

Boletín Accionistas

Segundo trimestre de 2017



Continúa dinámica comercial positiva de Grupo Nutresa en Colombia con un crecimiento del **3,9%** de las ventas durante el primer semestre del año. El margen ebitda consolidado se sitúa en **12,7%**

Grupo Nutresa S.A. (BVC: NUTRESA) da a conocer sus resultados financieros consolidados al 30 de junio de 2017.

Las ventas en Colombia

continúan con un buen desempeño

y alcanzan los **COP 2,7 billones,**

un **3,9% superior** frente al mismo periodo de 2016.

Las **ventas en el exterior** con crecimiento del del **5,5%** en dólares ascienden a

USD 516,6 millones, luego de excluir,

para efectos de comparabilidad, las ventas del primer semestre de 2016 en Venezuela.

En materia de rentabilidad

se reporta un ebitda acumulado de

COP 527.210 millones,

equivalente a un **12,7% de las ventas.**

Grupo Nutresa continúa con una buena dinámica comercial en Colombia, con ventas en el primer semestre por COP 2,7 billones, las cuales representan el 64% de las ventas consolidadas y crecen un 3,9% frente al mismo periodo del año anterior.

Las ventas en el exterior, al excluir lo facturado en Venezuela durante el primer semestre de 2016, debido al tratamiento de la inversión en dicho país como instrumento financiero a partir de 1 de octubre del mismo año, son de USD 516,6 millones y representan un 36% de las ventas totales, con un crecimiento del 5,5%. Al expresarse en pesos colombianos, estos ingresos representan COP 1,5 billones de pesos.

Las ventas consolidadas se ubican en COP 4,2 billones, con un crecimiento del 1,9% (considerando la exclusión mencionada de Venezuela). Este crecimiento está soportado en una mejora en la mezcla de productos, gestión de la innovación y una potente red comercial que busca siempre suplir las necesidades de clientes, consumidores y compradores.

Con respecto a los esfuerzos en innovación, se destacan los recientes lanzamientos de snacks horneados e infusiones frías bajo la marca Tosh, y de Bénet, bebida nutricional en polvo bajo esta nueva marca de nutrición experta de Grupo Nutresa. La utilidad bruta, por valor de COP 1,8 billones, mejora 1,1% respecto al mismo período del año anterior como resultado de los esfuerzos en productividad, la constante búsqueda de mayores eficiencias y el precio favorable de algunos insumos.

La utilidad operacional del Grupo asciende a COP 397.383 millones con un margen operativo de 9,6%, el cual considera un incremento en los gastos de ventas asociados a una mayor dinámica de inversión en los canales. En materia de rentabilidad se reporta un ebitda de COP 527.210 millones, equivalente a un 12,7% de las ventas.

Los gastos post-operativos netos por COP 107.088 millones, evidencian una reducción del 16,3% frente a igual período de 2016, principalmente por el tratamiento de la inversión en Venezuela antes mencionada.



La utilidad neta consolidada asciende a COP 235.679 millones, representa un 5,7% de las ventas y registra un incremento de 2,0% frente a la del primer semestre de 2016.

Finalmente, por segundo año consecutivo Grupo Nutresa fue seleccionada por el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa -MERCÓ-, como la segunda mejor empresa en Colombia para atraer y retener talento y la primera dentro del sector de alimentos en el país. Con este reconocimiento se ratifica una vez más dentro del modelo de negocio de Grupo Nutresa la fortaleza del talento humano, uno de los activos de mayor valor dentro de la estrategia corporativa y eje fundamental del negocio.

ESTADOS FINANCIEROS SEPARADOS DE GRUPO NUTRESA S.A.

En los Estados Financieros Separados de Grupo Nutresa S.A. se reportan ingresos operacionales durante el primer semestre de 2017 por COP 237.814 millones, los cuales provienen de la aplicación del método de participación patrimonial sobre las compañías subsidiarias y asociadas por COP 183.610 millones y del reconocimiento de dividendos del portafolio de inversiones, por COP 54.204 millones. La utilidad neta de la Compañía se ubica en COP 236.453 millones y el patrimonio asciende a COP 8,7 billones.

pág. **2**
Noticias

pág. **4**
Información
financiera

pág. **6**
Novedades

pág. **8**
Sostenibilidad

Grupo Nutresa, de nuevo la segunda mejor empresa para atraer y retener talento en Colombia



De acuerdo con el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa -MERCOCO- en su edición MERCOCO Talento 2017, Grupo Nutresa es por segundo año consecutivo la segunda mejor empresa para atraer y retener talento en Colombia y la más atractiva dentro del sector de alimentos.

Merco Talento es un monitor de atractivo laboral realizado de acuerdo a la Norma ISO 20252 y al código de conducta ICC/ESOMAR y verificado por la firma KMPG, que mide la reputación como empleador de las empresas de acuerdo a quince variables, agrupadas en tres categorías de análisis: Calidad laboral, Marca empleador y Reputación interna.

Fitch Ratings

Fitch Ratings afirmó la calificación de los bonos ordinarios de Grupo Nutresa en 'AAA(col)'

Fitch Ratings afirmó la calificación de los Bonos Ordinarios del Fideicomiso Grupo Nacional de Chocolates S.A. (Grupo Nutresa) por COP500.000 millones en 'AAA(col)', con perspectiva estable.

Según Fitch Ratings, “la decisión de afirmar la calificación refleja la sólida posición competitiva de la compañía en sus mercados relevantes, su diversificación geográfica creciente en países con un ambiente operativo favorable y su perfil crediticio sólido que se caracteriza por un nivel de apalancamiento moderado y una generación robusta de flujo de caja operativo a través del ciclo económico. El posicionamiento competitivo de la compañía y su capital de marca le han permitido defender sus márgenes de rentabilidad en medio de un entorno económico retador”.



Grupo Nutresa reconoció la labor de sus socios de valor a través de una nueva versión del programa Proveedor Ejemplar



En el marco de un trabajo permanente con la cadena de valor para desarrollar un abastecimiento sostenible, el pasado 1 de junio Grupo Nutresa entregó por tercera ocasión un reconocimiento como “Proveedor Ejemplar Grupo Nutresa” a 20 de sus proveedores en Colombia y el exterior, distinción que reconoce el compromiso con el desarrollo de la sociedad y el progreso económico, social y ambiental de los países en los que operan.

El evento, liderado por la presidencia de Grupo Nutresa y la gerencia de Negociación en Compras de Servicios Nutresa, contó con la presencia de las 72 empresas nominadas en ocho categorías diferentes, entre grandes empresas, PYMES y firmas que prestan sus servicios a empresas de Grupo Nutresa en Colombia y el exterior. Adicionalmente se entregaron reconocimientos especiales a las empresas más innovadoras y a las más sostenibles, a los proveedores más destacados de Costa Rica y Perú y finalmente a los Proveedores Ejemplares Grupo Nutresa, tanto PYME como Gran Empresa.

“Lo que buscamos en el fondo con este programa de Proveedor Ejemplar es fortalecer nuestro proceso de abastecimiento sostenible y continuar desarrollando capacidades en la cadena de valor, y lo queremos seguir haciendo de la mano de ustedes, que son nuestros aliados”, expresó Carlos Ignacio Gallego, Presidente de Grupo Nutresa, dirigiéndose a los 273 invitados al evento.



Colcafé obtuvo calificación sobresaliente como Empresa Familiarmente Responsable

Durante este trimestre, Colcafé fue notificada por parte de la Fundación Más Familia de España que, como resultado de la auditoría externa realizada por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación -Icontec- a finales del año pasado, obtuvo el nivel B+, calificación que la reconoce como empresa de excelencia en la conciliación de la vida familiar, personal y laboral.

Según estándares de la Fundación Más Familia, el proceso lógico en el camino a la excelencia es iniciar el ciclo en C, luego de seis años pasar a B para finalmente, luego de otros seis años, alcanzar el nivel A. Colcafé rompió con estos esquemas logrando una calificación inicial de B en el 2013 y, después de solo tres años, obtener la calificación B+. De este modo, Colcafé hace parte del exclusivo grupo de las 25 empresas en el mundo que han logrado esta calificación, de un total de 550 empresas certificadas en EFR.

Doria y Zenú llegaron a sus 65 y 60 años respectivamente

Doria celebró este año su aniversario 65 elaborando las mejores pastas para estar presente en los hogares de todos los colombianos. Han sido más de seis décadas de experiencia que fortalecen al Negocio Pastas en su estrategia y lo proyectan con visión para permanecer en el mercado muchos años más.

Por su parte, Zenú llegó a sus 60 años con excelentes noticias para sus consumidores. La marca renovó su imagen para hacerla más cercana, moderna y dinámica, destacando sus productos y fortaleciendo su información para generar un mayor impacto en el punto de venta y facilitar la decisión de compra.

TMLUC, una de las empresas con mejor reputación de Chile

La empresa fue distinguida como una de las empresas con mejor reputación entre los chilenos según el estudio RepTrak Pulse Chile 2017, publicado en junio por el Reputation Institute, una de las consultoras líderes a nivel mundial en medición y gestión de la reputación.



Para cada una de las dimensiones que más valoran los consumidores chilenos a la hora de evaluar la reputación de una empresa -productos y servicios de calidad, comportamiento ético y transparente, y compromiso con la comunidad- Tresmontes Lucchetti obtuvo un excelente puntaje y alcanzó 75,4 puntos totales en una escala de 0 a 100, a tan solo 8,6 puntos de la empresa mejor evaluada.

Nuevo CEDI del Negocio Cárnico en Montería



En mayo pasado, el Negocio Cárnico inició operaciones en su nuevo centro de distribución -CEDI- Montería, departamento de Córdoba, sede que permitirá optimizar los procesos logísticos y cumplir de forma aún más eficiente la promesa de valor a sus clientes. El nuevo CEDI, en donde se comparte sede con el Negocio Helados, cuenta con instalaciones más amplias, modernas, cómodas y seguras, mayor espacio de almacenamiento y capacidad instalada proyectada hasta el año 2023.

Además, es el primero del Negocio que cumple los estándares para obtener la certificación LEED, lo que significa que está diseñado bajo un conjunto de normas encaminadas a la sostenibilidad.

Nuevas heladerías en Nicaragua



Helados POPS continúa su plan de expansión en Centroamérica gracias a la apertura de siete nuevas heladerías en Nicaragua durante los últimos ocho meses, lo que le permitirá incrementar considerablemente el volumen de ventas no sólo en su capital, Managua, sino también en otras importantes regiones del país como Chinandega, León y Masaya donde la marca goza de la aceptación de los consumidores.

Reconocimientos



Reconocimientos Logyca

El Negocio Cárnico recibió el reconocimiento de las grandes cadenas como Mejor Proveedor en Colombia para las Cadenas en la Categoría Consumo Masivo, según el resultado del más reciente estudio realizado por Logyca.



Tosh, premiada en los Effie Awards

En la onceava versión de los Effie Awards, Tosh fue reconocida en la categoría Éxito Sostenido por su promesa de marca "Cuidate, no te castigues", gracias a la cual consumidores se han acercado aún más a la marca. De este modo, la marca lidera el movimiento de estilo de vida saludable en Colombia.



TMLUC México recibe reconocimiento de banco de alimentos

Bancos de Alimentos de México, asociación dedicada al rescate de alimentos para combatir el hambre y mejorar la nutrición de la población vulnerable en dicho país, reconoció a TMLUC México por su compromiso y por el aporte de cerca de 300 toneladas de su bebida instantánea Zuko durante 2016.



Chocolates Perú recibió certificación de "Buen Empleador"

Como reconocimiento a sus buenas prácticas laborales, la Asociación de Buenos Empleadores (ABE), que patrocina la Cámara de Comercio Americana del Perú (AmCham), otorgó a Compañía Nacional de Chocolates de Perú, la certificación de "Buen Empleador", en la Categoría de Socio Emprendedor.



Pozuelo, la marca de alimentos favorita por los costarricenses

Pozuelo se mantiene como la marca preferida por los costarricenses en la categoría de alimentos y la cuarta dentro de la canasta de consumo, según un reporte elaborado por Brand Footprint 2016 de Kantar

Monticello, laureada nuevamente en el Monde Selection

Gracias a su excelente calidad, Pastas Monticello recibió nueve condecoraciones diferentes en la más reciente edición del Monde Selection de Bélgica. A hoy, la marca ya acumula una Medalla de Oro, 13 de Plata y una de Bronce.



Planta de Meals de Colombia en Manizales obtiene reconocimiento ambiental

CORPOCALDAS, autoridad ambiental de la ciudad de Manizales, reconoció a Meals de Colombia a través de su programa CREAS por su Excelencia Ambiental Sostenible en su planta de esta ciudad, específicamente por el manejo de su huella de carbono, consumo de materias primas, agua, energía, vertimientos, residuos, ruido y emisiones atmosféricas.

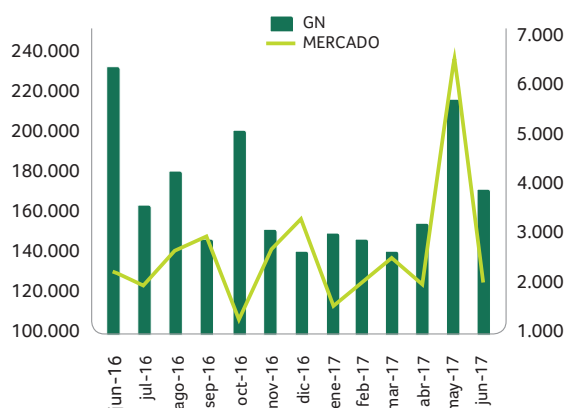
Estado de Resultados Consolidados*

Del 1 de enero al 30 de junio. Valores expresados en millones de pesos colombianos

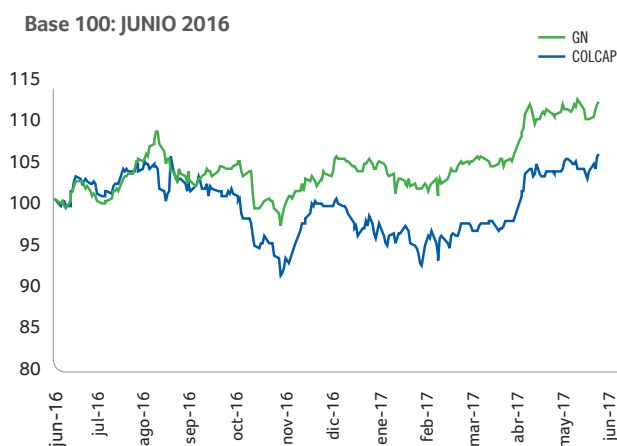
Millones de pesos	JUN-17	%	JUN-16	%	% VAR
OPERACIONES CONTINUADAS					
Ingresos operacionales	4.159.066		4.205.283		-1,1%
Costos de la mercancía vendida	(2.333.030)	-56,1%	(2.399.295)	-57,1%	-2,8%
Utilidad bruta	1.826.036	43,9%	1.805.988	42,9%	1,1%
Gastos de administración	(195.591)	-4,7%	(193.987)	-4,6%	0,8%
Gastos de venta	(1.188.495)	-28,6%	(1.128.655)	-26,8%	5,3%
Gastos de producción	(66.382)	-1,6%	(69.304)	-1,6%	-4,2%
Diferencia en cambio operativa	223	0,0%	15.786	0,4%	-98,6%
Otros ingresos (egresos) operacionales	21.592	0,5%	8.556	0,2%	152,4%
Utilidad operativa	397.383	9,6%	438.384	10,4%	-9,4%
Ingresos financieros	6.844	0,2%	4.647	0,1%	47,3%
Gastos financieros	(167.973)	-4,0%	(152.953)	-3,6%	9,8%
Dividendos del portafolio	54.321	1,3%	50.494	1,2%	7,6%
Diferencia en cambio no operativa	(4.809)	-0,1%	(12.353)	-0,3%	-61,1%
Pérdida por la posición monetaria neta	-	0,0%	(18.527)	-0,4%	-100,0%
Participación en asociadas y negocios conjuntos	1.216	0,0%	804	0,0%	51,2%
Otros ingresos (egresos) netos	3.313	0,1%	-	N/A	-
Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante	290.295	7,0%	310.496	7,4%	-6,5%
Impuesto sobre la renta corriente	(70.437)	-1,7%	(98.207)	-2,3%	-28,3%
Impuesto sobre la renta diferido	18.677	0,4%	20.959	0,5%	-10,9%
Utilidad del ejercicio de operaciones continuadas	238.535	5,7%	233.248	5,5%	2,3%
Operaciones discontinuadas, después de impuestos	(1.034)	0,0%	(247)	0,0%	N/A
Utilidad neta del ejercicio	237.501	5,7%	233.001	5,5%	1,9%
Participaciones no controladoras	1.822	0,0%	1.917	0,0%	-5,0%
Utilidad atribuible a las participaciones controladoras	235.679	5,7%	231.084	5,5%	2,0%
EBITDA	527.210	12,7%	534.203	12,7%	-1,3%

*Información no auditada.

Volumen de negociación diario



Comportamiento de la acción



Estado de Situación Financiera*

A 30 de junio de 2017. Valores expresados en millones de pesos colombianos

Millones de pesos	JUN-17	JUN-16	% VAR
ACTIVO			
Activo corriente			
Efectivo y equivalentes de efectivo	277.418	219.322	26,5%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	934.808	889.197	5,1%
Inventarios	1.050.504	1.028.417	2,1%
Activos biológicos	85.304	75.677	12,7%
Otros activos corrientes	258.291	246.832	4,6%
Activos no corrientes mantenidos para la venta	35.803	100.330	-64,3%
Total activo corriente	2.642.128	2.559.775	3,2%
Activo no corriente			
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	23.944	23.495	1,9%
Activos biológicos no corrientes	8.563	7.433	15,2%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	175.634	164.510	6,8%
Otros activos financieros no corrientes	4.081.768	3.885.206	5,1%
Propiedades, planta y equipo, neto	3.377.048	3.383.513	-0,2%
Propiedades de inversión	71.751	71.842	-0,1%
Crédito mercantil	2.059.277	2.034.454	1,2%
Otros activos intangibles	1.162.725	1.163.671	-0,1%
Activos por impuestos diferidos	374.942	356.994	5,0%
Otros activos	95.978	48.661	97,2%
Total activo no corriente	11.431.630	11.139.779	2,6%
TOTAL ACTIVOS	14.073.758	13.699.554	2,7%
PASIVO			
Pasivo corriente			
Obligaciones financieras	656.202	847.689	-22,6%
Proveedores y cuentas por pagar	930.722	888.840	4,7%
Impuestos, gravámenes y tasas	200.054	163.362	22,5%
Pasivo por beneficios a empleados	151.445	161.592	-6,3%
Provisiones corrientes	1.139	2.734	-58,3%
Otros pasivos	43.019	49.746	-13,5%
Total pasivo corriente	1.982.581	2.113.963	-6,2%
Pasivos no corriente			
Obligaciones financieras	2.514.525	2.277.429	10,4%
Proveedores y cuentas por pagar	158	158	0,0%
Pasivo por beneficios a empleados	229.319	216.744	5,8%
Pasivo por impuesto diferido	701.487	705.700	-0,6%
Otros pasivos	657	600	9,5%
Total pasivo no corriente	3.446.146	3.200.631	7,7%
TOTAL PASIVO	5.428.727	5.314.594	2,1%
PATRIMONIO			
Patrimonio atribuible a las participaciones controladoras	8.606.275	8.346.719	3,1%
Participaciones no controladoras	38.756	38.241	1,3%
TOTAL PATRIMONIO	8.645.031	8.384.960	3,1%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	14.073.758	13.699.554	2,7%

Indicadores

Precio de Cierre	26.400
Precio de Cierre año anterior	25.100
Máximo 52 Semanas	26.400
Mínimo 52 Semanas	22.820
Capitalización Bursatil (\$MM)	12.147.259
Valor Intrínseco (1)	18.789
RPG (2)	22,8
P/VL (2)	1,8
EV / EBITDA (2)	10,6
Utilidad por acción (3)	870
Dividendo por acción-mes	44,5
Rentabilidad por dividendos (3)	2,0%
Rentabilidad por valorización (3)	5,2%
Rentabilidad combinada (3)	7,3%
Variación COLCAP (3)	11,4%
Retorno sobre activos (2)	8,0%
Retorno sobre patrimonio (2)	8,0%
Retorno sobre capital invertido (2)	8,1%
Acciones en Circulación	460.123.458
Número de Accionistas	12.575
Bursatilidad	Alta

VALORES EXPRESADOS EN COP

- (1) Calculado sobre el patrimonio consolidado de Grupo Nutresa
 (2) Grupo de Alimentos / 12 meses proforma
 (3) Últimos 12 meses

Composición accionaria



*Información no auditada.



Cárnicos

Tres nuevas presentaciones para disfrutar el sabor Ranchera

Ranchera renovó de su propuesta de valor en Salchichas con el lanzamiento de tres nuevas presentaciones: Salchicha Ranchera 480 g. para autoservicios y grandes cadenas; Salchicha Ranchera 230 g. -presentación que ahora contiene siete unidades-; y Salchicha Ranchera "Tripack" presentación para el canal tradicional, que reemplaza la "Parpack".



Cinco nuevos platos preparados Zenú

Los nuevos estilos de vida y la búsqueda de soluciones de conveniencia demandan nuevas propuestas de alimentación práctica, rápida, fácil y confiable. Por eso Zenú, trae al mercado cinco nuevos productos: Lasagna con Pollo, Lasagna Boloñesa, Lasagna Mixta, Spaguetti Bolognesa y Raviolis con carne en salsa pomodoro.

Hermo lanza nueva campaña

Hermo lanzó en Venezuela su nueva campaña de mercadeo con el objetivo de posicionar la marca como la mejor opción de compra, lograr el reconocimiento de su portafolio y comunicar a clientes y consumidores los principales atributos de sus productos: calidad y sabor.



Galletas

Nuevas Festival Arequipe

Fiel al compromiso de innovación de la marca, el Negocio Galletas lanzó al mercado colombiano las nuevas galletas Festival con sabor a Arequipe, como una edición limitada para la actividad promocional de "Regreso al colegio", para luego convertirse en un producto de línea, engrosando la oferta de la marca y reforzando la variedad de sabores.



Nuevo Chiky Choko Banano

Con el objetivo de dinamizar el mercado centroamericano y mantener la marca vigente en la mente del consumidor, Compañía de Galletas Pozuelo lanzó una deliciosa combinación: crujiente galleta sabor a banano junto al original, delicioso y preferido sabor a chocolate de Chiky.



Transición hacia marca Noel

En alineación con el modelo de gestión de marcas de Grupo Nutresa, durante el segundo trimestre de 2017 se avanzó en la transición de las marcas Antojos, Sultana, Wafer y Tipo Leche hacia la marca sombrilla Noel.



Chocolates



Lanzamiento de Granuts en los Estados Unidos

La marca de nueces y semillas Granuts fue lanzada en el mercado estadounidense como plataforma de expansión de la presencia internacional del Negocio Chocolates y con el objetivo de ofrecer nuevas alternativas de productos funcionales, nutritivos y saludables a los consumidores hispanos en el territorio norteamericano.

Nueva Mezcla La Especial con Chocolates Recubiertos

La nueva mezcla La Especial con Chocolates Recubiertos es una experiencia irresistible por su colorido y por su combinación de sabores dulces y salados: maní, almendras, pasas y chocolate. Una nueva opción para que los colombianos disfruten y se den gusto en cualquier momento.



Nuevas cápsulas Express Chocolyne

Las nuevas cápsulas son una deliciosa y práctica forma de disfrutar el placer del chocolate sin azúcar y bajo en calorías. Una cápsula Express Chocolyne trae leche descremada, está endulzada con Splenda, y viene lista para preparar en el sistema de cápsulas Express Nutresa.



Nueva presentación Jumbo Kremaní

Vuelve Jumbo Kremaní a Colombia en su nueva presentación de 40 g., el tamaño ideal para disfrutar en cualquier momento del día de todo el sabor del chocolate relleno con crema de maní, trozos de maní y arroz crujiente.



Nueva presentación Jet Cookies and Cream

La familia Jet Cookies and Cream tiene ahora una nueva integrante: la chocolatina de 21 g. Una deliciosa mezcla de trocitos de galleta de chocolate y chocolate blanco.

Nueva torta Corona sabor a chocolate blanco y fresa

Corona Repostería lanzó al mercado colombiano la nueva torta con sabor a chocolate blanco y fresa: una deliciosa mezcla que, además de un irresistible sabor, resulta perfecta para compartir en familia y con amigos. Es muy fácil de preparar en tan solo tres pasos: mezclar, hornear y servir. Exclusiva para el catálogo de Novaventa.





Pastas

Fideo Pollo Asado

El portafolio de Pastas Doria se sigue fortaleciendo, esta vez con la innovación de unos de los productos saborizados con mejor desempeño para el Negocio de Pastas en Colombia, y que más le ha gustado al consumidor: Fideo con Sabor a Pollo Asado, perfecto para preparar con sopas y arroces.



Helados



Helado Artesanal, un homenaje a los postres colombianos

Un viaje por el territorio colombiano de la mano del reconocido chef Nicolás de Zubiría, hizo posible transformar en helado deliciosos postres representativos de las diferentes regiones del país. Al final, los colombianos eligieron, entre tres opciones, su postre favorito que se convierte en nuevo sabor: Postre de Moras con Arequipe: cremoso helado de moras con trocitos de moras relleno de arequipe.

Verano Bontástico

“Verano Bontástico, Vive el Verano Helado”, es el nombre de la campaña con el que Bon, el helado favorito de los dominicanos, invita a vivir la magia del verano. Se destaca el regreso del delicioso sabor del verano, Tropical Mix, exquisita combinación de helado de mango dominicano, chinola (maracuyá), una cinta de kiwi y trocitos de melocotón.



Cafés



Nuevas marcas y categorías disponibles en Cápsulas Express Nutresa

Consistente con la promesa de valor del sistema multi-bebidas de Cápsulas Express, Nutresa incorpora nuevas alternativas indulgentes de bajo aporte calórico al tiempo de nuevas formas de uso de la máquina: Chocolyne, Colcafé Cappuccino Light e Infusiones Tosh, refrescantes mezclas de ingredientes como rooibos, flor de jamaica, regaliz y rosa mosqueta, endulzadas con Stevia y listas para disfrutar con hielo.

TMLUC

TMLUC



Tresmontes Luchetti lanza Café Cortado Gold Premier

Este nuevo producto de la marca Gold es una excelente y práctica opción que ofrece al consumidor una experiencia de calidad superior. Se trata de una mezcla única de café 100% arábica, leche y un toque de dulzor, con un sabor y aroma irresistibles. Disponible en Chile en un formato de estuche con ocho sobres de 19 g. cada uno.



Alimentos al consumidor



Festival de Malteadas

En una creación conjunta con sus consumidores, Hamburguesas El Corral realizó su ya reconocido Festival de Malteadas, buscando resaltar los sabores colombianos más tradicionales. Al final, resultaron escogidos seis de ellos: Tamarindo, Arroz con Leche, Cocada, Café con Panela, Limonada de Coco y Lulo.



Sándwich de Pollo Honolulu

Con el fin de ofrecer nuevas opciones de proteína, Hamburguesas el Corral lanzó su Sándwich de Pollo Honolulu, elaborado con pechuga 100% de pollo, acompañado de dos trozos de piña, salsa teriyaki y deliciosos trozos de tocineta.

Nueva pizza con borde relleno de queso de Papa John's.

Papa John's presentó en junio pasado al mercado colombiano su más reciente innovación: la pizza con borde relleno de queso, disponible en todos los sabores y combinaciones de sus referencias familiares en masa tradicional.





Con nuevas políticas, Grupo Nutresa fortalece su compromiso para combatir el cambio climático y el desperdicio de alimentos

POLÍTICA DE CAMBIO CLIMÁTICO

Los riesgos por cambio climático plantean amenazas al desempeño financiero de las organizaciones a raíz del aumento en la temperatura del planeta, las constantes variaciones del clima y los fenómenos meteorológicos que afectan la disponibilidad de recursos, lo que a su vez motiva a los gobiernos a responder con leyes que regulen las emisiones.

En consecuencia, Grupo Nutresa estableció una política que le permitirá identificar y valorar los efectos que los riesgos físicos, financieros, regulatorios, de acceso a mercados y de cambios en la preferencia de los consumidores, pueden causar sobre la organización y su cadena de valor, así como gestionarlos.

Para conocer la política, escanee el código QR:



POLÍTICA DE DISMINUCIÓN DE LA PÉRDIDA Y EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

Aproximadamente un tercio de los alimentos producidos en el mundo nunca llegan a ser consumidos y esto conlleva riesgos significativos para la sostenibilidad de los recursos agrícolas y de las organizaciones.

Grupo Nutresa estableció una política que tiene como objetivo reducir la generación de residuos y aumentar su aprovechamiento con el fin de disminuir costos de operación y mitigar el impacto ambiental, tanto en las operaciones directas como en la cadena de valor, y mediante la extensión del ciclo de vida de los materiales.

Para ello estableció dentro del marco de la política, los siguientes criterios generales que definen su actuación:

- Desarrollo de capacidades en los proveedores para la apropiación de buenas prácticas.
- Maximización del uso de las materias primas en la operación y minimizar sus pérdidas; y buscar alternativas en alimentación humana.
- Aseguramiento de buenas prácticas de logística, logística de reversa y estrategias comerciales y de mercadeo para disminuir la pérdida y el desperdicio de producto.

Proyectos inclusivos con indios Arhuacos en la Sierra Nevada



En el marco de GERMINAR, estrategia que desarrolla en agricultores capacidades en materia de procesos productivos, ambientales, sociales y de generación de alianzas, al tiempo que minimiza las barreras de acceso a productos ricos en nutrientes que complementan la dieta tradicional de sus comunidades, Grupo Nutresa visitó los proyectos agroalimentarios en la Sierra Nevada de Santa Marta.

Allí se han logrado desarrollar durante los últimos cuatro años huertas familiares, granjas con cerdos y peces, y cultivos de cacao que incluyen alimentos que favorecen el aprovechamiento biológico de nutrientes a través de una producción nutritiva, sana y ecológicamente sustentable.

La organización espera continuar fortaleciendo esta estrategia implementando los aprendizajes en las diferentes comunidades en zonas de afluencia del Río Fundación.

Compañía Nacional de Chocolates y Fundación Nutresa realizaron el VI Encuentro de Cacaoteros en Acandí, Chocó



Comprometidos con el desarrollo sostenible, el fortalecimiento de los Negocios Inclusivos y la gestión social en las comunidades donde hacen presencia, el área de Compras y Fomento de Compañía Nacional de Chocolates y la Fundación Nutresa, realizaron el 15 y 16 de junio pasados, el Sexto Encuentro de Cacaoteros en Acandí, departamento del Chocó.

Un espacio de aprendizaje que promueve la construcción de tejido social entre las asociaciones participantes, la implementación de buenas prácticas agrícolas y el mejoramiento continuo en sus sistemas productivos. Una iniciativa que fortalece las relaciones de confianza con proveedores y fomenta el cultivo de cacao de alta calidad.