

Primer trimestre de 2010

www.grupochocolates.com

Cárnico



Galletas



Chocolates



Café



Helados



Pastas



## Grupo Nacional de Chocolates S.A.

---

### Cultivamos **bienestar, nutrición y placer**

 Resultados

**EXCELENTE NIVEL  
DE RENTABILIDAD EN EL TRIMESTRE**

**EBITDA consolidado crece el 9,9%**  
**Utilidad neta consolidada crece el 57,0%**



# A

El 31 de marzo de 2010, los negocios de alimentos de Grupo Nacional de Chocolates S.A. muestran un destacado incremento en su rentabilidad operativa, medida por su EBITDA. A nivel consolidado, el EBITDA fue de \$136.156 millones, un **9,9%** más que en el mismo período de 2009. Con respecto a las ventas consolidadas, esto representa un margen del 13,3%, superior al 11,9% mostrado en el primer trimestre del año anterior.

Este excelente desempeño operativo se debe a los mejores márgenes de rentabilidad en los Negocios Cárnico, Café, Helados y Pastas, en parte explicados por el menor costo en pesos de las materias primas importadas.

La mejora en el costo de la deuda después de la emisión de bonos en 2009, conjuntamente con la mejora en el resultado operativo, tienen como consecuencia un crecimiento de la utilidad neta consolidada del Grupo de **57,0%** con respecto a la acumulada a marzo de 2009, llegando a \$69.504 millones.



Las ventas nacionales consolidadas crecieron el **5,2%** con respecto a las obtenidas en el primer trimestre del año pasado, al llegar a \$747.931 millones. Este crecimiento es muy satisfactorio, considerando que la inflación en Colombia en los últimos doce meses ha sido sólo del 1,84%.

Las ventas internacionales fueron de US\$140,4 millones, con crecimiento del 1,8% con respecto a las del mismo período del año anterior. Sin embargo, este valor no es comparable con el de 2009, debido a la devaluación del 100% en la tasa de cambio del bolívar fuerte con respecto al dólar que se decretó en Venezuela en enero de 2010, haciendo que las ventas en ese país se consoliden con un parámetro diferente en los dos trimestres mencionados. Las ventas internacionales en mercados diferentes a Venezuela crecen **46,5%** con respecto a las obtenidas a marzo de 2009, con un destacado desempeño en Estados Unidos, México y Perú.

Las ventas consolidadas del trimestre fueron de \$1 billón 21.412 millones, un 2,1% menos que las reportadas a marzo de 2009. Este decrecimiento se explica por la devaluación del bolívar fuerte, ya mencionada, y la revaluación del peso con respecto al dólar. Eliminado el efecto de Venezuela, el crecimiento de las ventas totales es de **7,8%**.



### Noticias

## La Línea Ética, un medio que permite fortalecer la filosofía de transparencia

Con el objetivo de velar porque las operaciones de las compañías de Grupo Nacional de Chocolates S.A. se realicen con criterios de transparencia, honestidad y dando cumplimiento a la ley y al Código de Buen Gobierno, se estableció un canal o mecanismo adicional de comunicación confidencial que permite a los accionistas, colaboradores, proveedores, clientes y terceros en general, el reporte oportuno de situaciones irregulares que vayan en contra de los intereses de la compañía y de los lineamientos establecidos en dicho Código.

Este nuevo canal se denominó Línea Ética, atendida por un ente independiente de la organización, al que se puede acceder llamando a los números gratuitos **1800518188 línea nacional en Colombia y 360 90 89 desde Medellín**, o mediante correo electrónico a la dirección [lineaetica@chocolates.com.co](mailto:lineaetica@chocolates.com.co). Para consultar el Código de Buen Gobierno Corporativo visite [www.grupochocholates.com](http://www.grupochocholates.com).





## Estados financieros

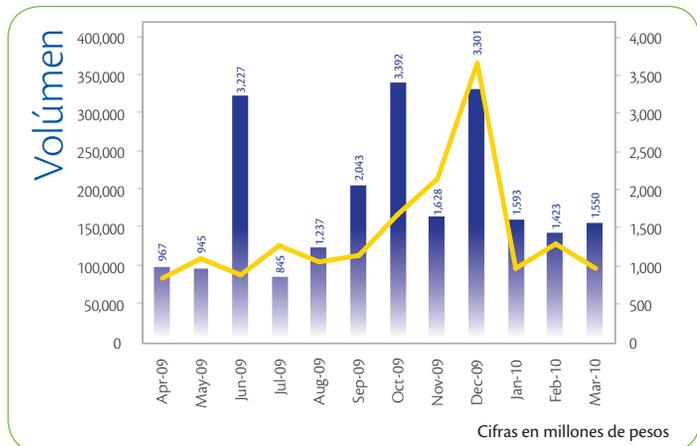
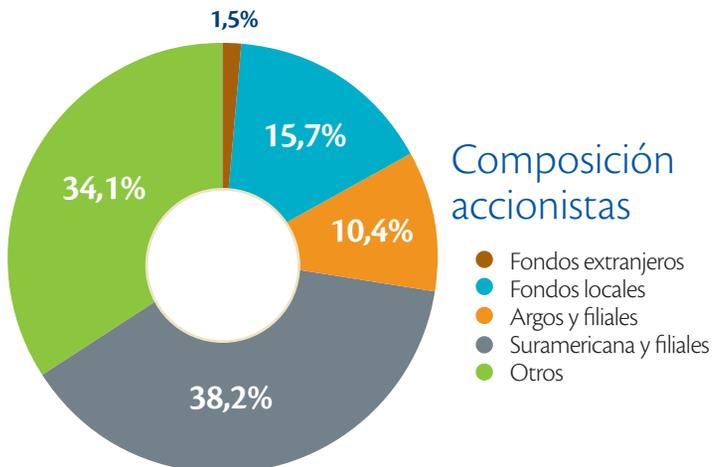
MARZO 30 DE 2010

CIFRAS EXPRESADAS  
EN MILLONES DE PESOS

## ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO\*

ACTIVO	Mar - 2009	%	Mar - 2010	%	% VARIAC.
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>1.043.130</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.021.412</b>	<b>100,0%</b>	<b>-2,1%</b>
Costo mercancía vendida	-640.419	-61,4%	-619.750	-60,7%	-3,2%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>402.711</b>	<b>38,6%</b>	<b>401.662</b>	<b>39,3%</b>	<b>-0,3%</b>
Gastos de administración	-50.616	-4,9%	-51.905	-5,1%	2,5%
Gastos de venta	-250.667	-24,0%	-238.008	-23,3%	-5,1%
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>-301.283</b>	<b>-28,9%</b>	<b>-289.913</b>	<b>-28,4%</b>	<b>-3,8%</b>
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>101.428</b>	<b>9,7%</b>	<b>111.749</b>	<b>10,9%</b>	<b>10,2%</b>
Ingresos financieros	3.136	0,3%	1.111	0,1%	-64,6%
Gastos financieros	-31.275	-3,0%	-17.664	-1,7%	-43,5%
Diferencia en cambio neta	5.091	0,5%	-3.006	-0,3%	-159,0%
Otros ingresos (egresos) netos	-18.479	-1,8%	1.391	0,1%	107,5%
Dividendos de portafolio	6.237	0,6%	7.197	0,7%	15,4%
<b>Post Operativos Netos</b>	<b>-35.290</b>	<b>-3,4%</b>	<b>-10.971</b>	<b>-1,1%</b>	<b>-68,9%</b>
<b>UAI e Interés minoritario</b>	<b>66.138</b>	<b>6,3%</b>	<b>100.778</b>	<b>9,9%</b>	<b>52,4%</b>
Impuesto de renta	-21.803	-2,1%	-31.110	-3,0%	42,7%
Interés minoritario	-79	0,0%	-164	0,0%	107,6%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>44.256</b>	<b>4,2%</b>	<b>69.504</b>	<b>6,8%</b>	<b>57,0%</b>
<b>EBITDA CONSOLIDADO</b>	<b>123.893</b>	<b>11,9%</b>	<b>136.156</b>	<b>13,3%</b>	<b>9,9%</b>

\*Información ilustrativa, no auditada.





## BALANCE GENERAL CONSOLIDADO\*

MARZO 30 DE 2010  
CIFRAS EXPRESADAS  
EN MILLONES DE PESOS

Mar - 2009      Mar - 2010      % VARIAC.

### ACTIVO

Disponible e Inv. Temporales	134.696	150.928	12,1%
Inversiones	546.601	335.301	-38,7%
Deudores	662.827	530.092	-20,0%
Inventarios	568.768	456.838	-19,7%
Propiedad, planta y equipo	835.217	918.614	10,0%
Intangibles	570.566	739.413	29,6%
Diferidos	46.578	61.190	31,4%
Otros activos	36.178	980	-97,3%
Valorizaciones	2.339.489	3.885.263	66,1%
<b>Total Activo</b>	<b>5.740.920</b>	<b>7.078.619</b>	<b>23,3%</b>

### PASIVO

Obligaciones financieras	1.052.994	962.604	-8,6%
Proveedores	119.465	140.488	17,6%
Cuentas por pagar	311.187	244.690	-21,4%
Impuestos, gravámenes y tasas	77.747	50.328	-35,3%
Obligaciones laborales	61.327	38.673	-36,9%
Pasivos estimados y provisiones	171.393	123.876	-27,7%
Diferidos	35.162	46.388	31,9%
Otros	2.843	1.139	-59,9%
<b>Total Pasivo</b>	<b>1.832.118</b>	<b>1.608.186</b>	<b>-12,2%</b>
<b>Minoritarios</b>	<b>2.719</b>	<b>3.699</b>	<b>36,0%</b>
<b>PATRIMONIO</b>	<b>3.906.083</b>	<b>5.466.734</b>	<b>40,0%</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>5.740.920</b>	<b>7.078.619</b>	<b>23,3%</b>

\*Información ilustrativa, no auditada.

### Indicadores

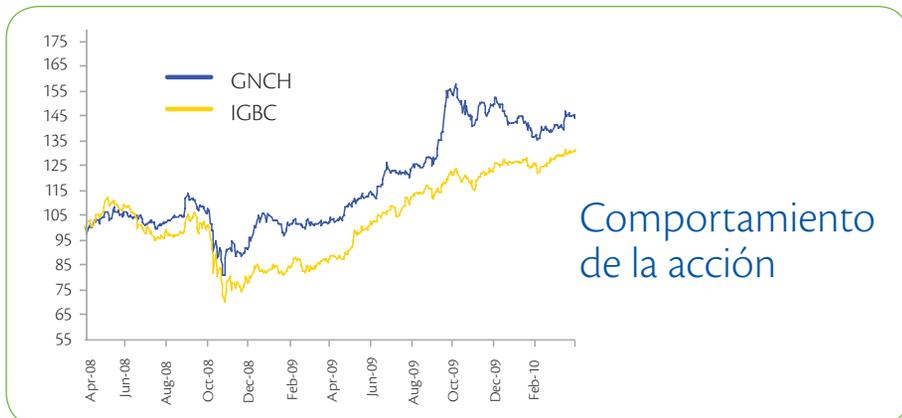
Precio de Cierre	21.420
Precio de Cierre año anterior	15.100
Máximo 52 Semanas	23.400
Mínimo 52 Semanas	15.120
Capitalización Bursatil (\$MM)	9.320.344
Valor Intrínseco	12.583,58
PVL	1,70
EV / EBITDA (1)	12,20
Utilidad por acción	536,76

Dividendo por acción-mes      27,0

Rentabilidad por dividendos (2)	2,1%
Rentabilidad por valorización (2)	41,9%
Rentabilidad combinada (2)	44,4%
Variación IGBC (2)	51,1%

Acciones en Circulación	435.123.458
Número de Accionistas	8.914
Bursatilidad	Alta

(1) Grupo de Alimentos / 12 meses  
(2) Últimos 12 meses





Negocio Galletas



## Ducales Mini

Ducales, la marca líder en el segmento de galletas saborizadas, sorprende a sus consumidores con un innovador formato. Todo el sabor y la textura de Ducales ahora en tamaño mini y en un empaque atractivo y portable para llevar el "Toque Secreto" a todas partes. Ducales, Las galletas del Toque Secreto, ahora también en Mini.



## Festival Big

Festival trae como edición limitada a Festival Big, una galleta más grande, con más crema y más diversión. Festival Big: Dos sabores de crema en una misma Galleta, Chicle-Sandia y Vainilla-Chocolate. Donde hay Festival, hay Diversión.



## Dux

Con un lanzamiento regional en mercados como Estados Unidos y Puerto Rico, además de Colombia, DUX se convierte desde ahora en la gran apuesta que realiza Noel con el objetivo de construir una marca regional de galletas crackers (saladas). DUX entra a jugar en el mundo de los snacks con un portafolio variado y diferenciado que llega a los jóvenes con el concepto de una marca auténtica y positiva. DUX: "Hechas con buena actitud, por eso saben tan rico".

## Soda Pozuelo Multicereal\*

Galletas con alto valor saludable, contienen ingredientes como: trigo, arroz, avena, maíz y linaza, esta última como fuente de Omega 3. Además tiene 0% de grasas trans y 0% colesterol, que la hacen una galleta muy diferenciada y única en el mercado. Soda Pozuelo está dirigida a los adultos que buscan alimentarse bien y de manera sana.



\* Producto elaborado por Pozuelo en Costa Rica

Negocio Helado



## Polet Nueces a la Vainilla Francesa

La tercera tentación de POLET, Nueces a la Vainilla Francesa. Delicioso y suave helado de vainilla francesa, chocolate suizo y crocantes frutos secos en su interior y en la cobertura. ¡NO TE CONTENGAS!



## Casero Maracuyá

La familia de Helados Caseros de Crem Helado recrea los más provocativos sabores de postres tradicionales. En esta oportunidad llega el Casero Maracuyá, con el sabor del postre familiar que reúne helados de maracuyá, trozos de galleta y un toque de leche condensada.

## Postre Merengón

La evocación de un postre tradicional colombiano se convierte en un producto de la categoría de helados. El Postre Merengón es una delicada combinación de helado con sabor a guanábana, con trozos de merengues y salsas de guanábana, chocolate y fresa.



Negocio Pastas



## Monticello de Exportación

Toda la tradición artesanal de la pasta italiana, elaboradas con la última tecnología y los mejores ingredientes, ahora para exportación. Monticello presenta al mercado de Puerto Rico un diverso portafolio que contiene pastas elaboradas al bronce, pastas con vegetales y pastas al huevo.



Tu vida está llena de placeres.  
Date gusto.



Negocio Chocolate



### Vive el Chocolate

Compañía Nacional de Chocolates lanzó su campaña de fomento Vive el Chocolate, enfocada en consumidores finales, profesionales de la salud y canales de consumo de la bebida fuera de casa. La campaña incluye comunicación masiva, visitas médicas para reforzar los beneficios saludables de la bebida, intervenciones en puntos de venta, experiencias educativas y lúdicas alrededor de la bebida y otras estrategias que contribuirán a que ¡Colombia siga chocolateando!



### Balones Nutresa\*

Balones sabor a chocolate y en presentaciones muy novedosas de bombonera balón y blister balón. Para la fracción de los 50 centavos de peso mexicano.



\* Producto producido en México por Nutresa



### Tikys Monedas

Tikys se transforma en un concepto que trasciende segmentos, categorías. Tikys no es sólo una golosina tipo marshmallow, se convierte en formas especiales para que los niños sueñen, apalancada en su slogan: "Más formas para disfrutar". De la nueva República de Tikys llegan las deliciosas monedas de chocolate para la fracción de los \$200 y en novedosas presentaciones de bombonera y blister.

Negocio Cárnico



### Productos especiales temporada de madres

Las marcas Rica y Zenú siguen acompañando a las familias colombianas en sus celebraciones del Día de la Madre, con nuevos productos en sus tradicionales portafolios. Son deliciosos, vienen en diferentes gramajes y son fáciles de servir. Ideales para compartir momentos inolvidables con sabor, nutrición y calidad: **Pernil Artesano Rica, Delirio de Pollo Zenú, Minipernil + Ensalada Zenú y Pavo Supremo Rica.**



### Tus Propósitos Pietrán



En los primeros meses del año, la marca Pietrán le dio la posibilidad a sus consumidores de cumplir sus propósitos del nuevo año, con su promoción para participar por un viaje a un spa en Punta Cana, un gimnasio en casa, bonos por \$1.000.000 en la Riviera o un chequeo médico ejecutivo.



### Abre la boca con Americana

En su propósito de seguir identificándose con los jóvenes, AMERICANA desarrolló su nueva campaña "Abre la Boca", con la cual busca generar interacción con los jóvenes a través de Internet y sus preferencias, proporcionándoles un espacio para ver, opinar, hablar y conocer más la marca. El sitio web es: [www.americanaextrema.com.co](http://www.americanaextrema.com.co).



# Nuestra gestión en Desarrollo Sostenible



Grupo Nacional de Chocolates presentó su segundo informe de Reporte de Sostenibilidad, basado en el GRI- Global Reporting Initiative. Durante 2009 dio continuidad a la gestión en Desarrollo Sostenible, como parte esencial de la Filosofía Corporativa y como un nuevo Objetivo Estratégico. A su vez, el Grupo se vinculó al Pacto Global de las Naciones Unidas, iniciativa que agrupa negocios que comparten **principios universalmente aceptados de derechos humanos, medio ambiente, trabajo y lucha contra la corrupción.**

## Dimensión Social

**Nuestra Gente.** La gestión social interna se orientó al desarrollo integral de nuestros colaboradores y sus familias. Al terminar el 2009, Grupo Nacional de Chocolates S.A. y sus empresas filiales y subsidiarias, cuentan con la colaboración de 28.312 empleados, de los cuales más de 5.500 trabajan fuera del país. Se crearon 1.161 nuevos puestos de trabajo en Colombia.

Las Compañías invirtieron \$7.330 millones en formación y entrenamiento de sus colaboradores, y destinaron un total de \$33.957 millones para el bienestar y calidad de vida de los colaboradores.

**Comunidad.** Las Fundaciones Grupo Nacional de Chocolates y Crem Helado y las compañías trabajaron en gestión social durante 2009 con 2.444 entidades. En las líneas de nutrición, educación, generación de ingresos y emprendimiento, apoyo al arte y la cultura y otros proyectos sociales, se hicieron inversiones por \$14.879 en programas y proyectos con más de 1.380.000 personas.

En nutrición, el Grupo participó de la creación de la red de Bancos de Alimentos de Colombia y se apoyaron 39 proyectos de nutrición integral para población infantil.

El programa Oriéntate el Mundo a un Clic que impulsa el uso de la tecnología aplicada al aula, formó 470 docentes, con un cubrimiento cercano a 23.000 estudiantes en Colombia; durante 2009 entregó 107 computadores. La Fundación Crem Helado, con su red de 420 voluntarios de 238 empresas contribuyó al mejoramiento de la calidad de 609 entidades educativas, en Colombia.

En generación de ingresos y emprendimiento se impulsaron 57 emprendimientos en comunidades vulnerables, se mencionan los desarrollos en las poblaciones de San Jacinto y Carmen de Bolívar, en siembra de Cacao, en Bareño con el trapiche comunitario, en Montes de María con el cultivo del ajonjolí y en Chocó, el impulso a las alianzas empresariales.

## Dimensión Ambiental

Las empresas realizaron inversiones por \$11.263 millones de pesos en la gestión ambiental, presentando un mejoramiento de los indicadores en el uso de recursos, así: Aprovechamiento de residuos +0,1%, consumo de energía - 0,9%, consumo de agua -4,6%.

En relación con el cambio climático para los procesos productivo se fijaron metas, iniciando un trabajo piloto de huella de carbono y se priorizó e impulsó el trabajo en la cultura del Desarrollo Sostenible con los colaboradores y sus familias.

Es significativa la gestión en buenas prácticas ambientales entre estas mencionamos: los humedales para el tratamiento de aguas residuales de Compañía Nacional de Chocolates, el sistema de reutilización de agua de Pastas Doria, el tratamiento de aguas residuales de Meals de Colombia, las estrategias de mejoramiento para el uso óptimo de material de empaque de Zenú, el uso de energías solar por Colcafé, el programa de eficiencia energética de Noel y, en general, los programas de cultura hacia el desarrollo sostenible de las empresas.





## Cordialsa Colombia S.A.S., la plataforma comercial y logística de alimentos más grande del país.



Álvaro Arango R., Presidente Cordialsa Colombia.

Grupo Nacional de Chocolates creó la nueva compañía Cordialsa Colombia, la plataforma comercial y logística que se encargará de la venta y distribución de todos los productos de Noel, Nacional de Chocolates, Colcafé, Pastas Doria y Pastas Comarrico. Estará soportada en las mejores prácticas internacionales y propias, adaptadas al mercado nacional, para desarrollar una gestión de manera **especializada en el sector de alimentos en Colombia, en beneficio de sus clientes y consumidores.**

La nueva empresa ofrecerá un portafolio con más de 950 referencias en pastas, galletas, chocolates, golosinas y café, y operará en ocho regiones que a su vez tienen sede en 32 ciudades capitales e intermedias, hecho que le permitirá llegar con fuerzas de ventas propias a más de 950 municipios de los 1.122 que tiene Colombia. En su primer año de operaciones, tendrá una facturación del orden de \$1,8 billones de pesos.

Cordialsa Colombia atenderá el mercado de forma especializada a través de tres grandes segmentos: Tradicional, Autoservicios Independientes y Grandes Cadenas. Contará con tecnología de punta e iniciará operaciones de manera escalonada, empezando en el Eje Cafetero.

La Presidencia de Cordialsa Colombia S.A.S. estará a cargo de Álvaro Arango Restrepo, quien se desempeñaba como Presidente del Negocio de Pastas de Grupo Nacional de Chocolates. La empresa iniciará operaciones con 1.433 colaboradores de todos los negocios del Grupo; las fuerzas de ventas y los equipos logísticos, en su totalidad, son los mismos de Noel, Compañía Nacional de Chocolates, Pastas Doria y Pastas Comarrico.

### Decisión estratégica de Grupo Nacional de Chocolates

La creación de la nueva Compañía, hace parte de las definiciones estratégicas del Grupo de Alimentos, en coherencia con su visión de triplicar sus ventas a 2013 (base 2005). Para ello, potenciará su operación en la región estratégica incluida Colombia, conformada por 38 compañías, 8 plataformas industriales en el exterior, con presencia comercial y de distribución directa en 11 países y exportaciones a 70 países de los cinco continentes.

Las compañías Colcafé, Galletas Noel, Nacional de Chocolates, Pastas Doria y Pastas Comarrico, continuarán con su operación de manufactura y foco en la gestión de las marcas, innovación, la gestión de la cadena de abastecimiento, la gestión del talento humano y del conocimiento y la consolidación en la región estratégica, a través de la expansión en los mercados internacionales. Además, interactuarán como socios de la cadena de valor con Cordialsa Colombia. Por su parte, las empresas de los negocios Cárnico (Zenú, Alimentos Cárnicos y Setas Colombianas) y de Helados en cabeza de Meals de Colombia, seguirán como hasta el momento con sus modelos y estructuras de distribución y comercialización.