



## RESULTADOS

**2** Noticias

**4** Estados Financieros

**6** Innovaciones

**8** Sostenibilidad

## Resultados primer trimestre 2012, excelente **dinámica comercial en Colombia** y buen nivel de **rentabilidad**

Grupo Nutresa S.A. y sus compañías subordinadas publicaron sus resultados financieros a 31 de marzo de 2012, en los cuales se destaca un notable crecimiento en ventas en Colombia y un importante incremento en la rentabilidad operativa, medida por EBITDA.

Las ventas totales consolidadas fueron de \$1 billón 237.546 millones, 7,7% más que las obtenidas a marzo de 2011.

En cuanto a las ventas en Colombia, estas alcanzaron \$889.983 millones, lo que representa un incremento de 10,9%. Este destacado crecimiento es resultado del éxito de la estrategia comercial de los negocios del Grupo y la buena dinámica de consumo que vive el país.

Fuera de Colombia, las ventas crecieron 4,6%, para alcanzar US\$193,2 millones, lo que representa 28,1% de las ventas totales. Se destacan los crecimientos medidos en dólares en Panamá [+20,3%], Perú [+14,2%] y Estados Unidos [+8,4%]. El ritmo de crecimiento de las ventas internacionales es menor, en este trimestre, al observado en los anteriores por el lento inicio

del año en el mercado de golosinas de chocolate en México.

De forma consolidada, el EBITDA del Grupo ascendió a \$150.246 millones, con un crecimiento de 8,6%, obteniendo un margen sobre ventas de 12,1%.

En la parte post-operativa del estado de resultados, se destaca el decrecimiento del 18,0% en los gastos financieros, en razón de la disminución de pasivos. Los otros ingresos y egresos no son comparables con el año anterior debido a ingresos extraordinarios por la venta de algunos activos no estratégicos en 2011.

La utilidad neta consolidada llegó a \$59.604 millones, con un crecimiento de 3,4%.

Finalmente, como hecho destacado del primer trimestre, se publicó el Informe Anual y de Sostenibilidad del Grupo para el año 2011. Se resalta que el reporte cumple con el máximo nivel de aplicación de estándares de sostenibilidad al recibir la calificación A+, la mejor posible otorgada por el *Global Reporting Initiative*.

*El crecimiento de las ventas en Colombia fue de 10,9%.*

*El EBITDA consolidado del Grupo creció un 8,6%, obteniendo un margen sobre ventas de 12,1%.*

## Excelente evaluación externa de la Junta Directiva de Grupo Nutresa

Grupo Nutresa informa que Prospecta S. A. S., consultora colombiana con enfoque en estrategia y gobierno corporativo, realizó una evaluación externa e independiente del desempeño de la Junta Directiva de la Compañía.

Esta evaluación se centró en un benchmark de 37 elementos de desempeño frente a las mejores prácticas para Juntas Directivas, las cuales se determinaron con base en quince de los códigos de gobierno corporativo más relevantes a nivel internacional.

El resultado de la evaluación fue muy satisfactorio; Eulalia Sanín, quien dirigió el proceso de la evaluación, mencionó como conclusión que “La Junta Directiva del Grupo Nutresa es un órgano de gobierno estructurado y maduro con un cumplimiento completo de los requerimientos locales (colombianos) frente a los 37 elementos de desempeño que fueron evaluados. Opera, adicionalmente, de acuerdo con la gran mayoría de mejores prácticas internacionales para juntas directivas descritas en los estándares internacionales más importantes.

Se destacan entre las dimensiones de su funcionamiento la de “Interacción”, cuya evaluación arroja un desempeño superior a los estándares internacionales. Dentro de la dimensión de “Enfoque en lo Estratégico”, se evidencia también un cumplimiento completo de los elementos alrededor de la alineación de la actividad de la Junta respecto a las metas estratégicas de la compañía.

Otras áreas de alto desempeño de la Junta a destacar son: en la dimensión de Estructura/Gobierno, la composición de la Junta y de los Comités de Apoyo de la misma y el componente de Comunicaciones.

El resumen de la evaluación mencionada está disponible en la página web de la compañía [www.gruponutresa.com](http://www.gruponutresa.com)

## Pastas Monticello ha sido seleccionada como una de las mejores del mundo

Pastas Monticello fue premiada por el Monde Selection 2012, el Instituto Internacional de Selecciones de Calidad, con 8 medallas de bronce y 2 de plata, un reconocimiento que posiciona a la marca y sus productos entre los mejores del mundo.



*Puro Piacere*

Este sello le da a la marca Monticello un respaldo de calidad que le permite ser cada día más reconocida por los consumidores y chefs, dándole mayor credibilidad. Además, promueve el crecimiento en ventas y genera mayor diferenciación de la competencia.

Desde 1961, Monde Selection ha desarrollado una experiencia única en la prueba y análisis de bienes de consumo de todo el mundo, para otorgar un reconocimiento a la calidad de renombre internacional. La selección es hecha por expertos en el mundo de los alimentos y bebidas. El premio fue dado a conocer en Bélgica.

### La Fundación Colombiana del Corazón entregó a Noel el premio **CORAZONES RESPONSABLES** por su programa interno “**VIVE CON SENTIDO**”

El premio, que se realiza en su primera versión, reconoce las iniciativas que tienen como objetivo la promoción de los estilos de vida saludable para frenar el constante avance de las enfermedades crónicas no transmisibles y especialmente las enfermedades cardiovasculares.

VIVE CON SENTIDO, fue reconocido como el mejor programa organizacional que promueve una cultura de hábitos saludables, vida en equilibrio y bienestar en todas las dimensiones del ser como el camino más seguro para un mejor mañana. A su vez, este programa de Noel, dirigido a sus colaboradores, ha sido destacado por el Ministerio de Protección Social, entidad que incluso ha realizado acercamientos para profundizar sobre el potencial de réplica a nivel nacional. Noel fue escogida entre 13 empresas de 7 ciudades de Colombia.

“El Programa Vivir con Sentido ha desarrollado escuelas y talleres para trabajar con acciones específicas de vida en equilibrio en todas las dimensiones del ser. Este programa ha impactado a 1.300 colaboradores de Galletas Noel”.

# Presidente de Grupo Nutresa, CEO latinoamericano número **20 en ranking** de **Harvard Business Review**

El ranking se hizo con base en una metodología que mide la rentabilidad total de los accionistas generada por el CEO, propósito principal de su gestión gerencial.

## Harvard Business Review

Carlos Enrique Piedrahíta, Presidente de Grupo Nutresa, ocupó la posición número veinte en el ranking de los cincuenta CEO con mejor desempeño en Latinoamérica, realizado por la revista Harvard Business Review y publicado en el mes de marzo. El Presidente de Grupo Nutresa es el primer colombiano en ocupar esta posición en la lista y el primer latinoamericano de una empresa de alimentos.

El proceso de evaluación y selección de los empresarios comenzó en 2010 con la recolección de los datos de 294 CEO de empresas listadas en las bolsas de valores de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela, países que forman parte del *Emerging Markets Latin America Index* (Índice de Mercados Emergentes).

El ranking se hizo con base en una metodología que mide la rentabilidad total de los accionistas generada por el CEO, propósito principal de su gestión gerencial. Según la métrica del estudio Carlos Enrique Piedrahíta ha generado una rentabilidad total de accionistas ajustada por país del 220%, una rentabilidad total de accionistas ajustada por industria de 1726% y un cambio en la capitalización bursátil de seis billones de dólares.

El artículo de la revista menciona que es interesante que la mayoría de los CEO trabajan para empresas locales, o para multilatinas, compañías con base en un país latinoamericano que operan en varios países del mundo. Harvard Business Review agrega que esto demuestra el ascenso de la competitividad mundial de las empresas de América Latina, especialmente en sus mercados nativos.

## Ranking 2012 de La Revista América Economía

La publicación internacional América Economía dio a conocer el ranking de las “Empresas latinoamericanas más globales 2011”. Hicieron parte de este ranking las empresas colombianas: ISA en la posición No. 18, Avianca en la No. 21, Grupo Nutresa en la No. 22 y Grupo Argos en la No. 37.



Según el análisis de la revista: “Claramente a las multilatinas no las intimidaron las profecías mayas para 2012. El conjunto de las 65 empresas del Ránking 2012 mantuvo el porcentaje de inversiones fuera de sus países de origen en torno al 38%, comparado con ese mismo indicador para el conjunto de empresas incluidas en la versión anterior del ranking. Y, más aún, les fue mejor. Vendieron US\$710.228 millones, mientras que en 2010 sus ingresos fueron US\$668.974, en dólares de cada año.”

## ESTADOS FINANCIEROS

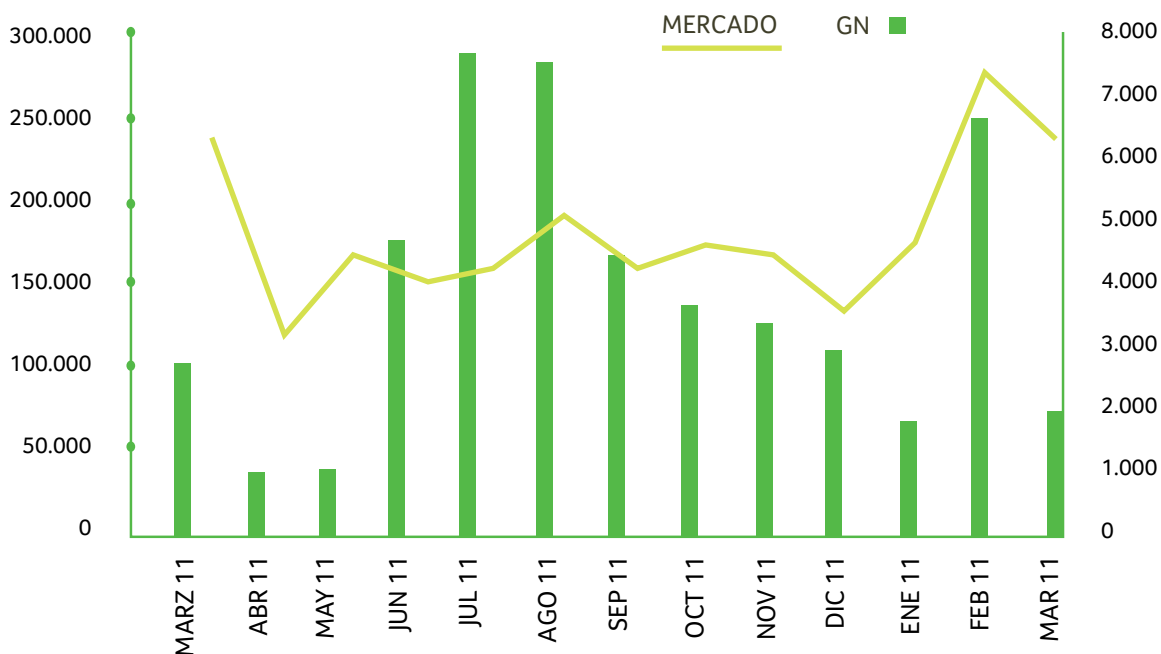
### ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO\*

MARZO 30 DE 2012. CIFRAS EXPRESADAS EN MILLONES DE PESOS

	MARZO 2011	%	MARZO 2012	%	% VAR.
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>1.149.123</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.237.546</b>	<b>100,0%</b>	<b>7,7%</b>
Costo mercancía vendida	-686.128	-59,7%	-724.520	-58,5%	5,6%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>462.995</b>	<b>40,3%</b>	<b>513.026</b>	<b>41,5%</b>	<b>10,8%</b>
Gastos de administración	-60.137	-5,2%	-59.529	-4,8%	-1,0%
Gastos de venta	-273.436	-23,8%	-305.689	-24,7%	11,8%
Gastos de producción	-24.055	-2,1%	-33.091	-2,7%	37,6%
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>-357.628</b>	<b>-31,1%</b>	<b>-398.309</b>	<b>-32,2%</b>	<b>11,4%</b>
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>105.367</b>	<b>9,2%</b>	<b>114.717</b>	<b>9,3%</b>	<b>8,9%</b>
Ingresos financieros	711	0,1%	2.281	0,2%	221,0%
Gastos financieros	-22.186	-1,9%	-18.188	-1,5%	-18,0%
Diferencia en cambio neta	204	0,0%	-1.259	-0,1%	-717,2%
Otros ingresos (egresos) netos	1.895	0,2%	-5.552	-0,4%	-393,0%
Dividendos de portafolio	7.703	0,7%	8.296	0,7%	7,7%
Realización de inversiones	-5	0,0%	-1	0,0%	-80,0%
<b>Post Operativos Netos</b>	<b>-11.679</b>	<b>-1,0%</b>	<b>-14.423</b>	<b>-1,2%</b>	<b>23,5%</b>
<b>UAI e Interés minoritario</b>	<b>93.688</b>	<b>8,2%</b>	<b>100.294</b>	<b>8,1%</b>	<b>7,1%</b>
Impuesto de renta	-35.670	-3,1%	-39.773	-3,2%	11,5%
Interés minoritario	-373	0,0%	-917	-0,1%	145,8%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>57.645</b>	<b>5,0%</b>	<b>59.604</b>	<b>4,8%</b>	<b>3,4%</b>
<b>EBITDA CONSOLIDADO</b>	<b>138.298</b>	<b>12,0%</b>	<b>150.246</b>	<b>12,1%</b>	<b>8,6%</b>

\*Información ilustrativa, no auditada.

## VOLUMEN DE NEGOCIACIÓN



CIFRAS EXPRESADAS EN MILLONES DE PESOS

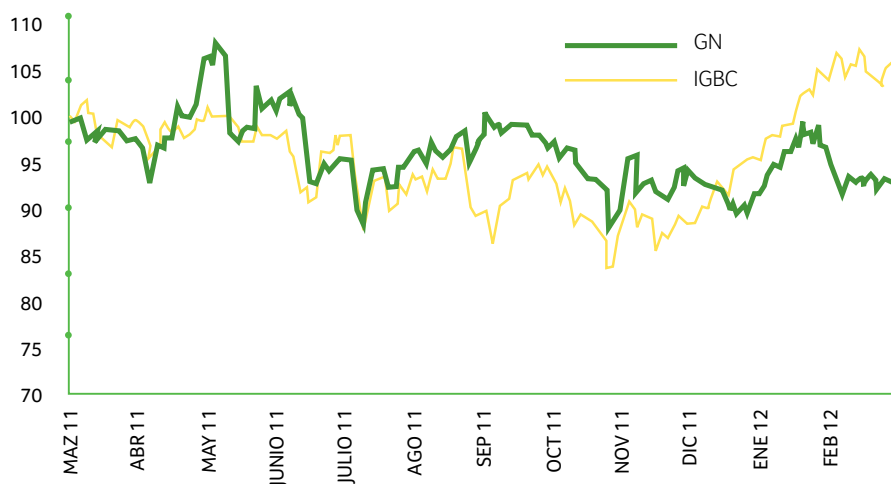
# BALANCE GENERAL CONSOLIDADO

MARZO 30 DE 2012. CIFRAS EXPRESADAS EN MILLONES DE PESOS

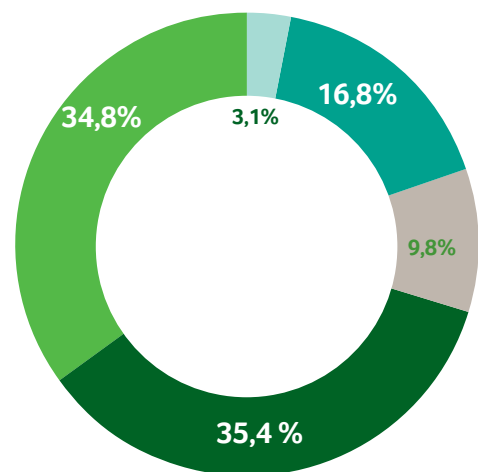
	MARZO - 2011	MARZO - 2012	% VAR.
<b>ACTIVO</b>			
Disponible e Inv. Temporales	142.952	177.321	24,0%
Inversiones	330.081	329.162	-0,3%
Deudores	580.616	598.382	3,1%
Inventarios	603.158	618.213	2,5%
Propiedad, planta y equipo	991.415	1.001.592	1,0%
Intangibles	914.935	874.473	-4,4%
Diferidos	127.839	130.230	1,9%
Otros activos	1.918	3.829	99,6%
Valorizaciones	4.453.767	4.110.159	-7,7%
<b>Total Activo</b>	<b>8.146.681</b>	<b>7.843.361</b>	<b>-3,7%</b>
<b>PASIVO</b>			
Obligaciones financieras	1.217.196	642.131	-47,2%
Proveedores	175.140	136.657	-22,0%
Cuentas por pagar	256.621	293.302	14,3%
Impuestos, gravámenes y tasas	112.082	99.542	-11,2%
Obligaciones laborales	68.008	55.807	-17,9%
Pasivos estimados y provisiones	119.419	120.700	1,1%
Diferidos	59.708	124.973	109,3%
Otros	5.690	2.698	-52,6%
<b>Total Pasivo</b>	<b>2.013.864</b>	<b>1.475.810</b>	<b>-26,7%</b>
Minoritarios	13.367	15.020	12,4%
<b>PATRIMONIO</b>	<b>6.119.450</b>	<b>6.352.531</b>	<b>3,8%</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>8.146.681</b>	<b>7.843.361</b>	<b>-3,7%</b>

\*Información ilustrativa, no auditada.

## COMPORTAMIENTO DE LA ACCIÓN



## COMPOSICIÓN ACCIONARIA



- Fondos extranjeros
- Fondos locales
- Argos y filiales
- Suramericana y filiales
- Otros

## INDICADORES

Precio de Cierre	21.660
Precio de Cierre año anterior	23.500
Máximo 52 Semanas	25.320
Mínimo 52 Semanas	20.500
Capitalización Bursatil (\$MM)	9.966.274

Valor Intrínseco	13.803
RPG (1)	26,87
P/VL (1)	2,15
EV / EBITDA (1)	12,45
Utilidad por acción	546,50

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

Rentabilidad por dividendos (2)	1,5%
Rentabilidad por valorización (2)	-7,8%
Rentabilidad combinada (2)	-6,4%
Variación IGBC (2)	3,9%

Retorno sobre activos (1)	10,0%
Retorno sobre patrimonio (1)	8,7%
Retorno sobre capital invertido (1)	10,5%

Acciones en Circulación	460.123.458
Número de Accionistas	20.813
Bursatilidad	Alta

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



CAFÉ



Colcafé Café Helado

Colcafé Café Helado es la primera bebida de café helado de sabor frutal instantáneo en el mercado. Su delicioso sabor a limón o durazno, su bajo contenido calórico, la presencia de Antioxidantes, el alto poder refrescante, y su precio, asequible al bolsillo de los colombianos, hacen de este producto una bebida de aceptación universal que despierta especial interés en los jóvenes, acercándolos a la

categoría. Colcafé Café Helado, viene en presentaciones de 32 gr para preparación de 1 litro y de 128 gr para preparación de 4 litros.

Con Café Helado frutal, la marca emprendió una campaña enfocada en el slogan “No basta con refrescarse hay que estar despierto”, la cual busca generar un posicionamiento único en el mercado.

CHOCOLATES

Chocolisto bebida lista



A partir de este año Compañía Nacional de Chocolates entró en una nueva categoría: Bebidas Listas para Tomar. Chocolisto viene en dos deliciosos sabores: chocolate y fresa. Tiene el paquete nutricional de vitaminas y minerales ideal para los niños y el aval de la Sociedad Colombiana de Pediatría. Este producto está disponible en presentaciones individual, Tri Pack y Six Pack.



Jumbo Edición Especial

Jumbo presenta una nueva edición limitada con el fin de premiar a sus consumidores. Esta vez, es una deliciosa combinación de Chocolate, Maní, Pistacho y Arroz Crujiente en presentación de 200 gr.



Gol Edición Especial

Por primera vez, Chocolates Gol llega con un nuevo producto que sorprenderá a los consumidores por su novedosa y exquisita combinación de ingredientes: Gol con Coco, recubierta con Chocolate Blanco en presentación de 28 gr.

HELADOS

Nuevo Bocatto Cono Cookies



La innovación en Bocatto es con Bocatto Cookies, una mezcla de crema de vainilla con trozos de galleta de chocolate, salsa de chocolate y una galleta Tosh chip de chocolate como topping; todo esto en el cono de galleta tradicional de Bocatto. Como siempre “Bocatto empieza bien y termina bien!!”.

Polet te lleva al Máximo Placer y lanza la nueva referencia Polet durazno



Polet de Crem Helado y Royal Caribbean International realizan una campaña de co-mercadeo para premiar a los consumidores. Esta actividad mediante sorteo, premia a los consumidores de Polet que inscriben códigos promocionales que vienen dentro del empaque del producto y los lleva a disfrutar con

un acompañante del máximo placer: un crucero de 5 días por el Caribe. Paralelamente a esta activación de marca, Polet lanzó su nuevo sabor Durazno.

Los resultados en ventas entregan un crecimiento respecto del primer trimestre de 2011 del 57%.

Campaña Publicitaria de Helado Artesanal de Crem Helado



Orientada a informar masivamente respecto del nuevo helado Artesanal de Crem Helado, se lanzó la comunicación masiva de este producto que utiliza como medios principales radio y TV. La campaña basada en la apetitividad y el deleite de los postres colombianos llevados al helado, despertó el interés de consumidores de todas las edades y regiones, entregando un resultado en ventas que duplican las cifras de ventas promedio mes respecto a 2011.

## GALLETAS

### Promoción: “+ Pony Malta + Festival”



Festival dio una importante noticia con la promoción “+ Pony Malta + Festival” en alianza con Bavaria, en la cual se logró fortalecer el momento de consumo de la lonchera a través de la unión de dos marcas líderes, complementarias y con alto reconocimiento del consumidor.

Al interior de los empaques de Galletas Festival el consumidor podía encontrar un sticker premiado para reclamar una Pony Malta y a su vez, en la tapa de la bebida se podían ganar galletas. Se habilitaron más de 35 mil puntos de canje en diferentes canales de distribución a nivel nacional, con lo se cubrió todo el país mostrando fortaleza de la marca en el punto de venta.

La promoción realizada en los meses de febrero y marzo cumplió en más de un 100% la meta de redención establecido, dinamizando el segmento.

## CÁRNICO

### Zenú: Productos con la declaración nutricional de Buena Fuente de Proteína



Zenú es la marca de la categoría de Carnes Frías que primero habló de Buena Fuente de Proteína en sus productos y ahora, más del 73% de su portafolio tiene esta declaración nutricional.

Los productos del portafolio actual de Zenú, ahora con la declaración de Buena Fuente de Proteína, conservan su sabor y presentación y están dirigidos a personas que se preocupan

por la buena alimentación de sus familias. A estos productos se les balancearon los niveles de grasa y sodio para resaltar el aporte protéico. Además, como apoyo al portafolio, se realizó una capacitación para todas las asesoras a nivel nacional y se llevó a cabo la actividad Con Sentido para Comer en los puntos de venta, dando la noticia a los clientes y consumidores y resaltando los beneficios de la proteína.



### Ranchara sánduche: presentación para el canal tradicional

Ahora en el canal tradicional conformado por las tiendas, el consumidor puede disfrutar el sabor Ranchara, con la nueva presentación de Ranchara Sánduche de 6 tajadas por 110 gr.

### Nueva imagen alimentos larga vida de Zenú

Las 28 referencias de los productos Larga Vida Zenú renovaron su imagen, unificándola con la de los empaques de carnes frías de la marca, para hacerla más atractiva y visible ante los consumidores. Su color blanco resalta la naturalidad y frescura de los productos Larga Vida, dando más relevancia al logo de la marca y mayor notoriedad a la información nutricional.

Al igual que la Jamoneta, ahora las Vianas son declaradas como Buena Fuente de Proteína. Se destacan beneficios como 100% natural y sin conservantes para el portafolio de Vegetales y algunos platos listos e igualmente, la nueva declaración de Buena Fuente de Fibra y Vitamina A para Vegetales y algunos platos listos.

Los productos Larga Vida Zenú, con su imagen renovada, se encuentran en los supermercados y tiendas del país.





## Grupo Nutresa, única empresa latinoamericana del sector alimentos en la categoría Bronce, en el Anuario Mundial de Sostenibilidad 2012

Grupo Nutresa es la primera empresa colombiana en recibir el reconocimiento en la categoría Bronce - *Bronze Class* -, dentro del Anuario Mundial de Sostenibilidad 2012 - *Sustainability YearBook* - que entrega SAM (*Sustainable Asset Management*), entidad responsable del más amplio informe sobre sostenibilidad corporativa en el mundo.

Por segundo año consecutivo, Grupo Nutresa hace parte del *Sustainability YearBook*, publicación que presenta los líderes mundiales en Sostenibilidad en los diferentes sectores que componen la muestra.

Grupo Nutresa obtuvo en el Anuario de Sostenibilidad que entrega SAM, en el sector *Food Producers*, la categoría *Bronze Class*, que distingue a las empresas cuya puntuación en gestión en sostenibilidad está en el rango entre el 5% a 10% de la compañía líder, en este caso Unilever. En la clasificación *Bronze* también fueron reconocidas empresas de alimentos como Campbell Soup, ConAgra y Kraft Foods.

Estar en la publicación *Sustainability YearBook* 2012 ubica a Grupo Nutresa entre las empresas con mejor desempeño en sostenibilidad, de un universo de las 2.500 más grandes que cotizan en bolsa a nivel internacional y que son invitadas a ser evaluadas en la encuesta Dow Jones.

La evaluación de sostenibilidad comprende las actividades económica, social y ambiental de la empresa

Para la categoría productores alimentos esta evaluación mide aspectos claves de la gestión en sostenibilidad, en las tres dimensiones, tales como:

DIMENSIÓN ECONÓMICA	DIMENSIÓN AMBIENTAL	DIMENSIÓN SOCIAL
Salud y nutrición	Estrategia de clima	Desarrollo del capital humano
Gobierno corporativo	Política y gestión ambiental	Prácticas laborales.
Gestión de riesgo	Sistema de reporte ambiental	Seguridad y salud ocupacional
Estrategia en mercados emergentes	Abastecimiento de materias primas	Retención y atracción del talento

**El reconocimiento obtenido este año por Grupo Nutresa se suma al otorgado en 2011 por la misma entidad como Sector Mover, el cual hace referencia a la empresa que en su sector tuvo el mayor mejoramiento de un año a otro.**