

Boletín Accionistas

Tercer trimestre de 2014



2 Noticias

4 Información financiera

6 Novedades

8 Sostenibilidad

Grupo Nutresa con resultados muy positivos, soportados en su modelo de negocio diversificado en mercados y categorías

Grupo Nutresa durante los primeros nueve meses del año 2014, generó ventas totales por COP 4,646,154 millones, lo que representa un crecimiento del 13.3%.

Las ventas en Colombia, que representan el 65.8% de las ventas totales del Grupo, alcanzaron COP 3,058,741 millones y crecieron un 8.9% con respecto al mismo periodo del año anterior. Este excelente desempeño es el resultado de una innovación constante, la adecuada diversificación en canales de distribución con cobertura nacional, y del posicionamiento de sus marcas apreciadas y reconocidas, además de una excelente dinámica de consumo durante el año.

Las ventas internacionales representaron el 34.2% de las ventas totales del Grupo al cerrar en USD 816 millones, con un crecimiento del 18.0%. Este incremento es bien destacable, pues el aporte de las ventas

■ Las ventas totales acumuladas fueron de **COP 4,646,154 millones**, lo que representa un crecimiento del **13.3%**.

■ Las ventas acumuladas en Colombia crecieron un **8.9%** con respecto al mismo periodo del año anterior, ascendiendo a **COP 3,058,741 millones**.

■ Las ventas internacionales durante los primeros nueve meses del año, representaron el **34.2%** de las ventas totales del Grupo al cerrar en **USD 816 millones**, con un crecimiento del **18.0%**.

de Tresmontes Lucchetti -TMLUC- supera el efecto negativo de la consolidación de las ventas provenientes de Venezuela a la tasa indicada por SICAD II.

En cuanto a la rentabilidad, se destaca el margen ebitda de 13.8% a lo largo de 2014. El ebitda fue de COP 642,085 millones, 11.6% superior al del mismo periodo del año anterior. Este nivel sostenido en el margen se soporta en la excelente dinámica comercial en Colombia, la estrategia de abastecimiento global del Grupo y el comportamiento de precios favorable de algunas materias primas, el incremento en la productividad de 5.1%, y en las ventas por innovación que equivalen al 17.3% de las ventas totales.

La utilidad operacional durante los primeros nueve meses del año creció en un 5.7% al llegar a COP 477,701 millones, con un margen operativo de 10.3%, en línea con el reportado en la primera mitad del año.

La utilidad neta consolidada durante el periodo asciende a COP 260,185 millones, lo cual representa una disminución del 7,1% al compararse con el mismo periodo del año anterior, debido en gran medida a los intereses de la financiación para la adquisición de TMLUC.

1. La operación de Starbucks Colombia se hace a través de un JV con Alsea



Dow Jones Sustainability World Index -DJSI-

Grupo Nutresa fue reconocido por cuarto año consecutivo en el Dow Jones Sustainability World Index -DJSI- lo que ratifica su liderazgo en materia de sostenibilidad en el sector de alimentos.

“La permanencia en este índice evidencia el trabajo consistente y efectivo del equipo de Grupo Nutresa para mejorar cada vez más sus prácticas de sostenibilidad y refleja los resultados positivos para nuestros públicos de interés. Esto no solo brinda confianza a nuestros inversionistas sino que refuerza el compromiso y vínculo con nuestros clientes y colaboradores. Desde la organización vemos la inclusión en el DJSI como una responsabilidad para seguir avanzando en nuestra gestión de sostenibilidad”, aseguró Carlos Ignacio Gallego, presidente de Grupo Nutresa.

■ El ebitda creció un **11.6%** con respecto al mismo periodo del año anterior y fue de **COP 642,085 millones**, lo que representa un margen sobre las ventas de **13.8%**.

■ La utilidad operacional durante los primeros nueve meses del año creció en un **5.7%** al llegar a **COP 477,701 millones**. Por su parte la utilidad neta durante el periodo asciende a **COP 260,185 millones**, lo cual representa una disminución del **7,1%**, en gran medida por gastos de financiación de la adquisición de TMLUC.

■ Grupo Nutresa continúa su incursión en el mercado de consumo de alimentos fuera del hogar con la apertura de **3 tiendas de Starbucks** en Colombia¹.

Grupo Nutresa, por cuarto año consecutivo en el Dow Jones Sustainability World Index

MEMBER OF
Dow Jones Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM

Grupo Nutresa fue reconocido por cuarto año consecutivo en el Dow Jones Sustainability World Index -DJSI- lo que ratifica su liderazgo en materia de sostenibilidad en el sector de alimentos.

Más de 3,000 empresas de todo el mundo, pertenecientes a 59 sectores de la economía, fueron invitadas a participar de este análisis en 2014. En esta nueva edición se estudiaron 62 compañías del sector de alimentos, de las cuales nueve ingresaron al índice mundial, incluyendo Grupo Nutresa.

Para la empresa, pertenecer a este índice significa ser reconocida por la identificación y gestión de riesgos y oportunidades en los frentes económico, social y ambiental, y por la generación de valor para todos sus grupos de interés.

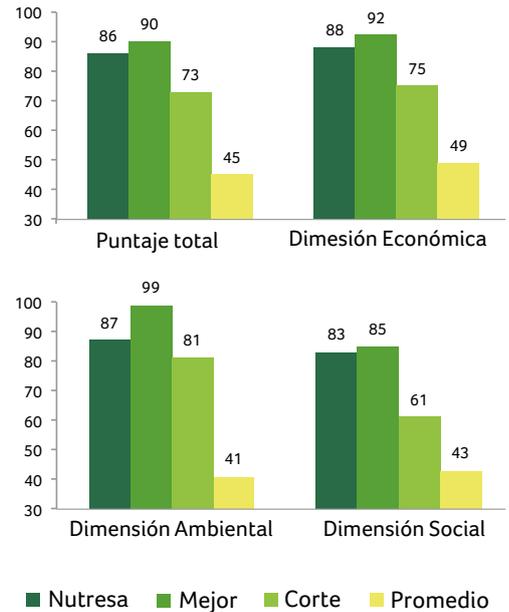
En materia económica, el índice destaca la capacidad de la organización para gestionar la innovación y propiciar mecanismos de conducta que orientan un comportamiento ético y transparente. Grupo Nutresa obtuvo el primer lugar en ambos asuntos, en el sector de alimentos.

Así mismo, y en términos ambientales, Grupo Nutresa avanzó significativamente en la administración de los riesgos relacionados al agua y mejoró su desempeño en ecoeficiencia, gracias al establecimiento de iniciativas para la adecuada gestión del recurso hídrico en el largo plazo. Se obtuvo el primer lugar en reporte ambiental y la máxima calificación en riesgos relacionados al agua.

Finalmente, en la dimensión social, la empresa obtuvo el primer lugar en el asunto de indicadores de prácticas laborales y derechos humanos, así como la

máxima calificación en ciudadanía corporativa y filantropía. Esto confirma su compromiso con su equipo humano y sus comunidades.

Se destaca también que Grupo Nutresa hace parte, por tercer año consecutivo, del Índice de Mercados Emergentes -Dow Jones Sustainability Emerging Market Index- junto a otras tres compañías del sector de alimentos, de un total de 35 evaluadas.



Grupo Nutresa obtiene en 2014 calificación de **86 puntos** en el Dow Jones Sustainability Índice, superior al **95%** de las compañías del universo de su sector.



Grupo Nutresa se unió a la campaña Soy Capaz

Durante los meses de agosto y septiembre, Grupo Nutresa participó en la campaña Soy Capaz, iniciativa privada que pretende generar un cambio en la mente de los colombianos e inspirar la toma de acciones para la construcción de la paz. Uno de los ejes de la campaña fue la introducción al mercado colombiano de marcas y productos con empaques y envases de color blanco, como elemento común y de unión entre las cerca de cien empresas más grandes del país.

Grupo Nutresa decidió sumarse con algunas de sus marcas y referencias más representativas, incluyendo Jet, Zenú, Chocologista, Saltín Noel, Doria, Sello Rojo y Colcafé, todas cobijadas bajo una gran frase institucional de Nutresa: “Soy Capaz de disfrutar la vida”.

Grupo Nutresa adhirió al gran pacto por la innovación MEDELLINNOVATION



En septiembre pasado, Grupo Nutresa adhirió al Gran Pacto de la Innovación MEDELLINNOVATION, impulsado por la Alcaldía de Medellín desde Ruta N, corporación para el fomento a la innovación en la ciudad.

Este compromiso se tradujo en un Gran Pacto por la priorización de la ciencia, la tecnología y la innovación al interior de diversos actores de la sociedad, incluyendo la empresa privada. En el documento final, Grupo Nutresa se comprometió, entre otros, a estimular a sus socios a que descubran y exploren la ciencia, la tecnología y la innovación, proponer espacios para su discusión, e invertir, de acuerdo a su proyección estratégica, un porcentaje total de sus ingresos en actividades de esa índole.

Grupo Nutresa, la tercera empresa mejor reputada de Colombia, según MERCO Empresas

Por sexto año consecutivo, Grupo Nutresa se ubicó en la tercera posición en el listado de Empresas con mejor reputación en Colombia, dentro del ranking Merco Empresas, detrás de Ecopetrol y Grupo Bancolombia.

Los resultados de este año arrojan una novedad y es el crecimiento de 684 puntos respecto al año 2013, el cual marcó el sobrepaso, por primera vez, de la barrera de los 9,000 puntos (sobre los 10,000 que obtiene el puntero), así como un recorte significativo de la brecha que separa a Grupo Nutresa con las dos primeras empresas del escalafón.

Estos resultados confirman además el primer puesto de Grupo Nutresa dentro del sector de Alimentación y Bebidas.

Posición 2014	Puntos	Empresa	Posición 2013
1	10,000	ECOPETROL	1
2	9,729	GRUPO BANCOLOMBIA	2
3	9,560	GRUPO NUTRESA	3
4	8,837	ALPINA	5
5	8,724	GRUPO EPM	4
6	8,715	AVIANCA	6
7	8,691	SABMILLER-BAVARIA	7
8	8,393	CEMENTOS ARGOS	16
9	7,992	GRUPO ÉXITO	9
10	7,672	GRUPO SURA	8

Se destaca también el rápido ascenso reputacional de **Carlos Ignacio Gallego** en el ranking de líderes, pues ocupó la posición número 20, a solo pocos meses de haber asumido la Presidencia del grupo.

Asimismo, se presentaron los resultados de la primera edición de MERCO Personas Chile, en el que Tresmontes Lucchetti (TMLUC) obtuvo el segundo lugar a nivel de empresas de alimentos y el puesto número 17 en el listado general de las 100 compañías mejor calificadas en Chile.

RECONOCIMIENTOS



Grupo Nutresa, reconocido por CECORP en la categoría Responsabilidad Social

Por su contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental del país a través de las relaciones públicas y la comunicación, Grupo Nutresa, a través de la Fundación Nutresa, fue reconocido como

ganador en la Categoría de Responsabilidad Social Empresarial de los Premios CECORP 2014.

CNCH, distinguida como "Gran Líder Progresista"

Compañía Nacional de Chocolates recibió el máximo reconocimiento como "Gran Líder Progresista" por parte de la Corporación Autónoma Regional de las Cuencas de los ríos Negro y Nare -CORNARE-, el cual exalta a esta y otras firmas del Oriente Antioqueño Colombiano por su contribución al cuidado del medio ambiente, la gestión social en sus procesos productivos y su compromiso corporativo para el desarrollo sostenible.

Festival recibió el premio "The Homey Award"

La promoción masiva "Rio 2", de la marca Festival, fue reconocida como la mejor implementación de licencia de la película Rio 2, gracias a su innovación, estrategia de comunicación y activación en el punto de venta. Este reconocimiento fue otorgado por Twentieth Century Fox en el marco del Licensing International Expo, la feria mundial más grande en el sector de promociones y licencias.



Ya son siete las empresas de Grupo Nutresa certificadas como Empresa Familiarmente Responsable

Con las recientes incorporaciones de Doria, Comercial Nutresa, Colcafé, Noel y Litoempaques como Empresas Familiarmente Responsables -EFR-, ya son siete las empresas del Grupo certificadas. Estas se le suman a Servicios Nutresa y Compañía Nacional de Chocolates. Empresa Familiarmente Responsable -EFR- es un modelo que guía a las empresas en la implementación de medidas que faciliten el equilibrio entre la vida personal, familiar y laboral de sus colaboradores.

BRANDZ™

Marcas de Grupo Nutresa, dentro de las más recordadas y valiosas en Colombia

Ducales y Saltín Noel fueron incluidas como las marcas con los mayores *top of mind* y *top of heart* en Colombia respectivamente, en la categoría de galletas saladas, de acuerdo al estudio Recordación, Actitud y Compra 2014 (RAC), elaborado por la firma Óptimos para la revista Gerente. Igualmente, cuatro marcas del grupo (Pietrán, Zenú, Doria y Jet) hicieron parte del listado de las 20 marcas colombianas más valiosas, según el ranking BrandZ, comisionado por la firma WPP a Millward Brown.



Gerente de Asuntos Corporativos de Tresmontes Lucchetti, nuevo vicepresidente de ALAIB

Recientemente se eligieron a las autoridades de la Alianza Latinoamericana de Asociaciones de Alimentos y Bebidas (ALAIB), entidad que reúne a las principales compañías de ambos rubros. En el marco de este encuentro fue designado, como vicepresidente del organismo, el gerente de Asuntos Corporativos de Tresmontes Lucchetti (TMLUC) y director de Chile Crece Sano, Felipe Lira Ibáñez. La ALAIB promueve el desarrollo sostenible en la industria de alimentos y bebidas, así como en sus cadenas de valor y contribuye al diseño de políticas públicas en beneficio de toda la población.

Zuko, recomendada por el Colegio de Obesidad y Nutrición mexicano

Zuko, una de las principales marcas de bebida instantánea de Tresmontes Lucchetti, fue recomendada por el Colegio de Obesidad y Nutrición de México, gracias a que contiene 100% de vitamina C en una porción de cuatro vasos de 200 ml, que la hace una bebida rica y saludable.



Estado de resultados consolidado*

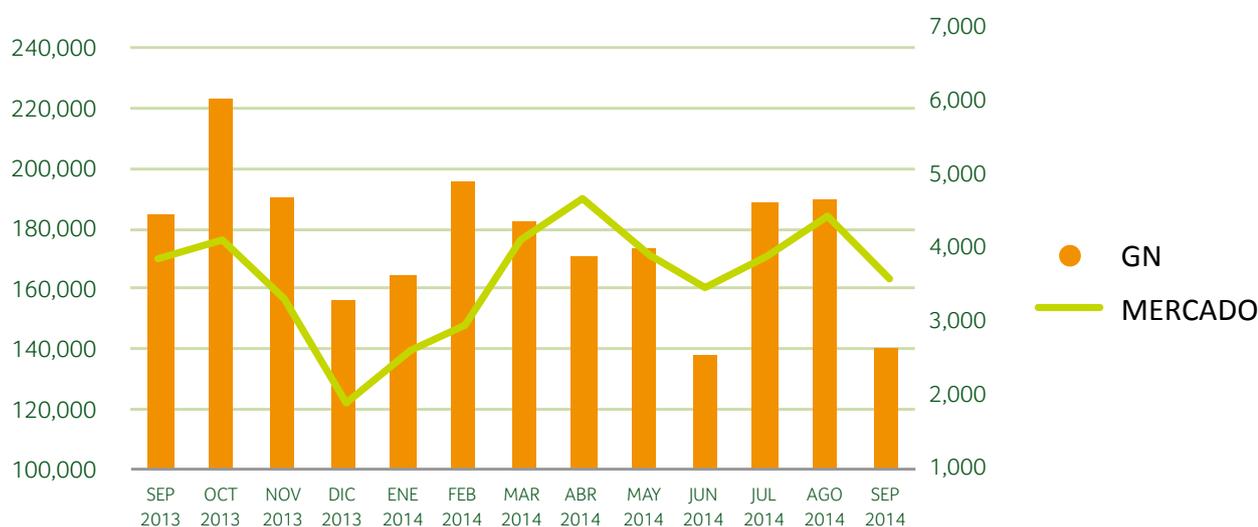
Septiembre 30 de 2014. Cifras expresadas en millones de COP

Millones de pesos	sep-14	%	sep-13	%	% var.
Total Ingresos Operacionales	4,646,154	100.0%	4,101,472	100.0%	13.3%
Costo mercancía vendida	-2,563,460	-55.2%	-2,257,250	-55.0%	13.6%
Utilidad Bruta	2,082,694	44.8%	1,844,222	45.0%	12.9%
Gastos de administración	-297,884	-6.4%	-242,240	-5.9%	23.0%
Gastos de venta	-1,224,985	-26.4%	-1,056,595	-25.8%	15.9%
Gastos de producción	-82,124	-1.8%	-93,517	-2.3%	-12.2%
Total Gastos Operacionales	-1,604,993	-34.5%	-1,392,352	-33.9%	15.3%
Utilidad Operativa	477,701	10.3%	451,870	11.0%	5.7%
Ingresos financieros	10,909	0.2%	8,211	0.2%	32.9%
Gastos financieros	-116,958	-2.5%	-61,386	-1.5%	90.5%
Diferencia en cambio neta	4,361	0.1%	12,836	0.3%	-66.0%
Otros ingresos (egresos) netos	-31,941	-0.7%	-25,620	-0.6%	24.7%
Dividendos de portafolio	31,511	0.7%	29,867	0.7%	5.5%
Realización de inversiones	-	-	107	0.0%	N.C.
Post Operativos Netos	-102,118	-2.2%	-35,985	-0.9%	183.8%
UAI e Interés minoritario	375,583	8.1%	415,885	10.1%	-9.7%
Impuesto de renta	-113,479	-2.4%	-135,657	-3.3%	-16.3%
Interés minoritario	-1,919	0.0%	-73	0.0%	2,528.8%
UTILIDAD NETA	260,185	5.6%	280,155	6.8%	-7.1%
EBITDA CONSOLIDADO	642,085	13.8%	575,154	14.0%	11.6%

*Información ilustrativa, no auditada.

Volumen de negociación diario

Cifras expresadas en millones de COP



Balance general consolidado*

Septiembre 30 de 2014. Cifras expresadas en millones de COP

Millones de pesos	sep-14	sep-13	% var.
ACTIVO			
Disponible e Inv. Temporales	206,875	345,435	-40.1%
Inversiones	382,341	357,305	7.0%
Deudores	939,344	931,013	0.9%
Inventarios	830,981	751,151	10.6%
Propiedad, planta y equipo	1,428,263	1,379,531	3.5%
Intangibles	1,879,364	2,118,695	-11.3%
Diferidos	78,501	103,310	-24.0%
Otros activos	24,188	14,047	72.2%
Valorizaciones	5,296,045	4,989,555	6.1%
Total Activo	11,065,902	10,990,042	0.7%
PASIVO			
Obligaciones financieras	2,013,963	2,021,108	-0.4%
Proveedores	219,468	206,620	6.2%
Cuentas por pagar	333,371	358,785	-7.1%
Impuestos, gravámenes y tasas	47,144	69,570	-32.2%
Obligaciones laborales	49,171	56,114	-12.4%
Pasivos estimados y provisiones	296,239	384,377	-22.9%
Diferidos	203,513	162,220	25.5%
Otros	6,432	22,494	-71.4%
Total Pasivo	3,169,301	3,281,288	-3.4%
Minoritarios	19,558	20,353	-3.9%
PATRIMONIO	7,877,043	7,688,401	2.5%
Total Pasivo y Patrimonio	11,065,902	10,990,042	0.7%

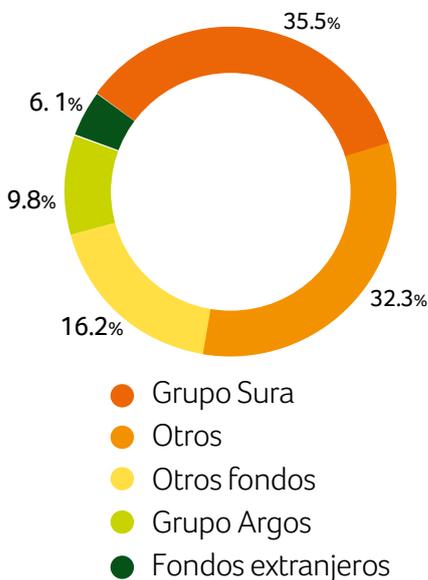
Indicadores

Precio de Cierre	27,700
Precio de Cierre año anterior	27,220
Máximo 52 Semanas	28,700
Mínimo 52 Semanas	23,400
Capitalización Bursatil (\$MM)	12,745,420
Valor Intrínseco	17,120
RPG (1)	26.3
P/VL (1)	2.4
EV / EBITDA (1)	11.3
Utilidad por acción	783
Dividendo por acción-mes	36.0
Rentabilidad por dividendos (2)	1.5%
Rentabilidad por valorización (2)	1.8%
Rentabilidad combinada (2)	3.3%
Variación COLCAP(2)	-4.9%
Retorno sobre activos (1)	10.1%
Retorno sobre patrimonio (1)	9.0%
Retorno sobre capital invertido (1)	12.2%
Acciones en Circulación	460,123,458
Número de Accionistas	14,445
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 Nutresa



Nutresa México, innovando para sus clientes y consumidores

En el marco de la edición 2014 de Confitexpo, realizada en Guadalajara, Nutresa México presentó tres innovaciones: Nucita Cono, cono de galleta relleno de crema Nucita trisabor, dirigido a los más pequeños; Cremino Stick, a base de cacao y leche; y MuiBon Barra, barra de galleta cubierta con sabor a chocolate, caramelo y arroz crujiente.

Pícaras, con dos innovaciones en Perú

CHNCH Perú ingresó al segmento de galletas saborizadas con el lanzamiento de Pícaras Chips, añadiéndole a la tradicional galleta Pícaras chips de chocolate real, mostrando el lado innovador, versátil y moderno de la marca. Igualmente, se introdujo la presentación Pícaras XL, que viene con seis galletas en lugar de cuatro, y un glow stick de regalo.



Chin Chin presentó su Chocopaletón

Chin Chin, marca líder en el segmento infantil en el Perú, ingresó con éxito al segmento de los marshmallows bañados, con Chocopaletón, golosina con cobertura sabor a chocolate, chispas de colores y un palito tipo paleta para consumirla como un chupete.



Nueva Jet Cookies and Cream

Jet presentó en Colombia su nueva Chocolatina Jet Cookies and Cream, una combinación de chocolate blanco Jet con trozos de galleta de chocolate que se convierte en una nueva experiencia para los amantes del chocolate. Además de la barra de 50 gramos, que será un producto de línea, se presentaron dos ediciones limitadas: Burbuja, con relleno de vainilla y trozos de galleta de chocolate, y la tradicional Wafer, con una galleta de chocolate cubierta de chocolate blanco.



Fochis con pasas

Fochis introdujo al mercado peruano Fochis pasas en barra, buscando lograr un vínculo en la mente de sus consumidores jóvenes entre las presentaciones de grajeas y las barras, y con el objetivo de fortalecerse en este último segmento, el cual representa el 50% de la categoría de chocolates.

Winter's regresa a la repostería

Winter's volvió con éxito a la categoría de coberturas de chocolate para repostería en el Perú, luego de cuatro años de ausencia. El regreso viene acompañado de mejoras en el sabor del producto, innovación en los empaques, precios competitivos y un plan de apoyo 360° que incluye clases de chocolatería, sorteos y canjes para el usuario final, material POP y actividades de degustación e impulso en puntos de venta.



Helados Nutresa



Bocatto Vacaciones

Bocatto Cono lanzó al mercado dos nuevos sabores de gran acogida entre el público juvenil colombiano durante sus vacaciones de mitad de año: Piña Colada y Daiquiri de Fresa. Estas dos referencias le dieron un aire importante en ventas y renovación a la marca.

Nueva experiencia "Carritos Polet"

Polet introdujo al mercado colombiano los primeros "Carritos Polet", los cuales están siendo ubicados en centros comerciales, y en los que los consumidores pueden disfrutar de toda una experiencia placentera al hacer su propia combinación entre la paleta, tres tipos de cobertura de chocolate y nueve toppings diferentes.



Pastas Nutresa



Monticello lanza al mercado nueva referencia

El nuevo fettuccine de 500 gramos de Monticello, llega al mercado colombiano para complementar el portafolio de pasta larga. El fettuccine es una de las figuras preferidas por los consumidores ya que su forma plana da una presentación y sabor especiales a los platos. Es elaborada con trigo 100% Durum en moldes de bronce que le dan una textura particular para mayor adherencia de la salsa.

Pastas Doria con una nueva opción, práctica y deliciosa

Los nuevos Macarrones con Queso instantáneos Doria se preparan en solo tres minutos, en microondas o en agua hirviendo, y quedan "salsuditos", al gusto del consumidor colombiano. Son una alternativa conveniente para desarrollar nuevos momentos de consumo, pues les permite a los consumidores llevar sus Pastas Doria a todas partes.





Cárnicos Nutresa



Chorizo Ranchera, nueva aventura del sabor inconfundible

Ranchera lanzó exitosamente Chorizo Premium, de carne de cerdo, con el sabor ahumado exclusivo de Ranchera, alto contenido cárnico y un toque picante. El Chorizo Ranchera viene en dos presentaciones: chorizo *unipack* para el Canal Tradicional (tiendas) y paquete por ocho unidades para Grandes Cadenas (supermercados).



Hamburguesa Zenú, lista en cuatro minutos

Para entregar a los consumidores facilidad y practicidad en la preparación de sus comidas, Zenú lanzó en agosto la nueva Hamburguesa Preasada, lista en solo cuatro minutos. La nueva Hamburguesa Preasada Zenú viene refrigerada, no necesita aceite, es buena fuente de proteína, tiene textura y sabor cárnico, notas de BBQ y tocino, y viene en empaque resellable.



Galletas Nutresa

Festival Chokomix

Noel y CNCH Perú desarrollaron las nuevas Festival Chokomix, galletas de chocolate recubiertas de chocolate y chispas de colores, disponibles desde la segunda semana de septiembre. Festival Chokomix llega para mantener el liderazgo en el segmento de galletas dulces infantiles y participar en el cada vez más relevante sub-segmento de \$200 en tiendas colombianas, alcanzando a nuevos consumidores con capacidad adquisitiva más baja.



Galletas Soda Trigo y Maíz, un nuevo y nutritivo sabor con la tradición de siempre

Pozuelo presentó en Costa Rica Galletas Soda Trigo y Maíz, galleta salada que combina los beneficios del trigo con el sabor del maíz, ideal para disfrutar en casa. Este nuevo producto llega al mercado en una presentación de nueve paquetes individuales, perfecta para llevar a cualquier lugar, y en presentación familiar de 420 gramos.



Lo rico y lo saludable se unen en las Nuevas TOSH Pasión de Maracuyá

Se trata de unas nuevas galletas integrales, rellenas con crema de maracuyá y ralladura de naranja. Contienen 9 vitaminas y minerales, son fuente de fibra, tienen antioxidantes, son bajas en sodio, y no contienen colesterol ni grasas trans. Además, con sólo 95 calorías por porción, son excelentes para complementar una alimentación saludable. Introducidas al mercado costarricense por Pozuelo.



Tresmontes Lucchetti - TMLUC



Lucchetti lanza su última novedad: Pasta Salad

La nueva Pasta Salad tiene una decorativa forma de violetas y margaritas, que la hace perfecta para acompañar con ensaladas, y es adicionada con zanahoria, betarraga (remolacha) y espinaca, que le dan un color característico. Esta nueva alternativa de Lucchetti cuenta con el sello Proslow, que garantiza su elaboración a partir de sémola de trigo duro, aportando carbohidratos de bajo índice glicémico.



Fundación Nutresa 20 años aportando a la educación de Colombia

El proyecto educativo “Líderes Siglo XXI” de la Fundación Nutresa cumplió 20 años de gestión y aporte a la calidad de la gestión escolar en Colombia. Por esta razón, y en el marco del XIV versión del Congreso Nacional de Educación, celebró su trayectoria y logros más representativos, entre ellos, las más de 1,200 instituciones educativas vinculadas y beneficiadas con la implementación de este programa.

“Líderes Siglo XXI” apoya el fortalecimiento de las metodologías que les permiten a las instituciones educativas vinculadas perfeccionar la calidad de sus procesos pedagógicos y administrativos. Este proyecto cuenta con el apoyo conjunto de entidades del sector público y privado así como el de la academia. En sus años de trayectoria se ha implementado en 11 regiones del país,

ha movilizado cerca de 260 empresas hacia el voluntariado y formado a más de 4,000 directivos.

Dentro de la agenda del Congreso, celebrado en octubre en Medellín, Fundación Nutresa concretó la firma de una alianza público-privada con el Ministerio de Educación colombiano, para buscar una gestión integrada con el sector público a través del programa del Ministerio “Todos Aprender” y de “Líderes Siglo XXI”. “Todos Aprender” enfoca sus esfuerzos en articular las iniciativas de calidad educativa y en brindar herramientas que permitan la transformación en las instituciones que presentan mayores retos de gestión escolar en el país. La alianza beneficiará a 80 colegios ubicados en Bolívar, Norte de Santander, Antioquia, Cundinamarca, Risaralda y Valle del Cauca.

La marca TOSH está presente en la gira “Ponele a la Vida”

Pozuelo, a través de la marca TOSH, inició desde julio la gira “Ponele a la Vida”, cuyo objetivo es visitar 92 colegios de Costa Rica para promover una cultura de alimentación saludable y actividad física, como aspectos fundamentales para el desarrollo de los jóvenes. La iniciativa, que pertenece al plan “Movete y Disfrutá la Vida”, fue reconocida por el Ministerio de Salud costarricense.



Novaventa y la Alcaldía de Medellín, aliados para combatir la pobreza extrema

“Medellín Solidaria” es un programa de la Alcaldía de Medellín que busca acompañar a los hogares más vulnerables de la ciudad para contribuir al mejoramiento de su calidad de vida por medio del acceso a programas de salud, educación y nutrición, promocionando su autonomía y desarrollo. Es allí donde Novaventa, compañía de Grupo Nutresa, a través de su Modelo de Venta Directa, ofrece a estas familias una oportunidad de emprendimiento a través de las ventas por catálogo, llevando así nutrición y bienestar a cada hogar. Hoy, Novaventa cuenta con 531 Mamás Empresarias continuas que provienen del programa de “Medellín Solidaria”.

Fundación Nutresa, voluntarios y marcas

Con la participación de más de 4,000 personas entre niños, niñas y padres de familia de Barranquilla, Bogotá y Medellín, comenzaron en Colombia las actividades de voluntariado de “Nutresa Quiere a los Niños - ciudad”, liderada



por Fundación Nutresa. Esta iniciativa, que comenzó en 2013 bajo el liderazgo de Comercial Nutresa y Fundación Nutresa, lleva a los niños y niñas de las ciudades de Colombia jornadas lúdicas recreativas que fortalecen sus valores, el amor a la familia, el autocuidado y la creatividad.

“Nutresa Quiere a los Niños” hace parte de los programas propios de Educación de Fundación Nutresa, la cual, desde 1994, ha dotado de kits escolares a los niños y de elementos deportivos a las instituciones educativas rurales de Colombia, promoviendo así la permanencia de los infantes en la escuela.

Estas acciones sociales se desarrollan gracias al apoyo de la Red de Voluntarios Nutresa -que ya cuenta con 323 miembros- y a la vinculación de las principales marcas de Grupo Nutresa.

Una de estas actividades fue liderada recientemente por La Recetta -empresa del Grupo que atiende el mercado institucional en Colombia- en los barrios El Porvenir y La Chinita de la ciudad de Barranquilla, en la que voluntarios apoyaron el fomento de valores en los niños.