

2 Noticias

4 Información  
financiera

6 Novedades

8 Sostenibilidad

## Grupo Nutresa continúa con un desempeño excelente en la primera mitad del año, soportado en **mayores ventas y niveles de rentabilidad muy positivos**

### Continúa un positivo crecimiento en Colombia con un sostenido margen de rentabilidad

Grupo Nutresa finaliza el primer semestre del año 2014 con ventas totales de COP 3,002,391 millones, lo que representa un crecimiento del 14.9%, incluyendo adquisiciones, con unas ventas por innovación equivalentes al 15.8% de las ventas totales<sup>1</sup>.

Las ventas en Colombia alcanzaron COP 1,972,429 millones y crecieron un 7.7%. Este desempeño se explica principalmente por dos aspectos. En primer lugar, el buen comportamiento de la economía colombiana que ha impulsado el consumo de los hogares, situación que Grupo Nutresa ve con una perspectiva positiva en el largo plazo. Y en segundo lugar, la cobertura del territorio colombiano con la red de distribución de productos congelados, refrigerados y secos, a través de la cual se llega con

una oferta amplia, diferenciada y de marcas líderes a los diferentes canales que atiende Nutresa.

Las ventas internacionales representaron el 34.3% de las ventas totales del Grupo al cerrar en USD 526 millones, con un crecimiento del 24.8%. Este incremento incluye las ventas de Tresmontes Lucchetti (TMLUC) por USD 192.5 millones y el efecto de consolidar la operación en Venezuela a una tasa de SICAD II.

En cuanto a la rentabilidad, se resalta el sostenido margen ebitda de 13.9% a lo largo del primer semestre del 2014. El ebitda fue de COP 417,685 millones, 11.1% superior al del primer semestre del año 2013. Este nivel sostenido en el margen se soporta principalmente en la política de cobertura

del Grupo, la cual ha logrado mitigar la presión en los márgenes debido al incremento en precios de algunas de las materias primas, así como en la mejora en la mezcla de productos vendidos.

La utilidad operacional durante el primer semestre del año creció en un 3.4%, al llegar a COP 307,879 millones, con un margen operativo de 10.3%, similar al presentado durante el primer trimestre de este año de 10.4%.

La utilidad neta consolidada finalizó el primer semestre en COP 168,427 millones, lo cual representa una disminución del 4.5% al compararse con el mismo periodo del año anterior, explicada principalmente por el mayor gasto financiero generado por el endeudamiento para la adquisición de Tresmontes Lucchetti (TMLUC) y gastos no recurrentes relacionados con esta operación.

### Consolidación de resultados en Venezuela

A partir de marzo se estableció en Venezuela un esquema alternativo para el acceso a divisas denominado SICAD II, el cual fue adoptado como referente por Grupo Nutresa en armonía con las buenas prácticas de información financiera. Con base en dicha decisión, para consolidar los resultados de 2014 de la operación del Grupo en Venezuela, se empleó la tasa SICAD II del 30 de junio de 49.97 bolívares por dólar, en lugar de la tasa Cencoelex que se venía aplicando de 6.3 bolívares por dólar.

### Apertura primera tienda Starbucks en Colombia

Como primer paso de la alianza entre Starbucks, Alsea y Grupo Nutresa para el montaje y operación de las tiendas Starbucks en Colombia, se dió la apertura de la primera tienda de la cadena, ubicada en el Parque de la 93 de Bogotá, y que ofrece a los consumidores una experiencia única y diferenciada alrededor del café. Grupo Nutresa continúa evolucionando de este modo en el mercado de consumo de alimentos fuera del hogar.

■ Las ventas en Colombia crecieron un **7.7%** con respecto al primer semestre del año anterior, ascendiendo a **COP 1,972,429 millones**.

■ Las ventas internacionales representaron el **34.3%** de las ventas totales del Grupo al cerrar en **USD 526 millones**, con un crecimiento del **24.8%**.

■ Las ventas totales fueron de **COP 3,002,391 millones**, lo que representa un crecimiento del **14.9%**

■ El ebitda creció un **11.1%** y fue de **COP 417,685 millones**, lo que representa un margen sobre las ventas de **13.9%**.

■ A partir del segundo trimestre, Grupo Nutresa consolida sus resultados de la operación en Venezuela a la tasa indicada por SICAD II<sup>2</sup>.

■ Grupo Nutresa continúa evolucionando en el mercado de consumo de alimentos fuera del hogar con la apertura de la primera tienda de Starbucks en Colombia.

1. El porcentaje de las ventas por innovación no considera las ventas de TMLUC. ■ 2. SICAD II = Sistema Cambiario Alternativo de Divisas

# Una vez más, Grupo Nutresa se ubica como una de las tres mejores empresas para trabajar en Colombia, según el Monitor Merco Personas 2014

**Grupo Nutresa continúa consolidándose como una organización atractiva en materia laboral. El Monitor Empresarial de Reputación Corporativa -MERCO-, en su edición Merco Personas 2014, destacó a la organización como una de las tres mejores empresas para trabajar en Colombia y la más atractiva dentro del sector de alimentos.**

Merco Personas mide la reputación como empleador de las empresas de acuerdo a quince variables, agrupadas en las siguientes tres categorías de análisis: calidad laboral, marca empleador y reputación interna. En Grupo Nutresa, el desarrollo del talento humano es uno de los pilares de una estrategia corporativa que gira alrededor de la creciente generación de valor, así como uno de sus principios de actuación.

Para la organización, la gente es diferenciador clave de su modelo de negocio. Este último destaca al talento humano como uno de sus activos más valiosos y reconoce el valor de una cultura organizacional que se sustenta en la promoción de ambientes de participación, el desarrollo de competencias del ser y el hacer, el reconocimiento, la construcción de una marca de liderazgo, además de una vida en equilibrio para las personas.

Lo anterior se refleja en el Sustainability Yearbook 2014 de RobecoSAM, que otorga al grupo el máximo puntaje a nivel mundial, y dentro del sector de alimentos, en términos de desarrollo del talento humano.

Estudios como Merco Personas comprueban el carácter humanista de Grupo Nutresa y fortalecen su decisión de concentrarse en el desarrollo de las competencias de sus colaboradores.

## El Grupo se destaca también como una de las empresas más soñadas para trabajar para los jóvenes colombianos

De igual manera, Grupo Nutresa fue reconocida por Compañía de Talentos y Nextview People, como la séptima compañía de los sueños de los jóvenes en Colombia. Esta encuesta fue aplicada a 75,665 jóvenes en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Guatemala, México y Puerto Rico.

“Este reconocimiento ratifica el trabajo consistente de Grupo Nutresa por mantener altos estándares de calidad en todos sus procesos, así como en la dedicación por lograr el desarrollo profesional y humano de sus empleados; esta noticia es sumamente satisfactoria para nosotros pues representa el respaldo que le dan los jóvenes a nuestra gestión”, afirmó Carlos Ignacio Gallego, Presidente de Grupo Nutresa.

Los encuestados valoraron hacia dónde están orientados sus sueños profesionales y cuáles empresas se identifican con sus expectativas de desarrollo profesional, así como las posibilidades de trabajar en sus áreas profesionales de preferencia en donde primen la innovación y las proyecciones internacionales.

**En Grupo Nutresa, el desarrollo del talento humano es uno de los pilares de una estrategia corporativa que gira alrededor de la creciente generación de valor, así como uno de sus principios de actuación.**



## De la mano de Grupo Nutresa, Starbucks abrió su primera tienda en Colombia

Luego de la firma de su alianza con Starbucks y Alsea para el montaje y operación de las tiendas Starbucks, Grupo Nutresa participó en la apertura de la primera tienda de la cadena estadounidense, ubicada en el Parque de la 93 de Bogotá, y que ofrece a los consumidores una experiencia única y diferenciada alrededor del café.

En esta sociedad, Grupo Nutresa -a través de su filial Colcafé- no solo contribuye con la producción y abastecimiento del café con el que se proveerán las tiendas del país, sino además entregando todo su conocimiento del mercado y consumidores locales.

La apertura de esta primera tienda en Colombia viene acompañada de la implementación de un programa de entrenamiento en liderazgo dirigido a jóvenes estudiantes del país -financiado por Starbucks, Alsea y Nutresa- cuyos prime-

ros beneficiarios serán cerca de 350 estudiantes del Colegio Técnico Comercial Manuela Beltrán, de Bogotá. Esta iniciativa cuenta también con el compromiso de empleados de las tres empresas, quienes, de manera voluntaria, se convertirán en mentores de los estudiantes.



Federico Tejado, CEO Starbucks México; Cliff Burrows, Presidente Starbucks USA y Américas; Alberto Torrado, CEO Alsea México; Howard Schultz, Presidente Starbucks; Carlos Ignacio Gallego, Presidente Grupo Nutresa

# Grupo Nutresa, reconocida como la empresa que ofrece los productos de mejor calidad en Colombia

Hace pocas semanas, Portafolio, el diario de economía y negocios líder en Colombia, publicó los resultados para 2014 de su estudio "Élite Empresarial". La investigación, que recoge las percepciones de cerca de 1,100 presidentes, ejecutivos y otros cargos directivos de empresas colombianas, arrojó que Grupo Nutresa es considerada como la empresa que ofrece los productos de mejor calidad en Colombia. Del total de encuestados, el 7.6% así lo consideró.

Esta es la primera vez que Nutresa ocupa la máxima posición en esta categoría de análisis. No obstante, el grupo ya se volvió visitante habitual del resto de es-

calafones de "Élite Empresarial", incluyendo el de empresas con el mejor servicio al cliente, empresas más innovadoras, empresas más responsables social y ambientalmente, empresas mejor reputadas y marcas más recordadas.

Grupo Nutresa comparte un principio de respeto y responsabilidad con clientes y consumidores, reflejado en su Política de Calidad Integrada y sistemas de gestión de calidad. Todo lo anterior, bajo la filosofía TPM o Administración Productiva Total, que incentiva a toda la organización para alcanzar niveles de excelencia en calidad.

## Lucchetti, entre las marcas más valoradas por los chilenos



De acuerdo al Chile 3D®, estudio que realiza la firma GFK Adimark desde 2009 y que en 2014 evaluó 340 marcas pertenecientes a 55 distintas categorías del país austral, Lucchetti, marca líder de pastas de Tresmontes Lucchetti (TMLUC), se destacó como una de las 10 marcas más valoradas de Chile.

Las tres dimensiones que se abordaron en el estudio fueron: estilos de vida de los chilenos, capital de marca y la relación entre el capital de marca versus su inversión publicitaria en medios tradicionales (TV, radio, publicidad exterior y prensa).

"Esta noticia nos impulsa a continuar innovando y generando productos con valor agregado para nuestros consumidores, como siempre manteniendo nuestro compromiso con la promoción de estilos de vida saludables", destacó el presidente de Tresmontes Lucchetti, Justo García.

## RECONOCIMIENTOS

### Walmart

#### Colcafé, certificado como proveedor estratégico de Walmart

Recientemente, Colcafé recibió la aprobación como proveedor estratégico de la cadena Walmart, en los Estados Unidos. Dicha certificación se obtuvo después de varios meses de exigentes auditorías diferentes asuntos como estándares laborales internacionales, prácticas éticas y sociales, requisitos ambientales y obligaciones relacionadas con la seguridad y la salud de los colaboradores. Colcafé se convierte así en el quinto proveedor en Latinoamérica y el primero en Colombia en obtener dicha certificación.



B&CMA

#### Fehr Foods recibe el Premio al Mérito de Seguridad, en EEUU

El Premio al Mérito de Seguridad (*Award of Safety Merit*) fue otorgado a Fehr Foods por la Asociación de Manufactureros de Galletas de los Estados Unidos (*Biscuits and Crackers Manufacturer's Association -B&CMA-*), por el logro de una tasa de incidentes DART (días laborales perdidos, restricciones y transferencias, por sus siglas en inglés) inferior al 50%, basado en lesiones y enfermedades graves. Esta tasa está por debajo de la actual de la industria de galletas de Estados Unidos y mejoró en comparación con el año anterior.



ES... MUUUCHA GALLETA!

#### Pozuelo, reconocida por su contribución al fortalecimiento de la educación costarricense

El Ministerio de Educación Pública de Costa Rica reconoció el apoyo brindado por Compañía de Galletas Pozuelo para la ejecución de proyectos e iniciativas que han contribuido al fortalecimiento de la educación costarricense. Dentro de estos programas se destacan "Mundo Pozuelo", "Creciendo Juntos", "Tour Chiky" y "Con Sabor a Ilusión", los cuales impactan a más de 18,000 estudiantes 'ticos' por año.



#### Reconocimiento de Duas Roas a Noel por la iniciativa empresarial Red de Valor

La empresa brasileña Duas Rodas, una de los principales fabricantes de materias primas para la industria de alimentos en Latinoamérica, agradeció a Compañía de Galletas Noel, a través de la Revista Mix, la invitación a su Red de Valor, la cual busca crear relaciones de largo plazo con los proveedores, distribuidores y entidades gubernamentales, las cuales, una vez establecidas, ayudarán a hacer más rentable y sostenible el Negocio de Galletas.

# Estado de resultados consolidado\*

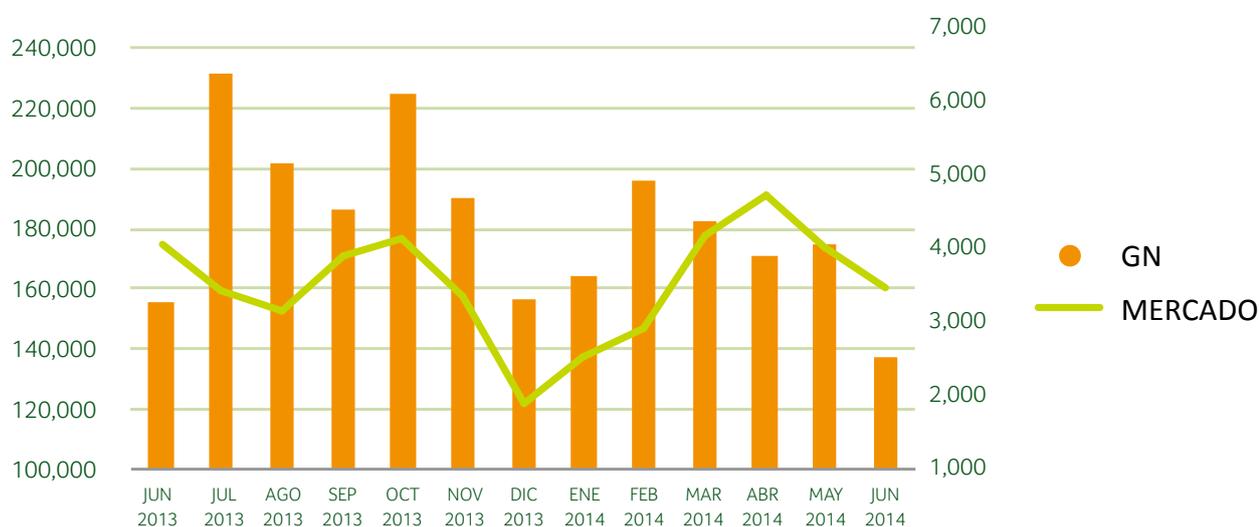
Junio 30 de 2014. Cifras expresadas en millones de COP

Millones de pesos	jun-14	%	jun-13	%	% var.
Total Ingresos Operacionales	3,002,391	100,0%	2,612,576	100,0%	14,9%
<b>Costo mercancía vendida</b>	<b>-1,647,744</b>	<b>-54,9%</b>	<b>-1,433,381</b>	<b>-54,9%</b>	<b>15,0%</b>
Utilidad Bruta	1,354,647	45,1%	1,179,195	45,1%	14,9%
Gastos de administración	-198,165	-6,6%	-138,812	-5,3%	42,8%
Gastos de venta	-797,291	-26,6%	-681,105	-26,1%	17,1%
<b>Gastos de producción</b>	<b>-51,312</b>	<b>-1,7%</b>	<b>-61,435</b>	<b>-2,4%</b>	<b>-16,5%</b>
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>-1,046,768</b>	<b>-34,9%</b>	<b>-881,352</b>	<b>-33,7%</b>	<b>18,8%</b>
Utilidad Operativa	307,879	10,3%	297,843	11,4%	3,4%
Ingresos financieros	10,075	0,3%	5,145	0,2%	95,8%
Gastos financieros	-77,266	-2,6%	-34,121	-1,3%	126,4%
Diferencia en cambio neta	5,037	0,2%	2,282	0,1%	120,7%
Otros ingresos (egresos) netos	-15,579	-0,5%	-23,057	-0,9%	-32,4%
Dividendos de portafolio	20,583	0,7%	18,727	0,7%	9,9%
Realización de inversiones	-	-	107	0,0%	N.C.
<b>Post Operativos Netos</b>	<b>-57,150</b>	<b>-1,9%</b>	<b>-30,917</b>	<b>-1,2%</b>	<b>84,8%</b>
UAI e Interés minoritario	250,729	8,4%	266,926	10,2%	-6,1%
Impuesto de renta	-80,650	-2,7%	-90,747	-3,5%	-11,1%
<b>Interés minoritario</b>	<b>-1,652</b>	<b>-0,1%</b>	<b>226</b>	<b>0,0%</b>	<b>-831,0%</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>168,427</b>	<b>5,6%</b>	<b>176,405</b>	<b>6,8%</b>	<b>-4,5%</b>
<b>EBITDA CONSOLIDADO</b>	<b>417,685</b>	<b>13,9%</b>	<b>375,824</b>	<b>14,4%</b>	<b>11,1%</b>

\*Información ilustrativa, no auditada.

## Volumen de negociación diario

Cifras expresadas en millones de COP



# Balance general consolidado\*

Junio 30 de 2014. Cifras expresadas en millones de COP

Millones de pesos	jun-14	jun-13	% var.
<b>ACTIVO</b>			
Disponible e Inv. Temporales	224,898	313,031	-28.2%
Inversiones	377,411	357,100	5.7%
Deudores	871,888	709,725	22.8%
Inventarios	806,820	629,949	28.1%
Propiedad, planta y equipo	1,352,509	1,171,045	15.5%
Intangibles	1,902,487	1,027,805	85.1%
Diferidos	86,392	56,987	51.6%
Otros activos	19,791	6,728	194.2%
Valorizaciones	5,216,883	4,679,552	11.5%
<b>Total Activo</b>	<b>10,859,079</b>	<b>8,951,922</b>	<b>21.3%</b>
<b>PASIVO</b>			
Obligaciones financieras	2,005,211	682,715	193.7%
Proveedores	201,252	170,685	17.9%
Cuentas por pagar	376,963	300,091	25.6%
Impuestos, gravámenes y tasas	68,781	97,757	-29.6%
Obligaciones laborales	50,970	56,009	-9.0%
Pasivos estimados y provisiones	261,277	237,495	10.0%
Diferidos	228,427	149,022	53.3%
Otros	440	2,354	-81.3%
<b>Total Pasivo</b>	<b>3,193,321</b>	<b>1,696,128</b>	<b>88.3%</b>
Minoritarios	19,512	3,799	413.6%
<b>PATRIMONIO</b>	<b>7,646,246</b>	<b>7,251,995</b>	<b>5.4%</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>10,859,079</b>	<b>8,951,922</b>	<b>21.3%</b>

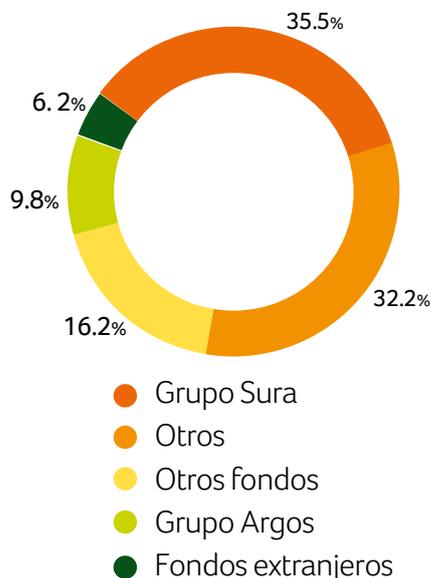
## Indicadores

Precio de Cierre	27,620
Precio de Cierre año anterior	23,980
Máximo 52 Semanas	28,500
Mínimo 52 Semanas	22,900
Capitalización Bursatil (\$MM)	12,708,610
Valor Intrínseco	16,675
RPG (1)	25.6
P/VL (1)	2.5
EV / EBITDA (1)	11.7
Utilidad por acción	806
Dividendo por acción-mes	36.0
Rentabilidad por dividendos (2)	1.7%
Rentabilidad por valorización (2)	15.2%
Rentabilidad combinada (2)	17.0%
Variación COLCAP(2)	5.6%
Retorno sobre activos (1)	10.4%
Retorno sobre patrimonio (1)	9.8%
Retorno sobre capital invertido (1)	12.6%
Acciones en Circulación	460,123,458
Número de Accionistas	14,664
Bursatilidad	Alta

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

\*Información ilustrativa, no auditada.

## Composición accionaria



## Comportamiento de la acción

Cifras expresadas en millones de COP





## Chocolates Nutresa



### El delicioso sabor de Chocolisto ahora con 50% menos azúcar

Compañía Nacional de Chocolates lanzó en mayo el nuevo Chocolisto 50% menos azúcar, con el delicioso sabor a chocolate que encanta a los niños colombianos, sus vitaminas y minerales de siempre, y ahora endulzado con Stevia, un edulcorante natural. Chocolisto 50% menos azúcar responde a las tendencias actuales de salud, bienestar y alimentación balanceada. Chocolisto, marca lanzada en 1976, se ha convertido en una de las más importantes para la empresa y en la más representativa a nivel internacional.

### Nueva Jumbo Roll

Con el ánimo de mantener su reto de ser una marca relevante, vigente y cool para los jóvenes colombianos, Jumbo presentó su nueva Jumbo Roll, fabricada en Nutresa México. Se trata de un rico barquillo relleno de crema de avellana con cubierta sabor a chocolate y maní.



### La diversión, ahora sobre una galleta de vainilla

Compañía Nacional de Chocolates de Perú lanzó recientemente la segunda presentación de galletas bajo la marca bandera de golosinas infantiles Chin Chin, ahora bañadas con cubierta sabor a chocolate y grageas de colores. Esta apuesta es coherente con las preferencias del consumidor infantil peruano.



### Corona Pancakes

Compañía Nacional de Chocolates lanzó Pancakes Corona, la forma más fácil de disfrutar un desayuno diferente, pues su mezcla viene en bolsas individuales, separadas por porciones, para mayor practicidad en su preparación. Corona Pancakes está disponible en dos presentaciones: bolsas de 320 g y 630 g. Además, incluye una porción de chips de chocolate para agregar al gusto.



## Helados Nutresa



### Llegó el Bananito

Crem Helado lanzó en Colombia la única paleta que se puede pelar y comer como si fuera un banano, toda una propuesta novedosa y diferente que genera nuevas experiencias sensoriales y emocionales. Con cobertura gelatinosa sabor a banano y helado de vainilla en el centro, Bananito genera en sus consumidores sorpresa y mucha diversión.

### Lanzamiento del Helado Festival de Crem Helado

Con el fin de posicionar y potencializar el liderazgo de dos marcas líderes en sus categorías -Crem Helado y Festival- e incrementar sus ocasiones de consumo, llega a Colombia el helado Festival de Crem Helado y Noel. Se trata de un delicioso helado con sabor a vainilla y trozos de galleta Festival, de limón y fresa, en dos presentaciones: 10 y 11 litros. ¡Donde hay Festival, hay diversión!



### Sundae Goleador

Con el fin de estar presentes durante la temporada mundialista, Helados Bon de República Dominicana presentó al mercado estos *sundaes*, en cuatro envases coleccionables, con los que el consumidor tuvo la oportunidad de construir divertidas pelotas temáticas.



### Nuevas paletas Chocodipped

Las heladerías POPS de Centroamérica ofrecen desde hace algunas semanas a sus consumidores la nueva experiencia de crear su propia paleta, al combinar irresistibles coberturas de chocolate y deliciosos *toppings* a su gusto.



## Tresmontes Lucchetti - TMLUC

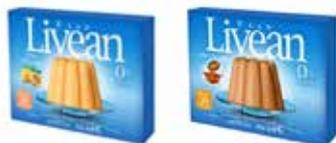


### Gold Tentaciones con dos nuevos sabores

Para dar mayor calidez al frío invierno chileno, Tresmontes Lucchetti acaba de lanzar dos nuevos sabores de Café Gold Tentaciones: Crème Caramel Light y Crème Caramel Descafeinado, libres de azúcar y cafeína, y más cremosos y saludables. Los consumidores no podrán resistirse a disfrutar del invierno en la compañía del mejor sabor del café con caramelo.

### Nuevos sabores para sentirse Livean

Maracuyá y Caramelo son los nuevos y exquisitos sabores que trae Flan Livean para quienes buscan el equilibrio perfecto entre un rico postre y sentirse bien. Al ser 0% azúcar, se puede disfrutar de manera más saludable toda la cremosidad y suavidad que ofrece el mejor flan.



### Monterrey sorprende con el inconfundible sabor del café con leche

Con una exquisita cremosidad y sabor, Tresmontes Lucchetti acaba de lanzar al mercado chileno Monterrey Café con Leche. Esta nueva línea viene en un práctico *display* de ocho sobres y es muy sencillo de preparar: solo necesita agua y ¡listo! Es Ideal para darse un gusto con todo el aroma y tradición de Monterrey.



## Pastas Nutresa

### Lasagna al pesto Monticello

Este nuevo producto con sabor a pesto es una edición limitada que encierra en cada lámina de lasagna todo el sabor de la albahaca, el laurel, el ajo y el perejil, dándole un toque especial y un aroma único a una de las recetas favoritas de los consumidores colombianos. Además, es elaborada con trigo 100% Durum y por ser pre-cocida, viene lista para hornear.



### Tortelloni al Prosciutto y Ricotta-Spinaci

La marca Monticello continúa ampliando su portafolio con la nueva presentación de *tortellonis*, una de sus referencias de pasta rellena. Esta nueva figura tiene el doble de contenido y tamaño que otros productos similares del mercado, y por esta razón, el *tortelloni* de Monticello tiene un sabor más intenso y una presentación más atractiva para los consumidores colombianos.



## Galletas Nutresa

### El portafolio de Tosh se fortalece con nuevos snacks

La marca Tosh, interesada en promover un estilo de vida balanceado entre los colombianos, incursiona en el segmento de *snacks* saludables con Tosh Snacks, una línea altamente indulgente, y con beneficios de bienestar, nutrición y placer para los consumidores. Son triangulitos y tablitas de arroz integral salados y crujientes en tres sabores: Sal Marina, Arroz Silvestre y Tomates Secos y Parmesano. Elaborados a partir de cereales integrales naturales, son bajos en grasas saturadas, no tienen sabores artificiales y no contienen gluten, grasas trans ni colesterol.



### Nuevos Bits de sabor de Dux

Noel renovó su marca Dux para ingresar a la categoría de saborizadas, uno de los segmentos más dinámicos del mercado de galletas en Colombia, impulsado principalmente por el sub-segmento de portables. Por esto, Dux lanzó los nuevos Dux Bits, deliciosos pasabocas horneados, disponibles en pequeños paquetes de 12 g. ideales para llevar y consumir en cualquier lugar.



### Edición Limitada de Festival Gol y Chiky Gool

Festival, marca líder de Noel, trajo al mercado colombiano las galletas Festival Gol, perfectas para acompañar el evento más importante del año: el Mundial de Fútbol 2014. Son unas deliciosas galletas negras de chocolate, tipo *sándwich*, en forma de balón, y con crema con sabor a vainilla. La estrategia de lanzamiento incluyó una actividad promocional en alianza con una de las marcas más representativas del deporte: Nike.

Un producto similar fue lanzado en Costa Rica por Compañía de Galletas Pozuelo bajo el nombre de Chiky Gool, las cuales cuentan además con una deliciosa cubierta de chocolate original de Chiky.



## Cárnicos Nutresa

### Edición especial de Palitos de Pollo Zenú se queda en el mercado

Fue tanta la acogida de los amantes de productos apanados Zenú en Colombia hacia la edición especial de Palitos de Pollo -lanzada a finales del 2013- que en mayo pasado la marca decidió conservarla en el mercado como producto de línea. Esta referencia ha permitido incrementar las ventas de la marca sin afectar el desempeño de otras referencias de apanados, contribuyendo al crecimiento de la categoría y generando nuevas ocasiones de consumo que le permiten a Zenú estar más cerca de sus consumidores y generar una conexión emocional con ellos.



### Ranchera: experiencias de marca, conexiones inolvidables

Ranchera es una marca que despierta los cinco sentidos y brinda a sus consumidores una experiencia de placer inigualable. Por eso en mayo sorteó 20 experiencias Ranchera para cuatro personas, con todo incluido, en el Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria (Panaca), ubicado en el departamento del Quindío (Colombia). Con registros de códigos de todo el país, esta actividad generó un entusiasmo que ratificó la pasión que despierta la marca y la fidelidad entre sus consumidores.



### Nuevo producto: Jamón de Pollo Pietrán

Para los colombianos que buscan alternativas de alimentación saludable, Pietrán lanzó su nuevo Jamón de Pollo, un producto innovador y único en el mercado, con 100% pechuga de pollo, 96% libre de grasa y 25% reducido en sodio. Bajo la promesa "Cuidarse es un placer", su lanzamiento incluyó una estrategia digital en Facebook y a través de un micrositio donde los consumidores pudieron consultar recetas, videos y conocer más del producto.



## Café Nutresa

### Nuevo Café Sello Rojo fuerte 10 g

Sello Rojo presenta el Nuevo Café Sello Rojo fuerte 10 g, convirtiéndose en la única marca con un producto de 10 gramos en Café Tostado y Molido. Se trata de una referencia que se ajusta a las características de compra de la costa colombiana, con un bajo desembolso para el consumidor y un excelente margen para el canal. Cada sobre rinde dos tazas.



### Grupo Nutresa incursiona en la distribución a través de vehículos eléctricos



Desde mayo, Comercial Nutresa, plataforma comercial y de distribución unificada para todos los productos secos del Grupo Nutresa en Colombia, puso a rodar su primer vehículo eléctrico para la distribución de los mismos. En alineación con su objetivo estratégico de desarrollo sostenible, Grupo Nutresa es uno de los pioneros en Colombia en tener vehículos eléctricos para la distribución de alimentos en el país.

Al generar ahorros en huella de carbono y tener menor consumo de combustible, el empleo de este tipo de vehículos aportará a la rentabilidad de la organización.

### Grupo Nutresa, socio fundador del Fondo de Agua “Cuenca Verde” en el Valle de Aburrá

Medios colombianos destacaron el aporte que Grupo Nutresa realiza para la conservación de cuencas hidrográficas del país a través de la iniciativa Fondos de Agua de The Nature Conservancy (TNC), específicamente al fondo liderado por la Corporación Cuenca Verde, iniciativa público-privada destinada a proteger, mantener y preservar el agua en las cuencas abastecedoras de los embalses que proveen a los municipios del Valle de Aburrá, departamento de Antioquia, en Colombia.



### Crem Helado prueba congeladores que trabajan con energía solar

Crem Helado, decidida a seguir explorando alternativas que reduzcan el consumo energético y el impacto en la capa de ozono, inició recientemente una prueba piloto para la operación de cuatro congeladores que funcionan con paneles solares y baterías fotovoltaicas. Se espera que las pruebas, las cuales se están realizando en regiones costeras y del centro del país, arrojen un ahorro energético de entre el 25% y el 50%. Estos ahorros dependen, sin embargo, de la zona donde se prueben y sus condiciones ambientales.



### El Negocio de Pastas apoya la actividad física y el estilo de vida saludable

Pastas Doria, consciente de la importancia de llevar una vida saludable a través de una buena alimentación y la adopción de buenos hábitos de ejercitación, se vinculó como patrocinador del “Mundial de los Pueblos”, de la Liga de Fútbol de Antioquia, ahora llamado “Torneo Intermunicipal Pastas Doria”, en el que compiten 72 municipios de esta región colombiana. De igual manera, Pastas Comarrico se vinculó como nuevo patrocinador oficial de la Liga de Fútbol del Atlántico, en la costa caribe colombiana.

### Presentados los resultados de programa de prevención de obesidad infantil de TMLUC

Gracias al trabajo asociativo de TMLUC con los Institutos Nacionales de Salud Pública -INSP- y de Pediatría -INP- de México, el Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos -INTA- de Chile y el municipio de Tlaltizapán, estado Morelos en México, más de 760 familias mexicanas se beneficiaron con un programa para la prevención de obesidad liderado por la empresa.

En la actualidad México lidera las cifras de obesidad infantil a nivel mundial, una preocupante situación que motivó a Tresmontes Lucchetti a replicar en México un completo modelo de intervención para prevenir la obesidad que viene desarrollando en Chile desde hace más de 10 años, gracias al sólido trabajo asociativo entre la empresa, la academia, gobiernos y municipios.

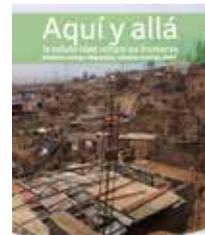


### Grupo Nutresa impulsa los negocios inclusivos en Colombia

Impulsar los Negocios Inclusivos es una de las estrategias al interior de Grupo Nutresa para incentivar el desarrollo, la sostenibilidad y la superación de la pobreza extrema en Colombia. A través del fortalecimiento de la cadena de valor de las compañías del Grupo se busca el desarrollo social de las comunidades, la promoción de estándares de vida dignos y el progreso socio-empresarial. Los casos de éxito recientes han estado enmarcados en la línea de generación de ingresos y emprendimiento. Empresas como Compañía Nacional de Chocolates en Colombia, de la mano de Fundación Nutresa, trabajan con los productores de cacao a nivel nacional igual que con productores de ajonjolí y marañón en las regiones de Montes de María y el norte del Chocó, ambas al norte del país.

Durante 2014, Fundación Nutresa continuará explorando nuevos Negocios Inclusivos que maximicen el valor, tanto para la empresa ancla como para los participantes, de forma que genere beneficios económicos y sociales para todos los actores.

### Grupo Nutresa se unió a la emergencia social en Valparaíso



Luego de los incendios de abril pasado en Valparaíso, Chile, Grupo Nutresa invitó a todos sus colaboradores a entregar un aporte económico voluntario a través de un descuento por nómina y así contribuir a mejorar la condición de vida de las poblaciones que resultaron afectadas. Por cada peso donado, el Grupo decidió aportar un peso adicional. En paralelo, y desde Tresmontes Lucchetti, se realizaron recorridos y diagnósticos en terreno, que permitieron identificar necesidades actuales de la comunidad de Valparaíso, incluyendo la reconstrucción de espacios deportivos.