

Boletín Accionistas

Tercer trimestre de 2018



Al cierre del tercer trimestre del año las ventas consolidadas de Grupo Nutresa crecen el 3,4% y su margen ebitda se sitúa en 12,7%.

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

Al cierre del tercer trimestre del año las ventas de Grupo Nutresa crecen el 3,4% comparadas con las del mismo periodo del año anterior y ascienden a COP 6,6 billones. La innovación continúa siendo un motor importante de crecimiento para el Grupo y las ventas por este concepto representan el 22,1% del total.

Los ingresos operacionales en Colombia presentan un crecimiento de 4,1% frente al mismo periodo del año anterior y se ubican en COP 4,2 billones, equivalentes al 63,8% de las ventas consolidadas del Grupo. Este es el resultado de un crecimiento en volumen de 2,3%, acompañado de un incremento en precios de 1,5%.

Por su parte, las ventas del exterior crecen un 4,0% en dólares respecto al mismo periodo del 2017 y se ubican en USD 829,8 millones, representando un 36,2% de las ventas totales. Al expresarse en pesos colombianos, estos ingresos equivalen a COP 2.4 billones de pesos.

La utilidad bruta del periodo, por valor de COP 3,0 billones, crece un 5,2% con respecto a la del mismo periodo de 2017 y es resultado del aumento en las ventas acompañado de una estrategia de mejora en la productividad.

La utilidad operacional asciende a COP 633.826 millones equivalente a un margen operativo de 9,6%, y representando una mejora del 4,7% frente al mismo periodo de 2017. Este resultado es consecuencia de las eficiencias en los gastos de ventas, administración y producción durante el periodo.

En cuanto a la rentabilidad, se reporta un ebitda consolidado de COP 840.842 millones, con crecimiento del 5,1% frente al de igual periodo de 2017 y equivale al 12,7% de las ventas.

Los gastos post-operativos netos por COP 100.759 millones, son un 46,2% menores frente a los de igual periodo de 2017, lo cual se explica principalmente por la significativa reducción del gasto financiero, proveniente de un menor endeudamiento, y mejores tasas de interés en los principales mercados en donde opera el Grupo.

Finalmente, la utilidad neta consolidada del periodo es de COP 385.869 millones, un 19,0% superior frente al mismo periodo del año anterior. Este crecimiento es el resultado de una



Las **ventas totales** acumuladas a septiembre presentan un **crecimiento de 3,4%** frente a las del mismo periodo del año anterior, sumando **COP 6,6 billones**.

ecuación equilibrada que incluye crecimiento en las ventas, eficiencias en la compra de materias primas, programas de productividad, menor crecimiento en los gastos operativos y una continua disminución en los gastos financieros.

Índice mundial de sostenibilidad Dow Jones

Por octavo año consecutivo, Grupo Nutresa fue incluido dentro del Índice Global de Sostenibilidad de Dow Jones - DJSI y se ratifica como una de las empresas más sostenibles del mundo, así como la única del sector de alimentos de Latinoamérica en hacer parte del índice.

Según los resultados de 2018, el Grupo se destacó nuevamente en las diferentes dimensiones de la sostenibilidad y obtuvo el mayor puntaje en seis de los 25 criterios evaluados, incluyendo: Salud y Nutrición; Estrategia de impuestos; Estrategia de Cambio Climático; Reporte Ambiental; Empaque; y Riesgos relacionados con el agua.

Estados Financieros Separados de Grupo Nutresa S.A.

En los Estados Financieros Separados de Grupo Nutresa S.A. se reportan ingresos operacionales a septiembre de 2018 por COP 398.883 millones, de los cuales COP 341.497 millones provienen de la aplicación del método de participación patrimonial sobre las compañías subsidiarias y asociadas y COP 57.386 millones del reconocimiento de dividendos del portafolio de inversiones. La utilidad neta de la Compañía se ubica en COP 397.401 millones y el patrimonio asciende a COP 8,2 billones.

Las **ventas en Colombia** alcanzan los **COP 4,2 billones**, un **4,1% superiores** a las de igual periodo de 2017.

Las **ventas en el exterior**, por **USD 829,8 millones**, reflejan un crecimiento del 4,0% frente al mismo periodo del año anterior.

En cuanto a la **rentabilidad** se reporta un ebitda consolidado de **COP 840.842 millones**, equivalente al **12,7%** de las ventas, con un crecimiento del 5,1%.

pág. **2**
Noticias

pág. **5**
Información
financiera

pág. **7**
Novedades

pág. **10**
Sostenibilidad

Grupo Nutresa adquirió participación mayoritaria en Productos Naturela S.A.S.



El pasado 31 de agosto, Grupo Nutresa anunció la **adquisición de una participación mayoritaria en Productos Naturela S.A.S., empresa colombiana dedicada a la producción y comercialización de alimentos saludables y funcionales.** La transacción se realizó mediante la capitalización de la compañía para impulsar su crecimiento.

Naturela es un emprendimiento originado en Colombia en el 2005 a partir del profundo conocimiento de tres mujeres líderes y pioneras alrededor del cultivo y aplicación de microalgas de alto valor nutricional.

Actualmente la empresa tiene varias líneas de alimentos saludables, entre las que se destaca la Spirulina, sumada a infusiones, pasabocas y suplementos que contienen otros ingredientes naturales como clorofila, cúrcuma, chía y linaza. Su más reciente adición al portafolio son las rosquillas artesanales de arroz con Spirulina, quinua, maca y amaranto, un snack saludable de gran aceptación en el mercado.

Con esta inversión Grupo Nutresa incorpora nuevas capacidades, como el conocimiento de la empresa en un ingrediente funcional de alto potencial y gran valor nutricional - la Spirulina - y a su vez

pone a disposición de Naturela capacidades en abastecimiento, producción, distribución, mercadeo y administración para acelerar su plan de negocios. Esta inversión fortalece la presencia de Grupo Nutresa en una categoría de rápido crecimiento como la de los snacks saludables y está alineada con el propósito de expansión hacia productos innovadores que beneficien la salud y nutrición de sus consumidores.

Carlos Ignacio Gallego, presidente de Grupo Nutresa, manifestó al respecto: “A través de Naturela esperamos adquirir un conocimiento profundo de ingredientes naturales con enorme potencial para el futuro de la alimentación. Continuaremos buscando empresas que podamos crecer y volver mejores y que al mismo tiempo nos traigan nuevas capacidades, particularmente aquellas relacionadas con la salud y la nutrición”.



Continúa el programa “Escuela de Clientes”



Con el fin de promover el desarrollo y crecimiento de sus socios de negocio, Comercial Nutresa, y los Negocios Cárnicos y Helados continúan implementando el Programa “Escuela de Clientes”, plan de formación diseñado para ayudarlos a enfrentar sus retos y las altas exigencias del mercado.

Desde el 2008, 2.984 tiendas de Bogotá, Cali y Medellín han sido certificadas por la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá.

De igual manera, a través de Escuela de Clientes se ha certificado el conocimiento de 14.441 clientes de todo el país, lo que ha permitido mantener su satisfacción y lealtad.

Grupo Nutresa, la segunda compañía de alimentos más sostenible en el mundo según el DJSI World Index

Por octavo año consecutivo, Grupo Nutresa fue incluido dentro del Índice Global de Sostenibilidad de Dow Jones - DJSI y se ratifica como una de las empresas más sostenibles del mundo, así como la única del sector de alimentos de Colombia en hacer presencia en la calificación.

Este índice sirve de referencia para diferentes inversores en el mundo y potencia el crecimiento sostenible de las industrias. Desde 1999, el DJSI evalúa el desempeño en materia de sostenibilidad de cientos de empresas globales a través de criterios materiales relevantes en las dimensiones económica, ambiental y social. Grupo Nutresa ha sido incluido en el Índice DJSI World desde el año 2011.

Con estos nuevos resultados del índice, Grupo Nutresa sigue consolidando su posición de liderazgo a nivel global en el sector de alimentos, al tiempo que continúa desarrollando capacidades para el logro de sus metas trazadas de cara al futuro, en un marco de desarrollo sostenible y de innovación.

Según los resultados de 2018, Grupo Nutresa obtuvo una calificación total de 80 puntos de cien posibles, manteniéndose en el segundo lugar tanto en el DJSI World Index como en el índice de mercados emergentes. De igual manera, recibió el mayor puntaje en seis de los 25 criterios evaluados, incluyendo: Salud y Nutrición; Estrategia de impuestos; Estrategia de Cambio Climático; Reporte Ambiental; Empaque; y Riesgos relacionados al agua.

Cerca de 2.500 empresas, pertenecientes a 60 sectores de la economía, participaron en la evaluación de este año, luego de la cual Grupo Nutresa fue incluida dentro de las 56 compañías líderes en sostenibilidad en el mundo.

Compañía Nacional de Chocolates, reconocida como Empresa Incluyente



En el marco del IV Market Place Social de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia -ANDI- **Compañía Nacional de Chocolates fue reconocida como la primera empresa en Colombia en obtener el sello de Empresa Incluyente en la categoría de Encadenamientos Inclusivos**, distinción otorgada a aquellas organizaciones que implementan de manera exitosa prácticas de inclusión de población vulnerable en sus cadenas de valor.

El sello, otorgado por la Fundación ANDI en alianza con USAID y ACDI-VOCA, y con el apoyo de Deloitte, busca incentivar e inspirar a las empresas para que sean cada vez más conscientes de la necesidad de integrar los asuntos sociales al negocio y para generar impacto sostenible, al tiempo que se mejora su desempeño económico y su competitividad.



Grupo Nutresa, la segunda empresa con mejor reputación según MERCOSUR Empresas 2018. TMLUC se destaca en Chile.



MERCOSUR Colombia publicó en días pasados los resultados de la edición 2018 de su monitor corporativo MERCOSUR Empresas. Bajo una metodología más estricta y un alcance mayor en comparación a ediciones anteriores, los resultados de este año muestran de nuevo a Grupo Nutresa como la segunda empresa con mejor reputación del país y la primera dentro del sector de Alimentos.

Este año, el monitor incluyó seis diferentes evaluaciones: Directivos, Expertos, Evaluación de Méritos, Merco Talento, Merco Consumo y Merco Digital, esta última una novedad para 2018. Dichas evaluaciones integraron la percepción y valoración de 24 fuentes de información (51.825 encuestas) con la realidad de los méritos empresariales de cada una de las organizaciones.

En el listado de Líderes Empresariales, se destaca la tercera posición alcanzada por nuestro

presidente Carlos Ignacio Gallego, ubicándose en el Top 5 por tercer año consecutivo

El balance reputacional de este año es muy positivo, teniendo en cuenta que además de estos resultados, MERCOSUR Talento 2018 arrojó a Grupo Nutresa como la mejor empresa del país para atraer y retener talento.

De forma paralela, se publicó en Chile la 17ª versión del Ranking de Reputación Corporativa, en la cual TMLUC nuevamente fue destacada dentro del Grupo Oro, que reúne a las empresas mejor reputadas de Chile.

Este estudio, realizado anualmente por las firmas GFK Adimark y Hill & Knowlton Strategies, se ha posicionado como uno de los más importantes del país austral pues es el único que evalúa la reputación de las empresas basada en la percepción de los consumidores.

Reconocimientos



✓ TMLUC, una de las empresas chilenas más atractivas para trabajar

En el monitor MERCO Talento, TMLUC ocupó el tercer lugar del sector de Alimentos en el ranking general de empresas que operan en Chile. En esta edición 2018 participaron 10.503 personas, incluyendo colaboradores de diferentes empresas, gerentes de Recursos Humanos, head hunters, población general, estudiantes y alumnos de escuelas de negocios, quienes evaluaron dimensiones de las compañías como: calidad de vida, marca empleadora y reputación interna.



✓ El Negocio Cárnico obtiene certificación en Organizaciones Saludables

La Planta de Medellín del Negocio Cárnico recibió por parte de la Fundación Colombiana del Corazón y la Sociedad Colombiana de Cardiología la certificación en Organizaciones Saludables, un valioso reconocimiento que ratifica el compromiso del negocio en la promoción de hábitos y estilos de vida saludables para la prevención de enfermedades cardiovasculares.

✓ Tosh Semillas Andinas y Arándanos en el Top 5 de innovaciones de los Nielsen Bases Awards 2018

Las galletas TOSH Semillas Andinas y Arándanos fueron reconocidas en el top 5 de innovaciones de los Nielsen Bases Awards 2018, que reconocen las mejores prácticas en innovación en Colombia de marcas y productos que lograron los mejores resultados en los últimos dos años, al cumplir con tres criterios básicos: Perdurabilidad, Importancia y Distinción.



✓ Noel, Colcafé y CNCH, reconocidas como empresas pioneras en Seguridad Comercial



BUSINESS ALLIANCE FOR SECURE COMMERCE

Por su compromiso para fortalecer sus Sistemas de Seguridad Comercial, incorporar buenas prácticas en la cadena de valor y ser ejemplo de comportamiento íntegro, Compañía de Galletas Noel, Colcafé y CNCH recibieron por parte del Business Alliance for Secure Commerce -BASC- un reconocimiento especial por ser pioneros de esta iniciativa en Antioquia.

✓ Pozuelo, Bandera Azul Ecológica en Costa Rica

El Programa Bandera Azul Ecológica -PBAE- de Costa Rica entregó a Compañía de Galletas Pozuelo el galardón del mismo nombre por su buen desempeño ambiental y su contribución en la lucha contra el cambio climático. La compañía obtuvo la máxima calificación posible y dos estrellas de reconocimiento.



✓ Panetón Clásico y Cocoa Winter's, premiados en el International Taste & Quality Institute (iTQi)



En la que fue su primera participación en esta evaluación, el Panetón Clásico y la Cocoa Winter's, de CNCH Perú, fueron reconocidos por el International Taste & Quality Institute de Bélgica, con el premio Superior Taste Award gracias a atributos como textura, aroma y sabor, entre otros.

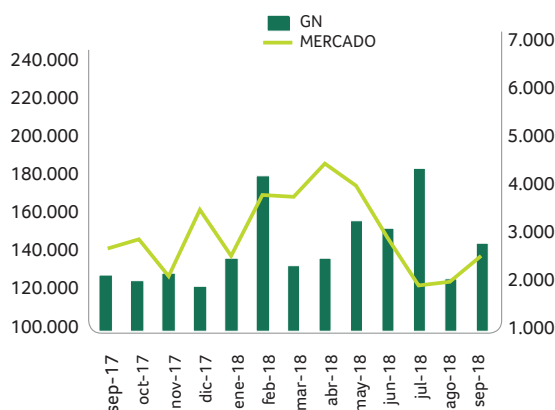
Estado de Resultados Consolidados*

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

| Millones de pesos | ENE-SEP 2018 | % ingresos | ENE-SEP 2017 | % ingresos | % VAR |
|---|------------------|--------------|------------------|--------------|--------------|
| OPERACIONES CONTINUADAS | | | | | |
| Ingresos operacionales | 6.609.298 | | 6.391.409 | | 3,4% |
| Costos de ventas | (3.641.026) | -55,1% | (3.569.154) | -55,8% | 2,0% |
| Utilidad bruta | 2.968.272 | 44,9% | 2.822.255 | 44,2% | 5,2% |
| Gastos de administración | (299.442) | -4,5% | (293.049) | -4,6% | 2,2% |
| Gastos de venta | (1.932.962) | -29,2% | (1.845.163) | -28,9% | 4,8% |
| Gastos de producción | (105.573) | -1,6% | (101.420) | -1,6% | 4,1% |
| Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos | (478) | 0,0% | 1.330 | 0,0% | -135,9% |
| Otros ingresos (egresos) netos operacionales | 4.009 | 0,1% | 21.549 | 0,3% | -81,4% |
| Utilidad operativa | 633.826 | 9,6% | 605.502 | 9,5% | 4,7% |
| Ingresos financieros | 11.059 | 0,2% | 10.280 | 0,2% | 7,6% |
| Gastos financieros | (191.440) | -2,9% | (239.784) | -3,8% | -20,2% |
| Dividendos del portafolio | 58.559 | 0,9% | 54.321 | 0,8% | 7,8% |
| Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos | 15.090 | 0,2% | (15.534) | -0,2% | -197,1% |
| Participación en asociadas y negocios conjuntos | (65) | 0,0% | 141 | 0,0% | -146,1% |
| Otros ingresos | 6.038 | 0,1% | 3.313 | 0,1% | 82,3% |
| Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante | 533.067 | 8,1% | 418.239 | 6,5% | 27,5% |
| Impuesto sobre la renta corriente | (134.375) | -2,0% | (119.877) | -1,9% | 12,1% |
| Impuesto sobre la renta diferido | (9.295) | -0,1% | 29.939 | 0,5% | -131,0% |
| Utilidad del ejercicio de operaciones continuadas | 389.397 | 5,9% | 328.301 | 5,1% | 18,6% |
| Operaciones discontinuadas, después de impuestos | (1.266) | 0,0% | (1.175) | 0,0% | 7,7% |
| Utilidad neta del ejercicio | 388.131 | 5,9% | 327.126 | 5,1% | 18,6% |
| Participaciones no controladoras | 2.262 | 0,0% | 2.868 | 0,0% | -21,1% |
| Utilidad atribuible a las participaciones controladoras | 385.869 | 5,8% | 324.258 | 5,1% | 19,0% |
| Ebitda | 840.842 | 12,7% | 800.218 | 12,5% | 5,1% |

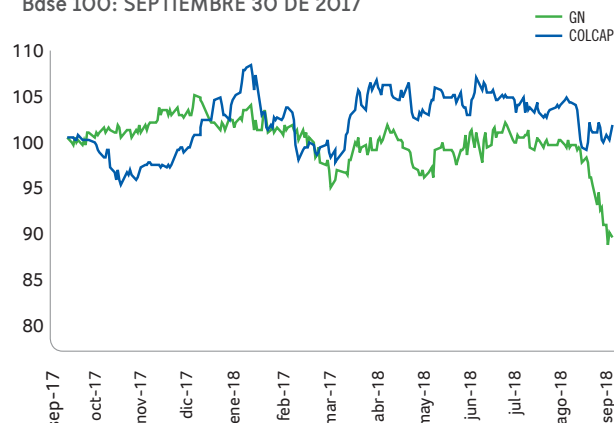
*Información no auditada.

Volumen de negociación diario



Comportamiento de la acción

Base 100: SEPTIEMBRE 30 DE 2017



Estado de Situación Financiera*

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

| Millones de pesos | SEP-18 | DIC-17 | % VAR |
|--|-------------------|-------------------|--------------|
| ACTIVO | | | |
| Activo corriente | | | |
| Efectivo y equivalentes de efectivo | 310.030 | 435.643 | -28,8% |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar | 989.524 | 957.568 | 3,3% |
| Inventarios | 1.041.679 | 982.816 | 6,0% |
| Activos biológicos | 85.499 | 81.518 | 4,9% |
| Otros activos corrientes | 325.976 | 221.475 | 47,2% |
| Activos no corrientes mantenidos para la venta | 6.628 | 6.557 | 1,1% |
| Total activo corriente | 2.759.336 | 2.685.577 | 2,7% |
| Activo no corriente | | | |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar | 26.197 | 26.509 | -1,2% |
| Inversiones en asociadas y negocios conjuntos | 181.617 | 180.451 | 0,6% |
| Otros activos financieros no corrientes | 3.367.394 | 4.133.963 | -18,5% |
| Propiedades, planta y equipo, neto | 3.297.443 | 3.395.671 | -2,9% |
| Propiedades de inversión | 77.153 | 72.306 | 6,7% |
| Plusvalía | 2.040.907 | 2.118.226 | -3,7% |
| Otros activos intangibles | 1.143.862 | 1.181.350 | -3,2% |
| Activo por impuesto diferido | 388.120 | 415.072 | -6,5% |
| Otros activos no corrientes | 70.353 | 100.352 | -29,9% |
| Total activo no corriente | 10.593.046 | 11.623.900 | -8,9% |
| TOTAL ACTIVOS | 13.352.382 | 14.309.477 | -6,7% |
| PASIVO | | | |
| Pasivo corriente | | | |
| Obligaciones financieras | 473.200 | 557.133 | -15,1% |
| Proveedores y cuentas por pagar | 925.802 | 993.241 | -6,8% |
| Impuesto sobre la renta e impuestos por pagar | 269.618 | 207.776 | 29,8% |
| Pasivo por beneficios a empleados | 210.356 | 172.730 | 21,8% |
| Provisiones corrientes | 3.869 | 9.820 | -60,6% |
| Otros pasivos corrientes | 20.265 | 14.261 | 42,1% |
| Total pasivo corriente | 1.903.110 | 1.954.961 | -2,7% |
| Pasivos no corriente | | | |
| Obligaciones financieras | 2.379.353 | 2.474.077 | -3,8% |
| Proveedores y cuentas por pagar | 158 | 158 | 0,0% |
| Pasivo por beneficios a empleados | 214.774 | 226.574 | -5,2% |
| Pasivo por impuesto diferido | 700.085 | 702.967 | -0,4% |
| Otros pasivos no corrientes | 533 | 559 | -4,7% |
| Total pasivo no corriente | 3.294.903 | 3.404.335 | -3,2% |
| TOTAL PASIVO | 5.198.013 | 5.359.296 | -3,0% |
| PATRIMONIO | | | |
| Patrimonio atribuible a las participaciones controladoras | 8.112.245 | 8.907.656 | -8,9% |
| Participaciones no controladoras | 42.124 | 42.525 | -0,9% |
| TOTAL PATRIMONIO | 8.154.369 | 8.950.181 | -8,9% |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 13.352.382 | 14.309.477 | -6,7% |

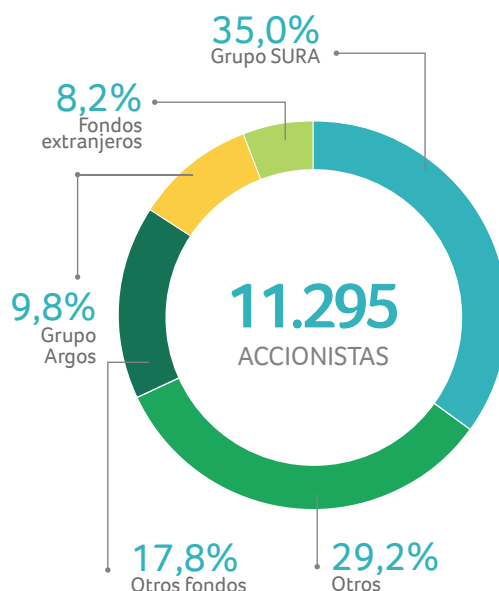
Indicadores

| | |
|--|-------------|
| Precio de Cierre | 24.200 |
| Precio de Cierre año anterior | 26.840 |
| Máximo 52 Semanas | 28.000 |
| Mínimo 52 Semanas | 24.000 |
| Capitalización Bursatil (\$MM) | 11.134.988 |
| Valor Intrínseco ⁽¹⁾ | 17.722 |
| RPG ⁽²⁾ | 17,9 |
| P/VL ⁽²⁾ | 1,6 |
| EV / EBITDA ⁽²⁾ | 9,3 |
| Utilidad por acción ⁽³⁾ | 1.047 |
| Dividendo por acción-mes | 47,2 |
| Rentabilidad por dividendos ⁽³⁾ | 2,0% |
| Rentabilidad por valorización ⁽³⁾ | -9,8% |
| Rentabilidad combinada ⁽³⁾ | -7,9% |
| Variación COLCAP ⁽³⁾ | 1,2% |
| Retorno sobre patrimonio ⁽²⁾ | 9,3% |
| Retorno sobre capital invertido ⁽²⁾ | 8,8% |
| Acciones en Circulación | 460.123.458 |
| Número de Accionistas | 11.295 |
| 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



Nuevos Veggie Burger & Veggie Bites de Pietrán

Pietrán lanzó al mercado colombiano sus nuevos Veggie Burger y Veggie Bites, a base de proteína vegetal y proteína de huevo. Con esta nueva opción, el Negocio Cárnico busca fortalecer la propuesta de valor de la marca con la inclusión de productos nutritivos con un balance ideal entre proteínas y calorías, perfectos para un almuerzo o cena liviana, y excelente opción para vegetarianos y no vegetarianos.



Nuevos champiñones Zenú

Para reforzar su propuesta de valor en la categoría de vegetales, la marca Zenú amplió su portafolio con los nuevos Champiñones Larga Vida. Un producto listo para consumirse en cualquier momento, sin conservantes, libre de grasa y con un significativo aporte de proteína.

Nuevo Chorizo con Ternera Zenú

El nuevo Chorizo con Ternera mezcla toda la tradición de la marca Zenú con la experiencia de un sabor totalmente original. Una mezcla de carnes de ternera, cerdo y res especialmente seleccionadas y ahumadas, con un color único y un delicioso sabor a parrilla con notas de cerveza y especias tradicionales como ajo, cebolla y comino. Una propuesta que se ajusta a los gustos del consumidor y del mercado.



Salchicha con queso Blue Ribbon

El Negocio Cárnicos lanzó en Panamá su nueva salchicha con queso Blue Ribbon buscando ofrecer al consumidor una nueva propuesta con un sabor diferenciado y que contribuya al crecimiento del portafolio de la marca. Un producto que sabe a queso, huele a queso y tiene queso.



Galletas



Nuevos lanzamientos de Snacks Saludables Tosh

La marca TOSH realizó recientemente dos importantes lanzamientos que fortalecerán su estrategia de desarrollo del segmento de snacks saludables en Colombia y Centroamérica: el nuevo sabor Napolitano y Chía, bajo en grasa, cero colesterol y grasas trans, y sin colores ni sabores artificiales. En Costa Rica y Panamá, por su parte, Tosh ingresó recientemente en la categoría de Snacks con una oferta libre de gluten en tres sabores: Arroz Silvestre, Tomates Secos y Parmesano, y Sal Marina.



Festival Jurassic

Como marca divertida y la moda, Festival se vincula cada año con la licencia de la película más taquillera del verano. Esta vez lo hizo en Colombia, Ecuador y el Caribe con "Jurassic World - El Reino Caído", producción que se conecta de manera directa con los consumidores de la marca en el mundo real y digital. La licencia se ejecutó desde tres frentes: innovación de producto, promoción masiva y oferta de producto.

Nuevas galletas Tosh Coco y Almendras

Continuando con la diversificación de su portafolio con opciones deliciosas y saludables, y buscando seguir creciendo bajo una autopista de productos "libres de azúcar", Tosh presentó en Centroamérica las nuevas galletas Tosh Coco y Almendras, con ingredientes beneficiosos para la salud como coco, almendras, semillas de amapola y maní.



Chiky Wafer

Con el objetivo de ofrecer productos diferenciados y relevantes para su público objetivo, Chiky introdujo una deliciosa galleta tipo wafer rellena con crema y con cobertura sabor a chocolate. Con este lanzamiento Chiky ingresó al sub-segmento costarricense de galletas wafer, acumulando interesantes ventas incrementales desde su lanzamiento en agosto.





Pastas

Nueva campaña "Cuando Piense en Nutrición, Pida Doria"

Buscando acercarse a las nuevas generaciones, Doria presentó su nueva campaña publicitaria en la que se resalta su mayor diferencial: el Nutrivit, combinación de vitaminas y minerales que aportan a la nutrición de los colombianos.



Llega el nuevo Aceite de Oliva Monticello

El nuevo Aceite de Oliva Monticello es una nueva experiencia llena de placer. Ideal para añadir a las preparaciones toques de aroma y sabor de la cocina mediterránea, este nuevo producto llega para ampliar el portafolio y seguir posicionando a Monticello como la marca de pastas premium por excelencia en Colombia.

Monticello Gluten Free: salud y placer en tus comidas

Para aquellos consumidores que siempre buscan lo mejor, Monticello introdujo al mercado colombiano su nueva pasta Libre de Gluten en dos presentaciones: Spaghetti y Rigatti. Producto 100% vegano, es una opción inmejorable para los amantes de la buena pasta sensibles al gluten o celíacos.



Chocolates

Cool!Nuts ingresa a México

Cool!Nuts marca de mezclas de nueces y semillas para el mercado mexicano ingresó al país azteca con sus innovadores, deliciosos y variados productos. Con esta propuesta, el Negocio Chocolates busca posicionarse como un jugador relevante en el mercado mexicano de nueces, apalancado en el éxito comercial que ha tenido en otras geografías de su región estratégica.



Tres nuevas golosinas de chocolate Winter's en Perú

Como parte de sus planes de crecimiento y expansión en el mercado peruano, la marca Winter's lanzó al mercado tres deliciosas golosinas de chocolate: Winter's Kremání, Winter's Cookies and Cream y Winter's Flow. Con ellas, el Negocio seguirá cautivando a los jóvenes ávidos de nuevas experiencias y explosivas sensaciones de sabor.

Nueva BurbuJet

La chocolatina Jet de siempre se llenó de deliciosas burbujas de crema con sabor a vainilla caramelizada y una capa de espectacular arroz crujiente. Con Burbujet, la última innovación de la marca, se espera seguir cautivando los corazones de todos los colombianos.



Montblanc renovó su imagen y portafolio de productos

Montblanc renovó su portafolio, posicionamiento, fórmula y empaque en Colombia con el fin de seguir cautivando a los consumidores que quieren volver especial lo cotidiano, a través de un producto superior al alcance de todos. Este nuevo portafolio fusiona el sabor del chocolate con las nueces y frutas para garantizar una experiencia de consumo única, y resaltando las notas propias del cacao y la leche.



Nueva Yogurt Mix de La Especial

Buscando dinamizar la categoría de nueces en Colombia, La Especial trae a sus consumidores una nueva mezcla irresistible, apalancada en el delicioso sabor del yogurt. Contiene pasas cubiertas de yogurt, maní, arándanos y almendras.



Nuevas Gomas y Cápsulas Blandas con Vitaminas y Minerales Bénet

Bénet, la marca de nutrición experta de Grupo Nutresa, lanzó al mercado las nuevas gomas y cápsulas blandas con vitaminas y minerales, y con múltiples beneficios nutricionales para sus consumidores. Un nuevo portafolio compuesto por ocho referencias, disponible en Colombia a través del catálogo de venta directa de Noventa.



Helados

Polet Frambuesa

Polet invita al consumidor colombiano a descubrir el secreto del chocolate con la nueva Polet Chocolate Blanco y Frambuesa. Se trata de un exclusiva paleta premium extra crocante, con chocolate blanco Polet, helado y salsa de frambuesa.



Nuevo Crem Helado Artesanal Lulada

Crem Helado Artesanal rinde un nuevo homenaje a los sabores autóctonos. En esta ocasión, la inspiración llega directamente desde el Valle del Cauca colombiano, en donde los sabores cítricos se mezclaron con el dulce para darle vida al nuevo Crem Helado Artesanal Lulada.



Café

Nuevo Café Sello Rojo Vive

Luego de años de investigación, llega al mercado colombiano Café Sello Rojo Vive, el primer café en Colombia que ayuda a disminuir el riesgo de enfermedades del corazón gracias a que tiene cuatro veces más antioxidantes que el Café Sello Rojo tradicional. Es un café 100% natural sin químicos ni aditivos, que cuenta con el aval de la Fundación Colombiana del Corazón.



Nuevo Colcafé Reservado

Dado el crecimiento del segmento de café Premium en Colombia, nace el nuevo Colcafé Reservado, pensado en aquellos que buscan practicidad en la preparación y mejorar su experiencia en taza. Obtenido después de una extracción refinada y precisa, con una concentración en frío, logrando el balance perfecto entre el ácido y el amargo. Una bebida con notas sutiles, tostadas y afrutadas que le dan cuerpo a un café superior.



Tresmontes Lucchetti

Nueva Limonada Livean 0% azúcar añadida

Pensada en todos aquellos que gustan de una refrescante limonada pero no tienen el tiempo para prepararla, TMLUC lanzó en Chile su Limonada Livean, un néctar con jugo natural de limón y 0% azúcar añadida para disfrutar sin preocupaciones. Un producto premium, de mayor valor agregado respecto a la línea regular, y que llega para complementar el portafolio de néctares de la compañía.



Nuevo Gold Stick, exclusivo para canal tradicional

TMLUC lanzó en Chile un nuevo formato de Café Gold Stick Primera Selección, con el objetivo de potenciar el canal Tradicional. El formato de Sticks representa el 55% de las ventas valor del segmento soluble de este canal. El producto nace para triplicar la cobertura actual, ofreciendo tanto al almacenero (tendero) como al consumidor una propuesta más conveniente.



Lanzamiento de Cremino Barra

En agosto pasado se obtuvo la primera producción de la nueva barra de chocolate Cremino con trozos de avellana, producto disponible en México en dos presentaciones: bolsa con 5 piezas, para el canal de autoservicio y display exhibidor con 10 piezas, para el canal de mayoreo.



Alimentos al consumidor

Nuevo Food Truck de Hamburguesas El Corral

Hamburguesas El Corral se toma las carreteras y ciudades de Colombia para acercarse a sus consumidores. Se trata del nuevo Food Truck, el vehículo ideal para disfrutar los mejores sabores de la Receta Original. Esta nueva propuesta de restaurante móvil, que garantiza la calidad del producto, llegará a conciertos, festivales, empresas, colegios y universidades para conquistar seguidores de todas las edades.



Nuevos menús saludables de El Corral Gourmet

En línea con las tendencias gastronómicas y de salud actuales, y para satisfacer a aquellos consumidores colombianos que buscan opciones novedosas, El Corral Gourmet introdujo a su portafolio nuevos menús en los que se reemplaza la proteína animal por la vegetal con ingredientes como la quinua, champiñones portobello, garbanzos y kale.



Pops celebra 50 años con nuevas preparaciones

Para celebrar su aniversario, Pops presentó sus nuevas preparaciones especiales con toda la variedad e indulgencia que han llegado al paladar de los consumidores costarricenses por 50 años. Dentro de ellas se destaca el nuevo Happy Sundae, con 12 oz de celebración.



Grupo Nutresa adhirió a la “Alianza por la Nutrición Infantil en Colombia”

Junto con 52 empresas pertenecientes a la Cámara de Alimentos de la ANDI y la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia -ÁBACO- Grupo Nutresa firmó la “Alianza por la Nutrición Infantil en Colombia”.

Esta iniciativa busca unir a empresas, gobierno, organizaciones civiles, asociaciones científicas y academia en la lucha contra la malnutrición infantil, buscando que Colombia sea el país con la mejor nutrición infantil de América Latina para 2030.

Con esta alianza, la empresa reafirma su compromiso por fomentar una vida saludable en las comunidades, reducir sus pérdidas y desperdicios de alimentos, y ayudar a transformar a los Bancos de Alimentos en entidades autosostenibles, administrativa y técnicamente.

En 2017 la organización trabajó con 18 Bancos de Alimentos en Colombia y seis en la región estratégica, con lo cual se beneficiaron más de 581.512 personas a través de 943,16 toneladas de productos entregados.



La Recetta presentó “Trabajando unidos somos sostenibles”

La Recetta lanzó en días pasados su curso de sostenibilidad “Trabajando unidos somos sostenibles”, el cual busca generar valor compartido en las relaciones comerciales con los clientes, a través de un curso de seis módulos orientado a la reducción de residuos.

El curso se desarrolla a través de un proceso de formación, seguimiento y acompañamiento con un equipo de formadores internos de diferentes empresas de Grupo Nutresa, quienes, dada su formación y experiencia, brindan las herramientas necesarias para emprender acciones sostenibles a través de la transferencia de conocimiento y la búsqueda del aprendizaje de los clientes.

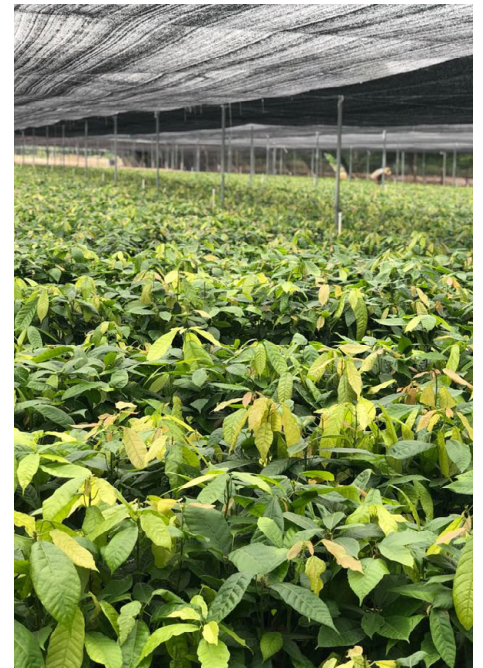
Al lanzamiento del primer módulo asistió un total de 22 clientes de los diferentes canales del sector HORECA (Hoteles, Restaurantes y Casinos) e institucional, al igual que 32 invitados especiales.

CNCH implementó el programa “Viveros para la Paz”

Con el fin de contribuir al desarrollo sostenible y generar nuevas oportunidades en las comunidades donde hace presencia, Compañía Nacional de Chocolates implementó el programa “Viveros para la Paz”, con el que además se busca fortalecer la producción de cacao en las regiones del Caribe y los Llanos Orientales de Colombia, las cuales tienen una capacidad de producción de casi dos millones de plántulas por año.

La idea es suministrar árboles de cacao con clones auto compatibles de alto rendimiento en productividad y calidad, y así aportar al mejoramiento de la calidad de vida de las familias en los territorios del posconflicto, como un aporte a la construcción de paz en el país.

En la zona norte colombiana, esta iniciativa se desarrolla de la mano de Agrosavia (antigua Corpoica) en el Centro de Investigación Motilonia, ubicado en el municipio de Codazzi, departamento del Cesar. Allí se busca formar líderes locales que acompañen técnicamente las alianzas comerciales con asociaciones de productores de la zona, las cuales son apoyadas por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el Ministerio de Comercio, Cultura y Turismo, la Gobernación del Cesar, las alcaldías municipales, el Instituto Colombiano Agropecuario -ICA- el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD- entre otras entidades.



Las poblaciones beneficiadas se encuentran en los departamentos de La Guajira, Magdalena, Atlántico, Cesar, Bolívar, Córdoba y Sucre e incluyen campesinos, indígenas, desplazados, desmovilizados, reinsertados y afrodescendientes.

En los Llanos Orientales la iniciativa se llama “Nodo Cacaotero” y se ubica en San Martín (Meta) en alianza con la agencia de cooperación canadiense Socodevi y Repsol.



El Negocio de Café puso en marcha su “Proyecto Germialmágicos de Café”

“Germialmágicos de Café” es un proyecto desarrollado por Colcafé, Fundación Nutresa y De Los Andes Cooperativa en 2017 que busca acompañar las iniciativas de sostenibilidad en la Central de Beneficio de Farallones, a través de un frente social y otro técnico.

Sus principales objetivos son los de generar confianza en las comunidades y otros grupos relacionados de la región, desarrollar capacidades sociales, técnicas y administrativas en los caficultores, mejorar su calidad de vida y estandarizar la cadena productiva.

Desde el frente técnico, el programa busca la generación, siembra y resiembra de plantas de café con potencial de productividad en condiciones sanitarias y de desarrollo óptimo en la zona de influencia de la Central de Beneficio; y mejorar la calidad de café de la zona a través de un invernadero automatizado, único en el país.

La inversión durante el primer año fue de COP156 millones. Se espera sembrar 550 mil plántulas nuevas para 2020 e impactar alrededor de cien hectáreas de café al finalizar el proyecto.

Más de 1.200 colaboradores de Grupo Nutresa celebraron el Día Internacional del Voluntariado



El pasado 21 de septiembre, más de 1.200 voluntarios en 12 países de América en los que opera Grupo Nutresa se unieron para participar en El Poder del Mil, una de las iniciativas más grandes de la región, la cual busca unir a los colaboradores de la organización junto a las comunidades vecinas, para contribuir con su calidad de vida y construir con ellos relaciones de confianza.

Algunas de las actividades desarrolladas por los voluntarios incluyeron pintura de ambientes de aprendizaje y espacios comunes, mejoramiento de escenarios lúdicos y deportivos, y construcción de huertas escolares, entre otras.

Gracias a los resultados alcanzados con El Poder del Mil durante los últimos seis años, se han logrado beneficiar a cerca de 30.000 personas en la región estratégica, lo que demuestra la confianza que tienen los colaboradores en el poder de la transformación y el valor del aporte de cada uno para la construcción de Un Futuro Entre Todos.

En Colombia, esta jornada se realizó de manera simultánea en cinco ciudades del país. Las plataformas internacionales también se unieron a la jornada en las que participaron cerca de 315 voluntarios en Chile, Costa Rica, Nicaragua, El Salvador y Ecuador. Poco tiempo después lo hicieron las operaciones de México, Perú, Guatemala, Panamá y República Dominicana.

Grupo Nutresa, alineado con los ODS

Grupo Nutresa aporta al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS- de la Organización de las Naciones Unidas -ONU- de manera colaborativa con sus grupos relacionados. Por eso se ha comprometido desde cada una de sus prioridades estratégicas a diseñar e implementar acciones que así lo permitan.

El siguiente gráfico presenta la alineación de estas prioridades con los ODS, así como los principales indicadores que muestran los avances alcanzados en 2017 para el logro de las metas de la agenda 2030.

ODS 16 Paz, Justicia e Instituciones Sólidas
Iniciativas de negocios inclusivos como estrategia de posconflicto.



Los programas de fomento al cacao han beneficiado a más de **12.000 familias** y han creado más de **140 alianzas de desarrollo social y agrícola**.

5.565 millones

En inversión social en posconflicto durante 2017



Más de **9.600**

Colaboradores formados en 2017 en anticorrupción y en LA/FT.

ODS 13 Acción por el clima
Productos carbono Neutro: Evok, Tosh, Livean



Reducción de emisiones de CO2 (2010-2017) en un **-41,4%**

Proyectos de autogeneración de energía
Techo solar más grande de Antioquia

18.000m²
= 3.000 MWh
Equivalente al consumo anual de 1.000 hogares

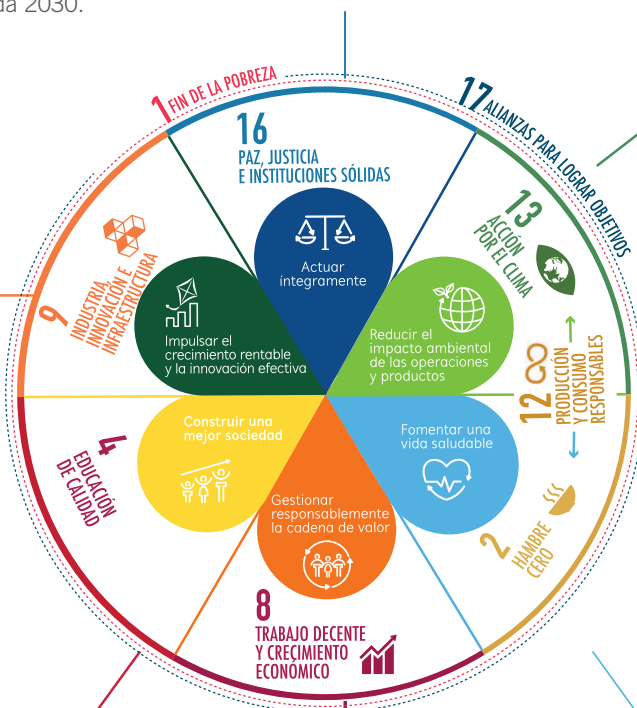
ODS 9 Industria, innovación e infraestructura



Programa corporativo de innovación enfocado en crear una cultura y un ecosistema de innovación para innovar en productos, procesos y modelos de negocio.

20,2% de las ventas provienen de la innovación.

0,5% de las ventas se invierten en I+D+i



ODS 12 Producción y consumo responsable

Reducción del consumo de agua (2010 - 2017) en un **28,1%**

Aprovechamiento del **90,3%** de residuos sólidos*

80,8% usado con ciclo cerrado
Material de empaque

-2,4% Reducción del consumo de material de empaque*

*Base 2010. Por tonelada producida en Colombia

ODS 2 – Hambre Cero

Reducción del desperdicio de **943 Ton** de alimentos
fueron entregadas a Bancos de Alimentos a nivel nacional.



GERMINAR
sembramos buenos hábitos
beneficia a **301 familias** gracias a la implementación de **5.000 m² de huertas comunitarias**

646 mil millones
De ventas de productos enriquecidos con nutrientes deficitarios en la región.

2.984
productos ajustados al perfil nutricional Nutresa.

Programa de formación en hábitos de alimentación saludable. actividad física y prácticas de higiene en 22 instituciones educativas y 20 entidades territoriales en Colombia.

ODS 4 Educación de Calidad



Proyecto Educativo Líderes Siglo XXI
Una ventana al futuro de Colombia

Más de **20 años** trabajando por la **calidad educativa de instituciones públicas.**



205 colegios

Intervenido por los programas de **Fundación Nutresa** cuentan con desempeño satisfactorio en las pruebas de estado.

ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico

Sistema de gestión de los Derechos Humanos que involucra la elaboración de:

- Matrices de riesgo
- Políticas corporativas
- Mecanismos de reclamación y denuncia
- Medidas de remediación

10 Compañías de Grupo Nutresa

Certificadas como efr-Empresas Familiarmente Responsables.



Más **101 mil millones** invertidos en 2017 en **calidad de vida**, formación y auxilios para empleados.