

Grupo Nutresa inicia un año 2015 muy positivo en ventas y avanza hacia su meta de largo plazo al año 2020

Grupo Nutresa dio a conocer sus resultados financieros consolidados del primer trimestre del año 2015 siguiendo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

Para la adopción obligatoria de las NIIF, proceso que además nos ha permitido incorporar las mejores prácticas de información financiera a nivel internacional y una mejor comparabilidad de nuestro desempeño, contamos con la asesoría y acompañamiento de diferentes firmas consultoras de reconocida trayectoria y hemos realizado de manera oportuna las adecuaciones requeridas. El siguiente informe comparativo de los resultados al 31 de marzo de 2015 y 2014 se hace bajo NIIF.



Al cierre del primer trimestre del año 2015 las ventas de Grupo Nutresa ascendieron a COP 1,7 billones, con un incremento del 12,8% frente a las reportadas en igual periodo del año anterior. En Colombia, las ventas tuvieron un desempeño sobresaliente en línea con la dinámica de los pasados trimestres, alcanzando COP 1,1 billones que representan el 63,1% del total de las ventas, y un crecimiento de 13,2%, el cual incluye, dentro de las cifras de la unidad de Alimentos al Consumidor, los ingresos del Grupo El Corral desde el pasado mes de marzo. El sólido crecimiento en ventas en Colombia del 9,6%³, es soportado por un 5,9% de mayores volúmenes y un incremento en precios del

3,5%, cifra que se ubica aún por debajo de la inflación. El destacado desempeño en Colombia se explica, entre otros, por la innovación efectiva y el trabajo que se viene desarrollando desde hace varios periodos en el desarrollo de un conocimiento especializado aplicado de manera consistente a la gestión de nuestras marcas líderes, y al manejo eficiente y diferenciado de las redes y canales a través de los cuales Grupo Nutresa pone a disposición sus productos.

Las ventas en el exterior fueron de USD 256 millones, 9,0% inferiores a las reportadas en el primer trimestre del año anterior, donde claramente se evidencia el impacto de la consolidación de las operaciones en Venezuela a una tasa de cambio con una marcada devaluación, además de la devaluación de otras monedas en Latinoamérica. Sin este efecto se daría un desempeño positivo con un crecimiento en ventas del 3,9%. Debemos destacar que las ventas internacionales, expresadas en pesos colombianos, crecen al 12,0%.

En cuanto a la rentabilidad, se destaca el margen ebitda de 13,7% al cierre del trimestre. El ebitda fue de COP 234.673 millones, 1,0% inferior al del mismo periodo del año anterior. Este nivel se debe principalmente al efecto negativo de la devaluación de las monedas en Latinoamérica frente al dólar, lo cual implica un incremento del costo de algunas de nuestras materias primas.

La utilidad operacional fue de COP 198.536 millones, lo cual constituye un incremento de 1,5% respecto al primer trimestre del año anterior, con un margen operativo de 11,6%.

Los ingresos netos no operativos son inferiores a los del año anterior, pues los gastos financieros tienen un incremento sobre los registrados en 2014, debido a la deuda tomada para la adquisición del Grupo El Corral en febrero de 2015. Finalmente, y luego de considerar los aspectos mencionados, se da una utilidad neta consolidada de COP 151.034 millones, un 4,6% inferior a la del año anterior.

Ventas totales
acumuladas:
COP 1,7 billones.

12,8% ↗

Ventas acumuladas
en Colombia:
COP 1,1 billones.

13,2% ↗

En términos comparables, el sólido crecimiento en ventas en Colombia del 9,6%³, es soportado por un 5,9% de mayores volúmenes y un incremento en precios de 3,5%

1 Para conocer en más detalle algunos de los principales cambios que se han registrado en los estados financieros, lo invitamos visitar www.gruponutresa.com

2 A partir del primer trimestre de 2015, se integra la unidad de Alimentos al Consumidor que resulta de la incorporación de Grupo El Corral, además de las operaciones de Helados POPS y Helados BON anteriormente reportadas bajo la unidad de negocios de Helados.

3 Crecimiento orgánico en Colombia.

Cuatro empresas de Grupo Nutresa obtuvieron el premio Corazones Responsables 2015

2015
año del corazón

El pasado viernes 13 de marzo, Servicios Nutresa, Colcafé, del Negocio de Café, Compañía de Galletas Noel, del Negocio Galletas y Compañía Nacional de Chocolates, del Negocio Chocolates, recibieron de parte de la Fundación Colombiana del Corazón, el Premio Corazones Responsables 2015, en su cuarta edición.

En la categoría de Empresas, Grupo Nutresa postuló cuatro de sus empresas previamente certificadas como Organizaciones Saludables, todas las cuales obtuvieron el

primer lugar a través de sus programas: Organizaciones Saludables, de la Compañía Nacional de Chocolates; Vive con Sentido, Soy Noel de Corazón, de la Compañía de Galletas Noel; Activa Tu Corazón, de Servicios Nutresa; y Espacios libres de Humo, de Colcafé.

El Premio Corazones Responsables fue creado para reconocer los esfuerzos en promoción y prevención. El jurado calificador estuvo conformado por profesionales de la salud distintas áreas, y con amplio conocimiento de los temas de promoción y prevención.



Grupo Nutresa presentó su campaña para “Disfrutar una vida saludable”

Consciente de la problemática que representan el sobrepeso y la obesidad sobre la salud pública de Colombia y el mundo, el pasado domingo 25 de enero, en los principales medios de comunicación nacionales, marca Nutresa lanzó su nueva campaña publicitaria bajo la frase “Disfruta una vida saludable”, una invitación abierta a todos sus consumidores para generar y adoptar hábitos de vida saludables.

La campaña, fundamentada en cuatro pilares –moverse (actividad física), alimentación balanceada, compartir en familia y aire libre- ratifica la decisión de la organización de asumir un liderazgo como transformador de personas y comunidades, y como promotor activo de estilos de vida saludable.

“ Para Grupo Nutresa, es de vital importancia ser reconocido como una organización que se preocupa por la salud y el bienestar de las personas. Nos alegra inmensamente que sean los colaboradores los primeros en conocer esta poderosa campaña y esperamos impactar sus decisiones y las de sus seres queridos para que disfruten una vida saludable. ”

Carlos Ignacio Gallego,
presidente de Grupo Nutresa.

La campaña impulsa la adopción de hábitos adecuados a través de historias de la vida real, con unos contenidos y mensajes relevantes, simples, positivos y propositivos, y de la ejecución de actividades memorables de educación y concientización. Además, proporciona información pertinente y comprensible para la toma de decisiones bien informada sobre vida saludable.

Grupo Nutresa culminó el proceso de adquisición de Grupo El Corral



Luego de la autorización de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), el pasado 3 de febrero para la adquisición de Grupo El Corral sin ningún condicionamiento, y según lo convenido en el contrato de adquisición de acciones suscrito el 27 de noviembre de 2014, el pasado 19 de febrero Grupo Nutresa formalizó la compra de Grupo El Corral con el aval de dicho ente de control y comenzó a consolidar sus resultados a partir del mes de marzo de 2015.

Ese día, Carlos Ignacio Gallego Palacio dio la bienvenida oficial a los colaboradores de Grupo El Corral y les manifestó su satisfacción de sumar las capacidades de ambas organizaciones para asumir los retos y oportunidades, ofreciendo siempre calidad, servicio y experiencias superiores a los consumidores.

Grupo El Corral es la empresa de restaurantes más grande de Colombia, con un total de 345 puntos de venta, en los segmentos fast casual en el mercado de hamburguesas con su marca El Corral y en casual dining con sus restaurantes El Corral Gourmet, Leños y Carbón y Leños Gourmet. Además opera marcas internacionales líderes como Papa John's, Yogen Früz y Krispy Kreme.

Tresmontes Lucchetti (TMLUC) inauguró nueva planta en Chile e ingresa al mercado de las galletas



La construcción de la nueva planta galletas y snacks horneados, ubicada en el complejo industrial que la empresa posee en Casablanca (Chile), responde a la estrategia de crecimiento de TMLUC en ese país y le permite ampliar su participación en una categoría con alto potencial de crecimiento.

La incursión de TMLUC en esta nueva categoría, se realizará bajo la marca Kryzpo, que ya tiene una posición de liderazgo en la categoría de snacks, potenciándola aún más con productos innovadores y diferenciados que le permitirá seguir sorprendiendo a sus consumidores en Chile.



Alianza Novaventa y Seguros Sura



Novaventa renovó su alianza comercial con Seguros Sura, la empresa más reconocida de Colombia en seguros, y para cuyo relanzamiento se contó con la participación de toda la fuerza de ventas del canal Venta Directa y el ofrecimiento de un servicio innovador que complementa el portafolio de la empresa y fortalece su propuesta de valor a los consumidores.

Reconocimientos



Antonio Celia Martínez-Aparicio, presidente de la Junta Directiva de Grupo Nutresa, escogido como un "Colombiano Ejemplar"

El 4 de marzo pasado, el periódico El Colombiano de Medellín, hizo entrega de los Premios "El Colombiano Ejemplar", en la que se rindió homenaje al presidente de la Junta Directiva de Grupo Nutresa, el doctor Antonio Celia Martínez-Aparicio, y se le reconoció como Persona Ejemplar en la categoría de Empresa, gracias a sus valores en la consecución de metas empresariales, incluyendo la disciplina y la educación.



Comercial Nutresa cumplió cinco años

Comercial Nutresa nació el primero de marzo de 2010 con el objetivo de especializar y homologar la comercialización y distribución de los productos secos del Grupo Nutresa en Colombia. Desde entonces tiene como misión entregar la mejor propuesta de valor a los clientes, gracias a lo cual ha alcanzado resultados sobresalientes en indicadores de satisfacción y lealtad.



Galletas Pozuelo de Costa Rica recibe Premio a la Excelencia 2015

En el marco del XV Congreso de Detallistas, la Cámara Nacional de Comerciantes Detallistas y Afines de Costa Rica –CANACODEA- entregó el pasado 26 de marzo a Galletas Pozuelo el Premio a la Excelencia como mejor Proveedor del año por apoyar el plan nacional de promoción, afiliación, asesoría y evaluación de comerciantes detallistas. Adicionalmente, la empresa fue reconocida el pasado 5 de marzo por sus 51 años como asociada a la Cámara de Comercio de Costa Rica y por su contribución al desarrollo socioeconómico del país.



Noel recibe el Premio a la Excelencia BASC

Este reconocimiento, entregado el 4 de marzo por la Business Alliance for Secure Commerce –BASC- Capítulo Antioquia, resalta a Compañía de Galletas Noel por su eficacia en la implementación, aplicación y mejoramiento del Sistema de Gestión en Control y Seguridad, y por su compromiso por ofrecer a los clientes seguridad en la cadena logística.



Papa John's Colombia, mejor QCC del mundo

Por segundo año consecutivo, Papa John's Colombia -marca del portafolio de Grupo El Corral- fue galardonado como el mejor QCC (Quality Control Center) o Planta de Procesos, del mundo. Este premio, que demuestra la constancia y disciplina de los procesos internos que se desarrollan dentro de la planta en Bogotá, fue entregado en el encuentro mundial realizado por Papa John's en Orlando, Florida.



La Granja Yarigués del Negocio Chocolates, primer cultivo de cacao en Colombia certificado por el Icontec

La Granja Yarigués, ubicada en el departamento de Santander, es el primer cultivo de cacao en Colombia certificado por el ICONTEC, en los programas de Compensación Forestal y Buenas Prácticas Agrícolas.



Campaña de Krispy Kreme, nominada a los premios Effie®

Gracias a su éxito y resultados obtenidos, la campaña de lanzamiento de la marca Krispy Kreme -marca del portafolio de Grupo El Corral- en Colombia es finalista en dos categorías de los premios Effie® Colombia 2015, los cuales evalúan y premian las estrategias más efectivas de la industria publicitaria colombiana. La marca es finalista en la Categoría Alimentos y en la de Pequeños Anunciantes.

Estado de resultados consolidado*

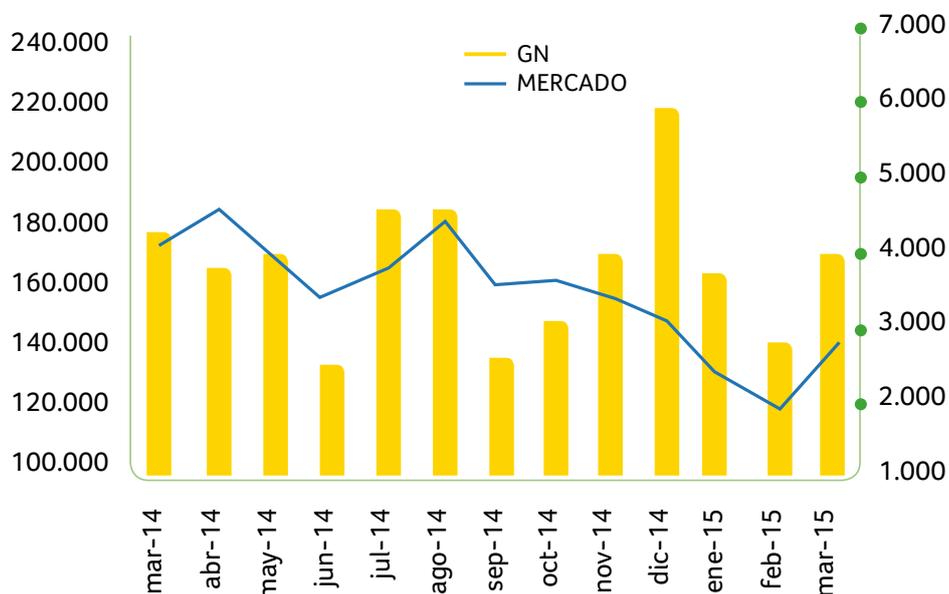
Marzo 31 de 2015. Cifras expresadas en millones de COP

Millones de pesos	MAR-15	%	MAR-14	%	% var.
Total Ingresos Operacionales	1.717.458	100,0%	1.523.205	100,0%	12,8%
Costo mercancía vendida	-976.867	-56,9%	-842.135	-55,3%	16,0%
Utilidad Bruta	740.591	43,1%	681.070	44,7%	8,7%
Gastos de administración	-93.780	-5,5%	-84.773	-5,6%	10,6%
Gastos de venta	-427.282	-24,9%	-376.002	-24,7%	13,6%
Gastos de producción	-32.038	-1,9%	-29.293	-1,9%	9,4%
Diferencia en cambio operativa neta	8.021	0,5%	1.062	0,1%	655,3%
Otros ingresos (egresos) netos operacionales	3.024	0,2%	3.618	0,2%	-16,4%
Total Gastos Operacionales	-542.055	-31,6%	-485.388	-31,9%	11,7%
Utilidad Operativa	198.536	11,6%	195.682	12,8%	1,5%
Ingresos financieros	3.133	0,2%	3.334	0,2%	-6,0%
Gastos financieros	-50.910	-3,0%	-40.751	-2,7%	24,9%
Diferencia en cambio neta no operativa	6.095	0,4%	6.073	0,4%	0,4%
Otros ingresos (egresos) netos	-3.804	-0,2%	-1.571	-0,1%	142,1%
Dividendos del portafolio	46.468	2,7%	43.363	2,8%	7,2%
Operaciones discontinuadas	-304	0,0%	254	0,0%	-219,7%
Post Operativos Netos	678	0,0%	10.702	0,7%	-93,7%
UAI e Interés minoritario	199.214	11,6%	206.384	13,5%	-3,5%
Impuesto de renta	-48.030	-2,8%	-46.784	-3,1%	2,7%
Interés minoritario	-150	0,0%	-1.257	-0,1%	-88,1%
UTILIDAD NETA (de la controlante)	151.034	8,8%	158.343	10,4%	-4,6%
EBITDA CONSOLIDADO	234.673	13,7%	237.005	15,6%	-1,0%

*Información ilustrativa, no auditada.

Volumen de negociación diario

Cifras expresadas en millones de COP



Balance general consolidado*

Marzo 31 de 2015. Cifras expresadas en millones de COP

Millones de pesos	MAR-15	MAR-14	% var.
ACTIVO			
Disponible y Equivalentes de efectivo	275.986	419.428	-34,2%
Deudores	845.697	767.695	10,2%
Inventarios	947.055	839.716	12,8%
Activos biológicos	48.656	50.087	-2,9%
Instrumentos financieros	3.326.010	4.016.472	-17,2%
Inversiones en asociadas	98.149	93.261	5,2%
Propiedad, planta y equipo	3.082.521	2.966.128	3,9%
Propiedades de inversión	91.582	98.245	-6,8%
Intangibles y crédito mercantil	2.996.308	2.133.941	40,4%
Impuesto diferido Activo	315.164	300.627	4,8%
Gastos anticipados y otros activos	213.171	154.143	38,3%
Total activo	12.240.299	11.839.743	3,4%
PASIVO			
Obligaciones financieras	2.989.695	2.142.797	39,5%
Proveedores y cuentas por pagar	830.387	645.697	28,6%
Impuestos, gravámenes y tasas	180.908	150.218	20,4%
Beneficios a empleados	334.074	348.473	-4,1%
Impuesto diferido pasivo	464.192	457.209	1,5%
Otros pasivos	21.326	20.752	2,8%
Total Pasivo	4.820.582	3.765.146	28,0%
PATRIMONIO			
Patrimonio de la matriz	7.390.769	8.045.860	-8,1%
Interés no controlante	28.948	28.737	0,7%
Total patrimonio	7.419.717	8.074.597	-8,1%
Pasivo y patrimonio	12.240.299	11.839.743	3,4%

Indicadores

Precio de Cierre	22.900
Precio de Cierre año anterior	27.280
Máximo 52 Semanas	29.500
Mínimo 52 Semanas	22.500
Capitalización Bursatil (\$MM)	10.536.827
Valor Intrínseco	15.024
RPG (1)	12,2
P/VL (1)	1,8
EV / EBITDA (1)	10,8
Utilidad por acción	1.366
Dividendo por acción-mes	38,5
Rentabilidad por dividendos (2)	1,6%
Rentabilidad por valorización (2)	-16,1%
Rentabilidad combinada (2)	-14,6%
Variación COLCAP(2)	-22,7%
Retorno sobre activos (1)	9,6%
Retorno sobre patrimonio (1)	16,7%
Retorno sobre capital invertido (1)	9,1%
Acciones en Circulación	460.123.458
Número de Accionistas	14.743
Bursatilidad	Alta

VALORES EXPRESADOS EN COP
(1) Grupo de Alimentos / 12 meses
(2) Últimos 12 meses

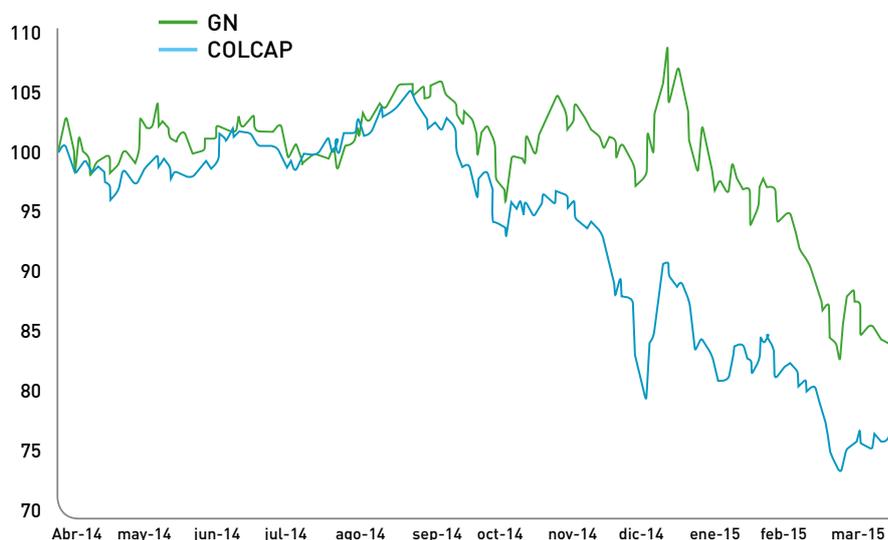
*Información ilustrativa, no auditada.

Composición accionaria



Comportamiento de la acción

Base 100: Abril 2014





Cárnicos



Alimentación divertida con Zenú

Zenú lanzó en Colombia la actividad “Cuentos para la mesa”, con el objetivo de fortalecerse como una marca multicategoría y de atraer la atención de mamás y niños. La campaña, que tuvo como eje central las recetas creativas como una herramienta para hacer de la comida algo divertido, se desarrolló en puntos de venta a través de la entrega de recetarios con cuentos para colorear y el sorteo de premios instantáneos por la compra de productos Zenú. En digital, se creó una página web con cuentos personalizados y animados.



Lanzamiento aplicación el Parrillero Ranchera

Con el fin de crear experiencias para los consumidores y lograr conectarlos a la marca en un momento diferente al consumo, Ranchera lanzó en Colombia la aplicación “El Parrillero Ranchera”, un divertido juego que ha puesto a prueba la habilidad y memoria de los fans de la marca, quienes deben llevar rápidamente al asador los productos de la marca, evitando que se quemen.



Propósitos Pietrán

Una vez más, Pietrán presentó en Colombia su campaña “Propósitos Pietrán” para generar, a través de las experiencias, una fuerte conexión emocional con sus consumidores. En esta oportunidad, la campaña consistió en la publicación de dos paraísos en la página de Facebook de la marca (incluir vínculos), para que las personas crearan su propósito e invitaran a sus amigos a unirse. Al final, Pietrán



Galletas



Nuevas TOSH Albahaca y Tomate con semillas de Chía

Galletas Pozuelo lanzó recientemente al mercado costarricense las nuevas TOSH Albahaca y Tomate con semillas de Chía, galletas integrales tipo cracker, fuente de fibra y elaboradas con ingredientes naturales. Con solo 120 calorías por porción, son ideales para comer solas o acompañadas con dips, salsas, sopas y ensaladas. Vienen en paquetes individuales de 28,5 gramos y en paquetes de 9 unidades.

Festival sorprende con Festisorpresa

Bajo el precepto de que la innovación es fundamental para sus consumidores, Festival lanzó en Colombia Festival Festisorpresa, una experiencia llena de sabor y diversión. Son porciones individuales con cuatro galletas Festival y una cajita plástica con forma de galleta que incluye festibots, pequeños robots para armar, personalizar. Son 12 figuras coleccionables.



Chocolates

Chocolate Corona en empaque resellable

Corona, marca líder en la categoría de chocolates de mesa en Colombia, presentó su más reciente innovación, que consiste en la combinación de un empaque resellable y pastillas individuales. Esta es la primera innovación de su clase en la categoría.



Granola Tosh sabor a Chocolate

El sabor a chocolate continúa a la vanguardia de los sabores preferidos por los consumidores en el mundo. El Negocio Chocolates encontró allí una excelente oportunidad de innovación en el portafolio de Granolas Tosh, con la nueva granola sabor y trocitos de chocolate, una deliciosa y saludable opción de desayuno con todos los beneficios del chocolate, dirigida a los consumidores colombianos.



Campaña “Refréscate con el efecto Ice”

Buscando impactar con nuevas galletas y golosinas en la temporada de verano, Compañía Nacional de Chocolates Perú lanzó la campaña “Refréscate con el efecto Ice”, acompañada de dos novedades: Pícaras con sabor a cremolada de maracuyá y Olé Olé Ice lúlcuma. Se trata de referencias con sabores acordes al verano y con sensación de frescura.



Nuevo Jumbo Dots

Con el objetivo de participar en el segmento de los grajeados en Colombia con la marca Jumbo, Compañía Nacional de Chocolates lanzó al mercado el nuevo Jumbo Dots, maní recubierto con chocolate de leche, disponible desde el pasado 1 de marzo.



TMLUC



Canelones Lucchetti

TMLUC lanzó al mercado chileno Canelones Lucchetti, un producto diseñado para llevar, de forma deliciosa y entretenida, nutrición a toda la familia. Los canelones vienen pre-cocidos, así que solo basta rellenarlos, cubrirlos con salsa, llevarlos al horno y disfrutar de un exquisito plato con todo el cariño de mamá y los beneficios nutricionales de las pastas Lucchetti.



Pastas Lucchetti, la nueva estrella de Tresmontes Lucchetti en México

Este 2015, TMLUC incursiona en la categoría de pastas alimenticias en México con un innovador portafolio que incluye: espaguetis, fideos cortos -como coditos y letras- y fusilli con vegetales añadidos (tomate y espinaca). Estas pastas también están disponibles en versión tradicional y son igualmente enriquecidas con vitaminas, minerales y ácido fólico. Son referencias lanzadas para entregar nutrición y gran sabor a los consumidores mexicanos a un precio más que conveniente.



Helados

Paleta Tornado

Crem Helado presentó recientemente una nueva paleta hecha con jugo de frutas. Se trata de la nueva Tornado, dirigida a niños y niñas que buscan una paleta sorprendente y diferente. Son cuatro sabores en una sola paleta: piña, frutos rojos, naranja y limón.



Aloha Mix

Aloha Mix fue el más reciente invento de Crem helado para la temporada de vacaciones: una rica y refrescante combinación de helado de agua sabor a frutos rojos rellena de leche condensada.

Choco Cono Cookies & Cream

El cono preferido de los colombianos llegó con un nuevo sabor: delicioso helado de vainilla con trozos de galleta de chocolate y cobertura de chocolate.



Chocodamia, el nuevo sabor de helado de la línea etiqueta negra

Helados Bon presentó al mercado un cremoso helado de chocolate premium, presentado con un jaspeado de la exquisita Chocodamia, deliciosa combinación de crema de chocolate orgánico con macadamia, y trocitos de nueces de macadamia. Ideal para degustar cacao y nueces de alta calidad, cultivados en tierras dominicanas.

Una deliciosa alternativa presentada por POPS

Heladerías POPS incorporó en su menú una nueva gama de batidos Fruit Mix, combinaciones de frutas para mezclar con sus deliciosos helados, hielo frapeado, leche o yogurt. Esta innovación trae consigo la incorporación de nuevos equipos y una capacitación especial en su manejo para todo el personal.



Corral Costeña

Por solicitud expresa de los fanáticos de la Hamburguesa Costeña en Colombia, El Corral decidió traerla de vuelta a su menú, como Oferta de Tiempo Limitado. Esta es una deliciosa Hamburguesa de ¼ lb. de 100% carne de res, acompañada de cremoso suero costeño, crujientes platanitos, y queso costeño rallado. Estará disponible hasta de 16 de junio.

Malteada Lulada

Las malteadas de Hamburguesas El Corral no solo son una tradición, sino que mes a mes traen nuevas experiencias a sus consumidores colombianos. El más reciente ejemplo es la malteada de Lulada, una deliciosa explosión de sabor hecha con pulpa de lulo -ó naranjilla- natural, disponible por tiempo limitado como sabor de temporada.



Nueva "Quesito Guayaba" de Krispy Kreme

Krispy Kreme unió dos de los más populares productos en Colombia para crear una inigualable combinación, la Doughnut Quesito Guayaba. Después de dos meses en el mercado, esta referencia ha logrado una gran acogida dentro del público bogotano, con más de 9.000 unidades vendidas, y desde ya se perfila como una de las favoritas en el país.



Pastas

Spaghetti No. 5 y Nidos Doria

Para hacer de cada momento una ocasión especial, Doria lanzó al mercado colombiano dos nuevas figuras de pasta: Spaghetti No. 5 y Nidos, elaboradas con 100% trigo Durum de la mejor calidad, sin duda una excelente opción para los consumidores que buscan nuevas opciones.



Spaghetti Doria Sabor Chorizo

Continuando con la innovación en sabores, Pastas Doria introdujo Spaghetti Sabor Chorizo, con todo el sabor del chorizo colombiano, deliciosa para disfrutar sola o acompañada de los más deliciosos platos típicos como asados o calentados.



Doria Kids Play-Doh

Doria Kids, en alianza con Play-Doh, llega al mercado con dos excelentes opciones de alimentación y diversión: Zoológico y Deportes con queso, pasta de alto contenido nutricional con las formas preferidas de los niños colombianos. Doria Kids Play-Doh trae en su interior un tarro de plastilina Play-Doh, para estimular la creatividad de los más pequeños.



Redes y Canales



Novedades La Recetta

Durante el primer trimestre de 2015, La Recetta adelantó diferentes actividades de capacitación en repostería, mostrando de una manera dinámica el resultado y comportamiento de cada producto del portafolio de Chocolates, Galletas, Café y Alpina. Igualmente se destaca el apoyo de la compañía a la campaña "Equilibrate" -que tiene por objeto concientizar a las personas de la importancia de una alimentación saludable y baja en calorías-, la realización de festivales gastronómicos en diferentes compañías socias, y la capacitación a vendedores en preparación de café.



Alimentos al consumidor



Se realizó el Primer Encuentro de Cacaoteros de la Costa Norte colombiana

Se llevó a cabo hace algunas semanas, en el municipio del Carmen de Bolívar (Bolívar), el Primer Encuentro de Cacaoteros de la Costa Norte, que contó con la participación de 55 líderes y expertos en materia de cacao y gestión social de la Costa Norte y de Grupo Nutresa. Este encuentro hace parte de las estrategias de Abastecimiento Sostenible de la organización, para el fortalecimiento de las relaciones de largo plazo con los agricultores colombianos. En él participaron 18 asociaciones de productores de cacao de los departamentos de Bolívar, Sucre, Cesar, Magdalena y La Guajira.

La agenda incluyó actividades vivenciales de trabajo en equipo y de desarrollo de capacidades organizacionales y humanas. Dentro de los principales logros se destacan la potenciación del rol de los agricultores

como empresarios del campo, constructores de paz y gestores del desarrollo agrario del país; el fortalecimiento institucional de las asociaciones productoras de cacao; el reconocimiento de las asociaciones productoras de cacao como empresas que generan progreso colectivo y comercial para la promoción social y local de la región; y la participación de actores externos como Fundación Semana, CECODES (Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible) y la Corporación PBA.

A través de iniciativas como ésta, Fundación Nutresa y Compañía Nacional de Chocolates contribuyen con el mejoramiento de las condiciones de pobreza y con el fomento del desarrollo humano y económico de las comunidades rurales a través de la potenciación de negocios inclusivos como el cacao.

Voluntarios de El Salvador comparten con niños de HOPAC



El pasado 20 de marzo los voluntarios Muuucha Galleta! de Pozuelo, en El Salvador, celebraron el día mundial del síndrome Down en el "Hogar de Parálisis Cerebral (HOPAC)". Esta institución brinda atención y servicios integrales e innovadores a la niñez, juventud y adultos con parálisis cerebral y otras discapacidades, mejorando su calidad de vida y promoviendo su integración social.

El Negocio Cárnico en Colombia se une por el bienestar de mujeres y niños

En el marco de la celebración del Día de la Mujer y el Mes de la Niñez, los colaboradores del Negocio Cárnico se unieron a dos recolectas solidarias de fondos con el fin de favorecer a fundaciones que apoyan a mujeres cabeza de familia y a niños entre los cero y cinco años. En total, 41 empleados aportaron COP 1.197.000 al voluntariado en dinero llevado a cabo en el Día de la Mujer y 72 colaboradores más donaron recursos para los niños por un monto de COP 2.355.000. Las instituciones beneficiadas fueron: Ser Mujer (Cali), Comedor San José del Mirador El Salado (Medellín), Congregación de Hermanas de la Caridad Dominicanas de la Presentación de la Santísima Virgen – Providencia (Bogotá) y Asociación del Niño Jesús del Sur (Bogotá).



Comercial Nutresa comprometida con la educación de la niñez

Durante los primeros meses del año, Comercial Nutresa ha venido reforzando su compromiso con la dimensión social de la filosofía de sostenibilidad de Grupo Nutresa, con la entrega de 750 kits escolares a niños de ocho instituciones educativas en las ciudades de Barranquilla, Cartagena, Cali, Ibagué, Medellín y Bogotá.



Tresmontes Lucchetti se suma a iniciativa chilena por la diversidad

"Más Diversidad" es el nombre de la iniciativa convocada por ACCIÓN, organismo que representa al Consejo Mundial por el Desarrollo Sostenible (WBCSD) en Chile, y al que TMLUC se ha sumado con el fin de generar prácticas empresariales concretas que promuevan un mercado inclusivo, integrador y meritocrático en base a la valoración de la diversidad.

De este modo, la empresa asume el desafío de trabajar por la inclusión y el respeto a la diversidad en línea con la visión de Grupo Nutresa del respeto por los derechos humanos y el desarrollo sostenible.