



2 Noticias

4 Estados Financieros

6 Novedades

8 Sostenibilidad

*Las ventas en Colombia lograron un crecimiento del **10,7%**.*

Resultados segundo trimestre 2012

Excelente desempeño en las ventas en Colombia y en el nivel de rentabilidad

Gruppo Nutresa S.A. y sus compañías subordinadas publicaron sus resultados financieros consolidados a 30 de junio de 2012, destacándose el positivo crecimiento de las ventas en Colombia, acompañado de un importante incremento en la rentabilidad.

Las ventas totales consolidadas del semestre presentaron un incremento del 7,0% con respecto a la cifra registrada a junio de 2011, alcanzando un nivel de \$2 billones 503.015 millones de pesos.

Las ventas en Colombia alcanzaron \$1 billón 809.040 millones de pesos con un crecimiento del 10,7%. Este desempeño se debe en gran medida al modelo de distribución que se viene implementando desde el 2010 a través de Comercial Nutresa, lo que representa una ventaja competitiva perdurable en el tiempo. El crecimiento está jalonado por los mayores volúmenes, con una variación del 7,7% en toneladas, y un incremento de precios de 2,8%

En el exterior, las ventas alcanzaron los mismos niveles del año anterior al generar un total de US\$387,3 millones equivalente al 27,8% de las ventas totales consolidadas. A excepción de Fehr Foods en Estados Unidos y Compañía Nacional de Chocolates de Perú, que presentan un buen desempeño, se percibe en la región una dinámica menor a la colombiana, que refleja el deterioro de la situación económica internacional.

La rentabilidad operativa consolidada se ubicó en \$312.054 millones de pesos con un incremento del 11,1% respecto a junio del año anterior, y generando un margen EBITDA del 12,5%, superior al 12,0% obtenido hace un año. La mejora en el margen se debe principalmente al menor costo de las materias primas y a los resultados de los planes de eficiencia y productividad implementados por los Negocios del Grupo.

Como consecuencia del incremento en la rentabilidad operativa y el menor gasto financiero durante 2012, la utilidad neta consolidada crece un 28,4%, llegando a \$147.088 millones de pesos.

*El EBITDA presentó un incremento del **11,1%**, generando un margen sobre ventas del **12,5%***



Merco Personas dio a conocer su Ranking 2012: Grupo Nutresa entre las 5 mejores empresas para trabajar en Colombia



En el sector de alimentos Grupo Nutresa la más atractiva para trabajar

El Monitor Merco Personas Colombia, es realizado por la firma independiente e internacional Merco, que evalúa: La Calidad Laboral, la Marca Empleador y Reputación Interna de las empresas en Colombia. Recientemente, Merco divulgó los resultados de su versión 2012. El monitor se hizo sobre un universo de 130 empresas de las cuales sale el ranking general de 100. Los públicos que realizaron la valoración para este ranking estuvieron conformados por: Trabajadores, público en general, estudiantes de último semestre, expertos de recursos humanos y se realizó un análisis comparativo de políticas de Gestión Humana.

Merco incursionó en nuevas dimensiones:

- **En Calidad de Vida**, nuestro Grupo Empresarial ocupó el 3er lugar, en esta variable se mide salario, desarrollo profesional, motivación, reconocimiento, relación con los jefes y balance vida-trabajo.
- **En Marca del Empleador**, que valora la imagen de la empresa en la sociedad, atracción del talento, recomendaciones, éxito empresarial, atraktividad del sector, Grupo Nutresa se destaca en el 5º lugar.
- **En Reputación Interna**, que mide valores éticos y profesionales de la empresa, igualdad y diversidad, liderazgo de la alta Dirección, identificación con el proyecto empresarial, también estamos entre los 5 primeros lugares.



Las 5 mejores

Junto a Ecopetrol, Bancolombia, Bavaria y EPM, Grupo Nutresa se destacó entre las empresas mejor evaluadas por los públicos consultados.

Se destaca de este monitor su independencia, es el único en el mundo en su tipo en ser verificado con informe de Revisión ISAE 3000 de la empresa auditora KPMG.

El ranking

1 Ecopetrol

2 Bancolombia

3 Bavaria

4 EPM

5 Grupo Nutresa

En el estudio Havas Media de **Marcas Sostenibles:** **Grupo Nutresa la No. 1 en Colombia**

Grupo Nutresa fue elegida como la marca sostenible No. 1 por los consumidores en Colombia, de acuerdo con los resultados del estudio realizado por la firma Havas Media y publicados por Revista Semana de Colombia. El estudio consultó 5.000 consumidores.

Eduardo Sánchez, el Director de Investigaciones de Havas Media comenta: “Nutresa presenta muy buen desempeño en la percepción de sus productos y en como los acerca a la gente. Además muestra una imagen de empresa líder y motor de la economía del país”. El artículo igualmente destaca sobre el Grupo Nutresa: “algunas de estas compañías, tienen un afecto especial de parte de los colombianos por su historia... pero toca además dos de los ejes centrales: Lo que significa para el consumidor -en términos de bienestar- y lo que implica para lo que lo rodea –a la marca -en materia de medio ambiente y sociedad”.

Fuente: Revista Semana



Doria, 60 años junto a las familias colombianas

La marca tradicional que desde 1952 está comprometida con la nutrición y el bienestar.



El Negocio de Pastas de Grupo Nutresa cuenta con dos empresas: Productos Alimenticios Doria y Pastas Comarrico, entre sus marcas más reconocidas están Doria, Comarrico y Monticello.

En la actualidad Doria cuenta con una planta de vanguardia, con el más moderno molino de trigo de América y tecnología italiana. Su gestión es respaldada por un talento humano competente y comprometido.

Gracias a su liderazgo, innovación y la calidad de sus productos, Doria es líder en Colombia y su portafolio es reconocido por su aporte a la nutrición y bienestar de los consumidores, en el que se destaca Doria con Nutrivit, la única pasta con un complemento vitamínico que aporta nutrientes esenciales.



ESTADOS FINANCIEROS

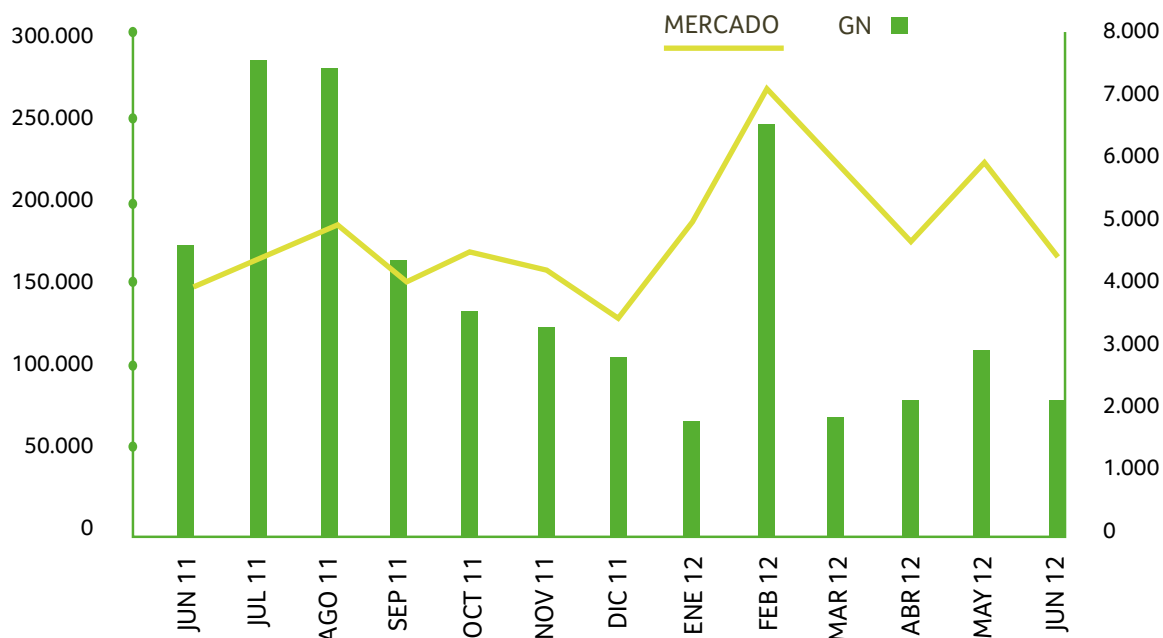
ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO*

JUNIO 30 DE 2012. CIFRAS EXPRESADAS EN MILLONES DE PESOS

	JUNIO 2011	%	JUNIO 2012	%	% VAR.
Total Ingresos Operacionales	2.340.233	100,0%	2.503.015	100,0%	7,0%
Costo mercancía vendida	-1.408.050	-60,2%	-1.453.387	-58,1%	3,2%
Utilidad Bruta	932.183	39,8%	1.049.628	41,9%	12,6%
Gastos de administración	-121.989	-5,2%	-122.331	-4,9%	0,3%
Gastos de venta	-543.665	-23,2%	-615.743	-24,6%	13,3%
Gastos de producción	-52.555	-2,2%	-70.736	-2,8%	34,6%
Total Gastos Operacionales	-718.209	-30,7%	-808.810	-32,3%	12,6%
Utilidad Operativa	213.974	9,1%	240.818	9,6%	12,5%
Ingresos financieros	2.642	0,1%	4.599	0,2%	74,1%
Gastos financieros	-45.293	-1,9%	-35.799	-1,4%	-21,0%
Diferencia en cambio neta	925	0,0%	12.171	0,5%	N.C.
Otros ingresos (egresos) netos	-761	0,0%	-13.007	-0,5%	N.C.
Dividendos de portafolio	16.895	0,7%	17.559	0,7%	3,9%
Realización de inversiones	-112	0,0%	35	0,0%	N.C.
Post Operativos Netos	-25.704	-1,1%	-14.442	-0,6%	-43,8%
UAI e Interés minoritario	188.270	8,0%	226.376	9,0%	20,2%
Impuesto de renta	-72.274	-3,1%	-77.508	-3,1%	7,2%
Interés minoritario	-1.456	-0,1%	-1.780	-0,1%	22,3%
UTILIDAD NETA	114.540	4,9%	147.088	5,9%	28,4%
EBITDA CONSOLIDADO	280.849	12,0%	312.054	12,5%	11,1%

*Información ilustrativa, no auditada.

VOLUMEN DE NEGOCIACIÓN



CIFRAS EXPRESADAS EN MILLONES DE PESOS

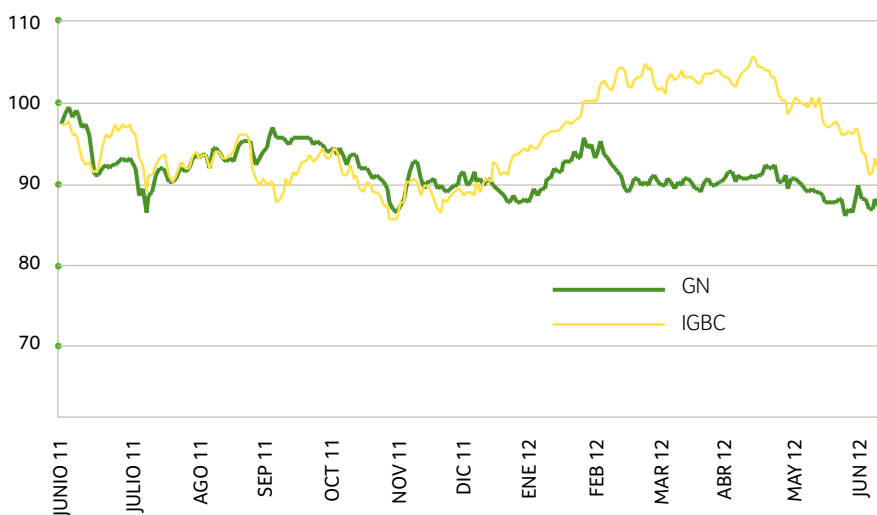
BALANCE GENERAL CONSOLIDADO

JUNIO 30 DE 2012. CIFRAS EXPRESADAS EN MILLONES DE PESOS

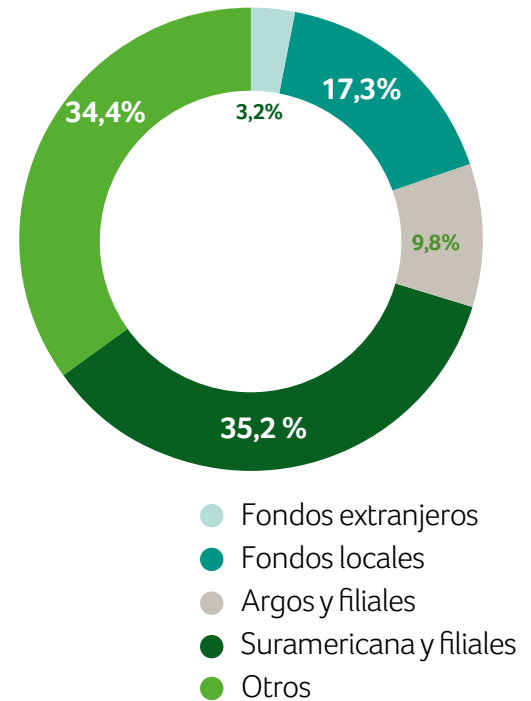
	JUNIO 2011	JUNIO 2012	% VAR.
ACTIVO			
Disponible e Inv. Temporales	134.429	289.563	115,4%
Inversiones	329.795	329.212	-0,2%
Deudores	591.193	604.733	2,3%
Inventarios	620.566	607.704	-2,1%
Propiedad, planta y equipo	991.250	1.049.217	5,8%
Intangibles	888.285	874.918	-1,5%
Diferidos	131.447	126.372	-3,9%
Otros activos	2.325	4.313	85,5%
Valorizaciones	4.512.109	4.015.093	-11,0%
Total Activo	8.201.399	7.901.125	-3,7%
PASIVO			
Obligaciones financieras	1.182.313	638.431	-46,0%
Proveedores	156.545	144.053	-8,0%
Cuentas por pagar	245.133	263.965	7,7%
Impuestos, gravámenes y tasas	134.089	110.220	-17,8%
Obligaciones laborales	44.914	44.736	-0,4%
Pasivos estimados y provisiones	142.956	179.052	25,2%
Diferidos	69.193	101.892	47,3%
Otros	3.341	2.803	-16,1%
Total Pasivo	1.978.484	1.485.152	-24,9%
Minoritarios	14.306	15.516	8,5%
PATRIMONIO	6.208.609	6.400.457	3,1%
Total Pasivo y Patrimonio	8.201.399	7.901.125	-3,7%

*Información ilustrativa, no auditada.

COMPORTAMIENTO DE LA ACCIÓN



COMPOSICIÓN ACCIONARIA



INDICADORES

Precio de cierre	20.500
Precio de cierre año anterior	23.400
Máximo 52 semanas	23.940
Mínimo 52 semanas	20.320
Capitalización bursatil (\$MM)	9.432.531

Valor Intrínseco	13.908
RPG (1)	21,58
P/VL (1)	1,93
EV / EBITDA (1)	11,06
Utilidad por acción	632,43

Dividendo por acción-mes	30,0
--------------------------	------

Rentabilidad por dividendos (2)	1,5%
Rentabilidad por valorización (2)	-12,4%
Rentabilidad combinada (2)	-11,0%
Variación IGBC (2)	-4,6%

Retorno sobre activos (1)	10,4%
Retorno sobre patrimonio (1)	9,9%
Retorno sobre capital invertido (1)	14,4%

Acciones en circulación	460.123.458
Número de accionistas	19.883
Bursatilidad	Alta

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

NOVEDADES

CAFÉ



Sello Rojo Espresso

Sello Rojo lanza al mercado el nuevo Café Sello Rojo Espresso; un café especial para aquellas personas que quieren disfrutar de un espresso en la comodidad de su casa. Este producto se caracteriza por la calidad de sus granos tipo excelso 100% colombiano, una tostión alta y una fina molienda en la presentación de Tostado y Molido, garantizando una máxima extracción para obtener una bebida con un excelente perfil de taza, deliciosa crema e intenso sabor y aroma. Café Sello Rojo Espresso está disponible en las principales cadenas del país en sus dos presentaciones de 500 gramos: Tostado y Molido y en Grano.

Sello Rojo Institucional

Sello Rojo Institucional cuenta con las mismas características de sabor y aroma que el café Sello Rojo de línea tradicional. Ofrece beneficios como economía e información relevante sobre el producto y preparación en el empaque, con perfil de taza tipo medio y fuerte. Ideal para mejorar la rentabilidad que los negocios del mercado institucional buscan en cada taza de café vendida. Viene en presentaciones de 500, 1000 y 2500 gramos.



HELADOS

Helados Bon celebra su cumpleaños 40 con sus consumidores

La marca BON de gran arraigo y tradición en los consumidores dominicanos, cumplió en el mes de mayo 40 años. La compañía ha celebrado con sus empleados, clientes y consumidores este acontecimiento con activaciones de marca, publicidad y promociones con excelentes resultados.



Lanzamiento de la nueva paleta Aloha Intense Limonada Cerezada



En el mes de junio se lanzó la nueva paleta Aloha Intense Limonada Cerezada con cifras récord de venta sobre cualquier referencia de Aloha Intense antes lanzada, consiguiendo superar el millón de unidades vendidas sólo en el mes de junio.

PASTAS

Productos Alimenticios Doria celebra sus 60 años en el mercado colombiano

Pastas Doria al cumplir 60 años celebra su aniversario con el consumidor, entregándole por la compra de producto Doria elementos que incentivan el consumo de pastas como ollas y cucharas pasteras. Doria 60 años disfrutando juntos.



Doria Kids con el personaje de moda Phineas & Ferbs

Pastas Doria renueva su producto Doria Kids que ahora viene con los personajes de moda Phineas & Ferbs, además las figuras de la pasta traen los 7 principales motivos del seriado; se busca incentivar el consumo de pastas en los niños colombianos. Las referencias que Doria tiene en su portafolio son: Macarrón con Queso, Tomate Atómico (pasta + sobre con salsa de tomate), Explosión de Queso (pasta Phineas & Ferbs + sobre de queso) y Mega Pasta.



CÁRNICO

Promoción “Gana y Comparte con Zenú”

Dos mercados, uno para ti y otro para esa persona que hace grandes tus momentos!

“Gana y Comparte con Zenú”, fue la actividad promocional realizada durante el mes de mayo. Por la compra de dos productos de la marca, los consumidores reclamaban un código para participar en el sorteo de dos mercados de un millón de pesos cada uno, donde uno era para el ganador y otro para compartir con quien él quisiera.

En total se entregaron 420 millones de pesos en premios. La actividad contó con la inscripción de 58.298 códigos y obtuvo excelente respuesta en las ventas.



GALLETAS



Todos a la Mesa con Saltín Noel y Ducales

Durante el segundo trimestre del año se lanzó la promoción masiva “Todos a la

Mesa con Saltín Noel y Ducales”

con el objetivo de premiar la fidelidad de los consumidores, e incrementar la presencia en hogares garantizando la compra cruzada de nuestras marcas líderes en los segmentos de crackers y saborizadas.

Con la promoción, los consumidores podían reclamar un puesto de vajilla de 3 piezas, con la entrega en alguno de los puntos autorizados de un empaque de taco metalizado de Saltín Noel y un empaque de taco metalizado de Ducales más \$5.000 pesos. Con esta actividad se obtuvo una excelente respuesta en ventas.

FESTIVAL ERA DE HIELO

Galletas Festival adquirió la licencia en la categoría galletas en Colombia para el uso de la imagen de la película “Era de Hielo 4”. En cada porción individual de Galletas Festival el consumidor encuentra un sticker con un personaje coleccionable de la “Era de Hielo” que al contacto con hielo indicará si es el ganador de uno de los 50 iPads, uno de los 1.600 morrales o uno de los 1.600 sleeping bags.

La promoción está acompañada de una estrategia digital donde los consumidores además de inscribir los códigos, podrán jugar con los personajes de la película, interactuar en las redes sociales y participar por más premios en el sitio web www.festival.com.co.



RANCHERA

Nueva Campaña de la Marca Ranchera

Con el objetivo de lograr que el consumidor viva la experiencia Ranchera con todos sus sentidos, se lanzó la nueva campaña publicitaria de la marca: “Ranchera convierte tu fogón en un asador, tu comedor en el campo, tus días normales en días especiales, tu rutina en placer... Ranchera activa los sentidos!”

La campaña tuvo medios masivos de apoyo, estrategia en redes sociales que permitió la comunicación e interacción con los consumidores, y actualmente se construye el “Mundo Ranchera” en Facebook y en el sitio web de la marca. Igualmente, en el punto de venta se desarrollaron acciones con la experiencia Ranchera. Por la compra de productos Ranchera el consumidor participó en 500 experiencias Ranchera.

CHOCOLATES

Corona Flash

Una bebida de chocolate en polvo instantánea que se prepara en segundos, con delicioso sabor para disfrutar fría o caliente y para toda la familia. Esta innovación tiene como objetivo dinamizar la categoría de chocolates de mesa satisfaciendo la necesidad de un grupo de consumidores en donde la practicidad es un factor clave.



Temporada de Madres 2012



Compañía Nacional de Chocolates estuvo presente en el mercado durante la temporada de madres con las marcas Montblanc y Roletto con 7 referencias. Dentro de este portafolio se presentaron 2 nuevos productos: Montblanc Pistacho y Mora y Roletto Ron con Pasas. La temporada de madres fue exitosa con crecimientos sobresaliente en las ventas respecto al año anterior.

Jet Láminas Doradas

La promoción más grande de Chocolates Jet este año entregó a los consumidores ganadores viajes para conocer especies en vía de extinción en su hábitat natural: Los delfines en las Islas Bahamas, los pingüinos de Magallanes en Argentina, el tiburón ballena en México, el león en Kenia, los delfines rosados del Amazonas, las ballenas jorobadas de la Isla Gorgona y las tortugas de islas Galápagos en Ecuador. Se entregaron 180.000 chokolatinas Jet gratis. Durante la promoción, Jet alcanzó 22.436 seguidores en Facebook. Por cada “Like” o “me gusta” que daban los usuarios la marca realizaba una donación de \$2.000 pesos a la Fundación Omacha que trabaja en investigación de animales en peligro de extinción.





Impulsamos **proyectos productivos** en Comunidades rurales de Buenaventura

La Compañía Nacional de Chocolates, del Grupo Nutresa, con apoyo de la Fundación Nutresa, impulsa proyectos productivos en comunidades rurales del corregimiento Ocho del Municipio de Buenaventura en Colombia, región en la que la Corporación VallenPaz promueve la Alianza Empresarial por el Desarrollo - AED

Como parte del proceso de desarrollo socio económico, se implementó la estrategia de recuperar el cultivo de cacao en la zona, bajo esquemas de proyectos productivos en

sistemas agroforestales; proceso que se inició en 2010 y que hoy cuenta con la formalización de la cooperativa de cultivadores de cacao de la población de Zacarías, de la cual participan 272 cultivadores. Igualmente, se dio inicio a la estrategia de Empresarios Rurales Asociados, ERAS.

Los cultivadores han tenido el acompañamiento y asesoría técnica de la Compañía Nacional de Chocolates para el manejo de sus parcelas y el soporte en la gestión social de la Fundación Nutresa.

Alianza educativa de Fundación Nutresa con el Área Metropolitana del Valle de Aburrá en Colombia

Con el objetivo de formar docentes en Tecnologías Informáticas Computarizadas (TIC) aplicadas al aula de clase para enriquecer las competencias de los educadores, y el esquema de enseñanza de los estudiantes, la Fundación Nutresa realizó una alianza con la entidad gubernamental Área Metropolitana que beneficiará a 40 docentes del Valle de Aburrá en el departamento de Antioquia.

El programa será liderado por el equipo que trabaja en la línea de educación de la Fundación Nutresa, que tiene más de 10 años de experiencia formando docentes en todo el país por intermedio de su programa “Oriéntate el Mundo a un Clic”.

