

Boletín Accionistas

Primer trimestre de 2014



2 Noticias

4 Información financiera

6 Novedades

8 Sostenibilidad

Grupo Nutresa inició un excelente 2014. Se destaca el crecimiento en ventas en Colombia y en rentabilidad

Sostenido crecimiento rentable, entregando valor a nuestros accionistas

Grupo Nutresa finaliza el primer trimestre del año 2014 con ventas totales de COP 1,572,825 millones, lo que representa un crecimiento del 26.6%, incluyendo adquisiciones, y 12.8% orgánico, con unas ventas por innovación equivalentes a 14.1% de las ventas totales¹.

Las ventas en Colombia alcanzaron COP 960,640 millones y crecieron un 9.2%. Este desempeño se explica principalmente por la continuación de una positiva dinámica de consumo que se ha venido dando de manera creciente en los últimos trimestres, sumada a la capacidad de nuestro modelo comercial de llegar al mercado con una oferta diferenciada por canales y segmentos, y a la relevancia de las propuestas de valor de las marcas en las diferentes regiones.

Las ventas internacionales representaron el 38.9% de las ventas totales del Grupo, al cerrar en USD 307 millones, con un crecimiento del 52.5%. Este destacado aumento fue impulsado tanto por el crecimiento orgánico de nuestras operaciones, que fue del 9.9%, como por la inclusión de las ventas de Tresmontes Lucchetti (TMLUC), la cual generó ingresos durante los tres primeros meses del año por USD 85.7 millones.

Además del excelente crecimiento en las ventas, es importante resaltar el aumento sostenido de la rentabilidad operativa, reflejado en un margen ebitda de 13.9%. El ebitda fue de COP 218,965 millones, 21.8% superior al del primer trimestre del año 2013. Este aumento de la rentabi-

lidad se deriva de la continuidad en los ahorros y eficiencias del programa de compras globales, nuestra política de cobertura frente a la volatilidad en precios de materias primas, la mejora en la mezcla de productos vendidos y los programas internos para mejorar la productividad.



La utilidad operacional creció en un 16%, al llegar a COP 163,695 millones, con un margen operativo de 10.4%.

Finalmente, se termina el primer trimestre con una utilidad neta consolidada de COP 85,055 millones, superior en un 7.3% a la del mismo periodo del año anterior.

Informe anual y de sostenibilidad GRI G4

Como hecho destacado del primer trimestre, se publicó el Informe Anual y de Sostenibilidad del Grupo para el año 2013, preparado de conformidad con la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad del Global Reporting Initiative GRI G4. Grupo Nutresa reporta desde 2011 bajo los lineamientos de las guías GRI. Para consultar el informe anual lo invitamos a visitar: <http://informe2013.gruponutresa.com/>

- Las ventas en Colombia crecieron un **9.2%** con respecto al primer trimestre del año anterior, ascendiendo a **COP 960,640 millones**.
- El ebitda creció un **21.8%** y fue de **COP 218,965 millones**.
- Las ventas totales tuvieron un incremento del **26.6%** ascendiendo a **COP 1,572,825 millones** incluyendo adquisiciones, y **12.8%** orgánico.

- Las ventas internacionales con un crecimiento del **52.5%** fueron de **USD 307 millones** incluyendo adquisiciones, y **9.9%** orgánico.
- Las ventas en el exterior representaron el **38.9%** de las ventas totales del Grupo.
- Tresmontes Lucchetti (TMLUC) aportó **USD 85.7 millones** en ventas durante los tres primeros meses del año.

1. El porcentaje de las ventas por innovación no considera las ventas de TMLUC.

Carlos Ignacio Gallego asume como Presidente de Grupo Nutresa

El pasado 19 de marzo, la Junta Directiva de Grupo Nutresa designó como nuevo presidente de la organización al ingeniero civil Carlos Ignacio Gallego, quien asumió el cargo a partir del pasado 1 de abril.

El pasado 19 de marzo, la Junta Directiva de Grupo Nutresa designó como nuevo presidente de la organización al ingeniero civil Carlos Ignacio Gallego, quien asumió el cargo a partir del pasado 1 de abril.

Gallego cuenta con más de 25 años de experiencia. Dentro de su carrera se destacan su capacidad profesional, su experiencia en el Grupo Nutresa y su gran dimensión humana, razones que fueron determinantes para la Junta al momento de tomar la decisión.

El anuncio fortalece la continuidad del Grupo como compañía multilatinas que le apuesta a la sostenibilidad, y que constantemente busca oportunidades de crecimiento y expansión en el mercado mundial.

“Es muy satisfactorio, y retador a la vez, hacer parte de Grupo Nutresa. Es una gran responsabilidad asumir la Presidencia de la compañía, pero contar con un equipo humano comprometido y profesional me hace sentir más seguro en este proceso”.

Carlos Ignacio Gallego,
nuevo presidente de Grupo Nutresa.

“En Carlos Ignacio Gallego hemos encontrado a la persona que reúne todos los requisitos para suceder a Carlos Enrique Piedrahita. Su experiencia en el Grupo Nutresa, con más de 20 de trabajo dedicado en estas empresas, su clara noción de la responsabilidad social y sus destacados resultados como presidente del negocio de chocolates le dan los méritos para este nombramiento” aseguró Antonio Celia, presidente de la Junta Directiva del Grupo Nutresa.

El propósito de Gallego será continuar con la estrategia de expansión y fortalecimiento en el exterior del Grupo Nutresa, con el posicionamiento del Grupo como una de las organizaciones más sostenibles de la industria de alimentos, así como con lograr la MEGA 2020, como parte de la Estrategia para nuestro Primer Siglo.

Por su parte, el Dr. Carlos Enrique Piedrahita Arocha, quien presentó su renuncia el pasado 29 de enero, se dedicará a adelantar proyectos personales, dentro de los cuales se destaca el merecido disfrute de su jubilación.

El Grupo destaca la sobresaliente gestión del Dr. Piedrahita durante su permanencia en la Organización, así como su gran capacidad de liderazgo, su visión integral de los negocios y su alto sentido humano y social.



Nueva planta de galletas *crackers* en los EE.UU.



Grupo Nutresa, a través de su filial Fehr Foods, anunció recientemente la apertura de una nueva planta para la producción de galletas *crackers* en Abilene, Texas.

La inversión total de la planta es de cerca de 32 millones de dólares, de los cuales el Grupo invertirá 24 millones durante el 2014 con el fin de incrementar su capacidad y aprovechar el mercado de las galletas *crackers*, que se estima cercano a los 6 billones de dólares.

Fehr Foods, compañía adquirida en octubre de 2010, se dedica a la producción de galletas dulces, tiene cobertura nacional en los Estados Unidos y exporta a México, Colombia y países de Centroamérica y el Caribe principalmente.

La nueva planta está ubicada estratégicamente al interior de los Estados Unidos y le permitirá al Grupo incrementar en cerca del 40% su capacidad en dicho país, apalancado también en su modelo de atención multicanal.

Grupo Nutresa crea **Oriental Coffee Alliance**, *joint venture* con **Mitsubishi Co.** para la comercialización de productos de café

Grupo Nutresa, su filial Colcafé y Mitsubishi Corporation, firmaron el pasado 17 de febrero en Tokyo, Japón, un acuerdo de *joint venture* (alianza estratégica) para la creación de una nueva sociedad denominada "ORIENTAL COFFEE ALLIANCE SDN. BHD." (OCA), con el objetivo de desarrollar conjuntamente la comercialización de productos de café en Asia y buscar nuevas oportunidades de negocio en la región en otras categorías en las que Grupo Nutresa opera.

Oriental Coffee Alliance tendrá sede principal en Kuala Lumpur, Malasia, y sus accionistas serán Colcafé y Mitsubishi Corporation, cada uno con un 50% de participación. A través de la nueva sociedad se realizará la venta de productos de Dan Kaffe Malaysia (DKM), compañía vinculada a Grupo Nutresa desde diciembre del año 2012, así como la de algunos productos de Colcafé y del Grupo en el continente asiático.



Esta asociación con Mitsubishi Corporation, multinacional japonesa y uno de los conglomerados más grandes y reconocidos del mundo, y con una gran red comercial en Asia, le permite a Grupo Nutresa avanzar en los objetivos inicialmente trazados con la adquisición de DKM, de ampliar su papel en la industria global del café, diversificar la producción y el origen de sus cafés solubles, e incursionar en el mercado de rápido crecimiento de café en Asia.

Colcafé nombrará al director comercial de OCA, quien de forma conjunta con el director general, nombrado por Mitsubishi Corporation, estará a cargo del desarrollo de los negocios del *joint venture*.

RECONOCIMIENTOS

Colcafé y Vidarium reconocidos en el XXV Congreso Colombiano de Cardiología y Cirugía Cardiovascular

En el marco del XXV Congreso Colombiano de Cardiología y Cirugía Cardiovascular, que tuvo lugar en Medellín en marzo pasado, el trabajo liderado por Colcafé y Vidarium "El consumo crónico de café filtrado con aporte de antioxidantes mejora la capacidad antioxidante del plasma sin afectar el perfil de lípidos de adultos sano" ocupó el segundo lugar en la categoría de Investigación Institucional.

Tosh sorprende con sus estrategias de "Street Marketing"

Tosh fue reconocida en la categoría "Street Marketing" del Festival Iberoamericano de Promociones y Eventos – FIP, por sus acciones de publicidad no convencional y la creación de campañas basadas en imágenes que atraen desde lo sensorial o emocional, y que tienen relación con la situación de compra y consumo de producto.

El modelo *Go to Market* del Negocio Cárnico, entre los cinco mejores de Latinoamérica

Una reciente encuesta, realizada por McKinsey en asociación con Nielsen, el "LATAM customer and channel management survey" arrojó que el modelo *Go to Market* del Negocio Cárnico se encuentra en los cinco mejores de Latinoamérica. En este estudio fueron evaluadas 43 compañías de países como Brasil, México, Perú y Colombia.

La granja experimental Yariguíes recibió importantes certificaciones

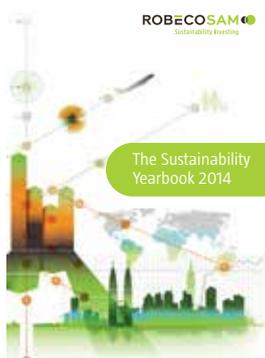
La Granja Experimental Yariguíes, de Compañía Nacional de Chocolates, ubicada en Santander, obtuvo la Certificación en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y la Certificación en Buenas Prácticas Agrícolas bajo la norma 5811, ambas de ICONTEC.

Tresmontes Lucchetti: reconocida por su eficiencia energética

Gracias a los buenos resultados en materia de eficiencia energética, la compañía fue premiada con el Sello Eficiencia Energética del Ministerio de Energía de Chile. Este reconocimiento se enmarca dentro de la Estrategia Nacional de Energía de Chile para 2012-2030. El sello identifica y reconoce a aquellas empresas líderes en el desarrollo de medidas en esta materia.

La planta de Bogotá del Negocio de Helados recibe el Certificado Medioambiental

El pasado 13 de febrero, la planta de producción de helados de La Floresta, en Bogotá, recibió la certificación por parte del Icontec, bajo la Norma ISO 14001, reconociendo su sólido desempeño ambiental. En el 2014, el Negocio de Helados aspira a recibir esta misma certificación para su planta de Manizales.



Grupo Nutresa incluida en el **Sustainability Yearbook 2014** en la categoría **bronce**

En enero pasado, Grupo Nutresa obtuvo por segunda vez el reconocimiento bronze class en el "Sustainability Yearbook 2014", que la ubica entre las seis mejores compañías en el sector de alimentos a nivel mundial en términos de sostenibilidad.

Este anuario, elaborado por la firma Robeco SAM, incluye una clasificación de las empresas con mejor desempeño en sostenibilidad corporativa a nivel global y se realiza tomando como base las compañías listadas en el índice de sostenibilidad Dow Jones Sustainability Index.

La permanencia de Grupo Nutresa en el Sustainability Yearbook y en el Dow Jones Sustainability Index ratifica el compromiso de la Organización con la protección del medio ambiente, la creación de valor económico y una mejor relación con nuestros grupos de interés.

Estado de resultados consolidado*

Marzo 31 de 2014. Cifras expresadas en millones de COP

Millones de pesos	mar-14	%	mar-13	%	% var.
Total Ingresos Operacionales	1,572,825	100.0%	1,242,052	100.0%	26.6%
Costo mercancía vendida	-875,730	-55.7%	-682,801	-55.0%	28.3%
Utilidad Bruta	697,095	44.3%	559,251	45.0%	24.6%
Gastos de administración	-103,109	-6.6%	-64,873	-5.2%	58.9%
Gastos de venta	-400,920	-25.5%	-325,559	-26.2%	23.1%
Gastos de producción	-29,371	-1.9%	-27,738	-2.2%	5.9%
Total Gastos Operacionales	-533,400	-33.9%	-418,170	-33.7%	27.6%
Utilidad Operativa	163,695	10.4%	141,081	11.4%	16.0%
Ingresos financieros	7,447	0.5%	2,375	0.2%	213.6%
Gastos financieros	-39,145	-2.5%	-16,818	-1.4%	132.8%
Diferencia en cambio neta	7,445	0.5%	-1,758	-0.1%	-523.5%
Otros ingresos (egresos) netos	-8,069	-0.5%	-7,981	-0.6%	1.1%
Dividendos de portafolio	9,657	0.6%	8,803	0.7%	9.7%
Post Operativos Netos	-22,665	-1.4%	-15,379	-1.2%	47.4%
UAI e Interés minoritario	141,030	9.0%	125,702	10.1%	12.2%
Impuesto de renta	-54,819	-3.5%	-46,692	-3.8%	17.4%
Interés minoritario	-1,156	-0.1%	276	0.0%	-518.8%
UTILIDAD NETA	85,055	5.4%	79,286	6.4%	7.3%
EBITDA CONSOLIDADO	218,965	13.9%	179,705	14.5%	21.8%

*Información ilustrativa, no auditada.

Volumen de negociación diario

Cifras expresadas en millones de COP



Balance general consolidado*

Marzo 31 de 2014. Cifras expresadas en millones de COP

Millones de pesos	mar-14	mar-13	% var.
ACTIVO			
Disponible e Inv. Temporales	353,987	268,522	31.8%
Inversiones	376,030	356,520	5.5%
Deudores	901,396	721,224	25.0%
Inventarios	759,576	565,079	34.4%
Propiedad, planta y equipo	1,481,507	1,130,203	31.1%
Intangibles	1,979,821	1,030,021	92.2%
Diferidos	110,933	53,810	106.2%
Otros activos	18,237	6,387	185.5%
Valorizaciones	4,881,634	4,924,714	-0.9%
Total Activo	10,863,121	9,056,480	19.9%
PASIVO			
Obligaciones financieras	1,990,883	698,237	185.1%
Proveedores	224,001	166,315	34.7%
Cuentas por pagar	440,450	349,442	26.0%
Impuestos, gravámenes y tasas	114,252	103,109	10.8%
Obligaciones laborales	75,652	67,660	11.8%
Pasivos estimados y provisiones	223,600	156,784	42.6%
Diferidos	224,405	160,397	39.9%
Otros	2,502	4,320	-42.1%
Total Pasivo	3,295,745	1,706,264	93.2%
Minoritarios	19,809	5,700	247.5%
PATRIMONIO	7,547,567	7,344,516	2.8%
Total Pasivo y Patrimonio	10,863,121	9,056,480	19.9%

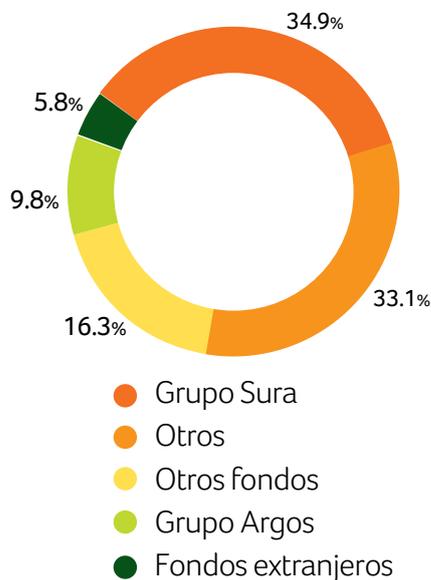
Indicadores

Precio de Cierre	27,280
Precio de Cierre año anterior	26,000
Máximo 52 Semanas	28,500
Mínimo 52 Semanas	22,900
Capitalización Bursatil (\$MM)	12,552,168
Valor Intrínseco	16,429
RPG (1)	24.9
P/VL (1)	2.4
EV / EBITDA (1)	11.8
Utilidad por acción	841
Dividendo por acción-mes	36.0
Rentabilidad por dividendos (2)	1.5%
Rentabilidad por valorización (2)	4.9%
Rentabilidad combinada (2)	6.5%
Variación COLCAP(2)	-4.9%
Retorno sobre activos (1)	11.0%
Retorno sobre patrimonio (1)	10.0%
Retorno sobre capital invertido (1)	14.9%
Acciones en Circulación	460,123,458
Número de Accionistas	15,069
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



Choy's Marshmallow con gran éxito en Centroamérica

Compañía Nacional de Chocolates de Costa Rica lanzó recientemente al mercado centroamericano la nueva presentación de Choy's Marshmallow, una golosina con un suave interior de marshmallow de colores recubierto de chocolate con arroz tostado, la cual ha tenido gran aceptación entre clientes y consumidores. Su introducción se hizo inicialmente en Costa Rica y próximamente se realizará en los mercados de Guatemala, El Salvador y Panamá, bajo el nuevo concepto de "¡Sos único, be Choy's!".



Maní Kraks de La Especial

Compañía Nacional de Chocolates y su marca La Especial continúa sorprendiendo con sus innovaciones, y en esta ocasión lo hace con el nuevo maní tipo japonés Maní Kraks. Con un precio de \$500, los consumidores colombianos pueden disfrutar de un delicioso maní recubierto y horneado, la mezcla perfecta entre dulce y salado y entre suave y crocante.



Jumbo Flow, un nuevo placer sin límites

Buscando incrementar y fortalecer la participación de Jumbo como marca en el segmento *candy bar*, Compañía Nacional de Chocolates lanzó recientemente en Colombia Jumbo Flow, con dos deliciosas presentaciones: barra de nougat con maní y caramelo recubierta con chocolate, y chocolate blanco. El propósito de Jumbo Flow es convertirse en la mejor opción de compra para el consumidor en el rango de los mil pesos.

Pícaras Ice

Compañía Nacional de Chocolates de Perú lanzó al mercado, para la temporada de San Valentín, las únicas galletas con efecto *ice*: Pícaras Ice con sabor a piña colada y capuccino. A ellas se les sumó Pícaras Ice sabor fresa, en forma de corazón y mensajes especiales en el empaque.



Cárnicos

Practicarne, innovación que hace la diferencia

Zenú lanzó con gran éxito en Colombia una nueva solución cárnica, práctica y nutritiva: Practicarne. Un producto innovador y diferenciado que llega para apropiarse de la ocasión de consumo más importante del día: el almuerzo. Practicarne ahorra tiempo porque viene lista, es precocida, no requiere condimentos adicionales, aceite, ni sal y permite hacer un sinnúmero de preparaciones con gran sabor, textura y aroma. Practicarne está disponible en presentación de 400 gramos con un precio sugerido de \$5.800 pesos, disponible en los principales supermercados y autoservicios, y de 200 gramos por \$2.900, disponible en tiendas.



Nueva Cazadora: economía y rendimiento

Para las amas de casa de la Costa Colombiana que buscan productos económicos, prácticos, de buen sabor y rendidores, Cunit lanzó en marzo la nueva salchicha Cazadora, elaborada con carne de cerdo, res y pollo, con un sabor ahumado y pre-cocida para consumir "tal y como vienen". Con este lanzamiento el Negocio Cárnico complementa la propuesta de valor en salchichas para la marca Cunit y logra desarrollar un producto para el desayuno dirigido a los compradores sensibles al precio. La campaña de comunicación inició en marzo con un gran despliegue en puntos de venta y apoyo en medios exteriores.

Un año nuevo con Propósitos Pietrán

En febrero se realizó en Colombia la campaña "Propósitos Pietrán" con el objetivo de fortalecer el posicionamiento de la marca y dinamizar el mercado. La mecánica para el consumidor consistió en comprar dos productos Pietrán, reclamar una tarjeta código para inscribirse en www.pietran.com.co, para luego participar en el sorteo de tres viajes para dos personas al Hotel Decamerón Barú -en el Caribe Colombiano- 60 Tablet Samsung Galaxy Tab 3 y 50 bicicletas playeras. La campaña tuvo como eje central una estrategia de comunicación digital que logró un 12,7% de redención de códigos registrados en la página web.



Tresmontes Lucchetti - TMLUC

Kryzpo Air Crunch: Únicas en el Mundo

Tresmontes Lucchetti lanzó al mercado chileno las nuevas Kryzpo Air Crunch, fruto del trabajo con un prestigioso proveedor italiano, que permitió crear un producto único en el mundo. Kryzpo Air Crunch ofrece una papa de corte "malla" o "rejilla", con una textura única e inconfundible, que les da una crujencia y sabor inigualables. En sus dos variedades, original y queso, Kryzpo Air Crunch llega para revolucionar el mercado chileno de los snacks. Kryzpo es ¡El poder del Crunch!





Pastas



Doria complementa su portafolio de pastas rellenas

Fomentando nuevos momentos de consumo, e innovando en la categoría, Doria lanzó al mercado tres nuevos sabores de pastas rellenas: Ravioli con Jamón, Ravioli con Queso y Espinaca y Tortellini con Verduras. Estas nuevas referencias se convierten en una excelente alternativa para las familias colombianas que buscan acompañar momentos especiales.

Especialidades Doria al alcance de todos

Continuando con el éxito obtenido por Spaghetti Doria Sabor Ranchero masificándolo en los canales tradicionales y con el ánimo de que más consumidores tengan acceso a las referencias de valor agregado, Doria llega a las tiendas con una nueva referencia, Spaghetti Mantequilla 220 g. De esta manera, la marca continúa trabajando por ser accesible a la población colombiana y disfrute de la pasta con el toque adecuado de mantequilla.



Doria Kids con la imagen de la película Rio 2

En línea con el objetivo de aumentar el consumo per cápita de pasta en Colombia, y desde la misma infancia, Doria Kids se renovó y para esto llega con toda la alegría y diversión de los personajes de la película Rio 2. Las nuevas pastas recrean la forma de los personajes de la película y, en conjunto con los macarrones con queso, se convertirán en una opción ideal de alimentación para los niños.



Helados

Nueva Mini Polet

Para aquellos que quieren disfrutar de Polet con más frecuencia y en menores cantidades, el Negocio Helados lanza en Colombia la nueva Mini Polet, un producto ideal que entrega el máximo placer por su cremosidad y contenido, en un tamaño ideal por porción. Mini Polet está disponible en sabores vainilla-almendras, frutos del Bosque y Cookies & Cream.



Nuevos Jugos 100% Country Hill

Country Hill es una marca reconocida por el consumidor colombiano gracias a la excelente calidad de su jugo de naranja, el cual es muy similar al jugo recién exprimido. Ahora lanza al mercado su nueva imagen y presentación, junto a dos nuevos sabores que buscan acercar al consumidor a los jugos de manzana y uva 100% naturales y frescos, sin adiciones de azúcar o endulzantes, y con solo el dulce natural de la fruta.



Nueva línea de helados Vital Ice de Crem Helado

Crem Helado introduce en el mercado colombiano su nueva línea de productos Vital Ice, con formulaciones particulares que entregan al consumidor un producto cremoso y rico al paladar y con beneficios funcionales en torno a la salud. En presentación de un litro –ideal para llevar al hogar- Vital Ice ofrece diferentes variedades bajas en grasa y azúcar, con beneficios como “Cuida tu corazón” y “Cuida tu figura”. Vital Ice es la nueva opción deliciosa y saludable de Crem Helado.



Galletas

Más variedad de Galletas Festival con Coco Limón y RIO 2

Esta nueva referencia de Galletas Festival es una edición limitada para el mercado colombiano que presenta un novedoso sabor tropical y complementa el portafolio de la marca para continuar fortaleciendo la variedad como uno de sus principales atributos. Esta innovación está enmarcada en la promoción masiva más importante que tendrá la marca en el 2014, que gira alrededor de la licencia de la película Rio 2.

Festival Coco Limón viene con una crema concéntrica de dos colores –con coco en el medio y sabor a limón alrededor- y la imagen de los personajes de la película Rio 2. A esto se le suma el impactante color amarillo de su empaque, el cual se destaca desde ya en el punto de venta.



Nuevas Merendina Duz

La nueva Merendina Duz, lanzada el pasado mes de marzo en Costa Rica, es un “queque” o pastel con doble sabor a vainilla y chocolate, recubierto de chocolate. Merendina Duz fue introducida al mercado con el fin de ampliar la oferta de Pozuelo en la categoría de pastelería en la región. Este producto ya está disponible en las góndolas de Wal-Mart y otras grandes cadenas de Costa Rica y en el segundo semestre de 2014 será lanzado en Guatemala, Panamá y El Salvador.



Crackers Lil' Dutch Maid en “dollar stores”

La marca Lil' Dutch Maid lanzó una nueva referencia de galletas crackers en taco para enriquecer el portafolio que ofrece en las denominadas “tiendas de dólar” de los Estados Unidos, donde tiene una fuerte presencia. Estas galletas, que actualmente se producen en Colombia, empezarán pronto a ser fabricadas en la nueva planta de Fehr Foods en Abilene, Texas.



Con Noel, ya son tres las compañías de Grupo Nutresa en Colombia certificadas como Organización Saludable



En febrero pasado, la Compañía de Galletas Noel fue certificada como Organización Saludable por la Fundación Colombiana del Corazón, lo que constituye un valioso reconocimiento para las empresas que buscan promover hábitos y estilos de vida saludables.

Este logro ha sido posible gracias a la gestión de la salud como un elemento indispensable para el bienestar, y a “Vive con Sentido”, su filosofía de vida en equilibrio y modo de actuación que desarrolla las dimensiones del Ser y que se ha ido incorporando en sus procesos y creando una verdadera conciencia de cuidado integral en sus colaboradores.

En el caso de Colcafé, el aval se dio el pasado 27 de enero y se dio como resultado del alto compromiso de cada uno de sus empleados por la gestión individual de los factores de riesgo cardiovasculares prevenibles. Por su parte, Compañía Nacional de Chocolates obtuvo su certificado el 20 de noviembre, convirtiéndose en la primera empresa colombiana en hacerlo.

Como modo de actuación en el marco de la cultura Noel de Corazón, “Vive con Sentido” le permitirá a Noel darle confianza a sus clientes y consumidores de que sus productos, además de ofrecer la mejor calidad, están elaborados por personas que trabajan en una empresa que trabaja por su bienestar integral.



De este modo, Compañía de Galletas Noel se suma a Colcafé y a la Compañía Nacional de Chocolates, empresas que ya fueron certificadas recientemente.

Villa Colombia ya es una realidad en Haití



Después de cuatro años del terremoto de Haití, y gracias a la gestión de Antioquia Presente y a los recursos aportados por

cientos de colombianos, se logró la construcción de Villa Colombia, un conjunto de 72 viviendas en Croix des Bouquets, cerca a Puerto Príncipe. De estas, 20 fueron donadas por Grupo Nutresa y sus empresas.

Esta colaboración hizo parte del total de 1,026 millones de pesos con los que el Grupo se manifestó posterior a la tragedia. 515 se entregaron en forma de producto, 340 millones fueron aportados por los negocios directamente y los 171 restantes fueron donados por casi 2.500 voluntarios colaboradores.

Al igual que en Haití, el Grupo seguirá apoyando a las comunidades que se vean afectadas por catástrofes y desastres que comprometan la calidad de vida de las personas, no solo en Colombia y sino en toda la región estratégica de Grupo Nutresa.

Tresmontes Lucchetti ingresa al “Consortio por la Sostenibilidad”

Con el fin de colaborar a la investigación y generación de un estándar global en los procesos de evaluación de la sostenibilidad de las bebidas instantáneas frías, Tresmontes Lucchetti ingresó al Consortio por la Sostenibilidad de la mano de Fundación Chile.



Para llevar a cabo esta investigación se someterá a análisis el ciclo de vida de Livean -una de las principales marcas de bebidas instantáneas frías de TMLUC- tomando como base la metodología SMRS (Sistema de Reporte y Medición Sostenible), una de las más exigentes y reconocidas a nivel mundial, y que utiliza The Sustainability Consortium (TSC).

Fundación Nutresa apoya el proyecto de Medellín Multilingüe, que formará a más de 400 maestros de preescolar de la ciudad

Consciente de la necesidad de preparar a los futuros líderes del país y comprometidos con la promoción de una educación que potencie la internacionalización, Fundación Nutresa apoya el programa de Bilingüismo de la Alcaldía de Medellín “Pre-k English”, que capacitará a más de 400 maestros y maestras de preescolar en inglés, durante un periodo de tres años.

Con una inversión de más de 2,000 millones de pesos, el proyecto fortalecerá la enseñanza del inglés por medio de competencias comunicativas en esta lengua extranjera y formará a los docentes en estrategias



metodológicas que permitan cualificar el proceso de enseñanza y aprendizaje.