



En el primer semestre del año las **ventas** de Grupo Nutresa crecen el **8,5%** y su margen **ebitda** se ubica en el **13,0%**

nuestras marcas en los puntos de venta.

En materia de rentabilidad, se reporta un ebitda por COP 749.186 millones, con un crecimiento del 0,4% sobre el de igual periodo del año anterior y un margen sobre las ventas del 13,0%.

Los gastos post-operativos netos, por COP 34.642 millones, evidencian una reducción del 58,0% frente a los del primer semestre de 2020 como consecuencia de una significativa disminución en el gasto financiero.

La utilidad neta consolidada asciende a COP 366.709 millones, representa un 6,3% de las ventas y registra un incremento de 11,5% con respecto a la del primer semestre de 2020.

En otros eventos destacados, nos complace reportar que Grupo Nutresa fue considerado como la segunda mejor empresa para atraer y fidelizar talento en Colombia, y la primera dentro del sector de alimentos del país, según el monitor de reputación MERCO Talento 2021. Esta distinción reconoce nuestra decisión de fomentar una cultura organizacional centrada en el cuidado de las personas, el desarrollo de capacidades y talentos de los equipos, y el bienestar integral de nuestros colaboradores y sus familias.

Finalmente, y en línea con nuestro compromiso con el cuidado de la vida y la salud, Grupo Nutresa hizo parte del conjunto de compañías colombianas que se unió al programa Empresas por la Vacunación de la ANDI como apoyo al Plan Nacional de Vacunación. Con esta iniciativa, la Organización busca inmunizar de manera gratuita a todos sus colaboradores vinculados y aprendices. Al el 30 de julio, el 65,9% de los colaboradores de Grupo Nutresa en Colombia ya han iniciado el proceso de vacunación.

Estados Financieros Separados

En los Estados Financieros Separados de Grupo Nutresa S. A. reportamos ingresos operacionales netos por COP 371.515 millones, de los cuales COP 303.769 millones corresponden a utilidad por el método de participación de nuestras inversiones en compañías de alimentos y COP 67.746 millones a dividendos del portafolio de inversiones. La utilidad neta fue de COP 370.613 millones.

Al cierre del periodo, las ventas consolidadas de Grupo Nutresa ascienden a COP 5,8 billones, con un incremento del 8,5% frente a las reportadas en igual periodo del año anterior. Las ventas de innovación representan el 16,9% de las ventas totales.

Los ingresos en Colombia continúan con un desempeño positivo, y reportan un total de COP 3,5 billones, equivalentes al 60,8% del total de las ventas, creciendo un 11,2% frente a las del mismo periodo del año anterior.

Las ventas internacionales, por USD 625 millones, representan un 39,2% de las ventas totales y son un 6,6% superiores a las del mismo periodo de 2020. Estas ventas, expresadas en pesos colombianos, son de COP 2,3 billones, con un crecimiento del 4,5%.

La utilidad bruta consolidada asciende a COP 2,4 billones y crece el 6,1% sobre la del mismo periodo del año 2020. El margen bruto disminuye un 1,0% con respecto al del mismo periodo del 2020, debido principalmente al incremento en el costo de materias primas asociado al superciclo de commodities que se presenta actualmente en el mundo.

La utilidad operacional del Grupo asciende a COP 541.035 millones, un 0,8% mayor que la del primer semestre de 2020. Este resultado considera un incremento en los gastos operacionales de 7,7% que incluye egresos asociados a las medidas de bioseguridad y limpieza, el incremento en algunos gastos logísticos no recurrentes, y la mayor inversión en

- Al cierre del primer semestre del año, las **ventas consolidadas** de Grupo Nutresa ascienden a **COP 5,8 billones**, un **8,5%** superiores a las del mismo período del año anterior.

- Las **ventas en Colombia** fueron de **COP 3,5 billones** y crecen un **11,2%** sobre las registradas al 30 de junio de 2020.

- Las **ventas internacionales**, por **USD 625 millones**, son un **6,6%** superiores a las del mismo periodo del año anterior. En pesos colombianos, este crecimiento es del **4,5%**.

- Las **ventas de innovación** alcanzan un **16,9%** del total de los ingresos del Grupo.

- El **ebitda** consolidado del periodo es de **COP 749.186 millones**, con un crecimiento del **0,4%** sobre el de igual periodo del 2020, y un margen de **13,0%** sobre las ventas.

- La **utilidad neta** asciende a **COP 366.709 millones** y registra un incremento de **11,5%** frente al año anterior.

- Grupo Nutresa fue considerado como la **segunda mejor empresa** para **atraer y fidelizar talento en Colombia**, y la **primera dentro del sector de alimentos** del país, según el monitor de **reputación MERCO Talento 2021**.



Grupo Nutresa suscribió acuerdo de compra de Belina, productora de alimentos para mascotas en Costa Rica

En mayo pasado, Grupo Nutresa suscribió un acuerdo para adquirir el 100% de las acciones de Belina Nutrición Animal S. A., Belina Importaciones e Innovaciones Dos Mil S. A. e Industrial Belina Montes de Oro S. A. (Belina). La adquisición finalizó el pasado 7 de julio y el valor final de la transacción fue de USD 29 mm, después de los ajustes acordados en el contrato de compraventa.

Belina es un grupo de sociedades domiciliadas en Costa Rica, dedicadas a la producción, importación y comercialización de alimentos para animales. Con 15 años de experiencia, en 2020 vendió USD 34 millones en tres líneas de negocio: mascotas, granja y acuicultura. La más relevante es la línea de mascotas con cerca del 70% de las ventas a través de marcas propias y reconocidas en el mercado costarricense –Balance, Superkan y Gourmet mix– y la distribución de la marca Nutrisource®.

Su planta de producción se ubica en la provincia de Puntarenas, en Costa Rica, mientras que la distribución a todo el país se efectúa desde su propio centro logístico en Alajuela. Belina emplea actualmente cerca de 225 personas.

Con esta adquisición, Grupo Nutresa incursiona en el mercado de alimentación de mascotas, una categoría con dinámicas muy positivas de crecimiento. Esta compra ayudará también a la empresa a complementar sus capacidades con las de Belina y a fortalecer su presencia en Centroamérica, región en la que cuenta con marcas reconocidas y apreciadas, una excelente distribución y un equipo humano talentoso. De acuerdo con Carlos Ignacio Gallego, presidente de Grupo Nutresa, *“Nuestro objetivo con esta adquisición es aprender mucho de este segmento y construir nuevas capacidades en la Organización”*.

Fitch Afirma calificación de Bonos Ordinarios de Grupo Nutresa en ‘AAA(col)’

Fitch Ratings

A principios de mayo, 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)’. La Perspectiva es Estable.

Dentro de los factores clave de esta calificación se destacaron un desempeño operativo favorable de la Compañía, sus controles de costos y gastos, su posición competitiva robusta, su favorable diversificación geográfica y por productos, y sus métricas crediticias sólidas.

Las Calificaciones Nacionales ‘AAA’ indican la máxima calificación asignada por Fitch en la escala de calificación nacional. 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.



En la séptima edición del evento de reconocimiento Proveedor Ejemplar, Grupo Nutresa destacó el trabajo de 19 empresas

El pasado 1 de junio, Grupo Nutresa destacó un total de 19 proveedores de Colombia y el exterior por su compromiso con los objetivos estratégicos de la organización, el desarrollo de la sociedad y el progreso económico, social y ambiental de sus geografías, en el marco de la séptima versión del evento de reconocimiento del programa Proveedor Ejemplar.

Este año el programa contó con la participación de siete países: Colombia, Chile, Costa Rica, Perú, México, República Dominicana y Panamá (país invitado). 323 proveedores participaron en el proceso de evaluación, de los cuales el 47% fueron pe-

queñas y medianas empresas. Las organizaciones fueron evaluadas por comités multidisciplinarios y aliados expertos, quienes analizaron diferentes variables relacionadas con su desempeño y gestión en materia de innovación, productividad, nivel de servicio logístico, y sostenibilidad ambiental y social.

En adición a los reconocimientos por categoría, se entregaron reconocimientos especiales en los criterios de Sostenibilidad Social y Ambiental, y de Innovación. Igualmente, se distinguió a los dos Proveedores Ejemplares Grupo Nutresa, tanto Pyme como Gran Empresa, los reconocimientos más importantes del programa.

Para conocer detalles del evento y el listado completo de ganadores, escanee el código QR.





Grupo Nutresa se unió al programa "Empresas por la Vacunación" en Colombia

En línea con su compromiso con el cuidado de la vida y la salud, Grupo Nutresa hizo parte del conjunto de empresas colombianas que adquirió 2.500.000 vacunas contra el covid-19 para inmunizar de manera gratuita a 1.250.000 trabajadores y apoyar activamente el Plan Nacional de Vacunación.

La compañía adquirió el número suficiente de vacunas para inmunizar a todos sus colaboradores vinculados y aprendices que al inicio del programa no hubieran recibido su primera dosis. En Nutresa, el primer biológico del programa fue aplicado el pasado 9 de julio en la ciudad de Barranquilla. Al 30 de julio, el 65,9% de los colaboradores de Grupo Nutresa en Colombia ya había iniciado el proceso de vacunación.

Carlos Ignacio Gallego expresó así su satisfacción por los avances del programa:

“ Seguimos comprometidos en proteger los empleos, asegurar la disponibilidad de alimentos en la sociedad, y cuidar a los más vulnerables. La vacunación de nuestros colaboradores nos llena de especial emoción y es una muestra de que podemos construir Un Mejor Futuro Entre Todos. ”

Grupo Nutresa, segunda mejor empresa para atraer y fidelizar talento en Colombia, según el monitor MERCO Talento 2021

Una vez más, Grupo Nutresa fue seleccionada como la segunda mejor empresa para atraer y fidelizar talento en Colombia según el monitor MERCO Talento 2021 y se ubicó como la primera dentro del sector de alimentos.

Este año, el estudio se desarrolló a partir de cerca de 69.000 encuestas diligenciadas por igual número de personas dentro de nueve fuentes de información: población general, responsables de RRHH, expertos y headhunters, sindicatos, trabajadores propios, trabajadores de las 100 empresas MERCO, universitarios, estudiantes de escuelas de negocio y una autoevaluación de la gestión del talento.

Las medidas que han llevado a la Organización a conservar estas posiciones se enmarcan, entre otros, en la flexibilidad laboral, el crecimiento personal y profesional, el apoyo a las familias, la generación de oportunidades equitativas, la promoción de hábitos saludables y el fortalecimiento de estilos de liderazgo. Lo anterior, sumado al desarrollo del talento en una cultura de diversidad e inclusión, fundamentada en la colaboración, la integridad, el reconocimiento y el respeto del ser.



Grupo Nutresa es la cuarta firma con mejor Índice de Inversión Social Privada en Colombia



Grupo Nutresa ingresó por primera vez al top cinco del listado de empresas con mejor Índice de Inversión Social Privada en Colombia (IISP) -realizado por la firma Jaime Arteaga & Asociados con el apoyo de USAID- y se ubicó en la cuarta posición.

Los resultados de la quinta edición del IISP 2021, que reflejan el desempeño de 138 de las empresas más grandes de Colombia en diez sectores productivos durante el 2020, demuestran el compromiso social de Grupo Nutresa, particularmente en un año marcado por la pandemia del COVID-19. Además de producir un estándar que permite reconocer a las empresas con las mejores prácticas de inversión social privada en el país, el objetivo del IISP es medir el esfuerzo del sector privado por mejorar las condiciones de vida de comunidades y/o grupos de población específicos a partir de una decisión voluntaria de responsabilidad social.



El Negocio Cafés aumenta su capacidad de producción de café soluble

Con la construcción de un nuevo edificio de 2.000 m², la planta de Colcafé Medellín aumentará su producción de café soluble en un 40%. La inversión, cercana a los COP 45 mil millones, incluye la construcción de un nuevo edificio y la adquisición de tecnologías de punta para tuestión, extracción y concentración de café. Este proyecto, que generará 27 nuevos empleos, fortalecerá la gestión de las marcas, las redes y los negocios B2B, contribuirá a una

mayor productividad en las operaciones y permitirá un mayor ahorro energético y un menor impacto ambiental. De forma paralela, se instalaron cinco cámaras de expansión y se eliminó la pluma de vapor visible en las chimeneas. Ahora ese vapor será condensado y el agua se incorporará nuevamente en la planta de generación, optimizando el ciclo energético y productivo. Esta instalación permitirá un ahorro de 180 m³ de agua diarios aproximadamente.

Reconocimientos



One planet
handle with care

✓ Tosh y Cordillera, reconocidas en la red One Planet de la ONU

Las marcas Tosh y Cordillera fueron reconocidas por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) con su inclusión como casos de éxito en sostenibilidad en el One Planet Network, mecanismo de implementación del ODS 12 (Producción y Consumo Responsables). En el caso de Tosh, se resaltó la manera en que ha aplicado impulsado el consumo sostenible en América Latina a través de la información al consumidor y el diseño de productos. Por su parte, Cordillera fue reconocida gracias a su trabajo focalizado en la cadena de valor cacao-chocolate en Colombia, aportando a la calidad de vida de los cacaoteros.



✓ Planta del Negocio Cárnicos, certificada como proveedor Walmart Chile

La Planta Envigado, del Negocio Cárnicos en Colombia, se certificó como proveedor avanzado para Walmart Chile. Esta certificación evidencia, entre otros, la madurez de la cultura de inocuidad, el nivel de compromiso para la satisfacción de clientes y el cumplimiento de requisitos higiénico- sanitarios de la planta.

✓ Planta de Aguachica, certificada para exportar cortes finos de res a países musulmanes

La Planta de Aguachica, del Negocio Cárnicos en Colombia, fue certificada por el Instituto Fambras de Brasil como una sede que cumple con todos los requisitos para la exportación de cortes de carnes finas de reses a países musulmanes como Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita, Catar y Kuwait, así como a algunos asiáticos como Indonesia.



✓ Winter's en el TOP 10 de marcas preferidas por los hogares peruanos



Winter's fue destacada entre las diez marcas preferidas por los hogares peruanos según el ranking Brand Footprint 2020 de Kantar. Un reconocimiento que confirma a la marca como "La Cocoa de los Peruanos" desde hace más de 40 años.



✓ Compañía Nacional de Chocolates renueva certificaciones y se destaca por su clima organizacional

CNCH renovó su certificación en la Norma Global de Seguridad de los Alimentos del Global Food Safety Initiative -GFSI- en la Categoría AA. Igualmente, se recertificó en el Programa de Organizaciones Saludables de la Fundación Colombiana del Corazón y actualizó su certificación en los Sistemas de Gestión de la Calidad, Ambiental y Seguridad y

Salud en el Trabajo de ICONTEC. Finalmente, la empresa obtuvo excelentes resultados en su medición de Clima Organizacional y Compromiso 2021, con una calificación de 91%.



Noel, reconocida como Gran Usuario del Plan Vallejo

✓ Comercial Nutresa, empresa familiarmente responsable en la categoría B+

Gracias al interés genuino por las necesidades e intereses de sus colaboradores y familias para su equilibrio entre lo laboral y lo familiar, la Fundación Más Familia en Colombia reconoció a Comercial Nutresa como Empresa Familiarmente Responsable en la categoría proactiva B+.



✓ Gracias al cumplimiento de los requisitos que exigen los sistemas especiales de importación y exportación en Colombia, Compañía de Galletas Noel recibió el reconocimiento en la categoría de Gran Usuario del Plan Vallejo por parte del Ministerio de Comercio Exterior. El Plan Vallejo es un régimen aduanero que otorga beneficios tributarios a empresas que demuestran que sus materias primas importadas se destinan a la producción de bienes de exportación.



✓ Tresmontes Lucchetti México obtuvo certificación BRCGS

La Planta de Bebidas Instantáneas Frías y de Pastas de Tresmontes Lucchetti México recibió la certificación BRCGS, referente internacional de calificación en materia de seguridad alimentaria y se suma a otras instalaciones productivas en el país azteca con dicha certificación.

✓ Tresmontes Lucchetti recibió Sello Covid de la ACHS

La Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) otorgó a Tresmontes Lucchetti el Sello Covid para la totalidad de sus sedes (diez en Chile y dos en México), un reconocimiento a su gestión preventiva en tiempos de pandemia, luego de una auditoría sobre el cumplimiento de más de 70 asuntos asociados a normas y protocolos alrededor del Covid-19.



Estado de Resultados Consolidados*

A 30 de junio de 2021. Valores expresados en millones de pesos colombianos

	ENE-JUN 2021	% ingresos	ENE-JUN 2020	% ingresos	% VAR
OPERACIONES CONTINUADAS					
Ingresos operacionales provenientes de contratos con clientes	5.775.714		5.324.782		8,5%
Costos de ventas	(3.382.097)	-58,6%	(3.068.367)	-57,6%	10,2%
Utilidad bruta	2.393.617	41,4%	2.256.415	42,4%	6,1%
Gastos de administración	(250.228)	-4,3%	(238.385)	-4,5%	5,0%
Gastos de venta	(1.501.195)	-26,0%	(1.382.895)	-26,0%	8,6%
Gastos de producción	(106.350)	-1,8%	(89.479)	-1,7%	18,9%
Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos	(1.215)	0,0%	(311)	0,0%	390,7%
Otros ingresos (egresos) netos operacionales	6.406	0,1%	(8.501)	-0,2%	-175,4%
Utilidad operativa	541.035	9,4%	536.844	10,1%	0,8%
Ingresos financieros	7.768	0,1%	9.702	0,2%	-19,9%
Gastos financieros	(113.201)	-2,0%	(155.031)	-2,9%	-27,0%
Dividendos	67.758	1,2%	68.694	1,3%	-1,4%
Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos	5.651	0,1%	(121)	0,0%	-4670,2%
Participación en asociadas y negocios conjuntos	(2.618)	0,0%	(5.768)	-0,1%	-54,6%
Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante	506.393	8,8%	454.320	8,5%	11,5%
Impuesto sobre la renta corriente	(123.235)	-2,1%	(143.102)	-2,7%	-13,9%
Impuesto sobre la renta diferido	(9.018)	-0,2%	20.339	0,4%	-144,3%
Utilidad del periodo de operaciones continuadas	374.140	6,5%	331.557	6,2%	12,8%
Operaciones discontinuadas, después de impuestos	(279)	0,0%	(264)	0,0%	5,7%
Utilidad neta del periodo	373.861	6,5%	331.293	6,2%	12,8%
Participaciones no controladoras	7.152	0,1%	2.520	0,0%	183,8%
Utilidad atribuible a las participaciones controladoras	366.709	6,3%	328.773	6,2%	11,5%
EBITDA	749.186	13,0%	746.322	14,0%	0,4%

*Información no auditada.

Volumen de negociación promedio



Comportamiento de la acción

Base 100: JUNIO 30 DE 2020



Estado de Situación Financiera*

A 30 de junio de 2021 y 31 de diciembre de 2020. Valores expresados en millones de pesos colombianos

	JUN-21	DIC-20	% VAR
ACTIVO			
Activo corriente			
Efectivo y equivalentes de efectivo	882.837	933.564	-5,4%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, neto	1.229.635	1.191.711	3,2%
Inventarios	1.460.169	1.379.984	5,8%
Activos biológicos	159.664	127.614	25,1%
Otros activos	434.423	228.087	90,5%
Activos no corrientes mantenidos para la venta	177	177	0,0%
Total activo corriente	4.166.905	3.861.137	7,9%
Activo no corriente			
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, neto	33.090	26.548	24,6%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	213.813	196.498	8,8%
Otros activos financieros no corrientes	1.986.961	2.678.991	-25,8%
Propiedades, planta y equipo, neto	3.540.539	3.434.206	3,1%
Activos por derechos de uso	801.902	829.563	-3,3%
Propiedades de inversión	8.898	9.056	-1,7%
Plusvalía	2.465.758	2.369.706	4,1%
Otros activos intangibles	1.348.166	1.303.838	3,4%
Activo por impuesto diferido	765.430	740.891	3,3%
Otros activos	90.400	87.447	3,4%
Total activo no corriente	11.254.957	11.676.744	-3,6%
TOTAL ACTIVOS	15.421.862	15.537.881	-0,7%

PASIVO			
Pasivo corriente			
Obligaciones financieras	376.104	486.736	-22,7%
Pasivos por derechos de uso	114.611	126.727	-9,6%
Proveedores y cuentas por pagar	1.470.292	1.283.494	14,6%
Impuesto sobre la renta e impuestos por pagar	283.931	240.011	18,3%
Pasivo por beneficios a empleados	201.788	217.033	-7,0%
Provisiones	3.456	3.450	0,2%
Otros pasivos	91.995	83.209	10,6%
Total pasivo corriente	2.542.177	2.440.660	4,2%
Pasivos no corriente			
Obligaciones financieras	2.992.193	2.865.638	4,4%
Pasivos por derechos de uso	742.327	747.296	-0,7%
Pasivo por beneficios a empleados	198.986	196.244	1,4%
Pasivo por impuesto diferido	1.061.524	1.020.416	4,0%
Provisiones	5.959	5.909	0,8%
Otros pasivos	2.505	4.576	-45,3%
Total pasivo no corriente	5.003.494	4.840.079	3,4%
TOTAL PASIVO	7.545.671	7.280.739	3,6%

PATRIMONIO			
Patrimonio atribuible a las participaciones controladoras	7.807.557	8.197.848	-4,8%
Participaciones no controladoras	68.634	59.294	15,8%
TOTAL PATRIMONIO	7.876.191	8.257.142	-4,6%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	15.421.862	15.537.881	-0,7%

Indicadores

Precio de Cierre	21.880
Precio de Cierre año anterior	20.900
Máximo 52 Semanas	25.000
Mínimo 52 Semanas	20.200
Capitalización Bursatil (\$MM)	10.041.598
Valor Intrínseco ⁽¹⁾	17.162
RPG ⁽²⁾	14,4
P/VL ⁽²⁾	1,4
EV / EBITDA ⁽²⁾	7,7
Utilidad por acción ⁽³⁾	1.337
Dividendo por acción-mes	58,5
Rentabilidad por dividendos ⁽³⁾	3,2%
Rentabilidad por valorización ⁽³⁾	4,7%
Rentabilidad combinada ⁽³⁾	8,0%
Variación COLCAP ⁽³⁾	12,3%
Retorno sobre activos	7,9%
Retorno sobre patrimonio ⁽²⁾	9,5%
Retorno sobre capital invertido ⁽²⁾	8,9%
Acciones en Circulación ⁽⁴⁾	458.939.570
Número de Accionistas	12.315
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
 (4) Acciones en circulación al cierre

Composición accionaria





Galletas



Nuevas pitas horneadas Tosh

Tosh presentó al mercado colombiano su más reciente innovación: las nuevas pitas horneadas Tosh. Las nuevas pitas dinamizarán y valorizarán la categoría de *snacks* saludables pues son horneadas con ingredientes naturales, son bajas en sodio, y no tienen colesterol ni conservantes o saborizantes artificiales. Disponibles en tres sabores: Cebolla caramelizada, Champiñones y pimienta y Pimentón dulce.

Nuevas galletas Noel Naranja y Limón

Noel presentó al mercado su más reciente lanzamiento: las nuevas galletas Noel de Naranja y Limón, una deliciosa alternativa para disfrutar algo rico en todo momento y lugar y darle un sabor tropical a los días. Con propuestas diferenciadas como esta, el portafolio de la marca se fortalece para ofrecer nuevas y deliciosas opciones de *snacking*.



Nuevo Arrollado Dulce de Leche Pozuelo

Pozuelo presentó al mercado de Costa Rica el nuevo Arrollado Dulce de Leche, que combina la suavidad del pastel con un delicioso relleno con sabor al tradicional dulce de leche. Una alternativa indulgente para satisfacer los antojos a cualquier hora y en todo momento.

Chiky Deleite: Más Chocolate

Buscando sorprender a los jóvenes consumidores de Centroamérica amantes del chocolate, Chiky presentó al mercado costarricense las nuevas Chiky Deleite, deliciosas galletas delgadas de chocolate recubiertas con más chocolate para hacerlas aún más irresistibles.



Festival Recreo Maracumango

Las nuevas Festival Recreo Maracumango son la más reciente innovación de la marca en Colombia para participar activamente en el sub segmento de galletas negras y conectarse con los consumidores jóvenes a través de una edición limitada de galletas de chocolate oscuro rellenas con crema que combinan lo ácido del maracuyá y lo dulce del mango.



Nuevos Chips de Lentejas Kibo

Kibo sigue innovando en la categoría de *snacks* saludables a base de plantas para ofrecer a los consumidores alternativas cada vez más funcionales. Así nacen los nuevos Chips de Lentejas Kibo, en sus tres sabores: Sal Marina, Cebolla Maui y Queso Rostizado. Libres de gluten, bajos en grasas saturadas y buena fuente de proteína vegetal (6 a 7g.), son una excelente opción para nutrirse de manera saludable y consciente.



Nuevas Wafer Limón

Las nuevas Festival Limón, de Pozuelo, son unas galletas tipo wafer rellenas con crema sabor a limón que combinan una textura crujiente con el ácido del limón para crear una deliciosa experiencia de sabor que sin duda disfrutará el consumidor costarricense.



Cárnicos



Nuevos Guacamole, Veggie Lasagna y Veggie Nuggets de Pietrán

Pietrán lanzó al mercado colombiano sus nuevos Guacamole, Veggie Lasagna y Veggie Nuggets, una gran apuesta de la marca que le permitirá llegar a sus consumidores con alternativas diferentes y opciones prácticas para disfrutar de manera saludable sus almuerzos y cenas.



Nuevas hamburguesas Rica y Cunit

Pensando en los consumidores y compradores que buscan un producto de muy buena calidad con un menor desembolso, las marcas Rica y Cunit presentaron su nueva hamburguesa precocida de rápida preparación, una opción que le permite al Negocio competir con fabricantes de bajo costo y con marcas propias.

Nuevos lanzamientos de Berard

Con el objetivo de continuar fortaleciéndose en el mercado panameño como una marca innovadora y dinamizar aún más las categorías en las que participa, Berard realizó tres lanzamientos recientes: Salchicha Beef Premium Berard, elaborada 100% con carne de res; Pack de Salchichas Saborizadas Smokiwin en sabores Picante, Chimichurri y Miel de Maple; y Chorizo con Chimichurri.



Chocolates



Nueva Jumbo Rosca

Chocolates Jumbo sorprende una vez más el mercado colombiano con la nueva Jumbo Rosca, innovación que se salió del molde y le dio la vuelta al portafolio de la marca. Jumbo Rosca es una rosquilla horneada crujiente con la mezcla perfecta de ingredientes: caramelo, maní y arroz crujiente, recubierta con chocolate Jumbo.



Nuevas Premezclas Winter's: Brownie y Torta de Chocolate

¡De la mejor cocoa, las mejores premezclas! La marca Winter's expande su portafolio ingresando a la categoría de repostería doméstica con las nuevas Premezclas Brownie y Torta de Chocolate, elaboradas con todo el sabor de la Cocoa Winter's. Una nueva propuesta para seguir haciendo presencia en los hogares peruanos.

Tutto Volcán de Chocolate y Chips de Chocolate Real

En 2021, la marca Tutto adicionó dos referencias a su portafolio en la categoría de repostería en Costa Rica: Tutto Volcán de Chocolate, de lejos el postre más seductor; y Tutto Chips de Chocolate Real, ideal para cautivar a los consumidores chip a chip.



Nueva mezcla Jumbo Brownies

Jumbo ingresa a la categoría de repostería doméstica en Colombia con la nueva mezcla lista para brownies sabor Jumbo, con maní para adicionar al gusto. Una opción deliciosa que se suma a la tendencia de cocinar en casa con la familia y amigos, creando experiencias de máxima indulgencia con sabores únicos y diferentes.



Nueva cobertura Cordillera sin azúcar añadida

Cordillera lanzó su nueva cobertura sin azúcar añadida, un nuevo producto que responde a las necesidades de clientes y consumidores que buscan alimentos saludables. La nueva cobertura sabor chocolate leche sin azúcar añadida y con endulzante natural es actualmente la única en el mercado centroamericano.

Crema de Maní Tosh

Tosh lanzó en Colombia su primer producto en la categoría de esparcibles: la deliciosa Crema de Maní con un solo ingrediente: 100% maní sin sal. Una buena fuente de proteína sin conservantes ni azúcar añadida y una opción saludable y natural perfecta para disfrutar el balance y la armonía con su sabor especial.





Cafés

Nuevas bebidas en polvo de proteína vegetal Kibo

El Negocio Cafés presentó al mercado colombiano las nuevas bebidas en polvo de proteína vegetal Kibo, deliciosas y fáciles de preparar. Una excelente fuente de proteína y fibra que ayuda a la formación y conservación musculares, y regula y acompaña la función intestinal. Disponibles a través de kibofoods.com.co y el catálogo Novaventa en sus dos sabores: Vainilla Silvestre y Cacao Andino.



Tresmontes Lucchetti



Kryzpo presenta nueva imagen y lanza sabor Merkén

Tresmontes Lucchetti continúa innovando para llegar con lo mejor de sus productos a los consumidores y esta vez el turno es para Kryzpo. A partir de marzo pasado, la marca modernizó su look, ahora más llamativo y sabroso. En paralelo, la marca sorprendió con un nuevo sabor que responde a las tendencias de consumo: Kryzpo sabor Merkén, toda una explosión de sabor chileno.



Té Orjas amplía portafolio de sabores

Este 2021, Té Orjas presentó sus nuevas variedades, sabor limón y canela, en formato de 30 g. El té instantáneo de Tresmontes Lucchetti cuenta con una gran tradición y a través de estas innovaciones llegará con una renovada propuesta a sus consumidores chilenos con las ventajas de siempre: fácil preparación, intensidad a gusto y el mejor sabor.



¡Más sabores, más consumidores felices!

Zuko continúa creciendo en República Dominicana, esta vez con el lanzamiento de la nueva línea de Zuko Té Frio, con rendimiento de 1,5 litros, que llega a deleitar a las familias con sus tres deliciosos sabores: Limón, Durazno y Frambuesa. Zuko Té Frio se destaca por sus antioxidantes naturales y su contenido de Vitamina C.

Zuko Aloe llega a Centroamérica y República Dominicana

El lanzamiento de Zuko Aloe en Centroamérica y República Dominicana región ha sido un gran acontecimiento para Tresmontes Lucchetti México, pues se trata de la primera versión en bebidas instantáneas frías de aloe en un mercado que ya está familiarizado con las bebidas de este sabor, aunque listas para beber.



Alimentos al Consumidor

Viviendo el fútbol en El Corral

Durante el mes de junio, temporada de Copa América, Hamburguesas El Corral premió a sus clientes más fieles en compras en línea con 50 camisetas originales de la selección Colombia.



Tribuna Beer Station

En Beer Station, la Copa América se vivió tanto en casa como en los puntos de venta. Para domicilios, la marca dispuso de un Combo Tribuna Station con picada deportiva, six pack de cerveza y kit de celebración por COP 59.900. En los bares, Beer Station se vistió con la tricolor y ofreció a sus invitados pinta caritas y vuvuzelas brandeadas para llevárselas a su hogar.



Día del niño en Leños & Carbón

En el mes de abril, Leños & Carbón lanzó una campaña con su categoría de Sándwich a la Parrilla para contribuir con la alimentación de niños colombianos. Por la compra de un combo de Sándwich a la Parrilla, la marca aportó un sándwich de 80 g. de pollo para niños de Fundaciones Ábaco. En total se entregaron 1.000 sándwiches.



Compos Futboleros de Papa John's

Para celebrar la Copa América, Papa John's ofreció a sus consumidores dos opciones de combos para disfrutar con amigos y familia. Con las pizzas favoritas y los mejores acompañamientos.



Helados

Nuevo Crem Helado Kids

Crem Helado Kids llegó al mercado colombiano para volverse parte del mundo de los niños con referencias sorprendentes y divertidas que generan confianza y tranquilidad a sus padres. Los productos de Crem Helado Kids tienen las porciones ideales para los niños, no contienen colorantes artificiales y tienen vitamina D, Hierro y Calcio, que contribuyen al buen funcionamiento del sistema inmune y a la formación de huesos y dientes.



Pastas



Doria en la Media Maratón de Bogotá

Para correr una maratón es fundamental llegar bien entrenado, pero sobre todo bien nutrido. Por eso Doria continúa como aliado nutricional de la Media Maratón de Bogotá, que se correrá de manera individual, no masiva, entre el 25 de julio y el 8 de agosto de 2021. Doria apoya a cada deportista en su proceso de llegar a la meta con un portafolio de opciones ideales para alimentarse antes, durante y después de correr.



Always llegó al mercado colombiano a través de Novaventa

Always, marca de cuidado femenino líder en el mundo, llegó a Colombia de manera exclusiva a través de Novaventa. Con cuatro referencias, estará disponible en el catálogo y tienda virtual para todas las mamás empresarias a nivel nacional, dinamizando así la participación de Novaventa en la categoría de cuidado personal. Adicionalmente, a través de la campaña #MásToallasMenosFaltas, Always, Novaventa y Fundación Nutresa se unieron para beneficiar a más de 450 niñas en condiciones de vulnerabilidad con la entrega de kits de toallas higiénicas por un año.



Ampliación de portafolio clave

La Recetta continúa fortaleciendo categorías de impacto para sus clientes y añade a su portafolio clave una amplia oferta de condimentos de la marca P&I, una nueva presentación de Cocoa Natural Cordillera y la incorporación de bebidas de Coca Cola.





Con **#AdoptaUnaBotella**,
Nutresa continúa construyendo
un futuro **#EntreTodos**



Nutresa trabaja por la preservación del planeta a través de la implementación de soluciones que permiten el uso de los recursos naturales de forma responsable y sostenible. En materia de empaques y posconsumo, particularmente, la Organización se ha fijado para 2030 un compromiso claro: lograr que todos los empaques de sus marcas sean diseñados para ser reciclables, reutilizables o compostables.

En línea con este compromiso, Nutresa avanzando junto con sus grupos relacionados en el programa corporativo de circularidad de empaques: Nutresa Retoma y en la campaña #AdoptaUnaBotella, iniciativas que le permiten seguir dando segundas oportunidades a los empaques plásticos.

Para lograrlo, la empresa ha establecido varias plataformas de recolección en las que integra el trabajo con distintos actores de su cadena de valor y aporta a la educación y sensibilización en materia de separación de residuos.

La recolección de empaques en clientes se concentrará en Empresarias Novaventa y en alianzas con autoservicios y

tiendas atendidos por Comercial Nutresa. La recolección con consumidores se operará principalmente a través de ecobots ubicados en centros comerciales, mientras que en colaboradores se hará a través de puntos de acopio en plantas y sedes de los diferentes negocios.

Con la iniciativa #AdoptaUnaBotella se espera llegar en 2021 a más de 500 puntos de recolección en tres ciudades de Colombia: Bogotá, Cali y Medellín.

La conservación del capital natural es una tarea de todos. Grupo Nutresa invita a todos sus grupos relacionados a participar de Nutresa Retoma y a seguir haciendo una buena disposición de los empaques plásticos para su transformación en parques para el beneficio de las comunidades.



Conozca más
haciendo clic aquí o
escaneando este
código QR



Ruta de Formación Social, iniciativa del Proyecto de Productividad de Fincas Cafeteras



Con el acompañamiento de la Fundación Nutresa, los caficultores que hacen parte del Programa de Productividad de Fincas Cafeteras fueron incluidos, junto con sus familias, en la Ruta de Formación Social, proceso de aprendizaje virtual que desarrolla capacidades del ser y comunitarias con el fin de mejorar la productividad de las fincas cafeteras. En la Ruta se abordan diferentes temáticas como por ejemplo “proyecto de vida” y “economía de la colaboración”. El propósito de la iniciativa es impactar a las 250 familias que hacen parte del proyecto. De esta manera, el Negocio Cafés cumple con su compromiso de promover el abastecimiento responsable y fomentar cadenas de valor sostenibles.

Compañía Nacional de Chocolates se une a la Alianza para el Desarrollo Global “Cacao Conecta”



Bajo el nombre de “Cacao Conecta”, Compañía Nacional de Chocolates se unió a la Alianza para el Desarrollo Global -GDA- en conjunto con la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional -USAID-, Microsoft y la Fundación Ideas para la Paz -FIP-. La alianza busca el fortalecimiento técnico, social, ambiental, empresarial y comercial de comunidades cacaoteras del Urabá antioqueño a través del empoderamiento de mujeres y jóvenes para aumentar la productividad y su calidad de vida, en los municipios de Turbo, Apartadó y Dabeiba.

Esta alianza beneficia a 324 familias productoras de cacao, 150 integrantes de organizaciones comunitarias y 45 colaboradores del sector público. Tiene una duración de 33 meses, y estará acompañada por el equipo de Compras y Fomento Agrícola de CNCH.

El Corral, 13 años de **sabor inclusivo**

Durante el mes de junio, El Corral adelantó en Colombia una campaña para destacar sus políticas y programas de inclusión laboral, los cuales le abren oportunidades de aprendizaje y/o empleo a personas con discapacidad intelectual o cognitiva. De este modo las integra a las actividades de sus restaurantes, en donde logran llevar una vida laboral en condiciones de igualdad y mayor autonomía, y donde fortalecen su autoestima y liderazgo mientras le agregan valor al propósito superior de la marca.

Gracias a estas políticas, El Corral se ha enfocado en crear conciencia sobre prácticas de contratación inclusivas que ayuden a personas con discapacidad intelectual y del desarrollo (DID) a encontrar oportunidades de empleo competitivas e integradas dentro de sus comunidades.



Tresmontes Lucchetti, protagonista del **Acuerdo de Producción Limpia (APL)** de ecoetiquetado de Chile

El sello #ElijoReciclar, otorgado por el Ministerio de Medio Ambiente de Chile en el marco del Acuerdo de Producción Limpia (APL) de ecoetiquetado y el fomento del Reciclaje y Economía Circular, tiene por objetivo ayudar al consumidor a identificar los envases de productos de consumo masivo con mayor contenido de material reciclable y cómo reciclarlos. Tresmontes Lucchetti es parte de este acuerdo junto con otras 29 empresas desde febrero de 2020.

En línea con lo anterior, sus marcas líderes en pastas, Lucchetti y Talliani, ya hacen parte del selecto grupo de productos a nivel nacional que cuentan con este sello.

