

Boletín Accionistas

Segundo trimestre de 2018



Grupo Nutresa en el primer semestre del año crece en ventas consolidadas el **4,0%**, con un **margen ebitda de 12,5%**.

Grupo Nutresa S.A. (BVC: NUTRESA) da a conocer sus resultados financieros consolidados al 30 de junio de 2018.

Grupo Nutresa continúa con una dinámica positiva en ventas, tanto a nivel local como internacional, y un resultado positivo en materia de rentabilidad. A nivel consolidado, los ingresos ascienden a COP 4,3 billones, con un incremento del 4,0% frente a los del primer semestre de 2017. Las ventas de innovación representan el 21,9% del total.

Las ventas en Colombia ascienden a COP 2,8 billones, representan el 64% del total de los ingresos del Grupo y reflejan un crecimiento del 4,4% frente a las del mismo periodo de 2017. Este es el resultado de un crecimiento en volúmenes de 3,8% acompañado de una estrategia de precios prudente y una inversión decidida en las marcas en los diferentes canales atendidos.

Las ventas en el exterior son de USD 547,3 millones y representan un 36% de las ventas totales, con un crecimiento del 5,9% frente a las de igual semestre del año anterior. Al expresarse en pesos colombianos, estos ingresos representan COP 1,5 billones.

La utilidad bruta del periodo, por valor de COP 1,9 billones, crece un 5,6% con respecto a la del mismo periodo de 2017 y refleja el efecto del aumento en las ventas, los esfuerzos en productividad y la constante búsqueda de mayores eficiencias en estrategias de compra y cobertura de nuestras materias primas.

La utilidad operacional del Grupo asciende a COP 400.292 millones con un margen operativo de 9,3%. Este resultado considera un incremento en los gastos de ventas de 6,3% acompañado de unos gastos de administración de 0,7% y de producción de 3,5%.

En materia de rentabilidad se reporta un ebitda de COP 540.016 millones, con un crecimiento del 2,4% frente al mismo periodo de 2017 y equivalente a un 12,5% de las ventas.

Los gastos post-operativos netos por COP 60.637 millones, evidencian una reducción del 43,4% frente a igual periodo de 2017, como consecuencia de una significativa disminución en el gasto financiero.



Las **ventas totales** del semestre presentan un **crecimiento de 4,0%** frente a las del mismo periodo del año anterior, y suman **COP 4,3 billones**.

La utilidad neta consolidada asciende a COP 245.137 millones, representa un 5,7% de las ventas y registra un incremento de 4,0% con respecto a la del primer semestre de 2017.

Finalmente, en otros eventos destacados, nos complace reportar que Grupo Nutresa fue catalogada como la mejor empresa para atraer y retener talento en Colombia, tanto a nivel general como en el sector de alimentos, según el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa -MERCÓ-. Este reconocimiento ratifica nuestra decisión de trabajar por el desarrollo integral de nuestros colaboradores y fortalece nuestra convicción de crear y gestionar propósitos superiores que continúen inspirando y motivando a nuestros equipos en la creación de Un Futuro Entre Todos.

Resultados 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 2018 por COP 253.622 millones, los cuales provienen de la aplicación del método de participación patrimonial sobre las compañías subsidiarias y asociadas por COP 196.236 millones y del reconocimiento de dividendos del portafolio de inversiones, por COP 57.386 millones. La utilidad neta de la Compañía se ubica en COP 252.687 millones y el patrimonio asciende a COP 8,5 billones.

Las **ventas en Colombia** alcanzan los **COP 2,8 billones**, un **4,4% superiores** a las de igual periodo de 2017.

Las **ventas en el exterior**, con **crecimiento del 5,9%** en dólares, ascienden a **USD 547,3 millones**.

En materia de **rentabilidad** se reporta un **ebitda** acumulado de **COP 540.016 millones**, equivalente a un **12,5%** de las ventas.

pág. **2**
Noticias

pág. **4**
Información financiera

pág. **7**
Novedades

pág. **10**
Sostenibilidad

FitchRatings

Fitch afirma calificación de 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 COP 500.000 millones en 'AAA(col)'. La Perspectiva es 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. El posicionamiento competitivo de la compañía y su capital de marca le han permitido defender sus márgenes de rentabilidad. Las calificaciones también incorporan el fortalecimiento de los indicadores de liquidez”.

Las Calificaciones Nacionales 'AAA' indican la máxima calificación asignada por Fitch en la escala de calificación nacional de ese país. Esta calificación se asigna a emisores u obligaciones con la expectativa más baja de riesgo de incumplimiento en relación a todos los demás emisores u obligaciones en el mismo país. Por su parte, las perspectivas indican la dirección en que una calificación podría posiblemente moverse dentro de un período entre uno y dos años.

El Negocio Chocolates, presente en la Feria Alimentec 2018



La Categoría Industrial del Negocio Chocolates - con sus marcas Nacional de Chocolates y Cordillera - tuvo una destacada participación en Alimentec 2018, la feria de alimentos más grande desarrollada en Colombia. Allí, los visitantes tuvieron la oportunidad de disfrutar, a través de una experiencia 4D, de un viaje por los campos de cacao y las prácticas de sostenibilidad de Compañía Nacional de Chocolates, incluyendo sus procesos productivos y el techo solar de la fábrica de Rionegro (Antioquia).

De esta manera, CNCH añade magia a su comunicación y trascendiendo la forma de conectarse con los clientes para contar historias reales, genuinas y poderosas que promueven su compromiso con la sostenibilidad.

Avances en la consolidación de Grupo Nutresa en México

Grupo Nutresa, en línea con su modelo corporativo, tiene entre sus objetivos consolidarse como un jugador relevante en su región estratégica, potencializar sus marcas, fortalecer sus redes de distribución y brindar nuevas oportunidades para el desarrollo de sus colaboradores

Por esta razón, adelantó desde el 2014 el proyecto “Somos” en México, a través de TMLUC y el Negocio Chocolates, el cual le ha permitido avanzar de manera significativa en su modelo de distribución en dicho país gracias a una oferta diferenciada por canales y segmentos para sus clientes.



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



Grupo Nutresa ocupó este año el primer lugar entre las empresas con mayor capacidad para atraer y retener talento en Colombia, según el ranking Merco Talento, uno de los escalafones del Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOS).

Los programas que llevaron a Grupo Nutresa a obtener esta posición están enfocados en fomentar el desarrollo integral de los colaboradores, incentivar su compromiso para alcanzar los objetivos e incrementar su productividad. Se destacan la flexibilidad laboral y espacial para el desarrollo del trabajo, los programas de crecimiento personal y profesional, el apoyo a las familias de los colaboradores, la generación de oportunidades equitativas, la promoción de hábitos saludables y el fortalecimiento del estilo de liderazgo.

Desde su implementación en Colombia, Grupo Nutresa ha participado en este ranking. En 2012 ocupó el quinto lugar; posteriormente, de 2013 a 2015 se ubicó en el tercer puesto; en 2016 y 2017 alcanzó el segundo, y este año llegó a la primera posición del listado.



La gestión de Fomento Agrícola de CNCH cumplió 60 años

En mayo, el área de Compras y Fomento Agrícola de Compañía Nacional de Chocolates cumplió 60 años de compromiso social con los cacaoteros y de promoción del desarrollo de cultivos tecnificados y sostenibles en Colombia. Este es un compromiso que crece día a día y se fortalece con la construcción de relaciones de confianza con agricultores, asociaciones, gobierno, universidades y demás actores de la cadena de valor que aportan a la construcción de Un Futuro Entre Todos.



Programa Bambú Un programa comercial con resultados sólidos

Bambú es el programa de Grupo Nutresa para la implementación de un modelo homologado de desarrolladores comerciales que genere mayor competitividad y sostenibilidad en el canal tradicional, y el cual se enfoca en clientes de tiendas y minimercados, segmentados por volumen de ventas.

La red de distribución de Grupo Nutresa ha entregado a lo largo de este programa una propuesta de valor integral a 2.644 clientes de todo el país, la cual incluye mejoras en el rediseño del punto de venta, momentos de consumo e incorporación de tecnología buscando una mejor experiencia de compra para los consumidores.

Desde el 2016 la implementación de Bambú ha generado ventas incrementales para Grupo Nutresa cercanas a los COP 20.000 millones de pesos, permitiendo no solo el desarrollo y sostenibilidad de los clientes, sino también el del propio modelo comercial de la organización.



TMLUC es la sexta compañía con mejor reputación en Chile

Según el estudio RepTrak Chile 2018, de la consultora internacional Reputation Institute y Triangular Integración Estratégica, TMLUC se ubica en el sexto lugar del ranking de las empresas con mejor reputación en Chile.

La metodología empleada en la realización de este estudio es el modelo RepTrak®, que mide el atractivo emocional que despierta una empresa - estima, confianza, admiración y buena impresión- y al mismo tiempo, evalúa aspectos racionales de su desempeño corporativo.

Para la realización de este estudio se entrevistaron a 7.077 personas, cuyas opiniones reflejaron el alto nivel de exigencia del consumidor

Reconocimientos



Colcafé, la empresa más inspiradora de Antioquia en inclusión laboral

Comfenalco Antioquia, a través de sus Agencias de Gestión y Colocación de Empleo, entregó a Colcafé un reconocimiento especial como la empresa más inspiradora del departamento de Antioquia, Colombia, en materia de inclusión laboral y como una organización comprometida con el cierre de brechas laborales en la población vulnerable.



Festival Emoji, reconocida por su impacto digital

La campaña de Festival Emoji fue reconocida en los IAB Mixx Awards Colombia 2018 en la categoría Mejor Sitio Web, y recibió dos premios adicionales en el FIP - Festival Internacional de Marketing, Nuevas Técnicas de Comunicación, Innovación y Eventos – en Argentina., en las categorías “Marketing con Soporte en Internet” (Plata) y “Comunicaciones Integradas de Marketing” (Bronce).



Pozuelo recibió “Galardón del Detallista”

La Cámara Nacional de Comerciantes Detallistas y afines - CANACODEA - de Costa Rica, entregó a Compañía de Galletas Pozuelo el “Galardón del Detallista” por su destacado trabajo en materia de servicio al cliente, así como por sus condiciones de venta al sector detallista.

Jet en el top 20 de las marcas más valiosas de Colombia

Jet fue incluida dentro del top 20 de las marcas más valiosas de Colombia, según el último estudio “BrandZ 2018”, de la agencia global Kantar Millward Brown. Así mismo, Jet fue reconocida con un Premio EFFIE Colombia 2018 (Plata) por la campaña de lanzamiento de Jet Crema, “Una nueva forma de disfrutar el sabor inconfundible de Jet”. En solo un año, Jet Crema alcanzó una importante participación en la categoría de cremas esparcibles.



Comercial Nutresa reconocida por sus excelentes prácticas colaborativas

Comercial Nutresa fue reconocida por la empresa Logyca en la categoría especial “Colaboración Industriales del Sector Consumo Masivo” del evento Estudio de Atención a Clientes 2017, en su tercera edición. El Estudio, más allá de tratarse de una evaluación de doble vía entre proveedores y comerciantes fidelizados, y de contar con indicadores claves para mejorar la relación entre las cadenas y proveedores, reconoce a las empresas bajo 4 pilares fundamentales: Logística, Colaboración, Relación Comercial y Gestión de punto de venta.

Lucchetti, reconocida como “Marca de Excelencia” en Chile

De acuerdo con el Estudio Chile3D, de la firma GfK Adimark, Lucchetti es una de las marcas más valiosas para los consumidores chilenos. Este estudio analiza sus hábitos, estilos de vida y comportamiento con base en tres dimensiones: prestigio, afecto y presencia. La encuesta fue aplicada a más de cinco mil personas.



ES... MUUUCHA GALLETA!

Pozuelo, una de las marcas preferidas en Centroamérica

Compañía de Galletas Pozuelo fue incluida dentro del Top 10 de las marcas más queridas en Costa Rica del Kantar Worldpanel, ocupando la cuarta posición en la categoría General y la segunda en Productos Alimenticios. En Centroamérica, la Compañía ocupó el quinto lugar en esta última categoría.

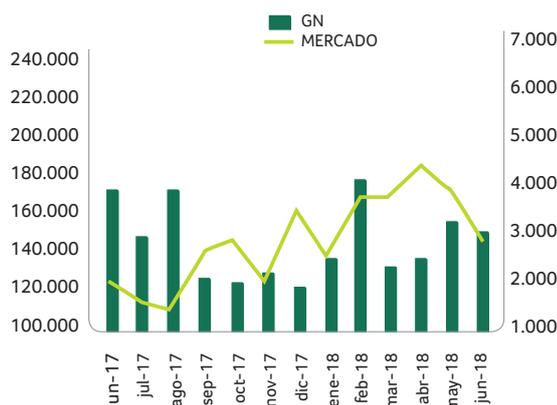
Estado de Resultados Consolidados*

A 30 de junio de 2018. Valores expresados en millones de pesos colombianos

| Millones de pesos | Enero-Junio 2018 | % ingresos | Enero-Junio 2017 | % ingresos | % VAR |
|---|------------------|--------------|------------------|--------------|--------------|
| OPERACIONES CONTINUADAS | | | | | |
| Ingresos operacionales | 4.326.514 | | 4.159.066 | | 4,0% |
| Costos de ventas | (2.398.340) | -55,4% | (2.333.030) | -56,1% | 2,8% |
| Utilidad bruta | 1.928.174 | 44,6% | 1.826.036 | 43,9% | 5,6% |
| Gastos de administración | (196.903) | -4,6% | (195.591) | -4,7% | 0,7% |
| Gastos de venta | (1.263.528) | -29,2% | (1.188.495) | -28,6% | 6,3% |
| Gastos de producción | (68.712) | -1,6% | (66.382) | -1,6% | 3,5% |
| Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos | 1.864 | 0,0% | 223 | 0,0% | N/A |
| Otros ingresos (egresos) netos operacionales | (603) | 0,0% | 21.592 | 0,5% | -102,8% |
| Utilidad operativa | 400.292 | 9,3% | 397.383 | 9,6% | 0,7% |
| Ingresos financieros | 7.034 | 0,2% | 6.844 | 0,2% | 2,8% |
| Gastos financieros | (133.356) | -3,1% | (167.973) | -4,0% | -20,6% |
| Dividendos del portafolio | 58.559 | 1,4% | 54.321 | 1,3% | 7,8% |
| Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos | 10.585 | 0,2% | (4.809) | -0,1% | N/A |
| Participación en asociadas y negocios conjuntos | (704) | 0,0% | 1.216 | 0,0% | -157,9% |
| Otros ingresos | (2.755) | -0,1% | 3.313 | 0,1% | -183,2% |
| Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante | 339.655 | 7,9% | 290.295 | 7,0% | 17,0% |
| Impuesto sobre la renta corriente | (87.429) | -2,0% | (70.437) | -1,7% | 24,1% |
| Impuesto sobre la renta diferido | (5.112) | -0,1% | 18.677 | 0,4% | -127,4% |
| Utilidad del ejercicio de operaciones continuadas | 247.114 | 5,7% | 238.535 | 5,7% | 3,6% |
| Operaciones discontinuadas, después de impuestos | (843) | 0,0% | (1.034) | 0,0% | -18,5% |
| Utilidad neta del ejercicio | 246.271 | 5,7% | 237.501 | 5,7% | 3,7% |
| Participaciones no controladoras | 1.134 | 0,0% | 1.822 | 0,0% | -37,8% |
| Utilidad atribuible a las participaciones controladoras | 245.137 | 5,7% | 235.679 | 5,7% | 4,0% |
| Ebitda | 540.016 | 12,5% | 527.210 | 12,7% | 2,4% |

*Información no auditada.

Volumen de negociación diario



Comportamiento de la acción

Base 100: JUNIO 30 DE 2017



Estado de Situación Financiera*

A 30 de junio de 2018 y 31 de diciembre de 2017. Valores expresados en millones de pesos colombianos

| Millones de pesos | JUN-18 | DIC-17 | % VAR |
|--|-------------------|-------------------|---------------|
| ACTIVO | | | |
| Activo corriente | | | |
| Efectivo y equivalentes de efectivo | 323.015 | 435.643 | -25,9% |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar | 982.429 | 957.568 | 2,6% |
| Inventarios | 985.572 | 982.816 | 0,3% |
| Activos biológicos | 80.952 | 81.518 | -0,7% |
| Otros activos corrientes | 282.116 | 221.475 | 27,4% |
| Activos no corrientes mantenidos para la venta | 6.585 | 6.557 | 0,4% |
| Total activo corriente | 2.660.669 | 2.685.577 | -0,9% |
| Activo no corriente | | | |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar | 26.277 | 26.509 | -0,9% |
| Inversiones en asociadas y negocios conjuntos | 177.513 | 180.451 | -1,6% |
| Otros activos financieros no corrientes | 3.820.160 | 4.133.963 | -7,6% |
| Propiedades, planta y equipo, neto | 3.290.669 | 3.395.671 | -3,1% |
| Propiedades de inversión | 77.245 | 72.306 | 6,8% |
| Plusvalía | 2.039.695 | 2.118.226 | -3,7% |
| Otros activos intangibles | 1.148.745 | 1.181.350 | -2,8% |
| Activo por impuesto diferido | 386.564 | 415.072 | -6,9% |
| Otros activos no corrientes | 68.050 | 100.352 | -32,2% |
| Total activo no corriente | 11.034.918 | 11.623.900 | -5,1% |
| TOTAL ACTIVOS | 13.695.587 | 14.309.477 | -4,3% |
| PASIVO | | | |
| Pasivo corriente | | | |
| Obligaciones financieras | 360.929 | 557.133 | -35,2% |
| Proveedores y cuentas por pagar | 960.300 | 993.241 | -3,3% |
| Impuesto sobre la renta e impuestos por pagar | 254.457 | 207.776 | 22,5% |
| Pasivo por beneficios a empleados | 161.420 | 172.730 | -6,5% |
| Provisiones corrientes | 4.005 | 9.820 | -59,2% |
| Otros pasivos corrientes | 16.593 | 14.261 | 16,4% |
| Total pasivo corriente | 1.757.704 | 1.954.961 | -10,1% |
| Pasivos no corriente | | | |
| Obligaciones financieras | 2.564.220 | 2.474.077 | 3,6% |
| Proveedores y cuentas por pagar | 158 | 158 | 0,0% |
| Pasivo por beneficios a empleados | 221.454 | 226.574 | -2,3% |
| Pasivo por impuesto diferido | 694.741 | 702.967 | -1,2% |
| Otros pasivos no corrientes | 516 | 559 | -7,7% |
| Total pasivo no corriente | 3.481.089 | 3.404.335 | 2,3% |
| TOTAL PASIVO | 5.238.793 | 5.359.296 | -2,2% |
| PATRIMONIO | | | |
| Patrimonio atribuible a las participaciones controladoras | 8.417.112 | 8.907.656 | -5,5% |
| Participaciones no controladoras | 39.682 | 42.525 | -6,7% |
| TOTAL PATRIMONIO | 8.456.794 | 8.950.181 | -5,5% |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 13.695.587 | 14.309.477 | -4,3% |

Indicadores

| | |
|-------------------------------------|-------------|
| Precio de Cierre | 27.000 |
| Precio de Cierre año anterior | 26.400 |
| Máximo 52 Semanas | 28.000 |
| Mínimo 52 Semanas | 25.520 |
| Capitalización Bursatil (\$MM) | 12.423.333 |
| Valor Intrínseco (1) | 18.379 |
| RPG (2) | 22,7 |
| P/VL (2) | 1,9 |
| EV / EBITDA (2) | 10,4 |
| Utilidad por acción (3) | 934 |
| Dividendo por acción-mes | 47,2 |
| Rentabilidad por dividendos (3) | 2,1% |
| Rentabilidad por valorización (3) | 2,3% |
| Rentabilidad combinada (3) | 4,4% |
| Variación COLCAP (3) | 7,8% |
| Retorno sobre patrimonio (2) | 8,4% |
| Retorno sobre capital invertido (2) | 8,4% |
| Acciones en Circulación | 460.123.458 |
| Número de Accionistas | 11.491 |
| 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



Pietrán, ahora sin conservantes

Pietrán lanzó al mercado su portafolio de productos sin conservantes y sin nitritos adicionales, logrando disminuir y eliminar algunos de los principales inhibidores de consumo de los colombianos, y conservando la apariencia, características nutricionales, sabor y vida útil de los productos Pietrán. Este es el resultado de un trabajo constante de investigación e innovación, en el que se incorpora ciencia y tecnología, y que tiene como objetivo continuar brindando opciones de alimentación que promuevan estilos de vida saludable.

Alineación Ranchera, edición limitada

Buscando capitalizar la pasión generada en Colombia por el Mundial de Fútbol, Ranchera lanzó al mercado su edición limitada "Alineación Ranchera", deliciosa combinación de salchichas con sabor a queso fundido y chipotle, chimichurri y miel. Una novedosa alternativa para acompañar los partidos de la Copa y lograr una presencia relevante durante el desayuno, generando impacto y recordación.



Nueva Salchicha Ahumada Picante Berard

Berard lanzó su nueva Salchicha Ahumada Picante, con un exótico sabor que activará los cinco sentidos de los consumidores panameños desde el primer bocado. Un producto de 100% cerdo, con una mezcla única entre salchicha y chorizo, y una textura sin igual. Ideal para disfrutar con familiares y amigos.



Galletas



Nuevas Galletas Tosh Wafer Multicereal sin azúcar adicionada

Entendiendo las necesidades de sus consumidores y las tendencias en alimentación saludable, Tosh lanzó al mercado colombiano las nuevas Tosh Wafer, galleta wafer multicereal con trozos de fruta natural, sin azúcar adicionada y endulzada naturalmente con Stevia, en sabores kiwi y coco.



Festival Gol y Chiky Gol, presentes en el Mundial de Fútbol

Aprovechando la fiebre mundialista, y buscando ofrecer nuevas y divertidas experiencias, Festival y Chiky sorprendieron a los jóvenes consumidores costarricenses con el lanzamiento de Festival Gol y Chiky Gol, dos galletas de vainilla en forma de balón, la primera rellena de crema de chocolate y la segunda con cobertura sabor a chocolate.



Soda Sándwich revoluciona la forma de comer sándwich

Buscando desarrollar nuevas ocasiones de consumo en familia, Soda Pozuelo, líder en el segmento de las galletas crackers en Centroamérica, lanzó al mercado la nueva Soda Sándwich para apoderarse de los momentos de consumo típicamente asociados con el pan. Es una galleta perfecta para armar un sándwich con los ingredientes favoritos del consumidor.



Pastas



Regresan los Raviolis Doria

Regresan al mercado los Raviolis Doria. La marca mejoró sus rellenos para hacerlos más ricos y suaves, y lanzó un nuevo sabor a queso para reforzar su portafolio en la categoría de pastas rellenas en Colombia. Ahora los consumidores tienen más opciones de preparación y cuentan con un mejor acompañante para los momentos más especiales.

Nueva Lasagna Jengibre y Romero

Monticello desarrolló su nueva Lasagna con Jengibre y Romero, una fusión de sabores y aromas única en su género, que evoca la frescura de lo natural y el sabor intenso del Mediterráneo. Un producto exclusivo para deleitar a los consumidores colombianos que compran sus pastas favoritas a través del catálogo de Noventa.



Explosión de sabores con Creste di Gallo Monticello

La marca Monticello lanzó al mercado colombiano un producto especial: una nueva pasta en forma de cresta de gallo que, gracias a su forma tubular y con el tamaño ideal, permite que la salsa adicionada se absorba mejor, permitiendo un mejor resultado en las preparaciones y generando toda una explosión de sabores en el paladar.





Chocolates

Nuevo Maní Cervecero con sabor a limón y pimienta

La Especial sorprende con su nuevo Maní Cervecero, sabor a limón y pimienta, ideal para compartir en celebraciones y momentos memorables. Un acompañante perfecto para socializar y la mejor alternativa para maridar con cerveza.



Café



Nuevo Café Pomona by Matiz en Carulla FreshMarket

Café Matiz dice presente con una experiencia sensorial para vivir la cultura cafetera colombiana a través de preparaciones y rituales de consumo. Se trata del Café Pomona by Matiz, ubicado en el Carulla FreshMarket de la avenida Pepe Sierra en Bogotá, un espacio de conocimiento didáctico e interactivo para conocer sobre la cultura cafetera desde lo técnico y lo artístico.



Nuevo Chin Chin Galletmellow

Chin Chin lanzó al mercado peruano el nuevo Chin Chin Galletmellow, galleta con marshmallow cubierta con chocolate y chispas de colores. Una combinación de sabores y texturas que lo hacen un producto único. Esta innovación le permite a la marca seguir conquistando a clientes y consumidores a través de una propuesta de valor diferenciada.



Nuevo Granuts Chile-Limón en Centroamérica

Durante la temporada mundialista, Granuts lanzó en Centroamérica, y por tiempo limitado, Granuts Chile-Limón, una mezcla perfecta para celebrar la fiesta del fútbol y para llevar a todas partes con su empaque on the go. Gracias a esta innovación, la marca dinamiza su estrategia comercial en la región.



Helados



Golazo, la opción preferida en el Mundial

Dirigido a los amantes del fútbol, el Golazo de Crem Helado es un delicioso helado de vainilla en presentación de balones plásticos coleccionables, con colores y motivos alusivos al Mundial.

Polet Galleta y Dulce de Leche

Polet lanzó al mercado colombiano la nueva Polet Galleta y Dulce de Leche, que mezcla el delicioso sabor de la vainilla con dulce de leche y galleta de chocolate, todo bañado con una crocante cobertura de chocolate Polet. Una nueva alternativa para el consumidor amante del mejor helado premium.



Aloha Triple

Bajo el slogan “Fresquéate con Aloha”, la marca presentó al mercado una espectacular paleta de agua con los tres colores de la bandera de Colombia. El amarillo con sabor a naranja, el azul con sabor a mora azul y el rojo con sabor a kola. El lanzamiento fue acompañado con una fuerte campaña digital bajo los hashtags #triple y #laquépaleta.

Triple Scooping

Ideal para disfrutar la temporada de vacaciones, llegó al mercado colombiano el Triple Scooping con los colores de la bandera nacional, en tarro x 10 litros, y mezclando los sabores de vainilla, mora azul y kola.



Nueva alianza de Novaventa y P&G

Con el propósito de seguir ofreciendo soluciones convenientes e innovadoras a sus consumidores y Mamás Empresarias, Novaventa presentó su nueva alianza comercial con P&G, activa a partir de la campaña #10. Este nuevo aliado refleja la diversificación del portafolio de Venta Directa, que en este caso incluye ocho productos para el cuidado masculino y líneas especializadas para la mujer.





Tresmontes Lucchetti

Nueva Salsa Lucchetti con 50% menos de sodio

Esta nueva salsa se une a la amplia variedad de alternativas que ofrece Lucchetti para cautivar a un consumidor cada vez más preocupado por su salud y que valora las pastas integrales, segmento en el que la marca es líder. A la venta en formato doy pack de 200g. en el mercado chileno, con todo el sabor de la salsa italiana tradicional y con un 50% menos de sodio.



El mejor café en grano, ahora sin cafeína

TMLUC lanzó en Chile Café Gold Orígenes Descafeinado. Un café elaborado a partir de granos 100% arábigo cuidadosamente seleccionados, que logra un excelente equilibrio entre dulzura y acidez. Disponible en formato 250g., es ideal para disfrutar una experiencia premium en cualquier momento del día.



La familia Zuko crece en Estados Unidos

Zuko complementa su variedad de sabores en los Estados Unidos al incluir tres nuevas opciones de frutas: mandarina, fresa y guayaba en versión de doy pack con rendimiento de 9qts. Con esta nueva referencia, la marca busca captar a más consumidores latinos que añoran los sabores propios de sus países y regiones, y hace frente a la oferta de la competencia.

Zuko innova y avanza hacia otros canales de venta

Zuko desarrolló una nueva presentación -con un rendimiento de 24 litros- para el mercado centroamericano, con el fin de cubrir el canal institucional y los Clubes de Precio. Disponible en sabores *best sellers*: fruit punch, naranja y té negro con limón.



Todo el poder del Crunch llega a Panamá

Luego de su introducción en Honduras, Krizpo, el snack salado favorito, llegó con pasos firmes a Panamá para seguir expandiendo la categoría de papas apilables en el mercado centroamericano. Los panameños disfrutaron del poder del Crunch de Krizpo en tres deliciosos sabores: original, queso y crema cebolla. Todos disponibles en formato de 140g.



Alimentos al consumidor



Regresó el Festival de Malteadas de El Corral

Hamburguesas El Corral lanzó su tradicional Festival de Malteadas, luego de una convocatoria para descubrir los sabores más representativos de las fiestas colombianas, en la cual se recibieron alrededor de 7.000 propuestas, resultando como ganadoras: lulo con salsa de lulo, piña con coco deshidratado, merengón de guanábana, maracuyá con salsa de maracuyá y semillas de amapola, y manjar blanco con trozos de arequipe.

LA ALINEACIÓN PERFECTA
- para empezar la mañana -

HUEVOS

- HUEVOS BANCHEROS**
Caponata con tortitas de maíz, Ajíjol nativo, guacamole fresco, 2 huevos fritos con un toque de cilantro.
\$1.900
- DESAYUNO AMERICANO**
2 croissants de leche, brownie hecho en casa, 2 panes con un trozo de queso rallado y 2 huevos a la galleta dulce o revueltos.
\$2.300
- HUEVOS CROLLOS**
Croissant hecho en casa, 2 huevos revueltos con queso, 2 panes con un trozo de queso rallado y 2 panes con un trozo de queso rallado y 2 panes con un trozo de queso rallado.
\$2.900

BRUNCH
Hash de lulo hecho en casa en sartén, 2 panes con un trozo de queso rallado, 2 panes con un trozo de queso rallado y 2 panes con un trozo de queso rallado.
\$2.900

CALENTADO PISA
Aves, queso, cebolla, huevo con salsa de tomate.
\$16.900

CALENTADO CAMPESÍ
Aves, queso, cebolla, huevo con salsa de tomate.
\$20.900

CALENTADO RANCHERO
Aves, queso, cebolla, huevo con salsa de tomate.
\$22.300

CALENTADO AZTECA
Aves, queso, cebolla, huevo con salsa de tomate.
\$19.300

EL CORRAL

Nuevas opciones para el brunch

Buscando sorprender a sus invitados en las mañanas, El Corral Gourmet continúa introduciendo opciones variadas para la hora del brunch. Deliciosas alternativas para todos los gustos, incluyendo hash browns hechos en casa, huevos revueltos, fritos rancheros o aztecas, y el nuevo calentado con lentejas.

Las pizzas favoritas en el Mundial

En el marco de la Copa Mundial de Fútbol, Papa John's abrió una votación entre los colombianos para seleccionar sus tres pizzas favoritas durante la temporada futbolística. Al final, las seleccionadas fueron Pepperoni y Tres Quesos, Hawaiana, y Pollo y Champiñones.

LEÑOS & CARBÓN
CALI

CONOCE
NUESTRO NUEVO RESTAURANTE EN GRANADA

Y VIVE LA MEJOR EXPERIENCIA DE LA PARRILLA LOCAL

Visítanos y disfruta de unas deliciosas parrillas crochales. La casa invita.

Av. 9 de Julio 10, Granada

PAPA JOHN'S

LAS FAVORITAS DE COLOMBIA

HAWAIANA \$25.900

PEPPERONI \$19.900

TRES QUESOS \$22.900



Tosh es ahora una marca Carbono Neutro y estrena imagen

Tosh, marca transversal de Grupo Nutresa en seis categorías y presente en 32 países, ha sido certificada como “Carbono Neutro” por parte del ICONTEC Internacional mediante las normas inglesas PAS 2050 y PAS 2060.

Ser una marca con huella de carbono neutro significa que la cantidad de CO2 emitido durante el proceso de producción de los productos Tosh es compensada en su totalidad, minimizando y neutralizando su impacto sobre el cambio climático.

Para este fin, la marca realizó un exhaustivo análisis de los ciclos de vida de sus productos, e implementó acciones encaminadas a medir y reducir sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).



Aquellas emisiones que aún no se pueden reducir en los procesos productivos y de transporte, son compensadas hoy por la marca a través de tres iniciativas particulares: la protección de un bosque en el predio Santa Ana en el Páramo de Sonsón en Antioquia, Colombia, en el que se capturan 12.983 toneladas de CO2; la conservación de bosques en el caribe costarricense, compensando 2.000 toneladas de CO2; y la puesta en marcha de un sistema agroforestal en la granja Yariquíes de Barrancabermeja, Colombia, gracias al cual se han capturado más de 5.500 toneladas de CO2.

Coherente con su propósito superior, Tosh también evoluciona su imagen, con una propuesta más dinámica que refleja la esencia de lo saludable y natural, y transmite con mayor fuerza los beneficios que trae su portafolio a los consumidores.



Grupo Nutresa reconoció por cuarto año consecutivo la labor de su red regional de proveedores

En el marco de su trabajo con su cadena de valor para desarrollar un abastecimiento sostenible, Grupo Nutresa llevó a cabo la cuarta edición de su programa “Proveedor Ejemplar Grupo Nutresa” y reconoció a 17 de sus proveedores en Colombia y el exterior, distinción que resalta su compromiso con el desarrollo de la sociedad y el progreso económico, social y ambiental de los países.



1.205 proveedores de insumos y servicios - de los 15.800 activos que tiene Grupo Nutresa - fueron invitados a participar del programa este año. De esos, se postularon 363, los cuales fueron valorados por un comité técnico y una consultoría externa especializada. Al final, un comité gerencial fue el encargado de seleccionar, entre los 59 finalistas, a las 17 empresas reconocidas en 23 categorías.

Posterior al evento, se realizaron algunas retroalimentaciones personalizadas a los proveedores sobre la evaluación, buscando desarrollar capacidades en sostenibilidad en las empresas participantes. El 75% de los proveedores vinculados al programa en las últimas dos versiones han mejorado en un 48% en promedio su desempeño en las dimensiones evaluadas.

Plan Retoma Cápsulas Express Nutresa



Luego del lanzamiento al mercado colombiano de las Cápsulas Express Nutresa, el Negocio Cafés desarrolló un programa de reciclaje llamado “Plan Retoma”, a través del cual se busca dotar a escuelas de distintas zonas rurales del país con mobiliario fabricado a partir de las cápsulas ya utilizadas.

El Negocio desarrolló este programa en equipo con Fundación Nutresa, bajo el marco del programa “Nutresa Quiere a los Niños” para seleccionar aquellas escuelas en Colombia que más necesitan de mobiliario para sus estudiantes.

A hoy ya se han diseñado tres formas diferentes de acopio de las cápsulas a disposición de los consumidores según sus necesidades: bolsas de reciclaje, canecas en puntos fijos de recolección y reciclaje en casa.

Para conocer más de esta iniciativa, visite: <https://capsulasespressnutresa.com/reciclaje>.



Continúa la apuesta de Grupo Nutresa por la educación de Colombia

Comprometido con la construcción de Un Futuro Entre Todos y consciente de que la educación es un pilar fundamental para alcanzarlo, Grupo Nutresa a través de su Fundación, realizó este trimestre en la ciudad de Cali, el “XVI Congreso Nacional de Educación: Liderar para Educar”.

Más de 1.400 directivos docentes y profesores se dieron cita para conversar acerca de uno de los retos más relevantes de la educación: el liderazgo escolar; y para escuchar las exposiciones de expertos nacionales e internacionales como el británico David Hopkins y el uruguayo Renato Operti.

En el marco del Congreso se llevó a cabo el Tercer Encuentro de Secretarios de Educación, al cual asistieron 30 funcionarios de todo el país para discutir sobre cómo fortalecer el rol de la gestión local o territorial en la mejora de la gestión de las instituciones educativas.

Se realizó igualmente la graduación de 129 instituciones educativas participantes del Programa “Líderes Siglo XXI”, iniciativa que tiene como fin acompañar a diferentes colegios y escuelas del país en el mejoramiento de sus procesos más relevantes para poder ofrecer una educación de calidad.



Además, se llevó a cabo la octava versión del “Premio Nutresa a la Calidad de la Gestión Escolar”, el cual resalta a las instituciones que implementan con éxito todos los lineamientos entregados para mejorar sus prácticas educativas. La entidad ganadora fue la Institución Educativa San Vicente, de Palmira (Valle del Cauca, Colombia), gracias a su destacado liderazgo escolar que involucra a toda la comunidad educativa; su excelencia académica y convivencial; y el impactante fortalecimiento del proyecto de vida de las estudiantes y sus familias.

Finalmente, el evento concluyó con el desarrollo del primer ejercicio colaborativo de una

escuela sostenible, en donde los maestros asistentes, inspirados en las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS –, identificaron las acciones que pueden desarrollarse desde la educación para contribuir al alcance de éstas.

Pozuelo se abastece de energía solar en Costa Rica

Buscando implementar nuevas y mejores prácticas de sostenibilidad, y como parte de su programa “Construyendo Juntos”, Compañía de Galletas Pozuelo instaló 224 módulos de paneles solares en sus techos para abastecer su demanda energética y minimizar el impacto en el medio ambiente. La inversión aportará en la reducción de 5,8 toneladas de emisiones de dióxido de carbono, el equivalente productivo de captura de Gases de Efecto Invernadero alcanzado por 150 árboles maduros.



Estos son los primeros paneles instalados en la planta para la generación de energía eléctrica a gran escala. Previamente se había utilizado ya energía solar para calentar agua para el proceso productivo.

El sistema solar fotovoltaico podrá generar 104.300 kWh al año, lo suficiente para abastecer a 36 casas promedio en Costa Rica por un año. En total, la potencia o capacidad instalada será de 71.680 kW.



La Recetta, innova en pro de la sostenibilidad

La Recetta lanzó en Colombia su campaña “Pacto con la Tierra”, iniciativa enmarcada en la celebración del Día Internacional del Medio Ambiente y el Día Internacional de los Océanos.

La campaña “Pacto con la Tierra” surge tras considerar los efectos que ocasiona sobre el planeta el uso del plástico. Consciente de que este material tarda hasta 1.000 años en descomponerse y de que son miles de toneladas de plástico las que contaminan actualmente los océanos, La Recetta decide dar un paso importante.

A partir de una idea innovadora del programa Imagix de Grupo Nutresa, nace la iniciativa de cero vasos de plástico en todas las sedes de la compañía en el país, sumada a la entrega a cada empleado de un vaso de material biodegradable para su uso cotidiano.

AVANCES EN EL CUMPLIMIENTO de los indicadores 2017



1. FIN DE LA POBREZA

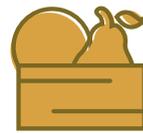


COP 62.367 millones

De inversión social en comunidades



2. HAMBRE CERO



COP 646.405

Ventas de productos enriquecidos con macro y micro nutrientes deficitarios en la región estratégica



8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



COP 101.814 millones

Invertidos en calidad de vida, formación y auxilios para empleados



9. INDUSTRIAL INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



20,2%

Ventas por innovación



12. PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE



90,3%

Aprovechamiento de residuos



13. ACCIÓN POR EL CLIMA



-41,4%

Reducción de las emisiones de GEI



16. PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



COP 5.565 millones

Inversión social en posconflicto