

## Continúa excelente nivel de rentabilidad y mejora dinámica comercial

Grupo Nutresa S.A. y sus compañías subordinadas publicaron sus resultados financieros consolidados a 30 de junio de 2013. Se destacan los excelentes niveles de rentabilidad y la mejora en ventas.

Al comparar este primer semestre del año 2013 contra el mismo periodo del año anterior, resaltamos el sobresaliente nivel de rentabilidad operativa. El margen EBITDA pasó del 12,5% a 14,4%. El EBITDA consolidado cerró en \$375.824 millones, lo que representa un crecimiento del 20,4%. Este resultado se soporta en el menor precio de algunas materias primas, el incremento de la productividad del 4,0%, la mayor utilización de la capacidad en las plantas de producción y en las ventas de productos de innovación.

Durante el primer semestre del año, resaltamos el excelente desempeño en la utilidad operativa al llegar a \$297.843 millones, lo cual representa un incremento del 23,7% sobre el mismo periodo del año anterior. Sobre la utilidad neta, resaltamos el crecimiento del 19,9% al llegar a \$176.405 millones en el mismo periodo.

Las ventas consolidadas ascienden a \$2 billones 612.576 millones, con un crecimiento de 4,4%. Las ventas en Colombia fueron de \$1 billón 830.869 millones, con un incremento de 1,2% frente a la cifra presentada el primer semestre del año anterior, representado en un crecimiento del 3,5% en toneladas y una reducción de precios del 2,2%. Las ventas internacionales de US\$422,1 millones, crecen un 9,0% y representan el 29,9% del total del Grupo.

### Resultados trimestrales

Es importante resaltar la positiva dinámica de ventas en el mercado colombiano durante el segundo trimestre, con un incremento del 3,5% en pesos frente al mismo periodo del año anterior. Adicionalmente, las ventas en el exterior durante el segundo trimestre vienen consolidando una tendencia muy positiva al crecer el 13,8% con referencia al mismo trimestre de 2012.

El **margen EBITDA** es **14,4%** en el primer semestre del año.

2 NOTICIAS

4 INFORMACIÓN FINANCIERA Y DE LA ACCIÓN

6 NOVEDADES

8 SOSTENIBILIDAD

La **utilidad neta** crece un **19,9%**

La **utilidad operativa** se incrementa un **23,7%**

Las **ventas totales** crecen un **4,4%**

# GRUPO NUTRESA ADQUIERE TRESMONTES LUCCHETTI, LA SEGUNDA EMPRESA CHILENA DE ALIMENTOS



Grupo Nutresa S. A. suscribió un acuerdo para adquirir el 100% de las acciones de la sociedad chilena Tresmontes Lucchetti S. A. De conformidad con el acuerdo, se estableció un valor a pagar por la Compañía de USD758 millones, que equivale a 12,6 veces el EBITDA de 2012. La operación fue comunicada el pasado 18 de julio.

Se estima que el cierre ocurrirá a fines de septiembre u octubre del año en curso, una vez se complete un proceso de verificación o due diligence.

Esta operación amplía las fronteras de Grupo Nutresa hasta Chile, mercado de altos consumos per cápita en alimentos; sólido, rentable y estable económica e institucionalmente. Además, fortalece la presencia del Grupo en México, a través de la extensiva red de distribución de Tresmontes Lucchetti en ese país.

### La Empresa

Tresmontes Lucchetti es una empresa de alimentos chilena con 120 años de tradición. En Chile participa en las categorías de bebidas instantáneas frías, té, jugos, café, pastas, snacks, aceites comestibles, sopas y postres. Adicionalmente, su negocio de bebidas instantáneas frías tiene presencia internacional significativa en México, Estados Unidos, Centroamérica y Suramérica.

En su país es líder en la categoría de bebidas instantáneas frías con las marcas Zuko y Livean. Es segundo en las categorías de pasta (Lucchetti y Talliani) y café (Gold y Monterrey), y un jugador relevante en snacks (Kryzpo), aceites

comestibles (Miraflora), jugos (Yuz y Livean), sopas (Naturezza), postres (Livean) y té (Zuko y Livean).

Se destaca su presencia en todo el territorio mexicano donde cuenta con una amplia red de distribución, que le ha permitido posicionarse como el segundo jugador en la categoría de bebidas instantáneas frías. Lo que nos permitirá captar importantes sinergias en México con nuestra empresa Nutresa. Y al combinar las fuerzas comerciales de Grupo Nutresa en Centroamérica, donde contamos con una extensiva red comercial en todos los países, con la de Tresmontes Lucchetti, consolidamos una red comercial aún más potente.

### La nueva empresa hará un importante aporte en rentabilidad a nuestra Organización

En 2012, Tresmontes Lucchetti alcanzó ventas de USD 440 millones. En los últimos tres años ha tenido niveles de rentabilidad similares o superiores a los

de Grupo Nutresa, tan solo en el año 2012 tuvo un margen EBITDA de 13,6% frente al 12,65% de Nutresa. Este desempeño superior evidentemente aporta al valor del Grupo.

### Nuevas Categorías

Esta adquisición sumará nuevas categorías, dinámicas e innovadoras, a los negocios actuales del Grupo Nutresa, así como marcas reconocidas. Y aportará al fortalecimiento en categorías en las que ya el Grupo se encuentra presente: café y pasta, en las que esperamos capturar sinergias.

### Equipo humano calificado

La Compañía ha sido gestionada por un grupo de dirección de gran experiencia, que ha sabido conducir la estrategia de la empresa durante los últimos 20 años. Grupo Nutresa confía en que este grupo de profesionales nos siga acompañando y continúe su exitosa gestión. La empresa emplea a cerca de 2.500 colaboradores en los países donde opera.

## Huella geográfica de Grupo Nutresa

De esta manera Grupo Nutresa estará presente en 15 países desde EEUU hasta Chile (EEUU, México, Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, República Dominicana, Colombia, Venezuela, Ecuador,

Perú, Argentina y Chile. Además de Malasia).

Tresmontes Lucchetti cuenta con 11 plantas: 9 plantas en Chile, 1 planta en Perú, 1 planta en Argentina y 15 centros de distribución, 10 en Chile y 5 en México.



Monitor Merco Personas 2013:



# Grupo Nutresa entre las 3 mejores empresas para trabajar en Colombia

El desarrollo de la gente es un objetivo estratégico de Grupo Nutresa

**Grupo Nutresa ocupó la posición número 3, luego de Ecopetrol y Bancolombia, ascendiendo 2 puestos respecto a 2012.**

**E**l monitor Merco Personas, realizado por la empresa independiente Merco, de reconocida trayectoria en Europa y América Latina, dio a conocer en el mes de junio los resultados de su encuesta sobre las mejores empresas para trabajar en Colombia, clasificando un conjunto de 100.

## Reconocimiento a la labor de Nutresa de parte de trabajadores y directivos de talento Humano en Colombia

En la clasificación por sectores, el Grupo obtuvo el primer lugar en el sector alimentos. Por su parte los trabajadores colombianos con sus respuestas ubicaron a Grupo Nutresa en la posición No. 3 entre las mejores para trabajar. Y en la opinión de los directivos y expertos en gestión humana de Colombia, el Grupo Nutresa obtuvo el 2do puesto como mejor equipo de recursos humanos y 3er lugar como mejor empresa para trabajar.

**Merco Personas realiza clasificación de las empresas en temas claves en la gestión con la gente. Grupo Nutresa, se clasifica entre 5 primeros lugares en Reputación interna, Calidad Laboral y Marca Empleador.**

## Grupo Nutresa, única empresa colombiana en el Índice Multilatinas de Latin Trade



Grupo Nutresa es la única compañía colombiana que hace parte del Índice Multilatinas 2012 del Latin Business Index, en el que ocupó la posición No. 23 según el ranking presentado por la revista Latin Trade, el cual mide el desempeño trimestral y anual de destacadas compañías de la región. Este índice evalúa cinco factores principales y 27 subcategorías, entre ellas el ambiente macroeconómico, corporativo y político, la situación de cada país en cuanto a globalización y competitividad y el nivel tecnológico de las compañías multilatinas.

Son 25 empresas de 19 países de América Latina las que componen el índice. Entre estas, se encuentran Grupo Bimbo (México), Latam (Chile), Grupo Televisa (México), Falabella (Chile), Cemex (México), Petrobras (Brasil), y Grupo Nutresa (Colombia).

Según la última edición de la revista Latin Trade de mayo-junio de 2013, los resultados del Índice Multilatinas evidenciaron un importante crecimiento del sector de alimentos y bebidas. Y destaca además las adquisiciones realizadas por Grupo Nutresa en Centroamérica y Malasia.



## JET ES LA MARCA MÁS RECORDADA POR LOS COLOMBIANOS

Nuestra Chocolatina Jet ocupa el primer lugar en la mente de los colombianos y supera a todas las categorías de consumo masivo, según la encuesta de Top of Mind realizada por la firma Invamer – Gallup en el mes abril, publicado por la revista Dinero.

De acuerdo con la última encuesta, Jet registra el primer lugar en todas las categorías con un 87% entre niños y jóvenes, demostrando que después de 50 años mantiene vigente la conexión emocional con sus consumidores.

Jet tiene una participación de más del 30% del mercado en el sector, fortaleza que se ve reflejada en sus ventas anuales que ascienden a los \$100.000 millones.



## PASTAS MONTICELLO

La única pasta en el mundo con 11 galardones en el Monde Selection 2013. Pastas Monticello, la pasta Premium del portafolio del Negocio de Pastas de Grupo Nutresa, elaborada con la selección de las mejores cosechas de trigo en el mundo (Durum 100%), obtuvo, luego de rigurosas pruebas realizadas por chefs Michelin, miembros de la academia francesa y asesores en nutrición del Monde Selection -Institución de Calidad de Alimentos más grande del mundo- 11 premios de plata, superando los estándares de calidad, nutrición y desempeño.



## POZUELO RECIBIÓ EL PREMIO A LA EXCELENCIA EMPRESARIAL

Compañía de Galletas Pozuelo fue galardonada por la Asociación de Empresarios Colombianos, en la Categoría Empresa Grande, otorgándole el “Premio a la Excelencia Empresarial”.

En esta categoría se valoran aspectos como las buenas prácticas empresariales, responsabilidad social-empresarial, con el medio ambiente, innovación y desarrollo del talento humano.

La premiación se realizó en San José de Costa Rica en presencia de la comunidad empresarial colombiana en este país y con la participación de representantes del Gobierno.

# INFORMACIÓN FINANCIERA Y DE LA ACCIÓN

## ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO\*

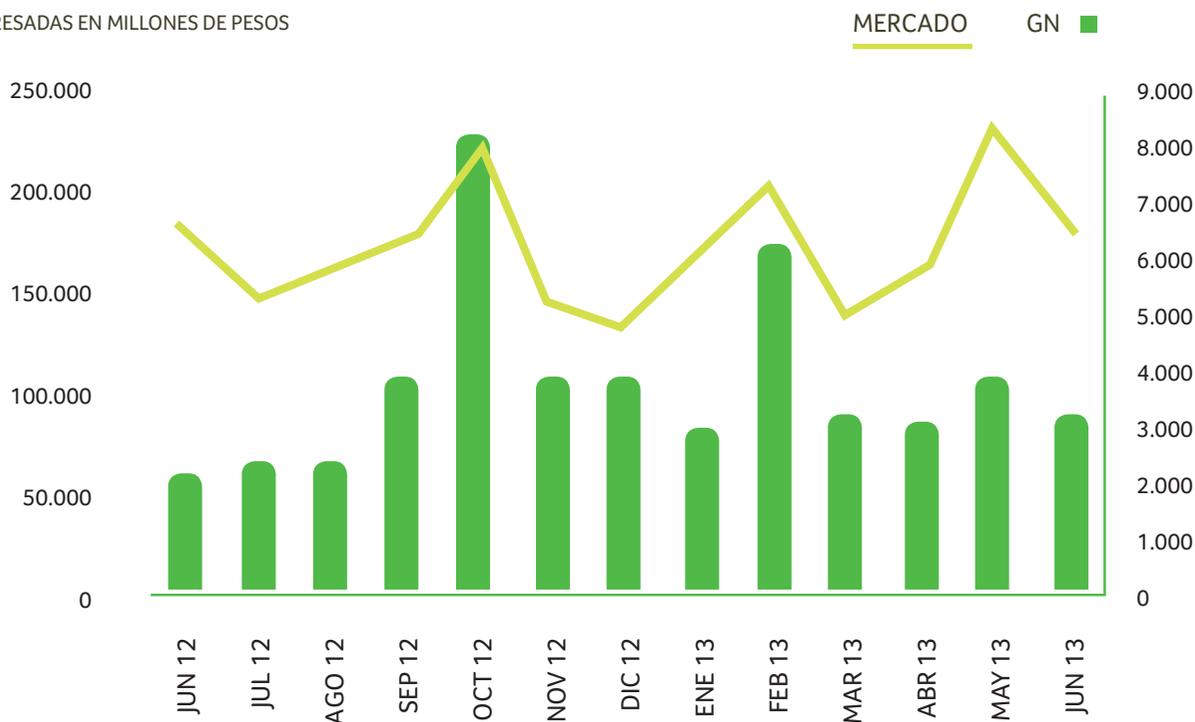
JUNIO 30 DE 2013. CIFRAS EXPRESADAS EN MILLONES DE PESOS

	JUNIO 2013	%	JUNIO 2012	%	% VAR.
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>2.612.576</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.503.015</b>	<b>100,0%</b>	<b>4,4%</b>
Costo mercancía vendida	-1.433.381	-54,9%	-1.453.387	-58,1%	-1,4%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>1.179.195</b>	<b>45,1%</b>	<b>1.049.628</b>	<b>41,9%</b>	<b>12,3%</b>
Gastos de administración	-138.812	-5,3%	-122.331	-4,9%	13,5%
Gastos de venta	-681.105	-26,1%	-615.743	-24,6%	10,6%
Gastos de producción	-61.435	-2,4%	-70.736	-2,8%	-13,1%
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>-881.352</b>	<b>-33,7%</b>	<b>-808.810</b>	<b>-32,3%</b>	<b>9,0%</b>
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>297.843</b>	<b>11,4%</b>	<b>240.818</b>	<b>9,6%</b>	<b>23,7%</b>
Ingresos financieros	5.145	0,2%	4.599	0,2%	11,9%
Gastos financieros	-34.121	-1,3%	-35.799	-1,4%	-4,7%
Diferencia en cambio neta	2.282	0,1%	12.171	0,5%	-81,3%
Otros ingresos (egresos) netos	-23.057	-0,9%	-13.007	-0,5%	77,3%
Dividendos de portafolio	18.727	0,7%	17.559	0,7%	6,7%
Realización de inversiones	107	0,0%	35	0,0%	N.C.
Post Operativos Netos	-30.917	-1,2%	-14.442	-0,6%	114,1%
<b>UAI e Interés minoritario</b>	<b>266.926</b>	<b>10,2%</b>	<b>226.376</b>	<b>9,0%</b>	<b>17,9%</b>
Impuesto de renta	-90.747	-3,5%	-77.508	-3,1%	17,1%
Interés minoritario	226	0,0%	-1.780	-0,1%	-112,7%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>176.405</b>	<b>6,8%</b>	<b>147.088</b>	<b>5,9%</b>	<b>19,9%</b>
<b>EBITDA CONSOLIDADO</b>	<b>375.824</b>	<b>14,4%</b>	<b>312.054</b>	<b>12,5%</b>	<b>20,4%</b>

\*Información ilustrativa, no auditada.

## VOLUMEN DE NEGOCIACIÓN DIARIO

CIFRAS EXPRESADAS EN MILLONES DE PESOS



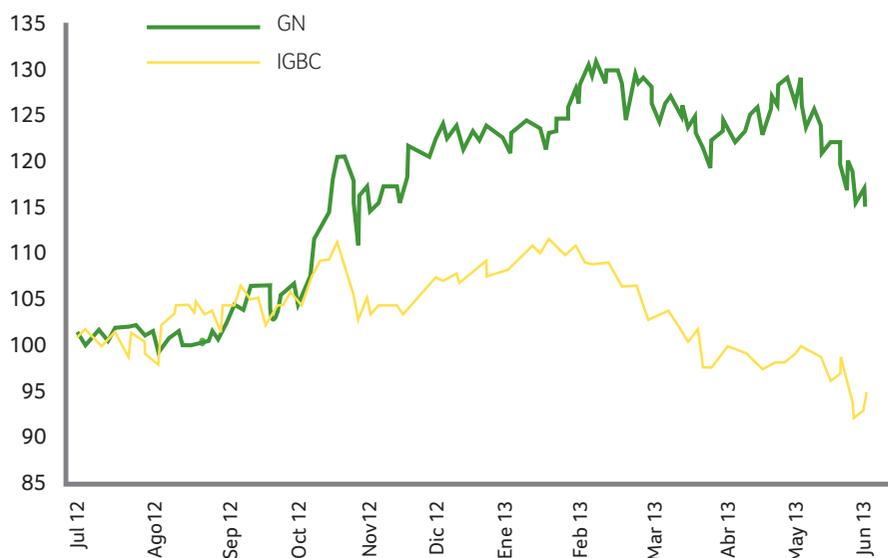
## BALANCE GENERAL CONSOLIDADO\*

JUNIO 30 DE 2013. CIFRAS EXPRESADAS EN MILLONES DE PESOS

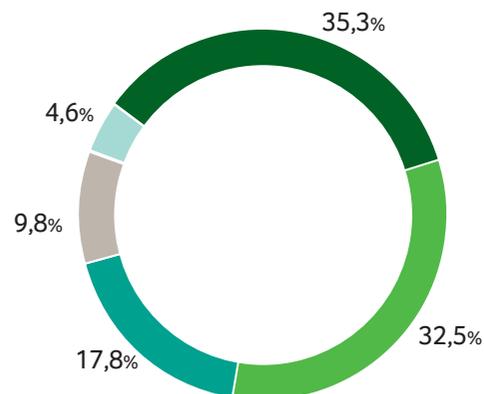
	JUNIO 2013	JUNIO 2012	% VAR.
<b>ACTIVO</b>			
Disponible e Inv. Temporales	313.031	289.563	8,1%
Inversiones	357.100	329.212	8,5%
Deudores	709.725	604.733	17,4%
Inventarios	629.949	607.704	3,7%
Propiedad, planta y equipo	1.171.045	1.049.217	11,6%
Intangibles	1.027.805	874.918	17,5%
Diferidos	56.987	126.372	-54,9%
Otros activos	6.728	4.313	56,0%
Valorizaciones	4.679.552	4.015.093	16,5%
<b>Total Activo</b>	<b>8.951.922</b>	<b>7.901.125</b>	<b>13,3%</b>
<b>PASIVO</b>			
Obligaciones financieras	682.715	638.431	6,9%
Proveedores	170.685	144.053	18,5%
Cuentas por pagar	300.091	263.965	13,7%
Impuestos, gravámenes y tasas	97.757	110.220	-11,3%
Obligaciones laborales	56.009	44.736	25,2%
Pasivos estimados y provisiones	237.495	179.052	32,6%
Diferidos	149.022	101.892	46,3%
Otros	2.354	2.803	-16,0%
<b>Total Pasivo</b>	<b>1.696.128</b>	<b>1.485.152</b>	<b>14,2%</b>
Minoritarios	3.799	15.516	-75,5%
<b>PATRIMONIO</b>	<b>7.251.995</b>	<b>6.400.457</b>	<b>13,3%</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>8.951.922</b>	<b>7.901.125</b>	<b>13,3%</b>

\*Información ilustrativa, no auditada.

## COMPORTAMIENTO DE LA ACCIÓN



## COMPOSICIÓN ACCIONARIA



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

## INDICADORES

Precio de Cierre	23.980
Precio de Cierre año anterior	20.500
Máximo 52 Semanas	26.900
Mínimo 52 Semanas	20.300
Capitalización Bursatil (\$MM)	11.033.761
Valor Intrínseco	15.790
RPG (1)	21,4
P/VL (1)	2,1
EV / EBITDA (1)	10,4
Utilidad por acción	819
Dividendo por acción-mes	33,0
Rentabilidad por dividendos (2)	1,8%
Rentabilidad por valorización (2)	17,0%
Rentabilidad combinada (2)	18,9%
Variación IGBC (2)	-4,4%
Retorno sobre activos (1)	12,4%
Retorno sobre patrimonio (1)	10,7%
Retorno sobre capital invertido (1)	16,1%
Acciones en Circulación	460.123.458
Número de Accionistas	15.243
Bursatilidad	Alta

# NOVEDADES



## GALLETAS NUTRESA

### Nuevas Festival Banana Split



Festival como marca líder sorprende al consumidor, esta vez, con un nuevo concepto lleno de novedad y diversión, al reunir tres galletas de vainilla y crema de tres deliciosos sabores: chocolate, banano y chispas de fresa “porque tres sabores son mejores que uno”. Festival

Banana Split es una galleta que se sale de los esquemas tradicionales del segmento, responde al dinamismo que busca el consumidor joven y le aporta al posicionamiento de la marca...” porque donde hay Festival hay diversión”.

Con esta innovación la marca Festival potencia la variedad de sabores como una de sus fortalezas.

### Nuevo Arrollado Tentaciones Dulce de Leche

CENTRO AMÉRICA



Compañía de Galletas Pozuelo de Costa Rica, lanza al mercado la nueva presentación de su producto “Arrollado” con relleno de sabor a dulce de leche para deleitar el paladar de sus consumidores. El dulce de leche es un sabor muy aceptado en la región centro-americana y se adapta al estilo de vida y de consumo de este público. Esta innovación amplía el portafolio de pastelería Pozuelo bajo la marca “Tentaciones” y tiene un alto potencial de ventas. El producto se lanzó en el mes de mayo.

### Pozuelo lanza Tosh Avena Miel

CENTRO AMÉRICA



Pozuelo lanza las nuevas galletas Tosh Avena Miel, una propuesta que integra los beneficios de la avena y de la miel con un exquisito sabor, ideal para los consumidores que buscan cuidarse y verse bien. Las galletas Tosh Avena Miel, vienen en dos presentaciones, plegadiza por 8 paquetes y bolsa por 6 paquetes.



## CÁRNICOS NUTRESA

### Pizza refrigerada Zenú



Ahora Zenú acompaña en más momentos a sus consumidores con las nuevas pizzas refrigeradas, ideales para disfrutar en casa con la familia y amigos. Son fáciles de preparar porque se pueden calentar en una sartén. Su novedoso proceso de horneado, empaque y sus excelentes ingredientes permiten disfrutar, en casa, de toda la frescura y el sabor de una pizza como hecha en una pizzería. Lista en sólo 8 minutos viene en 3 sabores: Hawaiana 250g, Carnes 220g, y Jamón, Queso y Champiñones 250g.

## HELADOS NUTRESA



### Bocaditos de Bocatto



Crem Helado lanzó al mercado una importante innovación con sus nuevos pasabocas helados de Bocatto. Los Bocaditos de Bocatto, se han convertido en la novedad para todos los públicos, siendo el primer helado en formato de “snacks” en Colombia. Bocaditos de Bocatto son trocitos de helado de vainilla rellenos de salsa de fresa, cubiertos de chocolate y arroz crujiente. En presentación individual y familiar son una verdadera delicia para compartir.

## CAFÉS NUTRESA



### Colcafé Café Helado sabor frutal, listo para consumir

Colcafé Café Helado sabor frutal, listo para consumir, es la nueva presentación de esta bebida refrescante de café que se adapta al gusto de los jóvenes y de los consumidores que buscan mantenerse vitales, activos y despiertos. Es baja en calorías, puede consumirse en cualquier momento del día y aporta antioxidantes que previenen el envejecimiento. Esta refrescante bebida sabor frutal tiene un delicado toque de café y se puede encontrar en dos alternativas de sabor: limón y durazno. Además su novedoso y moderno concepto de presentación en botella de 300 ml le permite al consumidor llevarla a todas partes de una manera práctica y segura.





## Portafolio Doria Kids con licencia Monsters University

Doria Kids, con la nueva licencia de Monsters University, creó un portafolio de productos que entrega a sus consumidores nutrición y diversión, en 4 referencias para los supermercados y autoservicios. Los elementos diferenciadores del nuevo portafolio son los empaques con nuevas formas que resaltan en el lineal y las pastas con las formas de los personajes de moda de Monsters University. De esta manera se incentiva desde temprana edad el consumo de pasta, al promover la sana alimentación y Doria como marca, se mantiene activa para crecimiento y liderazgo del segmento de la categoría.



## Monticello Lasagna a las finas hierbas

La marca Monticello lanzó Lasagna a las finas Hierbas, única en la categoría, que contiene una combinación de albahaca, laurel, orégano y páprika, imprimiéndole magia a la preparación. Este es un producto dirigido a los clientes del segmento premium con un sabor, presentación y desempeño que por su elaboración tipo artesanal, hacen que sea un producto único en el mundo.



## Nuevas Pastas Doria Sabor Ranchero

Dos presentaciones de Pastas Doria, spaghetti y fideos 250 g, ahora vienen con el “Sabor Ranchero”, el sabor que tanto les gusta a las familias colombianas. El Sabor Ranchero es un sabor reconocido y valorado por los consumidores, se describe como el sabor de leña, el sabor del toque de la abuela, que brinda a los consumidores experiencias de sabores diferentes, al dar un toque especial a sus platos.



## Chocolisto Licencia Monsters University

Chocolisto sigue llenando de deliciosa diversión los días de los niños; durante los meses de mayo y junio Chocolisto contó con la licencia de la película Monsters University en todas sus presentaciones: tarro alcancía con tapa decorada, bolsas y bebida lista con muñecos coleccionables y sobres con adhesivos. La marca logró ventas récord que superaron experiencias anteriores similares.

## Edición limitada de Jumbo Mini Chips

Con el objetivo de seguir dinamizando la categoría de golosinas y apalancados en la fortaleza de la marca Jumbo y en la solidez de la marca MiniChips, se lanzó al mercado la edición limitada de Jumbo con MiniChips. Una deliciosa barra de chocolate de leche con maní caramelizado, caramelo y Galletas MiniChips, en presentación de 200 g. El lanzamiento estuvo impulsado en medios digitales y material para punto de venta. Las ventas superaron las expectativas al presentar crecimientos de un 75% en toneladas.



## CHOCOLATES NUTRESA



## Corona Repostería Doméstica

Desde el mes de mayo vive buenos momentos preparando en familia las nuevas mezclas listas de brownie, torta de chocolate y torta de chocolate con cobertura de chocolate marca Corona. Con esto la marca Corona estará en diferentes momentos del día y en diferentes categorías con sus deliciosos productos de chocolate.



Para uso de las empresas del país:

## Grupo Nutresa comparte su manual de mejores prácticas para el transporte limpio de mercancías



El Manual ofrece abundante información relacionada con el impacto ambiental de la actividad, suministra la metodología para calcular la Huella de Carbono, fomenta la elaboración de planes y proyectos para reducir los gases efecto invernadero (GEI) y contiene buenas prácticas que permiten disminuir el impacto ambiental en la actividad de transporte de carga terrestre.

Compañía de Galletas Noel S.A.S. en representación del Grupo Nutresa entregó al Ministerio de Transporte, al Ministerio de Medio Ambiente y a la ANDI, el Manual de Transporte Limpio, para uso de las empresas del país. Este manual que compila conocimientos adquiridos en conjunto con sus proveedores de servicio de transporte de carga por carretera, permite definir un marco de actuación y de referenciación, con un criterio de eco-eficiencia, para que esta actividad –el transporte de mercancía– reduzca su impacto ambiental.

demás compañías de Grupo Nutresa. Para el manual se contó con la asesoría del consultor GAIA.

Gracias al apoyo de la ANDI, del Ministerio de Transporte y del Ministerio del Medio Ambiente, Grupo Nutresa compartió este conocimiento e hizo entrega formal del Manual como insumo fundamental para la formulación de las políticas nacionales en materia de transporte de mercancías por carretera.



Ver más

El Manual de Transporte Limpio, fue un proyecto piloto liderado por Compañía de Galletas Noel, empresa que ya lo viene aplicando con sus proveedores de la cadena de valor y está empezando a replicarse en las



## Fundación Nutresa y Compañía Nacional de Chocolates lideran II Encuentro de Cacaoteros del Norte del Chocó

Con la participación de 11 asociaciones productoras de cacao, se llevó a cabo el II Encuentro de Cacaoteros del Norte del Chocó, en donde más de 65 personas en compañía de líderes de Nutresa, se integraron para socializar los avances, oportunidades y retos en las áreas técnicas, sociales y administrativas de las asociaciones de la zona.

La II versión de este encuentro permitió el establecimiento de acuerdos para el logro de las metas y progreso de las asociaciones con miras a su sostenibilidad y funcionamiento rentable. De igual forma este espacio posibilitó a los productores compartir conocimientos y fortalecer los lazos de trabajo comunitario entre diferentes comunidades afro descendientes e indígenas.

