

Boletín Accionistas

Primer trimestre de 2022



En el primer trimestre del año las ventas de Grupo Nutresa crecen un **27,0%** y la utilidad neta crece un **28,7%**. El ebitda reporta un crecimiento del **17,8%** con un margen del **13,0%**

Al cierre del primer trimestre de 2022, las ventas de Grupo Nutresa presentan una dinámica de crecimiento positiva, tanto en Colombia como a nivel internacional, y ascienden a COP 3,6 billones, un 27,0% superiores frente a las de igual periodo del año anterior. Durante el periodo, se reportó un crecimiento de doble dígito en todos los negocios y geografías del Grupo.



En Colombia, las ventas ascienden a COP 2,2 billones, un 26,5% superiores a las del año anterior, y representan el 61,4% del total de ingresos del Grupo.

Por su parte, las ventas internacionales ascienden a COP 1,4 billones, con un crecimiento de 27,7%, y representan el 38,6% del total. En dólares, estos ingresos son de USD 355,4 millones, un 16,1% superiores a los del primer trimestre de 2021.

En medio de un entorno geopolítico volátil, con inflación en los precios de los commodities, y desafíos en la logística global, la Organización logró un crecimiento en la utilidad bruta de 15,7%, reportando un valor de COP 1,4 billones.

La utilidad operativa, por COP 372.590 millones, es un 28,1% superior a la del mismo periodo del año anterior. El incremento en este rubro es el resultado de la disciplina en la gestión de los gastos y de los programas de productividad de la Organización.

Por su parte el ebitda es de COP 468.126 millones, un 17,8% superior frente al año anterior, con un margen sobre las ventas de 13,0%.

En los rubros posoperativos, se reportan ingresos financieros por COP 6.064 millones, un 80% superiores a los del primer trimestre de 2021. Los gastos financieros presentan un incremento del 25,2% debido principalmente al mayor costo de la deuda.

La utilidad neta consolidada del periodo fue de COP 295.460 millones y registra un crecimiento de 28,7% con un margen de 8,2% sobre las ventas.

Carlos Ignacio Gallego, Presidente de Grupo Nutresa, comentó: *“Con los buenos resultados que presentamos durante este periodo seguimos avanzando hacia el cumplimiento de los objetivos de largo plazo que nos hemos trazado como*

Organización y ratificamos el compromiso hacia un crecimiento con retorno superior al costo de capital generando valor sostenible para todos los grupos relacionados”.

Avance en la estrategia de transformación digital

Para Grupo Nutresa la transformación digital es una capacidad organizacional dinámica que inicia con la transformación del ser humano y su habilidad para apropiar las nuevas tecnologías y herramientas para generar valor. Nuestro modelo propicia la experimentación y adopción de nuevas tecnologías en procesos organizacionales que aporten agilidad, flexibilidad y productividad, así como la exploración de nuevos modelos de negocios que impulsen el crecimiento futuro de la Compañía.

Durante 2021, avanzamos en la digitalización de las operaciones y el desarrollo de la cadena de valor, lo que nos permite mejorar el relacionamiento con proveedores, clientes, compradores y consumidores. También creamos marcas nativas digitales, mejoramos el relacionamiento de las marcas con el consumidor, consolidamos la atención a clientes digitales en Colombia y Estados Unidos, y fortalecimos las ventas no presenciales a través de nuestras plataformas digitales propias y con aliados.

Grupo Nutresa continuará enfocando sus esfuerzos en la generación de valor alrededor de las tres dimensiones de la sostenibilidad: económica, social, y ambiental; apoyado en la incorporación de servicios digitales que habiliten el fortalecimiento y la evolución de sus capacidades Organizacionales.

Estados Financieros Separados

En los Estados Financieros Separados de Grupo Nutresa S. A. se reportan ingresos operacionales netos por COP 298.386 millones, de los cuales COP 208.194 millones corresponden a utilidad por el método de participación de las inversiones en compañías de alimentos y COP 90.192 millones a dividendos del portafolio de inversiones. La utilidad neta fue de COP 295.476 millones.

Las ventas totales de Grupo Nutresa registran un desempeño destacado y se ubican en **COP 3,6 billones**, un **27,0%** superiores a las del primer trimestre de 2021. Los ocho negocios del Grupo y todas las geografías presentan crecimientos de doble dígito.

Las ventas en Colombia ascienden a **COP 2,2 billones**, con un incremento de **26,5%** sobre las del mismo periodo de 2021.

Las ventas internacionales aumentaron un **27,7%** y equivalen a COP 1,4 billones. En dólares equivalen a **USD 355,4 millones**, un **16,1%** superiores a las del año anterior.

El **ebitda** ascendió a **COP 468.126 millones**, creciendo un **17,8%** y representando un **13,0%** de las ventas.

Para conocer en detalle algunos de los principales cambios que se han registrado en los estados financieros, lo invitamos visitar la información complementaria publicada en nuestra página web



2 | Noticias

6 | Información financiera

8 | Novedades

12 | Sostenibilidad



Se llevó a cabo la **Asamblea Ordinaria de Accionistas 2022**

El pasado 22 de marzo Grupo Nutresa adelantó su Asamblea General de Accionistas 2021 –por primera vez de manera presencial desde 2019- en el recinto ferial de Plaza Mayor en Medellín, con la presencia de más de 400 accionistas.

Al final de la reunión, la Asamblea aprobó por unanimidad los estados financieros a 31 de diciembre de 2021, así como decretar un dividendo mensual de COP 79 por acción durante los meses de abril de 2022 a marzo de 2023, para un total de COP 433.952.563.812.

Igualmente, la Asamblea aprobó la elección de la nueva Junta Directiva, la cual incluye como nuevo miembro patrimonial al señor Gabriel Gilinsky y como nuevos miembros independientes a los señores Maximiliano Londoño y Ricardo Fandiño.

Para conocer el Informe Integrado 2021 presentado en la Asamblea Ordinaria, escanee este código QR.



Grupo Nutresa, nuevamente la empresa de alimentos **más sostenible del mundo y categoría Oro** en el Anuario de Sostenibilidad de S&P Global



Sustainability Award Gold Class 2022

S&P Global

El Anuario de Sostenibilidad de S&P Global es el resultado de las más de 7.500 valoraciones realizadas en la Evaluación Global Corporativa de Sostenibilidad – CSA (*Corporate Sustainability Assessment*, por sus siglas en inglés).

En noviembre pasado, Grupo Nutresa fue reconocido una vez más como la empresa de alimentos más sostenible del mundo, según los Índices de Sostenibilidad de Dow Jones 2021, conjunto de índices que agrupan a las compañías con mejor desempeño en las dimensiones económica, social y ambiental. El escalafón es realizado por S&P Global Ratings, una de las agencias de calificación crediticia más importantes a nivel mundial junto con Moody's Investors Service y Fitch Ratings.

Grupo Nutresa presentó un desempeño superior en doce asuntos materiales que reflejan los esfuerzos de la organización por tener una operación que inspira el desarrollo, el crecimiento y la innovación; preserva el planeta; y coopera con las personas, los aliados y la sociedad.

La permanencia en este índice por once años consecutivos pone de manifiesto el compromiso, el liderazgo y el trabajo consistente del equipo humano de Grupo Nutresa en la búsqueda y la implementación de las mejores prácticas sociales, ambientales y económicas, y es a su vez un reconocimiento a esta capacidad corporativa de crear valor para la sociedad.

Esta distinción le permitió a la Organización hacer parte de nuevo del Anuario de Sostenibilidad de S&P Global, y de ser reconocida en febrero pasado, y por segundo año consecutivo, como una empresa categoría Oro (*Gold Class*) de la misma publicación.



Grupo Nutresa, segunda empresa más responsable de Colombia

Grupos Nutresa se ubicó por tercer año consecutivo como la segunda empresa más responsable de Colombia de acuerdo con los resultados de la decimoprimera edición del monitor MERCOSI Responsabilidad ESG (*Environmental, Social and Governance*) correspondiente al año 2021.

El monitor MERCOSI Responsabilidad ESG incluyó este año una evaluación de cerca de 2.000 directivos y cerca de 600 miembros de diferentes grupos relacionados, incluyendo 78 expertos en RSC. A estas valoraciones se sumó una evaluación de más de 3.000 consumidores y población en general en materia de ética, comportamiento ecológico, compromiso ambiental y atracción laboral; la valoración de cerca de 65.000 trabajadores del país sobre estos mismos temas; un análisis de la conversación digital sobre asuntos medioambientales; y una autoevaluación final de méritos e indicadores.

Ranking “Top Companies LinkedIn Colombia 2022” incluyó a Grupo Nutresa



Grupo Nutresa fue incluido en la lista “Top Companies LinkedIn Colombia 2022” (Mejores Empresas LinkedIn 2022), *ranking* anual de las compañías que mejor impulsan el éxito profesional en sus colaboradores.

Esta fue la primera edición del listado Top Companies 2022 en Colombia, la cual incluyó las 25 mejores empresas para desarrollar una carrera profesional –según datos exclusivos de LinkedIn– y que ofrecen mayor estabilidad en términos de atracción y retención de talento.

Para elaborar este *ranking*, LinkedIn analizó datos exclusivos propios con base en siete pilares de evolución: capacidad de crecimiento profesional, desarrollo de aptitudes, estabilidad de la empresa, oportunidad externa, afinidad de los empleados con la empresa, diversidad de género y nivel de formación académica.

Aniversarios destacados en Grupo Nutresa



Productos Alimenticios Doria, empresa de Grupo Nutresa, celebra este año 70 años de operación en Colombia, ocasión en la que se recuerda el legado del señor Arturo Sesana Vitali, cuyo sueño atravesó miles de kilómetros desde Italia para crear una de las marcas de pastas más queridas por los colombianos. Hoy, Doria continúa trabajando inspirada en un propósito: acompañar a las personas a descubrir acciones que nutren la vida. Por eso, durante esta celebración la marca prepara sorpresas que incluyen la ampliación del portafolio de nutrición hacia nuevas categorías y la presentación del logo conmemorativo con la imagen del Bambino Doria.

Por su parte, Compañía Nacional de Chocolates Perú conmemora este año su decimoquinto aniversario como parte de Grupo Nutresa y su Negocio Chocolates. CNCH Perú ha hecho un especial reconocimiento a todos sus colaboradores

quienes, con liderazgo, pasión y compromiso, siguen contribuyendo al crecimiento de la Compañía y le han permitido aportar a un futuro global, innovador y sostenible, al tiempo que ofrece bienestar, nutrición y placer con su portafolio a todas las familias del Perú.

Finalmente, en 2022 Setas Colombianas, empresa del Negocio Cárnico de Grupo Nutresa, cumple 30 años de fundación, fiel a su propósito de ofrecer al consumidor colombiano champiñones cosechados bajo los más altos estándares de calidad desde su planta de los Llanos de Cuivá –entre los municipios de Santa Rosa de Osos y Yaru-mal– la más moderna del país y una de las más modernas de Suramérica. Son tres décadas de aporte al crecimiento económico y bienestar de las comunidades cercanas y de sus más de 400 colaboradores y familias.

Premio Nacional de Exportaciones 2021, otorgado a Grupo Nutresa



En diciembre pasado, Grupo Nutresa, a través de su Negocio Cafés, obtuvo el Premio Nacional de Exportaciones 2021 “Desafíos que construyen futuro” en la Categoría Gran Empresa de Bienes, distinción que entrega anualmente la Asociación Nacional de Comercio Exterior - Analdex en asocio con Pro-Colombia.

Esta nueva distinción reconoce la estrategia de internacionalización que Grupo Nutresa ha desplegado desde hace más de cien años. Hoy, la Organización registra cerca del 40% de sus ventas por fuera de Colombia, para lo cual dispone de una exitosa red de distribución y un equipo cercano a los 13.000 colaboradores en el exterior.



Reconocimientos



Álbum Jet, reconocido en los premios Top 10 P&M

El Álbum Jet “Colombia Sorprendente” fue reconocido dentro de la Categoría Branded Content en la última edición de los premios Top 10 de la revista P&M, encuentro que destaca anualmente los logros más importantes del gremio de la publicidad y el mercadeo en Colombia.

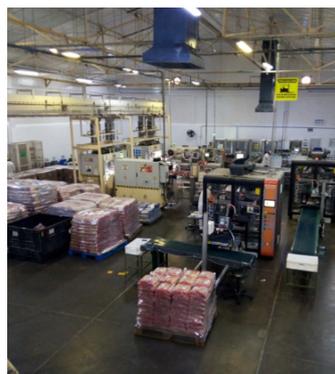


Tresmontes Lucchetti reconocida por su compromiso con la Integridad

Luego de aplicar entre sus colaboradores la encuesta Barómetro de Valores e Integridad Organizacional de la Fundación Generación Empresarial, TMLUC fue reconocida por su compromiso con la integridad. El proceso consideró variables como la vivencia y comunicación de valores empresariales; el conocimiento de herramientas de prevención de conductas antiéticas; y el compromiso de las jefaturas con la integridad al interior de las instituciones.

Drácula, segunda marca más importante en Colombia en 2021

La paleta Drácula fue premiada como la segunda marca más importante en Colombia por la revista P&M. Durante 2021, Drácula logró conectarse de una forma renovada con un consumidor ávido de mayor diversión durante la temporada de Halloween.



Plantas de Doria y Comarrico, recertificadas en BASC

La Alianza Empresarial para el Comercio Seguro BASC, a través de su Capítulo Antioquia, realizó auditorías presenciales en las plantas de Doria y Comarrico en marzo, siendo recertificadas en el sistema de seguridad comercial. Esta certificación aporta a la facilitación del comercio, promueve la trazabilidad del proceso en la cadena de abastecimiento y facilita el contacto con organismos de apoyo y autoridades.

Reconocimientos

Livean Superblends y Lucchettini, Productos del Año 2022

Durante la quinta edición de los premios Producto del Año en Chile (Sello POY), Livean Superblends y Lucchettini fueron reconocidos entre 32 productos que se destacaron por la innovación percibida, atractividad e intención de compra. Livean Superblends fue premiada por la incorporación de superalimentos en su portafolio, mientras que Lucchettini fue destacada por sus nuevos formatos de pasta para niños.



Computrabajo otorga reconocimiento al Negocio Cárnico

El Negocio Cárnico recibió el premio Best Work Places otorgado por Computrabajo como la mejor empresa para trabajar en Colombia en la categoría alimentos. Los aspectos más valorados fueron: ambiente laboral, liderazgo, oportunidades de carrera, salarios y beneficios. En 2019 y 2021 el Negocio ya había recibido este reconocimiento y ocupado la tercera posición en el ranking.



Campaña "La Receta que nos Une", reconocida por YouTube

La más reciente campaña de Saltin Noel, "La Receta que nos Une", ocupó el puesto 7 dentro del top 10 de anuncios de YouTube, ranking que clasifica las piezas más creativas en Latinoamérica. Un reconocimiento que demuestra el objetivo de la marca de fortalecer la comunicación y afianzar la conexión emocional con su consumidor.



Alicapsa Panamá, reconocida por su compromiso social con el país

El Ministerio de Desarrollo Social de Panamá otorgó a Alicapsa el reconocimiento por su compromiso y participación en programas de riesgo y ayuda social a jóvenes panameños. Este galardón premia a las empresas participantes en el programa "Padrino Empresario", iniciativa público-privada que brinda oportunidades laborales a jóvenes entre 15 a 17 años con vulnerabilidades sociales y económicas.



La marca Pozuelo se destaca en Centro América

Lovemarks, estudio de la revista Estrategia & Negocios que reúne a las marcas centroamericanas que son embajadoras de la región en el mundo, destacó a Pozuelo como la cuarta más querida en Costa Rica. Además, Pozuelo es parte del top 30 de las marcas más poderosas de Centroamérica y el Caribe, según el ranking #TopOfMind de la Revista Summa.



Regional Bogotá de Comercial Nutresa, reconocida por la Secretaría Distrital de Ambiente

La Regional Bogotá de Comercial Nutresa fue reconocida por cuarto año consecutivo en el Programa de Responsabilidad Ambiental Empresarial Distrital (Praed) y Pro-Redes de la Secretaría Distrital de Ambiente. La distinción, entregada en la categoría "Excelencia ambiental", llega a la empresa por su gestión en pro de la sostenibilidad, la cual se enfoca en la aplicación de los principios de la economía circular.



Pozuelo, reconocida por eficiencia energética

Compañía de Galletas Pozuelo recibió el certificado "Empresa Distinguida" del Área de Eficiencia Energética de la Compañía Nacional de Fuerza y Luz CNFL, en Costa Rica, gracias al impacto de sus acciones en eficiencia energética, específicamente las asociadas a ahorros energéticos de algunos hornos en el proceso productivo.



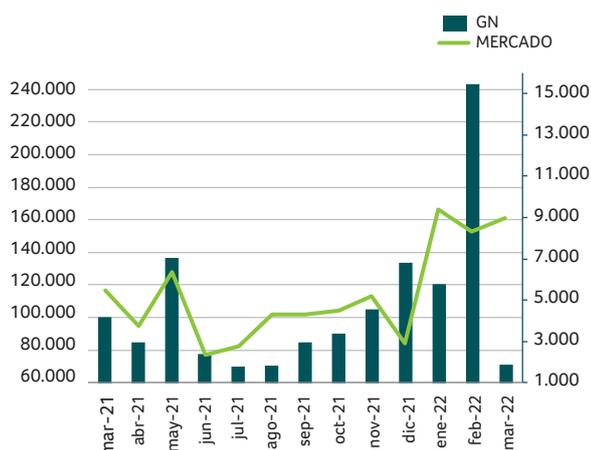
Estado de Resultados Consolidados*

A 31 de marzo de 2022. Valores expresados en millones de pesos colombianos

	ENE-MAR 2022	% ingresos	ENE-MAR 2021	% ingresos	% VAR
OPERACIONES CONTINUADAS					
Ingresos operacionales provenientes de contratos con clientes	3.597.442		2.833.700		27,0%
Costos de ventas	(2.223.204)	-61,8%	(1.646.174)	-58,1%	35,1%
Utilidad bruta	1.374.238	38,2%	1.187.526	41,9%	15,7%
Gastos de administración	(144.729)	-4,0%	(118.928)	-4,2%	21,7%
Gastos de venta	(828.040)	-23,0%	(723.646)	-25,5%	14,4%
Gastos de producción	(51.206)	-1,4%	(50.412)	-1,8%	1,6%
Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos	22.110	0,6%	(7.411)	-0,3%	N/A
Otros ingresos (egresos) netos operacionales	217	0,0%	3.809	0,1%	-94,3%
Utilidad operativa	372.590	10,4%	290.938	10,3%	28,1%
Ingresos financieros	6.064	0,2%	3.361	0,1%	80,4%
Gastos financieros	(73.165)	-2,0%	(58.428)	-2,1%	25,2%
Dividendos	90.204	2,5%	67.749	2,4%	33,1%
Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos	(10.592)	-0,3%	5.672	0,2%	N/A
Participación en asociadas y negocios conjuntos	4.958	0,1%	(2.823)	-0,1%	N/A
Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante	390.059	10,8%	306.469	10,8%	27,3%
Impuesto sobre la renta corriente	(103.518)	-2,9%	(71.726)	-2,5%	44,3%
Impuesto sobre la renta diferido	14.685	0,4%	(1.385)	0,0%	N/A
Utilidad del periodo de operaciones continuadas	301.226	8,4%	233.358	8,2%	29,1%
Operaciones discontinuadas, después de impuestos	(10)	0,0%	(112)	0,0%	-91,1%
Utilidad neta del periodo	301.216	8,4%	233.246	8,2%	29,1%
Participaciones no controladoras	5.756	0,2%	3.695	0,1%	55,8%
Utilidad atribuible a las participaciones controladoras	295.460	8,2%	229.551	8,1%	28,7%
EBITDA	468.126	13,0%	397.551	14,0%	17,8%

*Información no auditada.

Volumen de negociación promedio



Comportamiento de la acción





Estado de Situación Financiera*

A 31 de marzo de 2022 y 31 de diciembre de 2021. Valores expresados en millones de pesos colombianos

	MAR-22	DIC-21	% VAR
ACTIVO			
Activo corriente			
Efectivo y equivalentes de efectivo	495.018	862.706	-42,6%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, neto	1.485.683	1.382.671	7,5%
Inventarios	2.003.312	1.742.562	15,0%
Activos biológicos	192.815	191.894	0,5%
Otros activos	515.296	414.755	24,2%
Activos no corrientes mantenidos para la venta	177	177	0,0%
Total activo corriente	4.692.301	4.594.765	2,1%
Activo no corriente			
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, neto	43.702	44.332	-1,4%
Activos biológicos	19.484	19.484	0,0%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	208.599	217.821	-4,2%
Otros activos financieros no corrientes	3.430.272	3.028.203	13,3%
Propiedades, planta y equipo, neto	3.631.332	3.676.931	-1,2%
Activos por derechos de uso	751.227	763.438	-1,6%
Propiedades de inversión	8.662	8.740	-0,9%
Plusvalía	2.432.285	2.445.723	-0,5%
Otros activos intangibles	1.328.290	1.355.126	-2,0%
Activo por impuesto diferido	781.619	781.829	0,0%
Otros activos	20.026	20.091	-0,3%
Total activo no corriente	12.655.498	12.361.718	2,4%
Total Activos	17.347.799	16.956.483	2,3%

PASIVO			
Pasivo corriente			
Obligaciones financieras	96.533	178.658	-46,0%
Pasivos por derechos de uso	97.383	107.253	-9,2%
Proveedores y cuentas por pagar	2.008.401	1.758.083	14,2%
Impuesto sobre la renta e impuestos por pagar	294.415	230.484	27,7%
Pasivo por beneficios a empleados	212.778	246.285	-13,6%
Provisiones	1.675	1.674	0,1%
Otros pasivos	131.609	105.600	24,6%
Total pasivo corriente	2.842.794	2.628.037	8,2%
Pasivos no corriente			
Obligaciones financieras	3.253.778	3.162.832	2,9%
Pasivos por derechos de uso	719.335	719.174	0,0%
Pasivo por beneficios a empleados	196.695	199.827	-1,6%
Pasivo por impuesto diferido	1.165.042	1.195.928	-2,6%
Provisiones	5.979	5.918	1,0%
Otros pasivos	2.498	2.654	-5,9%
Total pasivo no corriente	5.343.327	5.286.333	1,1%
Total Pasivo	8.186.121	7.914.370	3,4%

PATRIMONIO			
Patrimonio atribuible a las participaciones controladoras	9.082.337	8.965.940	1,3%
Participaciones no controladoras	79.341	76.173	4,2%
Total Patrimonio	9.161.678	9.042.113	1,3%
Total Pasivo y Patrimonio	17.347.799	16.956.483	2,3%

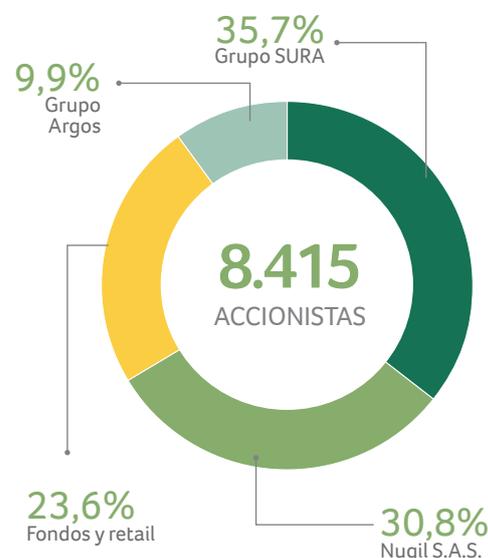
Indicadores

Precio de Cierre	45.800
Precio de Cierre año anterior	23.170
Máximo 52 Semanas	46.500
Mínimo 52 Semanas	20.350
Capitalización Bursatil (\$MM)	20.965.219
Valor Intrínseco ⁽¹⁾	20.014
RPG ⁽²⁾	26,6
P/VL ⁽²⁾	3,1
EV / EBITDA ⁽²⁾	13,1
Utilidad por acción ⁽³⁾	1.623
Dividendo por acción-mes	58,5
Rentabilidad por dividendos ⁽³⁾	3,0%
Rentabilidad por valorización ⁽³⁾	97,7%
Rentabilidad combinada ⁽³⁾	102,1%
Variación COLCAP ⁽³⁾	22,7%
Retorno sobre activos	9,0%
Retorno sobre patrimonio ⁽²⁾	9,8%
Retorno sobre capital invertido ⁽²⁾	9,9%
Acciones en Circulación ⁽⁴⁾	457.755.869

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



●●● Novedades



Galletas

Nuevas Chiky Choko Naranja

En línea con los gustos y preferencias de los jóvenes consumidores costarricenses, Chiky presentó al mercado las nuevas Chiky Choko Naranja, una deliciosa y atractiva combinación de galletas de chocolate Chiky con un relleno con sabor a naranja, ideal para los amantes del chocolate.



Pet Treats (Human grade)

AbiMar Foods, en los Estados Unidos, incursiona en la categoría de golosinas para mascotas (*pet treats*), la cual creció un 9,5% frente al 2020. En sinergia con Three Dog Bakery, la compañía realizó la primera producción de galletas cremadas para mascotas de grado humano (*human grade*), conocidas así porque usan ingredientes y tienen manejo de producto iguales a los de consumo humano.



Tosh Pro Digestivas

Tosh lanzó al mercado colombiano las galletas Pro Digestivas, propuesta pensada en las necesidades nutricionales de los consumidores. Con su sabor a canela y vainilla y su alto contenido de prebióticos y fibra, son el complemento ideal para mantener una buena digestión, junto a una dieta balanceada, actividad física constante y buenos hábitos alimenticios.



Maca en polvo: nutrientes para tu vida y energía para tus días

Naturela presentó al mercado colombiano su Maca en polvo, súper alimento puro de origen andino y cultivo orgánico que llega a complementar el portafolio de alimentos funcionales, naturales y nutritivos. Ideal para enriquecer las comidas y bebidas gracias a su aporte de proteínas, fibra, hierro y calcio, la maca es reconocida por sus propiedades antioxidantes y porque ayuda a potenciar la energía como tonificador y revitalizador.



Cárnicos

Zenú y Pietrán, presentes en cuaresma y Semana Santa

Zenú y Pietrán se unieron para acompañar a sus consumidores a vivir la época de mayor consumo de pescado en Colombia con 40 opciones diferentes para preparar atún y salmón, productos buena fuente de proteína y sin conservantes. A través de una experiencia en los puntos de venta, los consumidores aprendieron a preparar recetas fáciles y deliciosas con lomos de atún enlatado Zenú y atún y salmón congelados de Pietrán.



Maestros de la carne Ranchera

En los principales supermercados de Bogotá, Medellín y Cali, Ranchera continuó fortaleciendo el conocimiento de su categoría de carnes frescas a través del programa “Maestros de la carne”, el cual incluye degustaciones y entrega de argumentos de valor orientados a descubrir las ventajas de comprar y consumir las carnes Ranchera.



Berard desarrolla nuevos momentos de consumo

Con el objetivo de desarrollar nuevos momentos de consumo para la categoría de carnes frías en Panamá, Berard lanzó la salchicha de pavo con manzana verde en su presentación duopack. Una apuesta de la marca para satisfacer el paladar de aquellos a los que les gusta cuidarse mientras disfrutan algo delicioso y nutritivo.



●●● **Novedades**

 **Chocolates**

Jumbo Cookie Max lleva tus límites a otro nivel

La marca Jumbo inició el 2022 sorprendiendo a sus consumidores colombianos con la nueva edición limitada Jumbo Cookie Max, deliciosa barra de chocolate con leche, maní, almendras y galleta de 180 gr. Una combinación que llevará los límites a otro nivel.



Nuevo Mix Yogurt de La Especial

La Especial lanzó una nueva mezcla de nueces con una deliciosa combinación de ingredientes: maní recubierto de yogurt, arándanos, maní miel, maní Kraks y maní. Esta nueva mezcla viene en fracciones de precio ganadoras de COP 1.500 y COP 6.000 para que todos los colombianos se deleiten con su balance de sabores mientras disfrutaran todo lo bueno de las nueces y el yogurt.



Nueva colección Montblanc Baileys

En su propósito de continuar experimentando e innovando dentro del territorio de máxima indulgencia, la marca Montblanc se unió con Baileys para fusionar lo mejor de dos mundos: el del chocolate y la crema de whisky irlandesa, dándole vida a un nuevo chocolate blanco relleno de crema sabor a Baileys en barra y bombón con almendras.



Bénet: marca experta en nutrición llegó Perú

Continuando con su propósito de llevar bienestar a todos, y buscando democratizar la nutrición en el mercado, Bénet llegó a Perú con una propuesta de valor a partir de mezclas únicas basadas en conocimiento científico, accesibles y asequibles. De este modo, la marca busca convertirse en un jugador relevante en este país.

 **Cafés**



Matiz Sierra Mística

En busca del origen y de la maestría de un sabor único, Matiz se ha sumergido en los cafetales de la Sierra Nevada de Santa Marta, considerada “el corazón del mundo”, para obtener granos excelsos con notas sutiles de chocolate y nueces. Así nace el nuevo Matiz Sierra Mística. En conjunto con la organización indígena Anei, Matiz busca apoyar a la comunidad Arhuaca y fortalecer la identidad cultural y la seguridad alimentaria de los jóvenes nativos con la entrega de materiales escolares, vestimentas típicas y semillas para huerto.

●●● Novedades

Tresmontes Lucchetti

Nuevo Chocolate con Almendras Muibon

Muibon continúa ampliando su portafolio en Chile y sorprende en 2022 con su nuevo Chocolate con Almendras. Esta línea cuenta con dos formatos: tableta individual de 25 gramos para regalarse un momento íntimo de placer; y tableta de 120 gramos para compartir o regalar a familia o amigos.



Nuevo Livean Super Blends

Livean, marca líder en el mercado chileno de bebidas instantáneas frías (BIF), presenta Livean Super Blends, innovación funcional y con todos los beneficios de la marca: 0% azúcar, sin colorantes artificiales, carbono neutral, y con todo lo bueno de los súper alimentos. Disponible en tres nuevas variedades: Maqui/Arándanos, Té Matcha Durazno y Aloe Vera.



Zuko Sabores de América

Zuko sorprende en Chile con una nueva línea que refleja la multiculturalidad del continente: Zuko Sabores de América. Con este lanzamiento, la marca incorpora tres deliciosas nuevas variedades: Guayaba de Haití, Lulada de Colombia y Guanábana de Venezuela. Un producto ideal para disfrutar en familia pues es bajo en calorías y sin colorantes artificiales.



Alimentos al Consumidor

Todoterreno, nueva categoría de El Corral

No es un misterio que la Todoterreno es la hamburguesa preferida de los colombianos y la más vendida en el país. Por eso, Hamburguesas El Corral decidió crear la categoría Todoterreno para esos consumidores que se dan gusto y que se premian con todo el sabor de la parrilla. La componen tres presentaciones: Todoterreno Clásica, Todoterreno Tocineta y Todoterreno Mexicana.



Agranda tus papas, agranda tu amor

Por tercer año consecutivo El Corral, de la mano con McCain y Campovivo, retribuye la contribución del campo colombiano apoyando la lucha contra la deserción escolar. Teniendo en cuenta las distancias entre casas y escuelas, la marca ha entregado 366 bicicletas a través de su campaña “Agranda tus papas, agranda tu amor”, la cual invita a los consumidores a agrandar las papas de sus pedidos. Por cada agrandado, la marca destina COP 450 para la compra de las bicicletas.



Papa VEG

Papa John's lanza Papa VEG, nueva pizza de proteína vegetal a base de plantas, que busca ofrecerle a sus invitados una opción diferente. Papa VEG es una pizza con todos los sabores deliciosos y distintivos de Papa John's que le permite a la marca atender un nuevo segmento de consumidores.



●●● Novedades



Helados

Polet Dolce Roma

La nueva Polet Dolce Roma se inspira en lo perfecto de lo imperfecto. Es una deliciosa paleta sabor a pistacho que contrasta con una deliciosa salsa de frutos del bosque, un toque ácido y una cobertura sabor chocolate blanco con trozos de almendras. Una verdadera experiencia de deleite con toda la cremosidad, acidez y crocancia de sus ingredientes.



Bocatto Salvaje

Con Bocatto Salvaje llega una nueva e incomparable combinación de sabores: helado de frambuesa y salsa ácida sabor camu camu, galleta con bordes de chocolate y topping crujientes, y su clásica punta de chocolate.



Nuevo Chococono Crack

El Negocio Helados se llena de orgullo fabricando Chococono, el cono de los colombianos. Por eso presenta su nueva edición Crack, versión agrandada y con crispy del Chococono clásico.



Pastas



Nueva Salsa Alfredo Monticello

Buscando ofrecer siempre lo mejor y fortalecer su presencia en más de nueve categorías premium, Monticello lanza al mercado colombiano su nueva Salsa Alfredo, elaborada a partir de ingredientes naturales y con toda la tradición italiana. Es un producto bajo en sodio, libre de gluten, sin conservantes artificiales y libre de sellos de advertencia.

Campo Real, nuevo aliado de La Recetta

La Recetta continúa fortaleciendo categorías relevantes para sus clientes a través de una estrategia de sustitutos. Por eso incorpora en su portafolio un nuevo aliado que le permite garantizar un mejor abastecimiento y servicio. Se trata de Campo Real, compañía que trabaja por el desarrollo de la industria láctea colombiana desde los pequeños productores y transformadores.



Novaventa implementa nuevo e-learning para Mamás Empresarias

Novaventa presentó a sus mamás empresarias "Mi Formación", nueva plataforma de aprendizaje incorporada en la Tienda Virtual. La plataforma cuenta con una malla de contenidos generales y específicos que posibilitan el aprendizaje en habilidades blandas, conocimiento del negocio, producto, Tienda Virtual, entre otros.



Alianza por la seguridad alimentaria en tres subregiones del departamento de Antioquia

Buscando incentivar la agricultura familiar a favor de la seguridad alimentaria, contribuir con la erradicación del hambre y generar posibilidades de nutrición y desarrollo de capacidades en las comunidades, Grupo Nutresa junto a Fundación Sura, la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia ÁBACO, la Fundación Saciar y la Gerencia de Seguridad Alimentaria y Nutricional de la Gobernación de Antioquia (Maná), implementó su programa Germinar en 13 municipios de las subregiones Oriente, Suroeste y Urabá en Antioquia: Guarne, Marinilla, El Santuario, El Peñol, Rionegro, San Vicente, Concepción, Alejandría, Sonsón, Urrao, Apartadó, Mutatá y Chigorodó.

Gracias a esta alianza, se establecieron más de 1.500 sistemas de alimentación sostenible en 12.000 mt², las cuales generan cerca de 50.000 raciones de frutas y verduras que han permitido ahorros de COP 98.676.170 para beneficio de 6.000 personas.

Desde Germinar, Grupo Nutresa continuará con la implementación de programas y proyectos junto con aliados estratégicos que permitan incidir positivamente en las comunidades y aportar al acceso, la inocuidad, la disponibilidad y el consumo de alimentos saludables. Para 2030, la Organización espera haber construido con las comunidades un total de 3.000 sistemas de alimentación sostenible familiares y comunitarios.

Cacao, Bosques y Paz en el Cesar, Colombia

Gruppo Nutresa, a través de su Negocio Chocolates y Fundación Nutresa, participó en el desarrollo de la iniciativa “Fortalecimiento integral del encadenamiento productivo del cacao con una visión de conservación del ecosistema de bosque seco tropical en el departamento del Cesar, en el marco del acuerdo Cacao, Bosques y Paz”, iniciativa que busca promover modelos productivos cero deforestación que favorezcan la protección y restauración de los bosques en la cadena de valor del cacao, trabajar en el desarrollo de modelos de producción y medios de vida sostenibles para los agricultores, y generar opciones de inclusión social, sobre todo en las áreas de importancia crítica del posconflicto.

Con esta iniciativa la Compañía logró la intervención de más de 4.279 hectáreas con la planificación predial participativa, la evaluación de indicadores de sostenibilidad y el desarrollo de acciones para el fomento de la cadena productiva del cacao, vinculando la restauración, conservación y conectividad del bosque seco con una visión agroecológica de la



producción en tres municipios y en beneficio de 115 familias que pertenecen a tres asociaciones de pequeños productores.

La Compañía entregó además 22.900 unidades de material vegetal de cacao para la ampliación o rehabilitación de cultivos y 78.375 árboles para la reforestación, repoblamiento vegetal y restauración de zonas degradadas por erosión o zonas de protección del recurso hídrico. Así mismo, llevó a cabo actividades de formación y fortalecimiento de capacidades en temas como manejo, rehabilitación y conservación del suelo, biodiversidad funcional, gestión eficiente del recurso hídrico y cambio climático.

Cordillera conectó a los líderes cacaoteros de Colombia con su propósito superior



La marca Cordillera del Negocio Chocolates compartió con 20 líderes cacaoteros colombianos en su Granja Yarigués de Santander una experiencia de conexión alrededor de su propósito de “hacer del mundo un lugar más justo y sostenible al darle a todas las manos que tocan nuestro chocolate posibilidades de trascender”. En este encuentro de gratitud y reconocimiento hacia la comunidad cacaotera, el Negocio Chocolates ratificó su compromiso de seguir brindado acompañamiento y nuevas posibilidades a las más de 18.000 familias cacaocultoras del país y avanzar así en el camino de construir juntos Un Futuro Entre Todos.



Culmina primera versión del Programa para la productividad de fincas cafeteras

En marzo pasado, el Negocio Cafés finalizó la primera versión de su Programa para la productividad de fincas cafeteras, con el que durante tres años ha llevado acompañamiento técnico e insumos a más de 250 caficultores de 14 municipios de Santander, Cauca y Huila, en Colombia, y desde el cual se ofrece asesoría a los caficultores en materia de buenas prácticas agronómicas para lograr calidad excepcional desde el origen, abundantes cosechas y mejores alternativas en la comercialización de su producto.

Este programa se hizo realidad gracias a la alianza con Carcafé y ECOM, dos empresas que ayudaron a impactar más de 1100 hectáreas de cultivo, llevar cada estrategia a las diferentes fincas y acompañar a los caficultores. Igualmente, Fundación Nutresa brindó herramientas para el crecimiento personal y familiar de los cultivadores.



Recicladores de Base de la V Región en Chile se certifican con el apoyo de Tresmontes Lucchetti



Con el objetivo de desarrollar capacidades, formalizar y certificar a los recicladores de base, Tresmontes Lucchetti viene entregando becas a recicladores de Casablanca y Valparaíso para potenciar su integración a los futuros Sistemas de Gestión de Residuos, considerados en la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor en Chile.

Estas becas se han otorgado en el marco del proyecto REPosicionando, impulsado por la Sociedad de Fomento Fabril, la Asociación Nacional de Recicladores de Base y la Fundación Emplea de Hogar de Cristo.

Gracias al apoyo de Tresmontes Lucchetti, 47 recicladores se certificaron a comienzos de 2022, integrándose así al Registro Nacional de Personas Certificadas.



FAIRTRADE

Compañía Nacional de Chocolates Perú renovó su Certificado Fair Trade

En febrero de este año, CNCH Perú se recertificó en el sello Fair Trade para los productos derivados de cacao y chocolate bitter. Esta certificación, que estará vigente hasta el 2026, ratifica el compromiso con el comercio justo en la cadena de valor, garantizando el apoyo a programas sociales y ambientales con los cacaoteros y los productores agrícolas del azúcar.