

## En el marco de los resultados financieros del primer semestre del 2020, Grupo Nutresa ratifica su **compromiso con el cuidado de las personas y el medio ambiente**



Durante este periodo de alta incertidumbre y volatilidad, seguimos implementando acciones direccionadas al cuidado de la salud y la vida de las personas y comunidades que nos rodean, al tiempo que hacemos nuestro mayor esfuerzo para proteger el empleo y asegurar el suministro de alimentos bajo los más altos estándares de higiene y bioseguridad. Estas acciones han estado soportadas en una administración responsable de los recursos a nuestra disposición, buscando la continuidad de nuestra operación y dando acompañamiento y apoyo a los agentes de nuestra cadena de valor durante esta transición.

Las circunstancias actuales han hecho evidente la vulnerabilidad del ser humano y su interdependencia. Así mismo, han exaltado la importancia del cuidado de la vida y de la naturaleza como valores prioritarios de una sociedad consciente que busque trascender en el tiempo.

En Grupo Nutresa, estamos convencidos de que contribuir en la construcción de un mejor futuro para todos, es hoy más importante que nunca. Por esto ratificamos nuestro compromiso de seguir apoyando el progreso de las comunidades y el cuidado del planeta, motivados por el propósito de ejercer un impacto positivo en la sociedad y de generar valor a nuestros grupos relacionados.

Algunos avances en los objetivos organizacionales que nos hemos planteado para el cuidado del medio ambiente incluye, entre otros:

- ✓ Entre 2010 y 2019, **reducción acumulada** de:



- **46,2%**  
(tCo2e/t.p.)

Emissiones de gases de efecto invernadero



- **31,4%**  
(m3/t.p)

Consumo de agua



- **22,7%**  
(Kwh/t.p.)

Consumo de energía

- ✓ Uso de **combustibles más limpios** en el **98,5%** de las plantas en Colombia y el **83,3%** en las operaciones internacionales.
- ✓ Avance en la **utilización eficiente de material de empaque: 77,5%** del material de empaque usado en Colombia proviene de ciclo cerrado.

**En línea con lo anterior, y actuando bajo el marco de sostenibilidad corporativa, nos complace reportar a continuación los resultados financieros de la Compañía.**

pág. **3**  
**Noticias**

pág. **6**  
**Información financiera**

pág. **8**  
**Novedades**

pág. **11**  
**Sostenibilidad**

# En el primer semestre del año las ventas de Grupo Nutresa **crecen el 14,6%** y su **margen ebitda** se ubica en **14,0%**

Resultados financieros a  
30 de junio de 2020 de Grupo Nutresa S. A.  
(BVC: NUTRESA)

**A**l cierre del primer semestre del año, las ventas consolidadas de Grupo Nutresa ascendieron a COP 5,3 billones, con un incremento del 14,6% frente a las reportadas en igual periodo del año anterior. Al excluir las adquisiciones de Cameron's Coffee en los Estados Unidos y Atlantic Food Service en Colombia, el crecimiento en ventas orgánico del Grupo fue del 9,4%. Las ventas por innovación representan el 22,6% del total.

Los ingresos en Colombia reportan una cifra de COP 3,2 billones, que representan el 59,3% del total de los ingresos y crecen un 8,4% frente a los del mismo período del año anterior. El crecimiento orgánico fue del 5,3%.

Las ventas internacionales, expresadas en pesos colombianos, ascendieron a COP 2,1 billones, un 40,7% de las ventas totales, y son un 24,9% superiores a las del primer semestre de 2019. En dólares, estas ventas son de USD 586 millones y crecen un 7,7% sobre las del año anterior. El crecimiento orgánico internacional fue de 16,4% en COP y de 0,4% en USD.

La utilidad bruta del periodo fue de COP 2,3 billones y reporta un crecimiento del 9,4%, el cual es inferior al crecimiento de los ingresos. Lo anterior, es el resultado de un mayor costo de las materias primas importadas como consecuencia de la devaluación de monedas locales frente al dólar en algunos países de nuestra región estratégica.

Como resultado de una gestión orientada a la productividad y eficiencia del Grupo, los gastos operacionales registran un crecimiento de 7,6%, un nivel inferior al crecimiento de las ventas. En consecuencia, la utilidad operacional, por COP 536.844 millones, reporta un crecimiento del 15,4% frente al mismo periodo de 2019.



En materia de rentabilidad, se reporta un margen ebitda del 14,0% sobre las ventas, el cual asciende a COP 746.322 millones, y crece el 15,2% sobre el reportado el año anterior.

En los rubros posoperativos, los ingresos financieros crecieron el 36,4% debido principalmente a la posición de caja del Grupo durante el periodo. En cuanto a los gastos financieros, se reporta un crecimiento del 5,1% como resultado del mayor endeudamiento por la adquisición de Cameron's Coffee en 2019.

Finalmente, reportamos una utilidad neta consolidada de COP 328.773 millones, un 17,0% superior a la del año anterior.

## Estados Financieros Separados

En los Estados Financieros Separados de Grupo Nutresa S. A., reportamos ingresos operacionales netos por COP 334.203 millones, de los cuales COP 265.509 millones corresponden a utilidad por el método de participación de nuestras inversiones en compañías de alimentos y COP 68.694 millones a dividendos del portafolio de inversiones. La utilidad neta fue de COP 332.582 millones.

Al cierre del primer semestre del año, las **ventas consolidadas** de Grupo Nutresa ascienden a **COP 5,3 billones**, un 14,6% superiores a las reportadas en el mismo período del año anterior. El crecimiento orgánico fue de 9,4%.

Las **ventas** de productos innovadores representan un **22,6%** del total de las ventas del Grupo durante el periodo. Las **ventas en Colombia** ascendieron a **COP 3,2 billones** y aumentaron un 8,4% sobre las registradas al 30 de junio de 2019. El crecimiento orgánico en Colombia se ubicó en 5,3%.

Las **ventas internacionales**, por **USD 586 millones**, son un 7,7% superiores a las del primer semestre de 2019. En COP, este crecimiento es del 24,9%. El crecimiento orgánico internacional fue de 0,4% en USD y 16,4% en COP.

El **ebitda consolidado** del periodo fue de **COP 746.322 millones**, con un crecimiento del 15,2% sobre el mismo periodo de 2019, y con un margen de 14,0% sobre las ventas.



## Fitch Afirma calificación de Bonos Ordinarios de Grupo Nutresa en 'AAA(col)'

A finales de abril, Fitch Ratings ratificó la calificación 'AAA(col)' de los Bonos Ordinarios del Fideicomiso Grupo Nacional de Chocolates S.A. (Grupo Nutresa) por COP500.000 millones. La Perspectiva es Estable.

De acuerdo con Fitch Ratings, el robusto perfil financiero de la Organización - soportado en una sólida posición competitiva en sus mercados relevantes- ratifica esta calificación. Dicha posición es impulsada por la fortaleza y el reconocimiento de las marcas y diversificación geográfica de Grupo Nutresa en países con un ambiente operativo favorable y su sistema de distribución que favorecen sus márgenes de rentabilidad y la generación flujo de caja operativo.

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.

## Grupo Nutresa es la empresa de alimentos más atractiva para trabajar en Colombia según el monitor MERCO Talento 2020



Desde su lanzamiento en 2011, el monitor MERCOS Talento reconoció una vez más a Grupo Nutresa como la mejor empresa de alimentos para atraer y retener talento en el país, al tiempo que la ubicó de nuevo como la segunda empresa más atractiva para trabajar en Colombia.

Este año, la brecha en la calificación con otras empresas del top 10 del ranking aumentó significativamente, consolidando la solidez reputacional de la empresa como empleadora. En comparación con el año anterior, el estudio pasó de un total de más de 55.000 encuestas a cerca de 67.000 cuestionarios que fueron diligenciados por ocho grupos o fuentes de información. Este crecimiento de la muestra se concentró principalmente en trabajadores propios, trabajadores de las 100 empresas MERCOS, así como en estudiantes universitarios.

Carlos Ignacio Gallego, presidente de Grupo Nutresa, expresó: "En Grupo Nutresa trabajamos continuamente en la consolidación de una cultura

*organizacional centrada en el reconocimiento y respeto del ser. Igualmente avanzamos en el desarrollo de competencias y trabajamos en la consolidación de entornos laborales saludables y seguros. Estos resultados nos motivan y nos comprometen a crear mayores y mejores oportunidades de desarrollo para nuestros colaboradores".*

Dentro de los programas y medidas que han llevado a la Organización a conservar estas posiciones de liderazgo se destacan la flexibilidad laboral, los programas de 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.



## Los Negocios de Restaurantes y de Helados se readecúan a la pandemia y lanzan sus canales de domicilios propios

A raíz del Decreto 531 del 8 de abril de 2020, que precisa que los restaurantes deben mantener cerrados sus locales para atención al público mientras dure la medida de aislamiento preventivo obligatorio en Colombia, Hamburguesas El Corral, del Negocio de Alimentos al Consumidor, presentó por primera vez en su historia un canal de domicilios propios con el fin de llegar directamente a la casa de los consumidores.

Esta nueva red de domiciliarios propios nace cumpliendo con todos los protocolos de bioseguridad, desde la preparación hasta la entrega final del producto, y se soporta en el trabajo de dos plataformas. En primer lugar, un call center abierto el pasado 27 de marzo y con más de 90 agentes -en su mayoría cajeros de los puntos de venta- desde el cual se logra entregar un servicio más cercano al consumidor y se han tomado, hasta principios de julio, más de 180.000 órdenes de todo el país. Y en segundo lugar, una plataforma de pedidos en línea a través de la página web que le permite al consumidor hacer su pago a través de tarjetas de crédito y débito o contra entrega.



Conoce más



Este nuevo canal se suma al servicio a domicilio entregado por terceros agregadores y a la opción de recogida directa de pedidos en algunos de los restaurantes habilitados para tal efecto.

Por su parte, Crem Helado inició hace algunas semanas su nuevo servicio de entregas a domicilio, inicialmente en la ciudad de Bogotá. A través de un desarrollo de e-commerce, los consumidores pueden hacer su pedido en una novedosa tienda virtual que simula una nevera y que al abrirla permite elegir los productos de preferencia. Ofrece facilidad de pagos contra entrega o en línea.



Conoce más



## La Recetta y Novaventa adaptan sus modelos de negocio

Ajustándose a las condiciones actuales de emergencia sanitaria, La Recetta ha venido adaptando su modelo de atención comercial y logística hacia la venta al consumidor (B2C), aprovechando sus capacidades instaladas. De este modo habilitó un canal de venta bajo el slogan "Quédate en Casa, que La Recetta te Entrega", activando canales de atención directa a consumidores y empleados, incluyendo una página de internet y una línea de atención al cliente. Se destaca la ampliación de su portafolio de categorías, incluyendo frutas y verduras frescas, verduras precortadas, y aseo y desinfección.



Conoce más



Por su parte, en abril Novaventa implementó su nueva tienda virtual a través de la cual las mamás empresarias pueden dar continuidad a su negocio y asegurar ingresos para ellas y sus familias. Se trata de una página de comercio electrónico que contiene todo el portafolio de

los catálogos de Venta Directa, la cual pueden administrar desde casa y compartir con cada uno de sus clientes y contactos. Allí se pueden realizar pedidos, pagarlos online y recibirlos directamente en el hogar sin necesidad de salir de casa y cuidando la salud.

Finalmente, y durante la emergencia sanitaria, Novaventa ha potenciado su portafolio de productos en las categorías de cuidado personal y aseo del hogar. En Venta Directa, la compañía incorporó 15 nuevas referencias, tanto en el catálogo como en la web, de antibacteriales en gel, desinfectantes de espacios en spray y aerosol, tapabocas, alcohol, toallitas y pañitos. En Venta al Paso, diseñó las máquinas "Esencial", que cuentan con diez referencias entre guantes, tapabocas, medicamentos de venta libre, gel antibacterial, y pañitos húmedos y secos. A cierre de junio se habían ubicado 115 de estas máquinas en los principales centros comerciales de Bogotá, Cali, Cartagena, Medellín y Pereira, en los sistemas de transporte masivo de Bogotá y Medellín, y en el aeropuerto El Dorado de Bogotá.





## Reconocimientos

### ✓ CEDI de Alimentos Cárnicos Panamá, reconocido por el Ministerio de Salud

Gracias a los cuidados tomados para sobrellevar la pandemia, Alimentos Cárnicos Panamá recibió el reconocimiento del Ministerio de Salud panameño luego de su visita a las instalaciones del Centro de Distribución, en la que observaron las estrictas medidas de prevención allí aplicadas y que son cumplidas estrictamente por todo el personal, en especial el de transporte.



### ✓ CNCH Costa Rica obtuvo la Certificación ISO 45001:2018

Compañía Nacional de Chocolates de Costa Rica recibió la certificación en la norma Inteco ISO 45001:2018 en Seguridad y Salud en el Trabajo, un logro que ratifica su compromiso con el cuidado de los colaboradores, contratistas y visitantes, y que consolida su cultura de prevención de accidentes y enfermedades.

### ✓ Winter's, la cuarta marca más preferida por los peruanos

Winter's, marca líder de la categoría de cocos en Perú, se mantiene por segundo año consecutivo como la cuarta marca de bebidas preferida por los hogares en este país. Así lo arrojó el último ranking del Informe Brand Footprint de Kantar World Panel para 2020.



### ✓ Lucchetti y TMLUC se destacan en los rankings MERCOSUR en Chile

Lucchetti obtuvo una destacada posición dentro de las 200 Marcas Ciudadanas según el Ranking MERCOSUR Consumo en Chile, al tiempo que lidera en el segmento de los millennials, dato interesante considerando sus 116 años de historia. Por su parte, TMLUC fue reconocida dentro de las empresas con mejor compromiso y responsabilidad social durante la pandemia del COVID-19, según el estudio de Excelencia Social realizado por MERCOSUR entre más de 1.500 personas.

### ✓ Jet, Corona, Saltín Noel, Ducales y Festival y Crem Helado, marcas líderes en la recordación de los colombianos

Según la revista Dinero y el último estudio de la firma de investigación Invamer publicado en mayo, Jet es la marca de chokolatinas más recordada en Colombia con un 79% en el segmento adultos y un 81% en niños y jóvenes, ubicándose como una de las marcas con mayor Top of Mind en Colombia. Corona logró mantener su alta recordación en la categoría de chocolates de mesa, con un 40% mientras que en galletas Saltín Noel obtuvo el 30% en adultos, Ducales el 16% y Festival el 15% en el segmento adultos y el 22% en niños y jóvenes. Finalmente, en la categoría helados, Crem Helado lidera en adultos con un 34% de recordación y en niños y jóvenes con un 37%.



### ✓ Marcas de Noel, preferidas en los hogares colombianos y centroamericanos

Según el estudio Brand Footprint 2020 de Kantar sobre las marcas de consumo masivo preferidas en Colombia y Centroamérica, Noel ocupa el tercer lugar en Colombia con un 86,1% de preferencia, medida como el resultado de la penetración y la frecuencia de compra. En su ranking global, el cual analiza el desempeño de casi 23 mil marcas de todo el mundo, Compañía de Galletas Pozuelo ocupó el quinto puesto entre las marcas que más crecieron en la región durante el 2019.



### ✓ Noel, una de las mejores empresas para trabajar según CompuTrabajo

En los premios CompuTrabajo Best Work Places 2020, Compañías de Galletas Noel fue destacada entre más de 57.000 empresas evaluadas como una de las mejores para trabajar en Colombia en la categoría de alimentos. Esta premiación se hizo con base a las valoraciones y votaciones de los usuarios de CompuTrabajo -portal de empleo líder en Latinoamérica- en materia de ambiente laboral, oportunidades de carrera, salarios, beneficios y liderazgo.



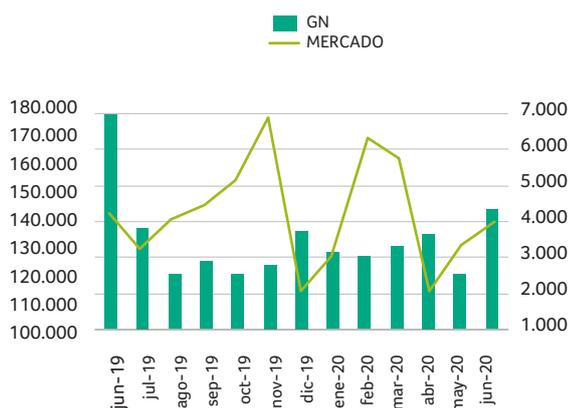
# Estado de Resultados Consolidados\*

A 30 de junio de 2020. Valores expresados en millones de pesos colombianos

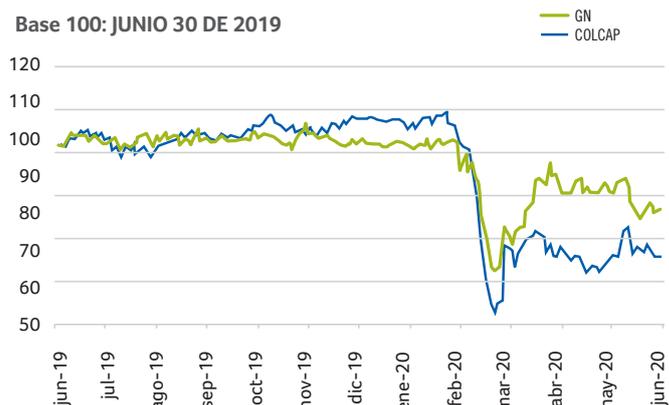
Millones de pesos	ENE-JUN 2020	% ingresos	ENE-JUN 2019	% ingresos	% VAR
<b>OPERACIONES CONTINUADAS</b>					
Ingresos operacionales provenientes de contratos con clientes	5.324.782		4.646.417		14,6%
Costos de ventas	(3.068.367)	-57,6%	(2.583.703)	-55,6%	18,8%
<b>Utilidad bruta</b>	<b>2.256.415</b>	<b>42,4%</b>	<b>2.062.714</b>	<b>44,4%</b>	<b>9,4%</b>
Gastos de administración	(238.385)	-4,5%	(213.170)	-4,6%	11,8%
Gastos de venta	(1.382.895)	-26,0%	(1.317.157)	-28,3%	5,0%
Gastos de producción	(89.479)	-1,7%	(72.901)	-1,6%	22,7%
Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos	(311)	0,0%	4.664	0,1%	-106,7%
Otros ingresos (egresos) netos operacionales	(8.501)	-0,2%	1.174	0,0%	N/A
<b>Utilidad operativa</b>	<b>536.844</b>	<b>10,1%</b>	<b>465.324</b>	<b>10,0%</b>	<b>15,4%</b>
Ingresos financieros	9.702	0,2%	7.114	0,2%	36,4%
Gastos financieros	(155.031)	-2,9%	(147.477)	-3,2%	5,1%
Dividendos	68.694	1,3%	61.503	1,3%	11,7%
Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos	(121)	0,0%	(735)	0,0%	-83,5%
Participación en asociadas y negocios conjuntos	(5.768)	-0,1%	(900)	0,0%	N/A
<b>Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante</b>	<b>454.320</b>	<b>8,5%</b>	<b>384.829</b>	<b>8,3%</b>	<b>18,1%</b>
Impuesto sobre la renta corriente	(143.102)	-2,7%	(93.443)	-2,0%	53,1%
Impuesto sobre la renta diferido	20.339	0,4%	(7.075)	-0,2%	N/A
<b>Utilidad del periodo de operaciones continuadas</b>	<b>331.557</b>	<b>6,2%</b>	<b>284.311</b>	<b>6,1%</b>	<b>16,6%</b>
Operaciones discontinuadas, después de impuestos	(264)	0,0%	(856)	0,0%	-69,2%
<b>Utilidad neta del periodo</b>	<b>331.293</b>	<b>6,2%</b>	<b>283.455</b>	<b>6,1%</b>	<b>16,9%</b>
Participaciones no controladoras	2.520	0,0%	2.535	0,1%	-0,6%
<b>Utilidad atribuible a las participaciones controladoras</b>	<b>328.773</b>	<b>6,2%</b>	<b>280.920</b>	<b>6,0%</b>	<b>17,0%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>746.322</b>	<b>14,0%</b>	<b>647.994</b>	<b>13,9%</b>	<b>15,2%</b>

\*Información no auditada.

## Volumen de negociación promedio



## Comportamiento de la acción





# Estado de Situación Financiera\*

A 30 de junio de 2020 y 31 de diciembre de 2019. Valores expresados en millones de pesos colombianos

Millones de pesos	JUN-20	DIC-19	% VAR
<b>ACTIVO</b>			
<b>Activo corriente</b>			
Efectivo y equivalentes de efectivo	743.445	497.947	49,3%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	1.207.640	1.166.248	3,5%
Inventarios	1.472.682	1.248.128	18,0%
Activos biológicos	100.702	96.632	4,2%
Otros activos	338.726	251.397	34,7%
Activos no corrientes mantenidos para la venta	2.610	2.610	0,0%
<b>Total activo corriente</b>	<b>3.865.805</b>	<b>3.262.962</b>	<b>18,5%</b>
<b>Activo no corriente</b>			
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, neto	25.422	25.409	0,1%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	195.349	193.360	1,0%
Otros activos financieros no corrientes	1.946.129	3.511.768	-44,6%
Propiedades, planta y equipo, neto	3.441.132	3.400.057	1,2%
Activos por derecho de uso	855.072	878.552	-2,7%
Propiedades de inversión	79.313	79.489	-0,2%
Plusvalía	2.401.036	2.309.739	4,0%
Otros activos intangibles	1.304.821	1.248.973	4,5%
Activo por impuesto diferido	661.679	654.496	1,1%
Otros activos	84.235	80.436	4,7%
<b>Total activo no corriente</b>	<b>10.994.188</b>	<b>12.382.279</b>	<b>-11,2%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>14.859.993</b>	<b>15.645.241</b>	<b>-5,0%</b>
<b>PASIVO</b>			
<b>Pasivo corriente</b>			
Obligaciones financieras	515.558	527.196	-2,2%
Pasivos por derechos de uso	135.442	147.242	-8,0%
Proveedores y cuentas por pagar	1.268.591	1.235.133	2,7%
Impuesto sobre la renta e impuestos por pagar	331.466	214.542	54,5%
Pasivo por beneficios a empleados	185.454	191.864	-3,3%
Provisiones	3.475	1.948	78,4%
Otros pasivos	69.469	29.912	132,2%
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>2.509.455</b>	<b>2.347.837</b>	<b>6,9%</b>
<b>Pasivos no corriente</b>			
Obligaciones financieras	3.024.078	2.680.014	12,8%
Pasivos por derecho de uso	750.270	745.313	0,7%
Proveedores y cuentas por pagar	158	158	0,0%
Pasivo por beneficios a empleados	187.612	189.295	-0,9%
Pasivo por impuesto diferido	979.310	984.035	-0,5%
Provisiones	13.230	13.238	-0,1%
Otros pasivos	0	487	-100,0%
<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>4.954.658</b>	<b>4.612.540</b>	<b>7,4%</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>7.464.113</b>	<b>6.960.377</b>	<b>7,2%</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
<b>Patrimonio atribuible a las participaciones controladoras</b>	<b>7.339.184</b>	<b>8.627.950</b>	<b>-14,9%</b>
Participaciones no controladoras	56.696	56.914	-0,4%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>7.395.880</b>	<b>8.684.864</b>	<b>-14,8%</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>14.859.993</b>	<b>15.645.241</b>	<b>-5,0%</b>

## Indicadores

Precio de Cierre	20.900
Precio de Cierre año anterior	25.020
Máximo 52 Semanas	26.400
Mínimo 52 Semanas	17.000
Capitalización Bursatil (\$MM)	9.616.580
Valor Intrínseco <sup>(1)</sup>	16.074
RPG <sup>(2)</sup>	15
P/VL <sup>(2)</sup>	1
EV / EBITDA (2) Sin NIIF 16	7,95
EV / EBITDA (2) Con NIIF 16	7,72
Utilidad por acción <sup>(3)</sup>	1.205
Dividendo por acción-mes	54,1
Rentabilidad por dividendos <sup>(3)</sup>	2,5%
Rentabilidad por valorización <sup>(3)</sup>	-16,5%
Rentabilidad combinada <sup>(3)</sup>	-14,1%
Variación COLCAP <sup>(3)</sup>	-28,2%
Retorno sobre patrimonio <sup>(2)</sup>	9,1%
Retorno sobre capital invertido <sup>(2)</sup>	9,9%
Acciones en Circulación	460.123.458
Número de Accionistas	11.303
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





## Cárnicos



### Nuevos Maíz dulce y Garbanzos Zenú

En el mes de junio, Zenú sorprendió a sus consumidores colombianos con dos lanzamientos en su línea de Larga Vida: Maíz dulce Zenú, más amarillo, con sabor dulce, sin azúcar ni conservantes añadidos; y Garbanzos Zenú, un producto versátil que puede ser consumido como plato principal o como acompañamiento, y que permite realizar diferentes preparaciones de forma práctica y rápida. Viene listo para consumir y no tiene conservantes añadidos.



### En sus 40 años, Blue Ribbon apoya el emprendimiento

Como parte de la celebración de sus 40 años en el mercado panameño ofreciendo productos de calidad, Blue Ribbon adelantó una campaña para obsequiar a sus consumidores cursos y formación a través de tutores expertos para iniciar sus propios emprendimientos. La iniciativa tuvo una excelente acogida, con cupos agotados en los primeros días después de su lanzamiento y un alcance superior a los 1.000 contactos directos e indirectos.



## Galletas



### Ducales Provocación Fresas con Crema

Ducales lanzó las nuevas Ducales Fresas con Crema, en edición limitada, dentro del sub-segmento de galletas portables saborizadas para ofrecer a los consumidores un sabor único, en el tamaño adecuado. Son galletas semicubiertas con una deliciosa crema con trocitos de fresa, la combinación perfecta entre el “toque secreto” de Ducales y el sabor de uno de los postres preferidos por los consumidores colombianos.



### Nuevas Cremas Pozuelo con un sabor ¡de película!

Para disfrutar el tiempo de cuarentena de una forma diferente y llenar de sabor y diversión los planes de cine en casa con la familia, Pozuelo presentó al mercado sus nuevas Cremas Pozuelo PopCorn, unas nuevas y deliciosas galletas que combinan el sabor de las tradicionales palomitas de maíz con lo mejor del caramelo. Un sabor que ya es tendencia entre niños, niñas, adolescentes y adultos costarricenses.



### Nuevas galletas cremadas Noel de Yogurt y Chocolate Oscuro

Noel lanzó en Colombia sus nuevas Finas Rellenas, galletas con rellenos suaves y cremosos en dos nuevos sabores: crema de chocolate oscuro y crema de yogurt griego. Con esta reciente innovación, Noel le apuesta al segmento de galletas rellenas presentando a sus consumidores una opción ideal para compartir con su familia y amigos y satisfacer los antojos.

### Nuevas galletas Pozuelo de Coco y Vainilla

Pensando en la familia y en crear nuevos momentos para compartir, Pozuelo presentó dos nuevas galletas con sabores llenos de tradición para el disfrute del consumidor centroamericano. Se trata de las nuevas galletas Pozuelo de Coco y Vainilla, una nueva Línea Tradicional con un sabor aún más auténtico e ideal para disfrutar en las meriendas de media mañana y media tarde.



### Nuevas Sodas Chorreadas

Pozuelo lanzó en Centroamérica las nuevas galletas Sodas “Chorreadas”, con el maíz como ingrediente protagonista y como fiel reflejo de la cultura mesoamericana. Con un sabor que conecta con la infancia, las nuevas “Chorreadas” vienen en una presentación ideal para acompañar el desayuno, una tarde de café, o cualquier otro momento del día.



### Nuevos bizcochos Tosh

Para aquellas familias que saben combinar el disfrute y el bienestar físico, llegan los nuevos Bizcochos Tosh, en sus dos sabores: queso, hierbas y chí; y queso, tomate y quinoa. Son el balance perfecto entre sabor y salud y se convierten en una opción ideal para las meriendas pues son hechos con ingredientes naturales, son bajos en grasa



## Pastas

### Mega Cajas Doria

Buscando llevar nuevas experiencias a sus consumidores, el Negocio Pastas desarrolló un innovador concepto llamado “Mega Caja Doria”, en el que los pequeños son los protagonistas. Se trata de una caja con todos los ingredientes para preparar una receta Doria junto con un obsequio y un certificado que certifica a los niños colombianos como verdaderos Chefs Bambino.



### Cocina con El Bambino

La situación de aislamiento preventivo en Colombia inspiró a Doria para presentar su actividad digital “Cocina con El Bambino”, en la que los consumidores, a través de la página de Facebook de la marca, pueden agendar una clase privada de cocina por videollamada con uno de los chefs Doria. Esta actividad ha logrado más de mil citas en todo el país permitiendo al consumidor preparar platos únicos en compañía de expertos.



### Autores Monticello

Resaltar los sabores, disfrutar cada bocado y convertir una cena cotidiana en un momento memorable son la esencia de Monticello. Esta combinación de sentidos cobran vida en “Autores Monticello”, una caja con todos los ingredientes necesarios para disfrutar un espacio de cocina con Sergio Martín, uno de los chef más reconocidos en la alta gastronomía italiana en nuestro país, con toda la sencillez y elegancia de la marca.



## Chocolates



### Gol Leche Condensada

La marca Gol presentó su nueva edición limitada, una combinación perfecta de galleta, caramelo, maní, arroz crujiente, cubierta de chocolate blanco y el delicioso sabor de la leche condensada. De esta manera Gol sigue satisfaciendo los antojos de los consumidores colombianos y ratifica su propuesta perfecta del “Todo en Uno”.



### Las barras Tosh mejoraron para ti

Las nuevas Barras Tosh mejoradas vienen ahora con ingredientes naturales y menos azúcar. Excelente fuente de fibra, son ideales para disfrutar de la vida con mayor armonía. Disponibles en tres referencias: Chocolate (cuadritos de chocolate semi amargo y solo 3 g. de azúcar); Arándanos (Endulzadas con miel de abejas y solo 3 g. de azúcar); y Lyne y Fresa (sin azúcar adicionada y endulzadas con estevia).

### Nuevo Tutto sin azúcar añadida

En Costa Rica, CNCH sigue ampliando su portafolio de chocolates sin azúcar añadida con el lanzamiento de la nueva tableta Tutto de 20 g. en el molde icónico de montañitas de la marca. Una chocolatina con la porción perfecta y con tan solo cien calorías, para quienes desean un placer sin culpa con toda la cremosidad de Tutto.



### Nueva Barra Nutricional Bénet

Bénet trae a Colombia una nueva manera de nutrirse, fácil y en cualquier lugar. La nueva barra Bénet de chocolate brownie llena los días de energía y nutrición con 10 g. de proteína que contribuyen a conservar la masa muscular y los huesos. Y al ser una excelente fuente de vitaminas del complejo B contribuye a subir los niveles de energía. Bénet es ciencia, nutrición y vida.



## Helados

### Crem Helado Artesanal Dulce de Mora

Con las moras de nuestro campo, nace el nuevo Crem Helado Artesanal Dulce de Mora, una deliciosa combinación de helado de vainilla con trocitos de mora, cobertura de jugo de mora y relleno de leche condensada. Gran parte de esta mora proviene de Asofrumon, asociación fundada en 1.999 que agrupa a alrededor de 50 familias campesinas (180 personas) productoras de mora en Riosucio (Caldas) que busca apoyar sus sustento, ofrecer estabilidad económica e incentivar su crecimiento y el de sus comunidades.



### Colcafé Capuccino Caramelo

El nuevo Colcafé Capuccino Caramelo es una deliciosa combinación de helados sabor a café, caramelo y vainilla con salsa de arequipe, disponible en Colombia en tarro de 10 l., con todo el sabor de Colcafé que tanto gusta.



## Café



### Nuevas Aguas Diversa

Disponibles a través de Novaventa, las nuevas Aguas Diversa son una opción perfecta para refrescar y cuidar la belleza, sin azúcar ni calorías y con sabores naturales. Cada referencia contiene un ingrediente funcional: Naranja-mandarina con betacaroteno, con propiedades antioxidantes que ayudan a la elasticidad de la piel; Fresa con colágeno, proteína presente en la piel, huesos y articulaciones; y Manzana-pera con aloe vera, que contiene tejidos ricos en agua, minerales y enzimas.

### E-commerce de Cápsulas Express Nutresa

Con el propósito de estar más cerca de sus consumidores, Cápsulas Express Nutresa lanzó su plataforma de venta online en julio de 2019, una plataforma de crecimiento importante para la marca que le ha permitido generar un vínculo constante con sus consumidores, especialmente en épocas de aislamiento.



### Orígenes Especiales de Matiz

Como tributo al trabajo y dedicación de los caficultores de Cauca, Santander y Huila que hacen parte del Programa para la Productividad de Fincas Cafeteras, nace la variedad Matiz Orígenes Especiales, un café que destaca la excelencia de la cultura cafetera colombiana. Esta iniciativa acompaña a más de 250 caficultores de estas regiones para aumentar la productividad en sus cultivos, mejorar la administración de sus fincas y optimizar la gestión de sus recursos.



## Tresmontes Lucchetti



### Cool!nuts integra nuevos formatos a su portafolio

Para el canal autoservicios en México, TMLUC lanzó las nuevas referencias de 150 g. de maní japonés horneado, maní salado y mezcla de arándanos, y la 100 g. en maní japonés Chile-Limón y Mega Hot. De este modo se complementa el portafolio de cacahuates para ofrecer una mejor propuesta de valor. Estos formatos son ideales para exhibición en anaqueles.

### Nuevos sabores Zuko en República Dominicana

Zuko tiene cuatro nuevos sabores: Toronja-Fresa, Guanábana, Mango y Manzana, los cuales llegaron para quedarse entre los dominicanos. Así se completan 11 sabores del portafolio actual, en una presentación de sobre que rinde 1,5 lts.



### Nuevo Café Gold Liofilizado

Gold Liofilizado es un café con granos 100% arábica de origen brasilero. El proceso de liofilizado permite conservar las características organolépticas del café, arrojando un producto con mejor calidad, aroma y sabor, necesarios en un segmento premium en continuo crecimiento durante los últimos años. Disponible en frascos con etiqueta transparente de 170 g. y 90 g.





## Grupo Nutresa se une a la lucha contra el COVID-19 en Panamá



A través de sus empresas Alimentos Cárnicos y Pozuelo, Grupo Nutresa aportará USD 50.000 para la contención de la enfermedad en Panamá. La iniciativa que se desarrolla junto a Banistmo, Argos, Celsia y Sura, busca la identificación temprana de los pacientes con mayor probabilidad de sufrir complicaciones, para ser tratados oportunamente y evitar que lleguen a requerir una atención hospitalaria.

Este esquema de atención domiciliaria es una estrategia viable para controlar la transmisión de la enfermedad, su carga viral y su severidad, así como para evitar la congestión en las clínicas.

## Fundación Nutresa mantiene acompañamiento social a maestros y agricultores de Colombia



A través de su Fundación, Grupo Nutresa viene impulsando el desarrollo de capacidades en las comunidades de maestros y agricultores, y ha adaptado sus modelos de intervención social para seguir llevando sus proyectos de educación y generación de ingresos a cerca de 300 comunidades desde la virtualidad.

Dentro de los avances se destacan:



Diseño de cartilla con protocolos y medidas de prevención para la **cadena de abastecimiento y de comercialización de alimentos**, junto a la Fundación ANDI.



Acompañamiento en comunicación y formación a **581 agricultores** de proyectos productivos.



Fortalecimiento de **96 sistemas de autoabastecimiento** de frutas y verduras en **Villavicencio, Ciudad Bolívar, Cartagena y Chinú**.



Acompañamiento virtual a más de **1.500 maestros y directivos** de instituciones educativas para el fortalecimiento de capacidades de gestión y liderazgo.

## Empresas de Grupo Nutresa entregan ayudas alimentarias a comunidades vecinas



Adicional a la entrega de más de **200.000 mercados** desde el inicio de la pandemia, 14 empresas de Grupo Nutresa destinaron ayudas alimentarias para atender a las comunidades cercanas a sus plantas de producción en Colombia.



**5.696** PAQUETES ALIMENTARIOS

**EN BENEFICIO DE MÁS DE:**



**7.196** FAMILIAS



**DE 23 BARRIOS DE 10 DEPARTAMENTOS DE COLOMBIA**