

Grupo Nutresa, en el primer semestre del año, crece en ventas totales el 17,4% y 12,4% en Colombia

Grupo Nutresa S.A. (BVC : NUTRESA) da a conocer sus resultados financieros consolidados al 30 de junio de 2016.

“Grupo Nutresa continua con una dinámica excelente en ventas y un positivo resultado en rentabilidad. Desempeño que esperamos continúe para lo que resta del año”, afirmó Carlos Ignacio Gallego, presidente de Grupo Nutresa.

Durante el primer semestre de 2016, las ventas totales de Grupo Nutresa suman COP 4,2 billones, con un crecimiento del 17,4% frente al mismo periodo del año anterior. Sin adquisiciones, el crecimiento es del 15,4%.

En Colombia las ventas alcanzan los COP 2,6 billones, y representan el 60,7% del total con un crecimiento del 12,4%. Orgánicamente el crecimiento es del 9,4%, compuesto de un incremento de precios promedio del 9,8% y un decrecimiento en volumen de 0,2%. Este desempeño se da acompañado de una participación ponderada de mercado en Colombia de 61,2%.

Las ventas en el exterior, medidas en pesos colombianos, son superiores en un 25,8% a las del año anterior, ascienden a COP 1,7 billones y representan el 39,3% del total; en dólares son de USD 530,4 millones y crecen el 0,3%.

La utilidad bruta, por valor de COP 1,8 billones, se ve afectada en 80 puntos básicos por incrementos en los precios de algunas materias primas y la tasa de cambio que afecta a varias de estas. Los gastos de ventas, crecen en línea con los ingresos operacionales, mientras que los gastos de administración y producción crecen a niveles significativamente inferiores a las ventas y a la inflación, aportando de forma positiva a la utilidad operacional, la cual asciende a COP 438.384 millones, que representa un margen operativo del 10,4% sobre las ventas y un

incremento del 17,8% con respecto al primer semestre de 2015.

Los gastos postoperativos netos por COP 127.888 millones incluyen el costo de la deuda requerida para la adquisición de Grupo El Corral y el mayor gasto por el incremento de 206 puntos básicos en el costo de la deuda total del Grupo, generado a su vez por el aumento en las tasas de interés de referencia y el efecto negativo neto de la diferencia en cambio.



En consecuencia, la utilidad neta consolidada asciende a COP 231.084 millones, que representa un incremento del 0,3% frente al primer semestre del año anterior.

En materia de rentabilidad, se reporta un margen ebitda del 12,7% sobre las ventas, el cual asciende a COP 534.203 millones, y crece el 16,4% sobre el reportado a igual fecha del año anterior.

Ventas totales acumuladas:
COP 4,2 billones.

17,4% ↑

más que las reportadas en el mismo período del año anterior.

Ventas acumuladas en Colombia:
COP 2,6 billones.

12,4% ↑

superiores frente al mismo período en 2015.

Orgánicamente
el crecimiento es del
9,4%

Ventas en el exterior:
COP 1,7 billones.

(USD 530,4 millones)

Representan un **39,3% de las ventas totales**

25,8% ↑

superiores a las registradas en 2015.

El ebitda crece un

16,4% COP 534.203

lo que representa un margen sobre las ventas de 12,7%.

Colcafé y delosAndes Cooperativa inauguraron central de beneficio en Farallones, Antioquia



Juan David Rendón, gerente de delosAndes Cooperativa y Miguel Moreno, presidente del Negocio Café al momento de cortar la cinta de inauguración.

La Industria Colombiana de Café -Colcafé- y delosAndes Cooperativa inauguraron el pasado 31 de mayo una moderna central de beneficio en el municipio de Ciudad Bolívar (Antioquia, Colombia), que procesará cerca de 3.750.000 kilos de café cereza al año, cultivados en cerca de 600 fincas de la región.

Esta iniciativa, además de afianzar los lazos con los caficultores, -aliados estratégicos del departamento y de Colcafé-, también generará beneficios tangibles en materia de sostenibilidad económica, social y ambiental y representa desde ya una mejora en la calidad de vida de más de 600 familias cafeteras, las cuales podrán enfocarse en actividades alternas en el campo para obtener mayor productividad de sus tierras, en vez de dedicarse al proceso de beneficio del café en sus fincas.

La Central Farallones contribuye a la disminución de los costos del proceso de beneficio para el caficultor, a la estandarización de la calidad del café -lo que reduce el nivel de rechazo-, evitará la construcción y posterior mantenimiento de nuevos beneficiaderos, minimizará el riesgo por pérdida o robo de café pergamino seco y buscará el pago de una prima de calidad por ventas al campesino, adicional al precio del café.

En materia ambiental, la nueva central contribuye a la reducción de impactos al entorno. El proyecto fue diseñado para disminuir el uso de agua en los procesos de beneficio -lo que significa un ahorro de 25 millones de litros de agua al año-. La central también garantizará una correcta disposición de este recurso utilizado en el proceso y ahorros en el uso de la energía. Adicionalmente, la pulpa del café que resulta del proceso de beneficio es compostada para que los caficultores puedan utilizarla como abono orgánico.

Es de destacar así mismo el diseño arquitectónico del nuevo beneficiadero, el cual está inspirado en los colores y en la tradición del café colombiano. La central cuenta con una zona para la recepción de café cereza, otra para el proceso de beneficio y un área social para los campesinos. En esta última, los caficultores pueden socializar y tener acceso a herramientas tecnológicas de difícil acceso en la región. El proyecto también cuenta con un laboratorio de investigación cuyo objetivo es el de identificar usos alternativos de los sub-productos resultantes del proceso de beneficio.

FitchRatings

Fitch Ratings afirmó los Bonos Ordinarios del Fideicomiso Grupo Nacional de Chocolates (Grupo Nutresa) en 'AAA (col)'

El pasado 24 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)'. De acuerdo a la firma calificadora, esta perspectiva es estable.

La decisión de afirmar la calificación refleja la sólida posición competitiva de la compañía en sus mercados relevantes, su creciente diversificación geográfica en países con un favorable ambiente operativo y sólido perfil crediticio, caracterizado por un moderado nivel de apalancamiento y una robusta generación de flujo de caja libre a través del ciclo económico. Lo anterior le ha permitido adelantar una ambiciosa estrategia de crecimiento inorgánico sin debilitar significativamente sus métricas crediticias. La calificación incorpora la presión sobre los indicadores de liquidez, producto del esquema de financiación de corto plazo para la adquisición de Aldage Inc. (Grupo El Corral).

Los supuestos clave de Fitch en las proyecciones de escenario incluyen un crecimiento orgánico más moderado a partir de 2017, márgenes de rentabilidad para 2016 presionados por tipo de cambio promedio más débil y mayores precios de materias primas, así como ninguna adquisición.



Empresas del Negocio Galletas, desatacadas por tener el mejor clima organizacional

En abril pasado, Comercial Pozuelo El Salvador recibió el reconocimiento como la empresa internacional con mejor resultado de Clima Organizacional, por parte de la firma consultora CINCEL, encargada de aplicar la encuesta en todos los negocios de Grupo Nutresa. Este reconocimiento refleja el esfuerzo realizado por todo el personal de la comercializadora para construir un ambiente de trabajo positivo y armonioso.

Por su parte, y en el marco de la misma encuesta, Molinos Santa Marta obtuvo el primer puesto en la medición de clima organizacional de las empresas con más de 100 empleados en Colombia.

Grupo Nutresa entregó los Reconocimientos “Proveedor Ejemplar” en su segunda edición

Luis Carreño, gerente general de Racafé, recibe el galardón que distingue a la firma con el reconocimiento de Proveedor Ejemplar Grupo Nutresa en la categoría Gran Empresa. A su lado Carlos Ignacio Gallego, presidente de Grupo Nutresa y Miguel Moreno, presidente del Negocio Café



En el marco de su trabajo permanente con su cadena de abastecimiento para satisfacer a clientes y consumidores, y promover las mejores prácticas, el pasado 2 de junio Grupo Nutresa entregó los Reconocimientos “Proveedor Ejemplar” Grupo Nutresa, galardón que reconoce la contribución de sus aliados al logro de este objetivo y por su aporte al progreso económico, social y ambiental del país.

El evento de premiación contó con la participación de alrededor de 200 asistentes, así como representantes de las 66

empresas nominadas en siete categorías. Al final, 19 distinciones en siete diferentes categorías de insumos y servicios fueron entregadas a 15 empresas proveedoras, desde grandes empresas hasta PYMES.

Las empresas nominadas fueron evaluadas por un grupo de comités multidisciplinarios, quienes analizaron diferentes variables relacionadas con su desempeño y gestión en materia de innovación, productividad, nivel de servicio logístico y sostenibilidad ambiental y social.



Grupo Nutresa es la segunda mejor empresa para trabajar en Colombia según el estudio MERCO Talento

De acuerdo con el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa -MERCÓ-, en su edición MERCÓ Talento 2016, Grupo Nutresa es la segunda mejor empresa para trabajar en Colombia y la más atractiva dentro del sector de alimentos.

Sobresale en este estudio la segunda posición que ocupó Grupo Nutresa dentro del grupo de responsables de Recursos Humanos del país, así como la tercera casilla dentro del grupo de expertos de RRHH y *headhunters*.

Mercó Talento mide la reputación como empleador de las empresas de acuerdo a quince variables, agrupadas en las siguientes tres categorías de análisis: calidad laboral, marca empleador y reputación interna.

NOEL recibe reconocimientos del gobierno, gremios y aliados por sus 100 años de historia

En el mes de junio, la Cámara de Comercio de Medellín entregó el reconocimiento **Pergaminos Dorados a Compañía de Galletas NOEL**, en honor a los 100 años de la empresa en el mercado, destacando su tenacidad, esfuerzo y dedicación, como un ejemplo de desarrollo empresarial y económico de la región.

Así mismo, el Concejo de Medellín destacó la labor de Compañía de Galletas NOEL durante sus primeros 100 años de trayectoria, con la Orden al Mérito Don Juan del Corral, Grado Oro.

Otros reconocimientos fueron recibidos de parte de aliados como Analdex, Basc, Allianz, Logyca, Ditransa, BoteroSoto, Universidad Nacional de Colombia, entre otros.



Reconocimientos

✓ Tresmontes Lucchetti recibe Premio ASIVA por destacada iniciativa en materia de Innovación

En reconocimiento a la labor de medición, verificación y compensación de emisiones de CO2 que se generan en el ciclo productivo de las marcas Livean y Zuko, TMLUC fue galardonada, por segundo año consecutivo, con el Premio ASIVA -Asociación de Empresas de la Región de Valparaíso-, en la categoría Innovación.



✓ Lucchetti es reconocida como “la marca que más acompaña a los chilenos”



Como la “Marca que Más Acompaña a los chilenos” y “Marca de Excelencia” fue calificada este año la marca Lucchetti, según

la octava versión del estudio Chile 3D de GfK Adimark, el cual también ubicó a la marca en el primer lugar en la Categoría Pastas. Lucchetti también se destacó con el segundo lugar entre las marcas más valoradas por los chilenos en el ranking “Índice de Capital de Marca” de Chile 3D.

✓ Por tercer año consecutivo planta Lucchetti aprueba con éxito inspección de la FDA



La planta Lucchetti, en Santiago, volvió a obtener la certificación del International Food Standard (IFS), acreditando que los productos de la empresa cumplen con un estándar internacional en cuanto a su elaboración, cuidado, y seguridad alimentaria. Esta recertificación se suma al reconocimiento de la Food Drug Administration (FDA) por la buena calidad de sus productos.

✓ Zenú, el Mejor Proveedor de Carnes Procesadas según los premios “La Barra”

Zenú fue reconocido como el Mejor Proveedor de Carnes Procesadas en la undécima versión de los premios La Barra, que cada año exalta la labor de distintos actores de la gastronomía en Colombia. Este reconocimiento es un logro del Negocio Cárnico y de La Recetta como aliado estratégico, que juntos trabajan para brindar un excelente servicio a clientes institucionales.



✓ Doria es reconocida como la marca de pastas alimenticias No. 1

KANTAR WORLD PANEL

Según el estudio “Brand Footprint” de Kantar Worldpanel, ranking de las marcas de consumo preferidas por los hogares, Doria se ubicó en el puesto número 14 en Colombia, y se destaca como la primera marca de pastas alimenticias en puntos de contacto.

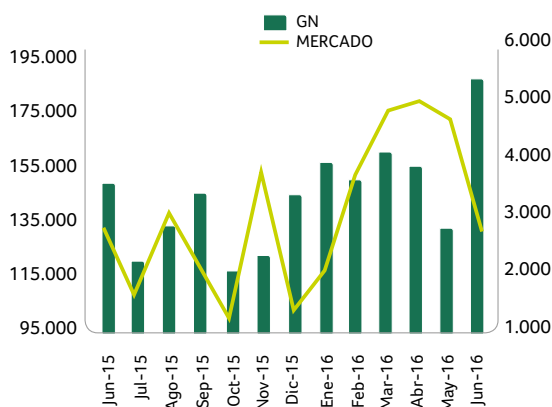
Estado de Resultados Integrales*

Del 1 de abril al 30 de junio. Valores expresados en millones de pesos colombianos

Millones de pesos	JUN-16	%	JUN-15	%	% VAR
Ingresos operacionales	4.205.283		3.583.401		17,4%
Costos de la mercancía vendida	(2.399.295)	-57,1%	(2.017.246)	-56,3%	18,9%
Utilidad bruta	1.805.988	42,9%	1.566.155	43,7%	15,3%
Gastos de administración	(193.987)	-4,6%	(183.084)	-5,1%	6,0%
Gastos de venta	(1.128.655)	-26,8%	(956.200)	-26,7%	18,0%
Gastos de producción	(69.304)	-1,6%	(64.634)	-1,8%	7,2%
Diferencia en cambio operativa	15.786	0,4%	7.880	0,2%	100,3%
Otros ingresos (egresos) operacionales	8.556	0,2%	2.091	0,1%	309,2%
Utilidad operativa	438.384	10,4%	372.208	10,4%	17,8%
Ingresos financieros	4.647	0,1%	4.956	0,1%	-6,2%
Gastos financieros	(152.953)	-3,6%	(110.270)	-3,1%	38,7%
Dividendos del portafolio	50.494	1,2%	46.962	1,3%	7,5%
Diferencia en cambio no operativa	(12.353)	-0,3%	12.914	0,4%	-195,7%
Pérdida por la posición monetaria neta	(18.527)	-0,4%	(7.366)	-0,2%	151,5%
Participación en asociadas y negocios conjuntos	804	0,0%	1.148	0,0%	-30,0%
Otros ingresos (egresos) netos	-	0,0%	62	0,0%	-100,0%
Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante	310.496	7,4%	320.614	8,9%	-3,2%
Impuesto sobre la renta corriente	(98.207)	-2,3%	(89.863)	-2,5%	9,3%
Impuesto sobre la renta diferido	20.959	0,5%	4.815	0,1%	335,3%
Utilidad del ejercicio de operaciones continuadas	233.248	5,5%	235.566	6,6%	-1,0%
Operaciones discontinuadas, después de impuestos	(247)	0,0%	(4.314)	-0,1%	-94,3%
Utilidad neta del ejercicio	233.001	5,5%	231.252	6,5%	0,8%
Resultado del período atribuible a:					
Participaciones controladoras	231.084	5,5%	230.284	6,4%	0,3%
Participaciones no controladoras	1.917	0,0%	968	0,0%	98,0%
Utilidad neta del ejercicio	233.001	5,5%	231.252	6,5%	0,8%
EBITDA	534.203	12,7%	458.883	12,8%	16,4%

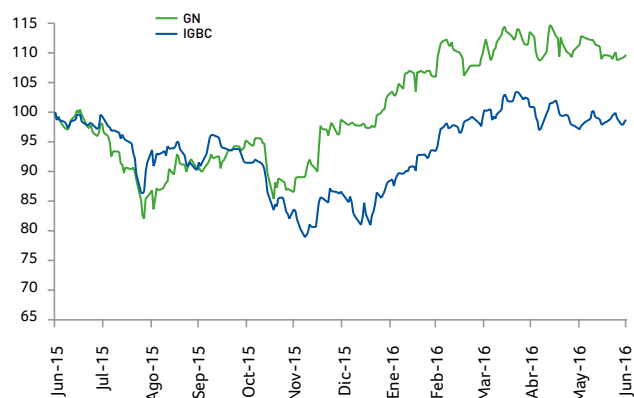
*Información no auditada.

Volumen de negociación diario



Comportamiento de la acción

Base 100: JUNIO 2015



Estado de Situación Financiera*

Del 1 de abril al 30 de junio. Valores expresados en millones de pesos colombianos

Millones de pesos	JUN-16	DIC-15	% VAR
ACTIVO			
Activo corriente			
Efectivo y equivalentes de efectivo	206.643	286.064	-27,8%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	819.646	878.280	-6,7%
Inventarios	1.083.821	1.032.969	4,9%
Activos biológicos	59.385	53.119	11,8%
Otros activos corrientes	279.691	220.762	26,7%
Activos no corrientes mantenidos para la venta	65.702	71.679	-8,3%
Total activo corriente	2.514.888	2.542.873	-1,1%
Activo no corriente			
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	26.190	26.729	-2,0%
Activos biológicos no corrientes	6.491	5.699	13,9%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	161.255	109.021	47,9%
Otros activos financieros no corrientes	3.756.035	3.418.149	9,9%
Propiedades, planta y equipo, neto	3.312.068	3.383.722	-2,1%
Propiedades de inversión	77.368	82.393	-6,1%
Crédito mercantil	2.018.384	2.033.403	-0,7%
Otros activos intangibles	1.155.162	1.179.957	-2,1%
Activos por impuestos diferidos	365.896	355.461	2,9%
Otros activos	44.171	40.645	8,7%
Total activo no corriente	10.923.020	10.635.179	2,7%
TOTAL ACTIVOS	13.437.908	13.178.052	2,0%
PASIVO			
Pasivo corriente			
Obligaciones financieras	862.246	1.059.660	-18,6%
Proveedores y cuentas por pagar	861.844	825.435	4,4%
Impuestos, gravámenes y tasas	205.184	172.323	19,1%
Pasivo por beneficios a empleados	129.825	160.628	-19,2%
Provisiones corrientes	2.901	4.415	-34,3%
Otros pasivos	22.619	26.641	-15,1%
Total pasivo corriente	2.084.619	2.249.102	-7,3%
Pasivo no corriente			
Obligaciones financieras	2.309.966	2.034.604	13,5%
Proveedores y cuentas por pagar	159	159	0,0%
Pasivo por beneficios a empleados	226.813	211.533	7,2%
Pasivo por impuesto diferido	636.888	639.810	-0,5%
Otros pasivos	801	-	0,0%
Total pasivo no corriente	3.174.627	2.886.106	10,0%
TOTAL PASIVO	5.259.246	5.135.208	2,4%
PATRIMONIO			
Patrimonio atribuible a las participaciones controladoras	8.143.026	8.008.485	1,7%
Participaciones no controladoras	35.636	34.359	3,7%
TOTAL PATRIMONIO	8.178.662	8.042.844	1,7%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	13.437.908	13.178.052	2,0%

Indicadores

Precio de Cierre	25.100
Precio de Cierre año anterior	22.900
Máximo 52 Semanas	26.260
Mínimo 52 Semanas	18.800
Capitalización Bursatil (\$MM)	11.549.099
Valor Intrínseco	17.775
RPG (1)	20,2
P/VL (1)	1,8
EV / EBITDA (1)	10,1
Utilidad por acción	932
Dividendo por acción-mes	41,5
Rentabilidad por dividendos (2)	1,9%
Rentabilidad por valorización (2)	9,6%
Rentabilidad combinada (2)	11,7%
Variación COLCAP (2)	0,0%
Retorno sobre activos (1)	9,2%
Retorno sobre patrimonio (1)	9,1%
Retorno sobre capital invertido (1)	8,7%
Acciones en Circulación	460.123.458
Número de Accionistas	13.768
Bursatilidad	Alta

VALORES EXPRESADOS EN COP

(1) Grupo de Alimentos / 12 meses proforma

(2) Últimos 12 meses

Composición accionaria



*Información no auditada.



Cárnicos



Nuevo empaque de Practicarne 400 gr.

En mayo pasado, el Negocio Cárnico lanzó un nuevo empaque para su presentación de Practicarne 400 gr. Ahora el producto viene empackado en dos porciones individuales de 200 gr., ofreciendo al consumidor mayor practicidad, facilidad de dosificación y una mejor conservación. Este nuevo empaque, de doble ventana, viene con tecnología abre-fácil e instrucciones sobre tiempos de calentamiento.

Salchicha Súper Perro Zenú y Jamón Pietrán, ahora con nuevos gramajes

El Negocio Cárnico lanzó en Colombia los nuevos gramajes de Salchicha Súper Perro Zenú por 2.880 gr. y Jamón Pietrán por 1.350 gr. Estas nuevas presentaciones buscan incentivar el consumo de las marcas con propuestas de valor acordes a las necesidades de los compradores en los canales de mayoristas y *cash and carry* como Makro, Alkosto, Pricemart y Surtimayorista.



Galletas



A mí me gusta mi Saltín NOEL

Con el objetivo de promover su variedad de sabores (Queso y Mantequilla, Maíz, Integral, Semillas y Cereales, y la Tradicional) y la versatilidad que le permite combinarse con todo, Saltín Noel lanzó su promoción "A mí me gusta mi Saltín Noel", por medio de la cual los consumidores colombianos propusieron múltiples opciones para acompañarlas y combinarlas con el fin de ganar miles de premios de forma inmediata.

Celebra al 100 con NOEL

NOEL premió la fidelidad de sus consumidores con la promoción "Celebra al 100 con NOEL", que rifó 100 premios de un millón de pesos y un premio de 100 millones de pesos entre aquellos consumidores que recolectaron empaques de las marcas de la compañía y le escribieron una carta a Papá Noel Galletero con el significado que tiene para ellos la palabra "compartir". Esta promoción estuvo alineada con el concepto de la campaña de marca en su centenario: "100 años creando momentos para compartir".

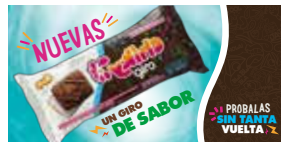


Momentos especiales con Montblanc y Antojos

Temporadas especiales como el Día de la Mujer y el Día de la Madre se han convertido en un momento muy importante para marcas como Antojos y Montblanc de NOEL en Colombia. Bajo el concepto "Mujeres, amores que alegran", estas marcas de la categoría de especialidades innovaron este año con empaques con diseños exclusivos, un detalle ideal para endulzar las fechas especiales.

Nuevas galletas Chiky Giro

Con un nuevo giro de sabor, y buscando mantener interesados a los jóvenes hacia la marca, se lanzaron en Centroamérica las nuevas Chiky Giro de Compañía de Galletas Pozuelo, deliciosas galletas de chocolate con crema de sabor a vainilla, en edición limitada hasta la segunda semana de agosto.



Promo Dux

Buscando conectarse con los jóvenes universitarios colombianos, Dux, la marca que representa la buena actitud, lanzó su Promo Dux, iniciativa que logró conectar el mundo físico con el mundo digital. A través de la inscripción de códigos únicos impresos en las porciones individuales de la marca en el sitio web www.laactituddux.com, los consumidores participaron por un viaje doble a montar el globo en Teotihuacán, México, además de cientos de premios de tecnología y entretenimiento.



Chocolates



Lanzamiento Granuts en Centroamérica

Con éxito se lanzó la marca Granuts en cinco países de Centroamérica, cautivando al consumidor y superando las expectativas en ventas. La nueva categoría de nueces vino acompañada por una propuesta de valor desde el producto, el empaque, la visibilidad en punto de venta y el concepto de marca, así como por una campaña ganadora en medios masivos. Con siete sabores diferentes, Granuts ha reactivado la categoría de nueces en la región.

Nueva imagen Barras de Cereal Tosh

El Negocio Chocolates presentó en Colombia la nueva imagen de sus barras de Cereal Tosh, ahora más apetitosas gracias a su empaque transparente y su contenido superior de 32 gr., que las hacen ideales para su venta individual y para disfrutar en cualquier momento.



Nuevo Jumbo Sticks

Se lanzaron hace algunas semanas en Colombia los nuevos Jumbo Sticks, deliciosas barras de galleta recubiertas con caramelo, maní y delicioso chocolate Jumbo. Una explosión de sabor para compartir y disfrutar a cualquier hora y en cualquier lugar.

Nucita Patitas

Nucita Patitas se lanzó al mercado mexicano en presentación para mayoreo en display de 8 piezas y bolsa de 4 piezas para autoservicios. Igualmente, ingresó a cinco países de Centroamérica con presencia en góndolas y checkouts de autoservicios. Finalmente se iniciaron las primeras exportaciones a Estados Unidos y Uruguay. Con Nucita Patitas, los más pequeños disfrutaron de una forma diferente y divertida la crema trisabor.



Pastas



Nueva imagen y campaña de Pastas Doria

Afianzando su vínculo emocional con el consumidor colombiano, Pastas Doria actualizó su logo, empaque y campaña publicitaria. Su nuevo logo incluye un corazón que representa la conexión con el consumidor, y la confirma como una marca cercana, generosa y familiar. Además, su nuevo y moderno empaque con una ventana más amplia permite una mejor visualización del producto.

La mejor opción para los intolerantes al gluten

Pensado en las necesidades de sus consumidores, Pastas Doria desarrolló Doria Sin Gluten, producto a base de arroz ideal para celíacos y para aquellos que, por alguna reacción adversa al gluten, deben eliminarlo de su dieta. Disponible en Spaghetti y Tornillo de 250 gr.





Helados



Promoción Choco Cono Millonario

Choco Cono de Crem Helado, el cono de mayor venta en Colombia y el favorito de los colombianos, lanzó recientemente la promoción Choco Cono Millonario, iniciativa de alto impacto en ventas y de gran aceptación por parte de los consumidores.

Fruti Uchuva-Maracuyá

Como producto de temporada altamente innovador dentro del mundo de los helados de fruta, fue catalogado por los consumidores colombianos la nueva paleta Fruti de Crem Helado con sabor Uchuva-Maracuyá. Una combinación indulgente y refrescante que gustó mucho gracias a su estupenda naturalidad.



Choco Berry Parfait

Helados POPS presentó al mercado costarricense el Choco Berry Parfait, exquisita copa de helado sabor a mora y chocolate con una capa de jalea de moras y chips de chocolate en el fondo, adornada con crema chantilly que matiza esta innovadora combinación de sabores y texturas.



TMLUC



Nuevas sémola y pastinas de Talliani

Buscando llevar la gastronomía italiana a la cocina de la familia tradicional chilena, fue presentada en el mercado la nueva Sémola Talliani, ideal para repostería y la preparación de pastas y pizzas. Su uso en recetas dulces y saladas cotidianas es muy variado, así como en las diferentes celebraciones con la familia y los amigos. Por otra parte, la marca lanzó su nueva línea de Pastinas al Huevo, en tres variedades: Anellini, Conchigliette y Farfalline. Ideales para preparar exquisitas sopas.

Cous Cous: nuevos lanzamientos de Lucchetti y Talliani

En línea con la tendencia mundial de alimentación fácil y rápida fue lanzado en Chile el cous cous Lucchetti, una propuesta sana y de exquisito sabor, lista en tan solo 5 minutos. Propuesta similar es la del nuevo cous cous Talliani, el cual puede ser también acompañado de vegetales, carnes y productos del mar.



Cocoa Raff, excelente sabor y fácil de disolver

Tresmontes Lucchetti relanzó su tradicional cocoa en polvo Raff, en sus versiones infantil y juvenil, para que niños y adultos disfruten de una exquisita leche fría o caliente. Muy fácil de disolver, Raff tiene un excelente sabor y está disponible en *daypacks* con cierre hermético de 1000 gr., 500 gr. y 200 gr., así como en pote reusable de 300 gr.



Café GOLD potencia la innovación con nuevos lanzamientos

TMLUC introdujo al mercado chileno su Café Gold Premier en sus presentaciones Instantáneo Granulado, Grano Entero y Grano Molido. Un producto de origen colombiano y de calidad superior. La presentación instantánea está disponible en frasco vidrio de 170 gr., 100 gr. y 50 gr.



Alimentos al consumidor

El Gran Reto Hamburguesero El Corral

Con el Gran Reto Hamburguesero El Corral, los amantes de la marca tuvieron la posibilidad de elegir la hamburguesa de su predilección entre tres deliciosas opciones: la Corral Tejana, la Corral Honolulu y la Corral Azteca. Al final, esta última fue la ganadora con 20.674 votos en las redes sociales. Se trata de una novedosa preparación con guacamole, queso fundido, tomate, tortilla de maíz y sour cream que acompañan una deliciosa y jugosa carne 100% de res.



Deliciosas innovaciones de Krispy Kreme

Krispy Kreme presentó sus nuevas doughnuts Bavarian Kreme con relleno de crema europea, y Bocadoillo, con el sabor y textura característicos del bocadillo veleño colombiano. La marca lanzó también su nueva opción de *chiller* de café 100% colombiano. Estas novedades acompañaron la apertura de la segunda tienda en Medellín en el *mall* Zona Dos.



Reapertura de Hamburguesas El Corral de la Avenida Pepe Sierra

El pasado 24 de junio abrió nuevamente sus puertas el restaurante El Corral de la Avenida Pepe Sierra (Av. 116) en Bogotá, uno de los más tradicionales de la cadena en Colombia. Este es el primer local que tiene su imagen totalmente renovada, muestra de un cuidadoso trabajo realizado para traer la marca a la modernidad y reconectarla con sus públicos.



Fútbol y Papa John's, placeres hechos para disfrutar juntos

Durante la pasada Copa América de fútbol, Papa John's acompañó la pasión de todos con los Combos Futboleros, compuestos por una pizza familiar, palitos de pan y Coca-Cola de 1,5 lt. Además, en cada partido en el que la Selección Colombia resultó ganadora, la marca ofreció a sus consumidores un 50% de descuento sobre la segunda pizza Insignia o Favorita en tamaño familiar.



Fundación Nutresa llevó a cabo el XV Congreso Nacional de Educación: “Innovar para enseñar y aprender”



Mario Alberto Niño, vicepresidente de Innovación y Nutrición de Grupo Nutresa, durante su intervención en el Congreso.

El evento, realizado el pasado 25 de mayo en Bogotá en el marco del Programa Educativo Líderes Siglo XXI, reunió directivos, docentes, secretarios de educación y líderes de todo el país para abordar diversos temas alrededor de la innovación en la gestión escolar en el país y de los sistemas de gestión establecidos para asegurar una formación de calidad para miles de estudiantes colombianos.

Durante el encuentro se presentaron experiencias internacionales como la de High Tech High, de Estados Unidos, iniciativa de transformación pedagógica que se enfoca en el reconocimiento de intereses y pasiones como base para el desarrollo de relaciones de colaboración; y el Instituto Fraunhofer, de Alemania, que compartió sus hallazgos sobre cómo lograr entender los factores y entornos que promueven la motivación en el aprendizaje.

En el marco del Congreso se desarrolló también el Primer Encuentro de Secretarios de Educación de Colombia en el que se compartieron los Planes de Desarrollo Municipal

de cada una de las regiones asistentes, para buscar generar sinergias entre el sector público y privado, que den como resultado el logro de los objetivos de desarrollo de capacidades y de mejoramiento en la calidad educativa.

Finalmente, y como cierre del Congreso, se entregó la VII versión del Premio Nutresa a la Calidad de la Gestión Escolar, al Instituto Tecnológico Industrial Antonio José Camacho, de Cali, por el esfuerzo, dedicación y compromiso para hacer de la educación un legado que permita fortalecer los proyectos de vida y construir un mejor futuro entre todos.

Con el apoyo de Fundación Nutresa, se lanzó la Federación Nacional de Productores de Ajonjolí

El pasado 19 de julio, en el corregimiento de Martín Alonso - municipio de Córdoba (Bolívar, Colombia), se llevó a cabo el lanzamiento de la Federación Nacional de Productores de Ajonjolí, que si bien marca el fin del proceso de fortalecimiento socio-empresarial que adelanta la Fundación Nutresa en la zona desde hace años, representa el comienzo de un futuro más prometedor para cerca de 450 cultivadores y sus familias. La Federación comercializará con Grupo Nutresa 33 toneladas de ajonjolí al año a través de un intermediario descortezador.

El evento tuvo como propósito la entrega formal de los resultados alcanzados en los nueve años de acompañamiento que prestó Nutresa en la región, así como la presentación del funcionamiento de la Federación, la cual seguirá contando de cerca con la empresa para efectos de compra y venta de ajonjolí, y como miembro de la mesa técnica del plan de sostenibilidad de la nueva entidad.

Los asistentes fueron testigos de los hitos e historia de la Red de Productores de Ajonjolí, y presenciaron un conversatorio con líderes del territorio y del sector empresarial, así



como el lanzamiento del proyecto de huertas rurales “Germinar” y una muestra gastronómica final.

Además de los agricultores, el evento contó con la presencia de entidades aliadas como Bimbo, PBA, Finagro, ANDI, Argos, Fundación Desarrollo y Paz, Cecodes, USAID, Corpoica, Crecer en Paz y Solidaridad por Colombia.

El Negocio Cárnico y TMLUC, activos en voluntariado

Cerca de 200 colaboradores del **Negocio Cárnico** participaron en diversas actividades de voluntariado en Colombia, que incluyeron, entre otros, el Festival Pedagógico y Recreativo “Tómame tu tiempo y disfruta la vida” en Barranquilla, Bucaramanga, Pereira, Cali, Bogotá y Medellín; la campaña “Dona tu dotación” en Medellín; y la entrega de kits de aseo personal para madres de escasos recursos del barrio Carambolas de la misma ciudad, con motivo de la celebración del Día de la Madre.

Igualmente, alrededor de 400 colaboradores del negocio aportaron más de diez millones de pesos a diferentes programas de apoyo a comunidades, incluyendo un grupo de niños y niñas indígenas de la Comunidad Emberá Katío; cerca de 50 hombres atendidos por la Fundación Hermanos de los Desvalidos, en Antioquia; y afectados por el terremoto en Ecuador.

Por su parte, un grupo de voluntarios de **TMLUC México** compartieron con niños de la Fundación Quinta Carmelita IAP, en Ciudad de México, hogar temporal que recibe a niños y niñas de entre 0 y 7 años de edad en situación de abandono,



maltrato físico o emocional. Allí se les proporciona alimentación, vestido, atención médica, educación, ayuda psicológica y asistencia legal hasta su liberación jurídica con el objetivo de ser integrados a una familia a través de la adopción.