

Tercer trimestre de 2010

Cárnico



Galletas



Chocolates



Café



Helados



Pastas



Grupo Nacional de Chocolates S.A.

Cultivamos bienestar, nutrición y placer



Resultados

Utilidad neta consolidada crece el 55%

Al cierre del tercer trimestre del presente año, la rentabilidad de las empresas pertenecientes a Grupo Nacional de Chocolates S. A. continúa mostrando un importante desempeño, explicado por el incremento en la rentabilidad operativa de sus negocios de alimentos y por eficiencias logradas en la parte post-operativa del estado de resultados.

En cuanto a la rentabilidad operativa, el EBITDA consolidado incrementó un 2,7% con respecto al obtenido a septiembre de 2009, al llegar a \$390.030 millones, logrando el presupuesto en un 115,6%. El margen sobre ventas del EBITDA consolidado fue del 12,3%, superior al del mismo período en 2009 que fue 11,5%.

En los resultados post-operativos, se destaca la disminución en gastos financieros del 36,7%, como consecuencia de la disminución en el saldo de la deuda durante el año y los ahorros en costos obtenidos en la renegociación de créditos a menores tasas y a la emisión de bonos realizada el año pasado.

Como consecuencia de la mejora en el EBITDA y los menores gastos financieros, la utilidad neta consolidada del Grupo creció, a cierre de septiembre de 2010, un 55,0% con respecto a los \$121.752 millones obtenidos al 30 de septiembre de 2009, llegando a \$188.754 millones. Las ventas nacionales consolidadas fueron de \$2 billones 341.600 millones y crecieron 4,2% con respecto

a las obtenidas en el mismo período del año pasado.

Por su lado, las ventas internacionales fueron de US\$431,7 millones y representaron el 26,0% de las ventas totales. Dada la devaluación del 100% que tuvo el bolívar fuerte en Venezuela, esta cifra no compara adecuadamente con la obtenida hace un año. Las ventas internacionales en mercados diferentes a Venezuela fueron de US\$321,1 millones y crecen 19,7% con respecto a las obtenidas a septiembre de 2009; continúan con destacado crecimiento las ventas en Estados Unidos, México y Perú.

Las ventas consolidadas al cierre de septiembre fueron de \$3 billones 166.200 millones, un 3,9% menos que las reportadas a septiembre de 2009. Este decrecimiento se explica por la devaluación del bolívar fuerte, ya mencionada, y la revaluación del peso con respecto al dólar que ha sido del 12% en lo que va del año. Eliminado el efecto de Venezuela, el crecimiento de las ventas totales es de 4,0%.



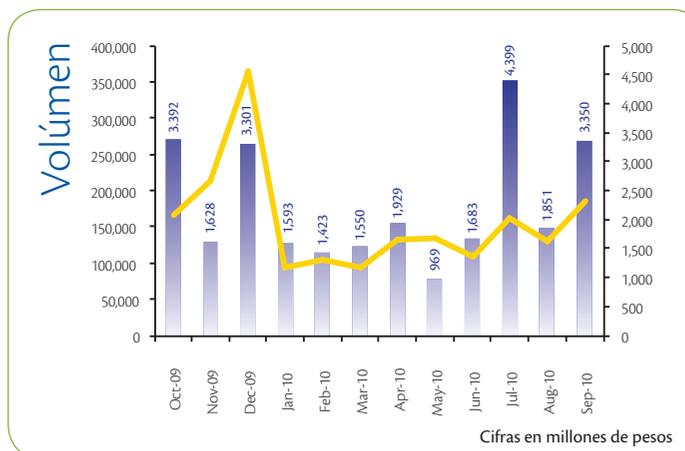
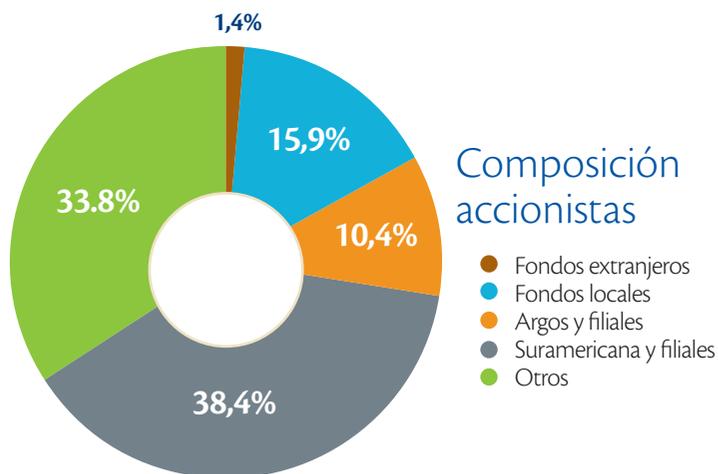
SEPTIEMBRE 30 DE 2010

ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO*

CIFRAS EXPRESADAS
EN MILLONES DE PESOS

ACTIVO	SEP - 2009	%	SEP - 2010	%	% VARIAC.
Total Ingresos Operacionales	3.294.452	100,0%	3.166.200	100,0%	-3,9%
Costo mercancía vendida	-2.044.306	-62,1%	-1.915.336	-60,5%	-6,3%
Utilidad Bruta	1.250.146	37,9%	1.250.864	39,5%	0,1%
Gastos de administración	-161.228	-4,9%	-159.947	-5,1%	-0,8%
Gastos de venta	-776.011	-23,6%	-775.471	-24,5%	-0,1%
Total Gastos Operacionales	-937.239	-28,4%	-935.418	-29,5%	-0,2%
Utilidad Operativa	312.907	9,5%	315.446	10,0%	0,8%
Ingresos financieros	7.179	0,2%	3.954	0,1%	-44,9%
Gastos financieros	-86.299	-2,6%	-54.663	-1,7%	-36,7%
Diferencia en cambio neta	5.828	0,2%	-7.403	-0,2%	-227,0%
Otros ingresos (egresos) netos	-71.990	-2,2%	-12.596	-0,4%	82,5%
Dividendos de portafolio	21.700	0,7%	23.311	0,7%	7,4%
Realización de inversiones	2.124	0,1%	-156	0,0%	-107,3%
Post Operativos Netos	-121.458	-3,7%	-47.553	-1,5%	-60,8%
UAI e Interés minoritario	191.449	5,8%	267.893	8,5%	39,9%
Impuesto de renta	-69.551	-2,1%	-78.617	-2,5%	13,0%
Interés minoritario	-146	0,0%	-522	0,0%	257,5%
UTILIDAD NETA	121.752	3,7%	188.754	6,0%	55,0%
EBITDA CONSOLIDADO	379.670	11,5%	390.030	12,3%	2,7%

*Información ilustrativa,
no auditada.





BALANCE GENERAL CONSOLIDADO*

SEPTIEMBRE 30 DE 2010

CIFRAS EXPRESADAS
EN MILLONES DE PESOS

Indicadores

Precio de Cierre	25,960
Precio de Cierre año anterior	22,840
Máximo 52 Semanas	26,500
Mínimo 52 Semanas	20,020
Capitalización Bursatil (\$MM)	11.295.805

Valor Intrínseco	14.747,64
PVL	1,76
EV / EBITDA (1)	14,27
Utilidad por acción	628,56

Dividendo por acción-mes 27,0

Rentabilidad por dividendos (2)	1,4%
Rentabilidad por valorización (2)	13,7%
Rentabilidad combinada (2)	15,2%
Variación IGBC (2)	30,7%

Acciones en Circulación	435.123.458
Número de Accionistas	8.923
Bursatilidad	Alta

(1) Grupo de Alimentos / 12 meses

(2) Últimos 12 meses

SEP - 2009

SEP - 2010

% VARIAC.

ACTIVO

Disponible e Inv. Temporales	135.155	104.390	-22,8%
Inversiones	339.888	325.972	-4,1%
Deudores	570.273	579.826	1,7%
Inventarios	568.119	531.192	-6,5%
Propiedad, planta y equipo	886.647	953.860	7,6%
Intangibles	711.221	725.070	1,9%
Diferidos	52.847	62.998	19,2%
Otros activos	1.207	968	-19,8%
Valorizaciones	3.343.736	4.210.570	25,9%
Total Activo	6.609.093	7.494.846	13,4%

PASIVO

Obligaciones financieras	1.054.633	915.955	-13,1%
Proveedores	81.765	95.069	16,3%
Cuentas por pagar	215.730	202.944	-5,9%
Impuestos, gravámenes y tasas	37.357	42.375	13,4%
Obligaciones laborales	45.206	40.564	-10,3%
Pasivos estimados y provisiones	209.845	224.882	7,2%
Diferidos	52.938	73.846	39,5%
Otros	470	4.730	906,4%
Total Pasivo	1.697.944	1.600.365	-5,7%
Minoritarios	3.220	11.411	254,4%
PATRIMONIO	4.907.929	5.883.070	19,9%
Total Pasivo y Patrimonio	6.609.093	7.494.846	13,4%

*Información ilustrativa, no auditada.





Negocio Pastas



Doria con Nutrivit

Dentro del objetivo de convertirse en el mejor aliado en nutrición de la familia colombiana y de agregar valor a la marca, Doria se renueva completamente respondiendo a la problemática de mal nutrición a través de la inclusión de NUTRIVIT en todo el portafolio de Doria clásica. Nutrivit es una fortificación adicional a la obligada por la legislación colombiana, de los micronutrientes más importantes que la población carece actualmente. Es una mezcla de Zinc, Acido Fólico, Hierro y Vitamina A. Con esto, Doria es la única pasta del mercado que contribuye a mejorar los problemas de mal nutrición de nuestro país.



Negocio Cárnico



Nueva Hamburguesa Americana Pre-asada

Pensando siempre en el ofrecer soluciones acordes con el estilo de vida de los jóvenes, Americana ha desarrollado una deliciosa hamburguesa que les permite disfrutar el sabor extremo sin salir de casa. La nueva hamburguesa Americana Pre-asada se prepara en tan sólo 4 minutos, y su sabor cuenta con leves toques de picante característico de la salchicha Americana y mantiene su tamaño al prepararse.



Ranchera Sánduche

La nueva Ranchera Sánduche es una deliciosa combinación de carnes con un único sabor ahumado y con el inigualable sabor llanero característico de la marca, el cual la convierte en otro de los productos del Negocio más apetecidos del mercado, ahora en rodajas para acompañar cualquier tipo de preparación y disfrutar al instante. Se puede disponer de dicho producto en los principales almacenes de cadena de todo el país en presentación de 240 gr. y 12 unidades.



Pietrán 25% reducido en sodio

Una de las promesas diferenciadoras de Pietrán es el compromiso que tiene con el cuidado de la salud de sus consumidores, y siendo fiel a esta promesa la marca desarrolla su portafolio de productos con 25% menos de sodio, conservando su característico sabor. Pietrán le apunta a la reducción en los niveles de sodio y grasas, por lo cual todos los productos Pietrán cuentan con el aval de la Fundación Colombiana del Corazón, puesto que ayudan a reducir el riesgo de hipertensión y las enfermedades cardiovasculares.



Negocio Café



Edición especial café Premium Expo Shanghai 2010

La participación de Colcafé en Expo Shanghai 2010 generó un acercamiento con empresas del sector de café de este importante mercado. En esta oportunidad se presentó una edición especial de café colombiano Premium.

Colcafé Clásico Doypack 150 gr

Colcafé Clásico en presentación de doypack resellable x 150 gr, nueva presentación idónea para la familia colombiana que permite la compra del producto a un mejor precio por gramo, menor desembolso y con el beneficio de alternativa de empaque que permite su reenvase.



Colcafé Espresso 100 gr

Primer café instantáneo espresso excelso del mercado colombiano, que ofrece al consumidor la posibilidad de disfrutar de un sabor especial intenso, mayor cuerpo y espuma característica del café espresso en cualquier lugar, gracias a la facilidad de preparación de un café instantáneo.





Jumbo Maní con Pasas

Jumbo sigue fortaleciendo su portafolio con el fin de consolidar su participación en el segmento de barras agregadas con un producto de gran aceptación en el consumidor que fue lanzado por primera vez como edición limitada en el 2007. Jumbo Maní con Pasas, una exquisita mezcla de sabores especialmente creada para jóvenes entre 14 y 24 años.

Chocolyne apoya la lucha contra el cáncer de seno

Chocolyne es la primera marca de la industria de alimentos en Colombia que se vincula activamente a la lucha contra el cáncer de seno, una causa social que se relaciona con la mujer. Para esto todo el portafolio de la marca se viste de rosado, color insignia de la lucha mundial contra el cáncer de seno, durante los meses de octubre y noviembre de 2010, se donará el 3% de las ventas a la Liga Colombiana Contra el Cáncer. La donación será destinada a apoyar los programas de prevención de la enfermedad que son los que generan mayor impacto.



Temporada Amor y Amistad 2010

Para esta temporada se lanzó un completo portafolio de estuches innovadores desde el punto de vista de diseño y de productos de edición limitada. La innovación, una estrategia de precios clara, manejo del punto de venta y lo más importante, la participación conjunta de las marcas MontBlanc, Roletto, Jet y Opera, cada una con una oferta de valor clara para sus públicos.



Tosh Fusión de Cereales, el equilibrio natural que necesita tu vida

Tosh lanza Fusión de Cereales, una opción con todos lo bueno de una galleta multicereal de Trigo, Arroz, Avena, Maíz, Almendras y Linaza. Disfruta naturalmente los beneficios del Omega 3 y Omega 6, y la deliciosa combinación de sus 6 ingredientes. Con Tosh Fusión de Cereales si no puedes ir a lo natural, tráelo a ti. Tosh, "Cuidate no te castigues"



Litro Chocolyne

Helado de chocolate light con viruta de CHOCOLYNE, sin azúcar, bajo en grasa y bajo en colesterol. Este producto se une a la campaña social de lucha contra el cáncer de seno con el 3% de las ventas para destinarlos en bonos para mamografías a mujeres de escasos recursos y en educación y detección temprana por medio de material educativo en comunidades, colegios y empresas.



Palo Loco Shrek

Ahora Palo Loco trae a los personajes de la película "Shrek para siempre" en sus empaques, con tres diferentes motivos. En su interior encontraremos los nuevos Palo Spinners y un stiker de la película para coleccionar. Así, Palo Loco se convierte en una marca más cercana que significa diversión para los niños: colores y mucho movimiento.

Paleta Crem Helado Fantasma

Por primera vez, Crem Helado lanza para su Canal Móvil, línea económica, la nueva Paleta Fantasma para aprovechar la temporada de Halloween especial para los niños. Una deliciosa paleta de helado de naranja y chocolate, con cobertura de chocolate y en forma de fantasma!



El Negocio Galletas de Grupo Nacional de Chocolates S.A. efectuó la adquisición de FEHR HOLDINGS, LLC, en los Estados Unidos

Luego de cumplir los trámites ante la Federal Trade Commission y demás condiciones precedentes establecidas, Grupo Nacional de Chocolates S.A., realizó la adquisición del 100% de la compañía Fehr Holdings, LLC., que **entrará a fortalecer el Negocio de Galletas**. El cierre de la transacción se hizo efectivo el 15 de octubre de 2010.



Fehr es una empresa dedicada a la producción y comercialización de galletas dulces, a través de dos plataformas de producción ubicadas en Texas y Oklahoma. La compañía comercializa sus productos, principalmente, con las marcas Lil' Dutch Maid, Sun Valley y Tru-Blu, presentes en 43 estados de los Estados Unidos, México y Panamá.

Fehr. También, debido a la ubicación estratégica de los centros de producción y distribución de la compañía, tendrá la posibilidad de producir galletas de marca Noel y Pozuelo y atender de una forma mucho más eficiente nuestro mercado objetivo en los Estados Unidos, principalmente hispano, de México y El Caribe.

En la operación de Fehr se destaca su nivel de eficiencia y productividad, lo que le ha permitido ser altamente competitiva y generar relaciones crecientes y duraderas dentro del segmento de clientes que atiende. Como consecuencia, ha logrado crecimientos destacados durante los últimos años y niveles de rentabilidad superiores a los de compañías comparables. En el pasado año fiscal, la compañía obtuvo ventas de US\$62,7 millones después de crecer a un ritmo interanual del 15,5% en los últimos dos años y un margen EBITDA ajustado de 13,0%.

Adicionalmente, la cercanía con los centros de producción de trigo, una de las principales materias primas del Negocio de Galletas, traerá importantes economías y desarrollo de la cadena de abastecimiento hacia Colombia y Costa Rica.

El Chief Executive Officer (CEO) de Fehr Holdings y su equipo directivo, se ratifican en sus cargos actuales, respaldado por la gestión de un grupo humano cercano a los 300 colaboradores. A su vez, se crea para esta compañía el nuevo cargo denominado Chief Business Development Officer (CBDO) el cual será asumido por Miguel Moreno Múnera, quien viene de desempeñarse como Gerente Financiero del Negocio de Galletas.

Esta adquisición es un paso muy positivo para el Negocio de Galletas de Grupo Nacional de Chocolates S.A., que continuará desarrollando el negocio actual de

Esta positiva noticia hace parte de la gestión estratégica del Grupo en el desarrollo de sus mercados en la Región.





La Fundación Grupo Nacional de Chocolates y el Banco de Alimentos fortalecen su alianza para beneficio de la comunidad de Barranquilla

Mediante el trabajo con el Banco de Alimentos de Barranquilla Grupo Nacional de Chocolates y sus empresas, han realizado aportes tanto en dinero como en especie, lo que ha permitido beneficiar 115 instituciones que reúnen alrededor de 14.500 personas de los estratos uno y dos.



En un acto realizado en el municipio de Malambo en el marco de la actividad de hábitos de nutrición saludable con la población que asiste al Comedor Comunitario de Villa Campo, la Fundación Grupo Nacional de Chocolates, representada por Carlos Ignacio Gallego su Director General, y la Red Nacional del Banco de Alimentos, representada por su Directora, Julia Ulloa, fortalecieron su alianza para continuar su gestión comprometida con la nutrición de la comunidad.

“La alianza entre la Fundación GNCH y la Red Nacional de Bancos de Alimentos ha permitido generar estrategias para el desarrollo de capacidades locales orientadas a atender las necesidades nutricionales de las comunidades y a generar hábitos sanos a partir del conocimiento y la educación en diferentes regiones. A esta iniciativa se han unido varias empresas del sector privado con quienes

se han sumado esfuerzos para garantizar el impacto en las comunidades más necesitadas”, comentó Carlos Ignacio Gallego.

Mediante la gestión respaldada por la empresa Alimentos Cárnicos S.A.S. perteneciente al Grupo Nacional de Chocolates, en un trabajo coordinado con la Fundación GNCH, se ha contribuido al adecuado desarrollo nutricional de 120 niños entre los seis y diez años en los comedores de Villa Campo en Malambo y Villa Adela en Soledad, lo cual ha incidido de manera positiva en su rendimiento escolar y crecimiento saludable.

Los comedores son coordinados con el apoyo de madres comunitarias, quienes son las encargadas de la preparación de los alimentos. Así mismo, este proyecto cuenta con el soporte del Programa Mundial de Alimentos (PMA).



Fundación Crem Helado de GNCH realizó la X Versión del **Congreso Nacional de Educación**

Los pasados 11 y 12 de octubre, se llevó a cabo el décimo “Congreso Nacional Gestión Integral en la Educación: un aporte al país”, en la ciudad de Bucaramanga. El evento se realizó con el firme propósito de contribuir al mejoramiento de la calidad en la gestión de instituciones educativas a través del acompañamiento de voluntarios empresariales y de presentar el balance y resultados exitosos de los procesos liderados por el proyecto educativo Líderes Siglo XXI de Grupo Nacional de Chocolates.

Actualmente, el proyecto es ejecutado en diez zonas del país: Armenia, Barranquilla, Bogotá D.C., Bucaramanga, Cartagena, Ibagué, Manizales, Medellín, Pereira y Valle; y en el exterior en Quito, Ecuador.

El congreso contó con la presencia de la Ministra de Educación Nacional, María Fernanda Campo, autoridades académicas del país, miembros de instituciones educativas impactadas y expertos en temas de calidad en la educación, con lo que se evidencia el compromiso e involucramiento de los diferentes sectores con la educación en Colombia.

A septiembre de 2010, en el proyecto Líderes Siglo XXI se encontraban vinculadas cerca de 600 instituciones educativas, que en su mayoría han demostrado un importante mejoramiento en el desempeño en la prueba ICFES. El objetivo de la iniciativa, además de retribuir a la comunidad los beneficios que recibe del sector productivo, es aportar al mejoramiento de la calidad en la educación que reciben los jóvenes del país sin distinción de condición social y bajo un modelo de formación integral que aporte al desarrollo sostenible del país y al relacionamiento de las empresas con la sociedad.

Bajo la premisa de que la educación es un deber de todos, el desarrollo del proyecto educativo Líderes Siglo XXI implica la convocatoria, vinculación y acompañamiento de voluntariado empresarial por medio del cual un directivo se convierte en asesor del proceso de mejoramiento y transformación de un colegio. Hoy, más de 260 empresas y alrededor de 400 voluntarios pertenecientes a ellas, se han integrado de manera efectiva a los equipos de trabajo de instituciones educativas para optimizar los procesos propios de la gestión escolar, por medio de la implementación de herramientas de mejoramiento continuo.