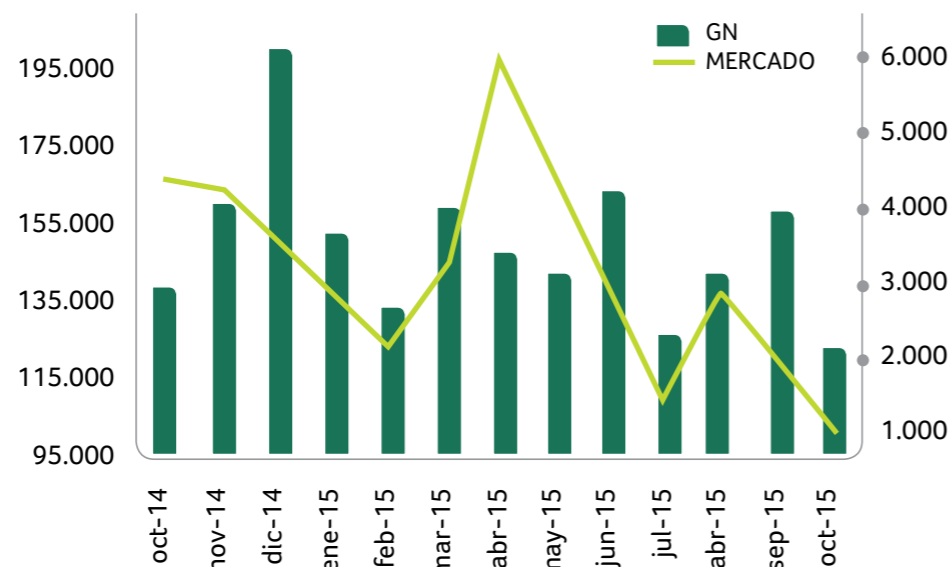
Septiembre 30 de 2015. Cifras expresadas en millones de COP

Millones de pesos	SEP-15	%	SEP-14	%	% var.
Total Ingresos Operacionales	5.684.423	100,0%	4.693.103	100,0%	21,1%
Costo mercancía vendida	-3.206.951	-56,4%	-2.606.492	-55,5%	23,0%
Utilidad Bruta	2.477.472	43,6%	2.086.611	44,5%	18,7%
Gastos de administración	-276.682	-4,9%	-244.631	-5,2%	13,1%
Gastos de venta	-1.519.141	-26,7%	-1.216.029	-25,9%	24,9%
Gastos de producción	-96.520	-1,7%	-87.894	-1,9%	9,8%
Diferencia en cambio operativa neta	2.273	0,0%	-1.828	0,0%	-224,3%
Otros ingresos (egresos) netos operacionales	-1.637	0,0%	-15.072	-0,3%	-89,1%
Total Gastos Operacionales	-1.891.707	-33,3%	-1.565.454	-33,4%	20,8%
Utilidad Operativa	585.765	10,3%	521.157	11,1%	12,4%
Ingresos financieros	7.247	0,1%	8.149	0,2%	-11,1%
Gastos financieros	-171.084	-3,0%	-121.942	-2,6%	40,3%
Diferencia en cambio neta no operativa	15.671	0,3%	2.972	0,1%	427,3%
Otros ingresos (egresos) netos	-16.051	-0,3%	-4.350	-0,1%	269,0%
Dividendos del portafolio	46.962	0,8%	43.366	0,9%	8,3%
Operaciones discontinuadas	-4.760	-0,1%	-10.682	-0,2%	-55,4%
Post Operativos Netos	-122.015	-2,1%	-82.487	-1,8%	47,9%
UAI e Interés minoritario	463.750	8,2%	438.670	9,3%	5,7%
Impuesto de renta	-136.324	-2,4%	-110.444	-2,4%	23,4%
Interés minoritario	-1.953	0,0%	-1.550	0,0%	26,0%
UTILIDAD NETA (de la controlante)	325.473	5,7%	326.676	7,0%	-0,4%
EBITDA CONSOLIDADO	729.660	12,8%	646.021	13,8%	12,9%

*Información ilustrativa, no auditada.

Volumen de negociación diario

Cifras expresadas en millones de COP



Balance general consolidado*

Septiembre 30 de 2015. Cifras expresadas en millones de COP

Millones de pesos	SEP-15	SEP-14	% var.
ACTIVO			
Disponible y Equivalentes de efectivo	198.575	391.882	-49,3%
Deudores	887.904	767.695	15,7%
Inventarios	1.140.711	839.716	35,8%
Activos biológicos	58.816	50.087	17,4%
Instrumentos financieros	3.564.491	4.016.472	-11,3%
Inversiones en asociadas	111.748	93.261	19,8%
Propiedad, planta y equipo	3.318.676	2.966.128	11,9%
Propiedades de inversión	97.097	98.245	-1,2%
Intangibles y crédito mercantil	3.303.101	2.133.941	54,8%
Impuesto diferido Activo	335.144	300.627	11,5%
Gastos anticipados y otros activos	342.675	181.689	88,6%
Total activo	13.358.938	11.839.743	12,8%
PASIVO			
Obligaciones financieras	3.070.458	2.142.797	43,3%
Proveedores y cuentas por pagar	812.651	645.697	25,9%
Impuestos, gravámenes y tasas	201.502	150.218	34,1%
Beneficios a empleados	409.420	348.473	17,5%
Impuesto diferido pasivo	480.419	457.209	5,1%
Otros pasivos	45.214	20.752	117,9%
Total Pasivo	5.019.664	3.765.146	33,3%
PATRIMONIO			
Patrimonio de la matriz	8.305.306	8.045.860	3,2%
Interés no controlante	33.968	28.737	18,2%
Total patrimonio	8.339.274	8.074.597	3,3%
Pasivo y patrimonio	13.358.938	11.839.743	12,8%

*Información ilustrativa, no auditada.

Indicadores

Precio de Cierre	20.780
Precio de Cierre año anterior	27.700
Máximo 52 Semanas	29.500
Mínimo 52 Semanas	18.800
Capitalización Bursatil (\$MM)	9.561.365
Valor Intrínseco (1)	18.050
RPG (2)	10
P/VL (2)	1,26
EV / EBITDA (2)	9
Utilidad por acción	1.379
Dividendo por acción-mes	38,5
Rentabilidad por dividendos (3)	2,2%
Rentabilidad por valorización (3)	-25,0%
Rentabilidad combinada (3)	-23,6%
Variación COLCAP (3)	-26,8%
Retorno sobre activos (2)	9%
Retorno sobre patrimonio (2)	10%
Retorno sobre capital invertido (2)	8%
Acciones en Circulación	460.123.458
Número de Accionistas	14.702
Bursatilidad	Alta

VALORES EXPRESADOS EN COP

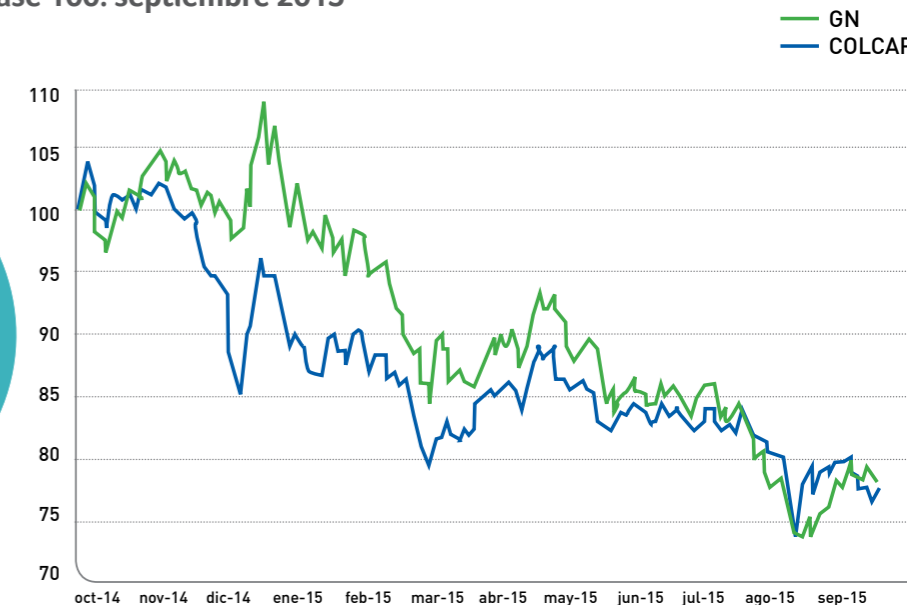
(1) El valor intrínseco se calcula sobre el patrimonio reportado en los estados financieros consolidados.
 (2) Grupo de Alimentos / 12 meses
 (3) Últimos 12 meses

Composición accionaria



Comportamiento de la acción

Base 100: septiembre 2015





Cárnicos



Lanzamiento Practisánduche Zenú
Zenú lanzó su Practisánduche, un producto práctico, delicioso y confiable. Práctico porque en un mismo empaque se encuentran la combinación perfecta para un sánduche único. Delicioso porque cuenta con la calidad del Jamón Sánduche Zenú - elaborado con pierna de cerdo 96% libre de grasa - y del Queso Sabana Alpina. Y confiable porque tiene el respaldo de dos marcas expertas y líderes en Colombia.

Qué fácil es disfrutar con Zenú
Bajo el concepto "Qué fácil es disfrutar", en septiembre Zenú lanzó una campaña publicitaria en Colombia para potenciar su posicionamiento como la marca experta en ofrecer alimentación práctica y confiable para acompañar y disfrutar todos los momentos de la vida en sus tres categorías: carnes frías, largavida y platos preparados.



La Fortuna Ranchera

Con el objetivo de premiar la lealtad de los consumidores colombianos de Ranchera e incentivar la compra del producto de la marca, durante agosto se realizó la actividad "La Fortuna Ranchera", una apuesta digital innovadora en la que los consumidores pudieron ganar de inmediato tarjetas débito por \$100.000 o \$5'000.000.



Galletas



Nuevas Tosh Semillas andinas y arándanos

Tosh sigue liderando el desarrollo de estilos de vida saludable en Colombia, con el lanzamiento de las nuevas Tosh Semillas andinas y arándanos, elaboradas con chícharo, quinoa, arándanos y otros granos enteros, ingredientes que aportan fibra, omega 3, antioxidantes, proteína, calcio y vitaminas, entre otros.

Festival y Minichips crecen con la licencia de Minions

Festival, marca líder del segmento de dulces infantiles en Colombia, y Minichips se alancaron en "Minions", una de las películas más importantes del año, para el desarrollo de una estrategia promocional que incluyó stickers coleccionables, el nuevo sabor "Frutas Cítricas" y un prepac con termos alusivos a la película.



Las barras de Tosh llegaron al mercado costarricense

Con el fin de ampliar el portafolio en Centroamérica, en agosto se lanzaron en Costa Rica las nuevas barras de cereal Tosh en sabores chips chocolate, fresas, maní con pasas y avena, así como la línea de barras Lyne. Estas barras son bajas en calorías y son libres de colesterol y grasas trans.



Pastas

El arte de la pasta hecha en casa

Pastas Monticello, marca referente en el segmento Premium colombiano, impulsó, a través de su página web, la cultura pastera y la magia de preparar una verdadera pasta hecha en casa con la mejor semola de Trigo 100% Durum. Allí se alojaron videos y recetas para preparar diferentes figuras y rellenos.



Chocolates



Chocolista, cuatro aportes al crecimiento

Chocolista lanzó en Colombia una nueva imagen y nueva campaña de comunicación bajo el concepto de sus cuatro aportes al crecimiento: Hierro, que contribuye a la función cognitiva; vitamina A, que contribuye al funcionamiento del sistema de defensas; vitaminas B1, B2 y B3, que ayudan al rendimiento físico; y calcio y vitamina D3, que aportan a la formación de dientes y huesos.

Chocolyne, el placer de decirle sí al chocolate

Chocolyne, deliciosos chocolates sin azúcar y bajo en calorías, lanzó en Colombia una nueva imagen para que sus consumidores continúen disfrutando del placer de decirle sí a los chocolates sin mordimientos. En sus opciones: clásico, endulzado con Splenda, y clavos y canela.



Nuevo Olé Olé Crunch en Perú

Llegó al mercado peruano el nuevo Olé Olé Crunch para que los consumidores calmen esos antojos; crunch! Un marshmallow con la misma calidad de siempre, cubierto con crispy y cobertura sabor a chocolate.



Nuevo Nucita Patitas

Buscando darle un giro al mercado y diferenciarse de la competencia, Nucita lanzó en México el nuevo Nucita Patitas. Su tradicional textura cremosa viene ahora en un envase colorido y divertido para que los niños jueguen mientras saborean un delicioso tri-sabor y experimenten al máximo.



Helados



Lanzamiento de Festival Festivalado

Con gran aceptación por parte del mercado y el consumidor colombiano, Crem Helado lanzó el pasado mes de Agosto el delicioso sándwich de helado Festival-Festivalado, que combina helado de vainilla Crem Helado y galletas Festival, con una rica cubierta de chocolate y deliciosas chispas de sabor, que le dan una sensación crocante y placentera.

Polet Edición Limitada metales preciosos - Bronce

Una verdadera innovación en el mercado de los helados, inspirada en la chocolatería Premium, fue presentada en el mercado colombiano el pasado mes de septiembre. Se trata de la primera edición limitada de la colección "Metales Preciosos" de Polet, una rica paleta hecha de cremoso helado de vainilla, con sal y trocitos de chocolate en su interior, recubierta de una exclusiva capa de chocolate color bronce.



Helado BON sabor a POP CORN

Atendiendo la temporada de verano, Helados BON lanzó al mercado dominicano el sabor de temporada: POP CORN. Esta nueva opción mezcla los placeres del dulce y el salado en una combinación realmente deliciosa, con el sabor amatequilla del popcorn en la crema de helado, junto con el sabor dulce del caramelo y la sal del popcorn.



Cafés

Edición especial Matiz Origen Nariño

Desde el mes de agosto salió al mercado colombiano la edición especial Matiz Origen Nariño, una selección de los mejores granos de café de uno de los departamentos más reconocidos en el mundo por el cultivo de cafés especiales. El café Matiz Origen Nariño es cultivado entre 1.300 y 1.800 metros sobre el nivel del mar, en suelos volcánicos, utilizando una mezcla de variedades Caturro y Colombia y un proceso de secado al sol que le permite al consumidor disfrutar de un café de fragancia y aroma intensos con notas dulces, florales y limoncillo.



Alimentos al consumidor



Festival de Malteadas

El Festival de Malteadas de Hamburguesas el Corral, el cual hace parte de su historia, trajo este año cinco deliciosos sabores escogidos por sus clientes a través de Facebook. Estos fueron: Chocolate Belga, Ariquepe, Tres Leches, Cheesecake y Maracuyá.



Agosto fue de #Fant4sticos en Krispy Kreme

El mes de agosto, en Krispy Kreme, se vivió con todos los poderes de los Fant4sticos a través de la misma, los clientes pudieron disfrutar de la "demoledora", la doughnut invisible, la doughnut elástica y la doughnut de fuego.



Papa John's - Medellín

El pasado 22 de Septiembre se celebró la llegada de la marca Papa John's a Medellín en un evento presidido por Carlos Ignacio Gallego, presidente de Grupo Nutresa, y al que asistieron personalidades de la ciudad. Con los restaurantes de La Strada e Interplaza, la cadena suma ahora un total de 26 Puntos de venta en el país. A estos se suma el nuevo restaurante del Centro Comercial Gran Estación, en Bogotá.



Porciones Perfectas de Leños & Carbón

Leños & Carbón presentó sus Porciones Perfectas, cortes de Bife Chorizo, Costillas St. Louis, Pollo a la Parrilla y Medallones de Cerdo con gramajes menores a los habituales y con un precio muy atractivo para disfrutar la mejor parrilla en cualquier momento.



TMLUC



Tres montes Lucchetti lanza en Chile nueva línea Livean Primavera

Para disfrutar de la espera de primavera y su frescura, Livean lanzó su nueva línea Livean Primavera, con tres nuevos sabores: Frambuesa-Albahaca, Limón-Hierbabuena y Fruti-Arándano. Esta nueva línea de jugos se vocala mejor de la primavera para refrescar el día de una manera única. Como novedad, Livean Primavera viene adicionado con Stevia como primer edulcorante.

Nuevo Livean TEA

Para refrescarse estos días de calor sin preocuparse por las calorías, Livean presentó en Chile una nueva variedad Livean Tea. Con base en té negro o té verde, Livean Tea es libre de calorías, 0% azúcar y tiene propiedades antioxidantes propias del té que contribuyen a proteger el cuerpo humano. En tres variedades: Té Verde Limón, Té Negro Durazno y Té Negro Limón.



Zuko lanza su nueva línea de Limonadas en México

Zuko sigue impulsando la innovación en el mercado de las bebidas instantáneas en México, ahora con su nueva línea de limonadas. Limonada-Hierbabuena, Limonada-Pepinillo, Limonada-Fresa. Esta nueva combinación de sabores basada en limón amarillo, brinda al consumidor un nuevo y delicioso experiencia de frescura junto a la practicidad de prepararse sube de manera más rápida y fácil, sin el uso de la licuadora.

Voluntarios de Grupo Nutresa donaron pozo artesanal de agua para comunidades de La Guajira



Fundación Nutresa y voluntarios de los Negocios de Grupo Nutresa entregaron un pozo profundo de agua para el beneficio de las comunidades del departamento de La Guajira, en el norte colombiano. El proyecto es resultado de una campaña social, lanzada en 2014, a través de la cual más de 650 voluntarios de la organización aportaron dinero para hacer realidad esta obra que incluyó la construcción de un pozo, un tanque de almacenamiento de agua y un sistema de distribución a través de mangueras para las casas.

Gracias a la gestión adelantada por Fundación Nutresa y los recursos aportados por los voluntarios, se logró la construcción del pozo de cerca de diez metros de profundidad, el cual permitirá brindar un servicio de agua potable a más de 300 habitantes del sector. Inicialmente el pozo estará empleado para uso humano y animal y posteriormente para el riego de cultivos de ciclo corto y de cacao. La capacidad total de almacenamiento de agua potable del pozo es de 60.000 litros.

Esta obra se llevó a cabo con el respaldo de la Compañía Nacional de Chocolates y la Asociación de Familias Campesinas Afrocolombianas, los cuales tienen un proyecto conjunto de desarrollo a largo plazo que incluye el fortalecimiento técnico y social para 19 familias productoras de cacao de la zona.



Negocio Cárnico, activo en sus iniciativas sociales en Colombia y Venezuela

En septiembre pasado, 23 voluntarios del Negocio Cárnico participaron en la celebración de amor y amistad realizada en la Fundación Gente Unida Hogar Bohío de María en Medellín, la cual tuvo como objetivo proporcionar un espacio de recreación para los 170 niños beneficiados por la Fundación.

De igual forma, más de un millón de pesos fue aportado por los 28 colaboradores del Negocio que se unieron al voluntariado en dinero realizado en pro de la Fundación Los Querubines de Jesús de Nazareth, en Barranquilla, con motivo de la celebración del Día del Adulto Mayor.

Finalmente, 113 colaboradores del Negocio han participado en los eventos del programa Nutresa Quiere a los Niños realizados recientemente en Medellín, Bogotá, Cali, Pereira, Barranquilla, Bucaramanga

elbagué. La marca Zenú se vinculó con el refrigerio de los niños y voluntarios.

Por su parte, Industrias Alimenticias Hermo, en Venezuela, viene adelantando encuentros sobre prevención de accidentes dirigidos a conductores de taxis, mototaxis, público en general, y docentes y directores de escuelas de las comunidades aledañas a la planta ubicada en Santa Teresa del Tuy.

La misma empresa organizó recientemente el programa "Yo soy Hermo, el ingrediente Secreto", cuyo principal objetivo es contribuir al crecimiento personal de los colaboradores y brindarles herramientas sobre seguridad y salud laboral. Cerca de 500 empleados participaron.



Empresas de Grupo Nutresa recibieron certificaciones ambientales

Compañía Nacional de Chocolates de Perú, gracias a su trabajo trabajando en la implementación del Sistema de Gestión Ambiental, adelantó en julio la auditoría externa bajo la norma internacional ISO 14001:2004, logrando con éxito la obtención de la certificación. Lo anterior reafirma su compromiso por el cuidado ambiental mediante el uso responsable de los recursos naturales y el control de sus actividades.

Por su parte, y tras una exhaustiva evaluación de las operaciones del Complejo Industrial de Tresmontes Lucchetti, ubicado

en Casablanca, Chile - y que concentra siete de las diez plantas productivas que opera la empresa en dicho país - el Consejo Nacional de Producción Limpia (CPL) otorgó a la compañía la certificación ambiental del complejo.

El proceso de certificación incluyó una auditoría por parte de expertos y la posterior validación de servicios públicos con competencias ambientales, como la Superintendencia de Servicios Sanitarios (SISS) y las Secretarías Regionales Ministeriales (Sere-mis) de Salud, Energía y Medio Ambiente.

Red de Voluntarios de Tresmontes Lucchetti compartió con niños de fundación para la adopción en México

La Red de Voluntarios de Tresmontes Lucchetti en México vivió una especial jornada en la Fundación Quinta Carmelita que acoge a niños en situación de maltrato o abandono y los integra a una familia mediante la adopción. Se hizo entrega de jugos Zuko, pastas Lucchetti, Zuko avena y Zuko gelatina para tres meses de consumo, así como también un aporte económico y útiles escolares, fruto de colectas realizadas entre los colaboradores.