

Boletín Accionistas

Primer trimestre de 2018



En el primer trimestre del año, Grupo Nutresa crece el **3,1% en ventas** y su margen *ebitda* es del **13%**

Grupo Nutresa S.A. (BVC: NUTRESA) da a conocer sus resultados financieros consolidados al 31 de marzo de 2018.

Al cierre del primer trimestre de 2018, las ventas de Grupo Nutresa presentan una dinámica positiva tanto en Colombia como en el exterior. A nivel consolidado, ascienden a COP 2,1 billones, con un incremento del 3,1% frente a las de igual periodo del año anterior.

Las ventas en Colombia tuvieron un desempeño positivo, en línea con una mejor dinámica de consumo, y ascienden a COP 1,3 billones, representando el 64% del total de las ventas del Grupo y con un crecimiento del 2,4% frente al mismo período del 2017.

De igual manera, se destaca el crecimiento del 6,6% en los ingresos del exterior, los cuales ascienden a USD 265,2 millones y representan el 36% del total.

La utilidad bruta consolidada asciende a COP 935.630 millones, un 5,0% más con respecto a la del mismo periodo de 2017, debido a la buena gestión en el abastecimiento de nuestras principales materias primas.

La utilidad operacional, por COP 201.982 millones, representa un margen operativo del 9,6% y es favorecido por una reducción en los gastos de administración y la adecuada gestión de los gastos de producción durante el período.

En cuanto a la rentabilidad, se alcanza un *ebitda* de COP 273.276 millones, un 3,3% superior al del mismo periodo del año anterior, con un margen sobre las ventas de 13,0%. Este resultado es el reflejo de una gestión orientada a la productividad y eficiencia en gastos, así como de la inversión en el mercado.

Los gastos post-operativos netos, por COP 41.377 millones, representan el 2,0% de las ventas del Grupo y reflejan el resultado de una significativa reducción en el gasto financiero.

Finalmente, la utilidad neta consolidada es de COP 120.867 millones, un 13,1% inferior a la del año an-



Las **ventas consolidadas** de Grupo Nutresa presentan un buen desempeño y se ubican en **COP 2,1 billones, un 3,1% superior frente al mismo** periodo de 2017.

terior, reducción que se explica principalmente por la no contabilización de una parte de los dividendos del portafolio de inversiones durante el período por un valor de COP 26.176 millones que serán registrados en el segundo trimestre de este año. Eliminando este efecto, la utilidad neta del Grupo reportaría un crecimiento del 5,7%, superior al incremento de las ventas consolidadas.

Resultados Estados Financieros Separados de Grupo Nutresa S.A.

En los Estados Financieros Separados de Grupo Nutresa S.A. se reportan ingresos operacionales durante el primer trimestre de 2018 por COP 124.809 millones, los cuales provienen de la aplicación del método de participación patrimonial sobre las compañías subsidiarias y asociadas, por COP 93.599 millones, y del reconocimiento de dividendos del portafolio de inversiones por COP 31.210 millones. La utilidad neta se ubica en COP 124.958 millones y el patrimonio asciende a COP 8,3 billones.

pág. **2**
Noticias

pág. **4**
Información financiera

pág. **6**
Novedades

pág. **8**
Sostenibilidad

Las **ventas en Colombia** alcanzaron los **COP 1,3 billones, un 2,4% superior frente a las de 2017.**

Las **ventas en el exterior**, por **USD 265,2 millones**, reflejan un crecimiento del **6,6%** frente al mismo periodo del año anterior.

En materia de **rentabilidad** se reporta un *ebitda* de **COP 273.276 millones**, que representa un **13% de las ventas.**

Se llevó a cabo con éxito la Asamblea de Accionistas 2018



Grupo Nutresa S.A. llevó a cabo su Asamblea de Accionistas el pasado 20 de marzo ante más de 1.250 accionistas mayoritarios y minoritarios e invitados especiales, quienes fueron recibidos por la junta directiva y ejecutivos de la organización. La reunión se efectuó en el Centro de Convenciones Plaza Mayor de Medellín.

Además de los estados financieros correspondientes al año 2017, la Asamblea aprobó el proyecto de distribución de utilidades que propone un dividendo mensual por acción de COP47,20 para el período comprendido entre abril de 2018 y marzo de 2019. Esta propuesta representa un incremento del 6,1% frente al dividendo vigente de COP44,50.

Para descargar el informe, visite <http://informe2017.gruponutresa.com/>

Todos los accionistas recibieron copia impresa del Informe Integrado 2017, preparado de conformidad con el estándar GRI, opción exhaustiva, incorporando los principios y elementos del marco del Consejo Internacional de Reporte Integrado, que abarca 21 tópicos relevantes de todos los países en los cuales Grupo Nutresa tiene operaciones significativas.

Grupo Nutresa vende su negocio de envase decorativo en hojalata al grupo centroamericano Grupo Comeca

Grupo Comeca

Logypack

fabricación de envase continuará sus operaciones en el mismo lugar bajo la razón social Premium Cans S.A.S.

Grupo Nutresa conservará la unidad de negocio de servicios de empaque de producto terminado y amarres promocionales, y continuará bajo el mismo esquema de operación, con los mismos colaboradores, y bajo el nuevo nombre Servicios Logypack S.A.S.

Grupo Nutresa vendió los activos productivos de envase decorativo en hojalata de la empresa Litoempaques, a la multilatina costarricense Grupo Comeca, líder en la industria de elaboración de empaques en Latinoamérica. Con esta negociación, Grupo Nutresa seguirá enfocándose en la producción y comercialización de alimentos, tanto que Grupo Comeca ingresará al segmento de envases decorativos en Colombia. La planta de

Novaventa, primera compañía en el mundo en comercializar productos fríos por catálogo

novaventa



Novaventa inició la comercialización de productos cárnicos de las marcas Zenú, Pietrán, Ranchera -así como de su nuestro aliado Alpina- en la ciudad de Bogotá y 23 municipios de Cundinamarca.

Con la llegada de este portafolio, la compañía potencia la oferta de productos a mamás empresarias y consumidores de la capital a través de un proyecto para desarrollar la capacidad logística instalada para la operación, manipulación y distribución de fríos.



Grupo Nutresa ingresó al listado de Empresas Activas Anticorrupción - EAA



En febrero, Grupo Nutresa fue reconocida por contar con altos estándares en materia de lucha contra la corrupción, según criterio del Comité Gestor de “Empresas Activas Anticorrupción (EAA) - Negocios con Principios”, iniciativa liderada por la Secretaría de Transparencia de la Presidencia de la República de Colombia, que busca seguir elevando la capacidad del sector privado para identificar y prevenir actos de corrupción.

Grupo Nutresa logró así ingresar a un grupo de 24 empresas EAA seleccionadas a lo largo de las tres ediciones del programa -lanzada en 2014- luego de superar una exigente evaluación técnica bajo unos criterios de evaluación que incluyeron, entre otros, la aplicación de su programa anticorrupción en terceras partes; el control interno y los registros contables; y los procedimientos de prevención en áreas de riesgo como contribuciones políticas, patrocinios, regalos, gastos de representación y conflictos de interés.

El Comité Gestor de EAA valoró así mismo los resultados de la estrategia “Actúo Íntegramente”, que promueve al interior de la organización principios de ética, transparencia e integridad que impacten positivamente a colaboradores, clientes, consumidores, proveedores y comunidad.

TMLUC inicia tercer ciclo de la Escuela de Servicio para Operadores Comerciales



Implementado a partir de 2016 en alianza con **Universidad Santo Tomás, de Chile**, este programa busca aumentar el valor percibido del servicio entregado a los clientes de pequeñas superficies y potenciar el desarrollo de este canal, a través de la transformación de los vendedores en asesores comerciales y aliados en la buena gestión del negocio de los tenderos.

Los Operadores Comerciales son pequeñas empresas aliadas que prestan a Tresmontes Lucchetti el servicio de venta de sus productos alimenticios y tienen llegada directa a miles de tiendas y autoservicios a nivel nacional.

Desde 2016 han sido formados 37 vendedores, quienes atienden un promedio de 9.960 clientes en el año en Chile. Para 2018 se espera la participación de 30 vendedores más.



El Negocio Café avanza en su gestión del agua

La nueva normatividad colombiana sobre vertimientos de aguas (Resolución 631 de 2015), impulsó al Negocio de Café a iniciar la construcción de dos plantas de tratamiento de aguas residuales –PTAR– en sus sedes de Medellín e Ibagué, las cuales involucran dos procesos de tratamiento: uno físico-químico, en el que se remueve la materia orgánica visible del agua; y otro biológico, para remover las sustancias solubles a través de microorganismos.

La planta de tratamiento de Ibagué entra en operación en el primer semestre de 2018, mientras que la de Medellín lo hará en el segundo semestre de 2018.

Reconocimientos



Reconocimientos EFR para empresas de Grupo Nutresa

La Fundación Más Familia entregó en marzo pasado la certificación como Empresa Familiarmente Responsable (efr) a los Negocios Café, Cárnicos y Pastas por su compromiso con los diferentes programas de promoción del equilibrio laboral, personal y familiar de sus colaboradores y llega como resultado de la auditoría realizada en diciembre de 2017 en cada uno de ellos.



TMLUC recibe premio de Pacto Global de Naciones Unidas

Dentro de la presentación de resultados del estudio que mide el nivel de integración de los Principios de Pacto Global (ONU) en la gestión de las empresas en Chile (Estudio SIPP), Tresmontes Lucchetti fue galardonado como ganador de la categoría “Derechos Humanos”. Este estudio, desarrollado entre Pacto Global y la Universidad Andrés Bello, contempló los lineamientos propuestos por los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (ODS).



El Negocio de Pastas se certifica en BASC

Luego de un proceso de auditoría finalizado en marzo del presente año en sus plantas de Mosquera y Barranquilla,, el Negocio Pastas se certificó en la norma BASC (Business Alliance for Secure Commerce) versión 4 edición 2012, lo que ratifica su compromiso con los procesos de control y seguridad en la cadena de suministro internacional, y consolida su estrategia de expansión.



CNCH, una empresa querida por sus colaboradores

El Centro de Investigación en Comportamiento Organizacional “CINCEL” reconoció a Compañía Nacional de Chocolates como la “Empresa más querida por sus colaboradores”, entre 103 empresas que realizaron sus estudios de Clima Organizacional y Compromiso entre enero de 2016 y diciembre de 2017. Por su parte, CNCH Costa Rica recibió la distinción como la “Empresa internacional con el mejor resultado en la calidad de su clima organizacional”. Estas distinciones reflejan los valores y el compromiso de los colaboradores por contribuir con pasión al cumplimiento de los logros de la Organización.



Pozuelo fue reconocida por Walmart como Proveedor de Excelencia

En el marco de la Junta de Inicio de Año (JIA) de Walmart realizada en el mes de febrero en Costa Rica, Compañía de Galletas Pozuelo fue reconocida como Proveedor de Excelencia, gracias a su desempeño sólido y sostenido en el desarrollo de categorías durante todo 2017. La Compañía también recibió el premio en la categoría de Abarrotes, por crear productos innovadores en beneficio de los clientes.



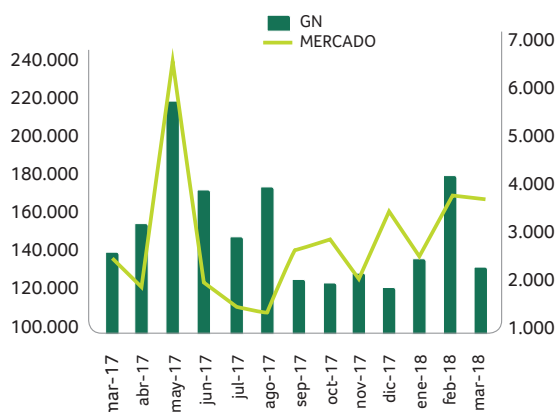
Estado de Resultados Consolidados*

A 31 de marzo de 2018. Valores expresados en millones de pesos colombianos

Millones de pesos	2018 1 trimestre	% ingresos	2017 1 trimestre	% ingresos	% VAR
OPERACIONES CONTINUADAS					
Ingresos operacionales	2.104.345		2.041.823		3,1%
Costos de ventas	(1.168.715)	-55,5%	(1.150.561)	-56,3%	1,6%
Utilidad bruta	935.630	44,5%	891.262	43,7%	5,0%
Gastos de administración	(99.417)	-4,7%	(100.251)	-4,9%	-0,8%
Gastos de venta	(607.913)	-28,9%	(563.544)	-27,6%	7,9%
Gastos de producción	(33.212)	-1,6%	(32.942)	-1,6%	0,8%
Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos	1.952	0,1%	2.176	0,1%	-10,3%
Otros ingresos (egresos) netos operacionales	4.942	0,2%	7.084	0,3%	-30,2%
Utilidad operativa	201.982	9,6%	203.785	10,0%	-0,9%
Ingresos financieros	3.241	0,2%	2.452	0,1%	32,2%
Gastos financieros	(71.961)	-3,4%	(82.389)	-4,0%	-12,7%
Dividendos	32.336	1,5%	54.235	2,7%	-40,4%
Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos	(2.666)	-0,1%	(3.118)	-0,2%	-14,5%
Participación en asociadas y negocios conjuntos	(2.327)	-0,1%	(1.600)	-0,1%	45,4%
Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante	160.605	7,6%	173.365	8,5%	-7,4%
Impuesto sobre la renta corriente	(44.069)	-2,1%	(40.723)	-2,0%	8,2%
Impuesto sobre la renta diferido	5.479	0,3%	8.078	0,4%	-32,2%
Utilidad del ejercicio de operaciones continuadas	122.015	5,8%	140.720	6,9%	-13,3%
Operaciones discontinuadas, después de impuestos	(226)	0,0%	(892)	0,0%	-74,7%
Utilidad neta del ejercicio	121.789	5,8%	139.828	6,8%	-12,9%
Participaciones no controladoras	922	0,0%	678	0,0%	36,0%
Utilidad atribuible a las participaciones controladoras	120.867	5,7%	139.150	6,8%	-13,1%
Ebitda	273.276	13,0%	264.549	13,0%	3,3%

*Información no auditada.

Volumen de negociación diario



Comportamiento de la acción

Base 100: MARZO 31 DE 2017



Estado de Situación Financiera*

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

Millones de pesos	MAR-18	DIC-17	% VAR
ACTIVO			
Activo corriente			
Efectivo y equivalentes de efectivo	301.229	435.643	-30,9%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	971.734	957.568	1,5%
Inventarios	993.585	982.816	1,1%
Activos biológicos	79.715	81.518	-2,2%
Otros activos corrientes	244.400	221.475	10,4%
Activos no corrientes mantenidos para la venta	6.385	6.557	-2,6%
Total activo corriente	2.597.048	2.685.577	-3,3%
Activo no corriente			
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	25.388	26.509	-4,2%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	176.658	180.451	-2,1%
Otros activos financieros no corrientes	3.718.895	4.133.963	-10,0%
Propiedades, planta y equipo, neto	3.288.035	3.395.671	-3,2%
Propiedades de inversión	77.337	72.306	7,0%
Plusvalía	2.058.314	2.118.226	-2,8%
Otros activos intangibles	1.149.138	1.181.350	-2,7%
Activo por impuesto diferido	403.858	415.072	-2,7%
Otros activos no corrientes	73.714	100.352	-26,5%
Total activo no corriente	10.971.337	11.623.900	-5,6%
TOTAL ACTIVOS	13.568.385	14.309.477	-5,2%
PASIVO			
Pasivo corriente			
Obligaciones financieras	718.979	557.133	29,0%
Proveedores y cuentas por pagar	995.912	993.241	0,3%
Impuestos, gravámenes y tasas	173.161	207.776	-16,7%
Pasivo por beneficios a empleados	150.309	172.730	-13,0%
Provisiones corrientes	4.186	9.820	-57,4%
Otros pasivos	23.398	14.261	64,1%
Total pasivo corriente	2.065.945	1.954.961	5,7%
Pasivos no corriente			
Obligaciones financieras	2.362.473	2.474.077	-4,5%
Proveedores y cuentas por pagar	158	158	0,0%
Pasivo por beneficios a empleados	225.014	226.574	-0,7%
Pasivo por impuesto diferido	694.042	702.967	-1,3%
Otros pasivos	544	559	-2,7%
Total pasivo no corriente	3.282.231	3.404.335	-3,6%
TOTAL PASIVO	5.348.176	5.359.296	-0,2%
PATRIMONIO			
Patrimonio atribuible a las participaciones controladoras	8.180.319	8.907.656	-8,2%
Participaciones no controladoras	39.890	42.525	-6,2%
TOTAL PATRIMONIO	8.220.209	8.950.181	-8,2%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	13.568.385	14.309.477	-5,2%

Indicadores

Precio de Cierre	25.980
Precio de Cierre año anterior	24.380
Máximo 52 Semanas	28.000
Mínimo 52 Semanas	24.120
Capitalización Bursatil (\$MM)	11.954.007
Valor Intrínseco ⁽¹⁾	17.865
RPG ⁽²⁾	21,8
P/VL ⁽²⁾	1,9
EV / EBITDA ⁽²⁾	10,3
Utilidad por acción ⁽³⁾	874
Dividendo por acción-mes	47,2
Rentabilidad por dividendos ⁽³⁾	2,2%
Rentabilidad por valorización ⁽³⁾	6,6%
Rentabilidad combinada ⁽³⁾	8,7%
Variación COLCAP ⁽³⁾	6,6%
Retorno sobre patrimonio ⁽²⁾	8,8%
Retorno sobre capital invertido ⁽²⁾	8,4%
Acciones en Circulación	460.123.458
Número de Accionistas	11.669
Bursatilidad	Alta

VALORES EXPRESADOS EN COP

- (1) Calculado sobre el patrimonio consolidado de Grupo Nutresa
 (2) Grupo de Alimentos / 12 meses proforma
 (3) Últimos 12 meses

Composición accionaria



*Información no auditada.



Cárnicos

Nuevas Albóndigas en Salsa Zenú

Zenú lanzó en Colombia sus nuevas “Albóndigas en Salsa”, elaboradas con carne de cerdo y una deliciosa salsa con sabor casero. Ideales para personas que buscan una propuesta práctica y deliciosa para almorzar dentro y fuera de casa. Este es el primer lanzamiento de un producto multicategoría en el Negocio Cárnico, pues están disponibles en bandeja refrigerada y enlatadas



Berard Pavo estrena imagen

Dirigida al consumidor panameño que valora el equilibrio perfecto entre bienestar y placer, Berard Pavo lanzó en marzo la campaña con su nueva imagen y con unas declaraciones nutricionales que la diferencian dentro de su categoría, siendo la única marca local con un portafolio completo de pavo, sin gluten, fuente de proteína y 97% libre de grasa.



Propósitos Pietrán

Pietrán, como marca que cuida la salud de sus consumidores con productos bajos en grasa y reducidos en sodio, lanzó por décimo año consecutivo en Colombia la actividad “Propósitos Pietrán”, apalancándose en la búsqueda constante de las personas por comenzar el año con un estilo de vida saludable y cumplir sus propósitos. La actividad busca apoyar el crecimiento de la marca, reforzar el consumo en el segmento de jamones y continuar posicionándose como una opción saludable.

Los chorizos preferidos para la BBQ perfecta

En febrero, época de carnavales y verano en Panamá, Berard lanzó su innovación Mix de Chorizos como edición limitada. Este producto llega al mercado pensando en darle al consumidor la opción de llevar en un solo paquete las tres referencias de chorizo más populares para acompañar sus asados.



Galletas



Campaña “Regreso Al Colegio” de Festival

Aprovechando el regreso a clases, Festival presentó en sus canales tradicional, Novaventa y cadenas, su promoción “Regreso Al Colegio” con la licencia de Plaza Sésamo, que incluía una cartuchera en un *prepack* con multiempaques de galletas Festival en Colombia, Ecuador, Bolivia, Puerto Rico, Panamá y el Caribe.

Nuevas Festival Recreo 3D

Con el objetivo de fortalecer su participación en el segmento de las galletas “negritas” y de dinamizar la categoría, Festival lanzó al mercado colombiano la edición limitada Festival Recreo 3D, una galleta triple rellena con crema de dos sabores, vainilla y chocolate. Una nueva propuesta para que los consumidores disfruten de nuevas experiencias.



Nuevas Chiky Choco Menta

Buscando conectarse con sus consumidores adolescentes en Costa Rica, Honduras, El Salvador, Guatemala y Nicaragua, Chiky lanzó las nuevas galletas Chiky Choco Menta, combinación de galleta de chocolate con cobertura de menta. La referencia nace de un ejercicio de co-creación con sus consumidores que incluyó su sabor y empaque, así como su concepto de comunicación.



Chocolates



Nueva Chocotera Corona—Haceb

Corona y Haceb lanzaron la Chocotera, la nueva forma de preparar el chocolate “perfecto”. Cuando el chocolate está a la temperatura adecuada para tomarse, la Chocotera se detiene para ofrecer un chocolate delicioso y espumoso. La nueva Chocotera es una Innovación que le permitirá a la marca Corona adaptarse a los nuevos ritmos de vida de sus consumidores y cautivar a los más jóvenes.

Nuevo Corona Delicatto

Pensando en aquellos que prefieren sabores más suaves, llega el nuevo Corona Delicatto, un chocolate con el balance ideal de cacao y dulce. Corona Delicatto es delicioso y espumoso como el chocolate Corona tradicional, pero con un sabor más suave y menos dulce.



Jet Retro ¡Cada una es un placer!

Jet relanzó por tiempo limitado las deliciosas referencias que fueron un éxito en los años ochenta y que muchos de los consumidores colombianos llevan en su corazón, junto con la famosa canción y sus protagonistas: Delijet: con nougat y caramelo; Combijet: combinación de pasas, maní y arroz; TrikiJet: caramelo con maní y arroz; y CocoJet: nougat con trocitos de coco.



Nueva edición limitada Jumbo Suprema

Para Jumbo, la innovación ha jugado un rol muy importante como forma de conectarse con los jóvenes colombianos que buscan nuevas experiencias. Por esta razón la marca trajo para este primer semestre la nueva edición limitada Jumbo Suprema, combinación de chocolate, maní, trozos de macadamia crocante, almendra y marañón.



Nueva barra de caramelo La Especial

La nueva barra de caramelo La Especial es una combinación de maní salado y caramelo crocante en diferentes presentaciones, y que ofrece una deliciosa experiencia para disfrutar en cualquier momento del día. Disponible en Colombia a través de autoservicios, cadenas y Novaventa.



Pastas



Conchas Doria Sabor Marinero

Con el fin de dinamizar la categoría de pastas en Colombia a través de la innovación, Doria desarrolló la referencia “Conchas Doria Sabor Marinero”, ideal para sorprender en la cotidianidad. Inspiradas en el sabor de la Cazuela de Mariscos, son perfectas para preparar sopas y ensaladas con un toque diferente.



Cafés



Nueva era Matiz

La nueva estrategia de café Matiz busca posicionar a la marca como un jugador relevante en el segmento de café premium, el cual se dinamiza a mayor ritmo versus el segmento regular. Inspirada en el arte y ciencia del café para deleitar a los que aman lo verdaderamente bueno, llega la nueva era de café Matiz con una imagen renovada que refleja su esencia: la combinación perfecta de ciencia y arte, pasión y conocimiento.

Bastilla Reserva

El segmento de café molido premium en Colombia está creciendo a ritmos acelerados. Para capitalizar ese crecimiento, Café La Bastilla lanzó una nueva variedad, Bastilla Reserva, un café 100% excelso y origen Antioquia que llega al mercado para atraer a la marca consumidores sensibles a la calidad y así lograr valorizar el precio por bebida.



Sello Rojo Selecto

Con el fin dinamizar la marca, valorizar el precio por bebida y participar del segmento Premium masivo en Colombia, Sello Rojo, marca líder del segmento de café tostado y molido, lanzó al mercado Café Sello Rojo Selecto, un producto superior basado en la selección de los mejores granos y el punto exacto de tostión y molienda. Un balance armonioso entre acidez y cuerpo, un aroma intenso con notas dulces y un sabor prolongado y agradable.



Helados

Platillo Cookies And Cream

Desde febrero de este año está disponible en el mercado colombiano Platillo Cookies and Creme, combinación perfecta entre de un cremoso helado de cookies & cream y lo crujiente de las galletas de chocolate.



Nuevo Bocatto
Explosión de Arequipe

Para sorprender a sus consumidores colombianos con una explosión de sabores que empieza bien y termina bien, Bocatto llegó con una gran noticia en enero: Bocatto Explosión de Arequipe. Delicioso helado de vainilla con galleta, helado de arequipe, salsa de arequipe y un trozo de brownie. Todo en un cono de crocante galleta de chocolate y punta de chocolate.

Nuevo Aloha Mix Narancherry

Aloha llega al mercado colombiano con un mix inesperado: lo ácido de la naranja, lo dulce de la cereza y un increíble centro de leche condensada que va de principio a fin. Disponible desde el mes de marzo.



TMLUC



TMLUC ingresa al mercado chileno de chocolates con Muibon

Tresmontes Lucchetti ingresó al mercado de los chocolates en Chile con la marca Muibon y un portafolio de productos de alta calidad. Estos nuevos chocolates ya están disponibles en distintos formatos y variedades: chocolate de leche, maní, nougat, cookies & cream y grajeados. Opciones ideales para todos los gustos.

Livean. Suave dulzor y color natural

TMLUC lanzó en México Livean, una nueva marca en la categoría de bebidas instantáneas frías bajo un concepto innovador y dirigida a consumidores con un estilo de vida moderno. Livean es una bebida ligera, de colores claros y traslúcidos, con suave sabor y dulzor, y endulzada con Stevia. En presentación de 1 litro para expandir los momentos de consumo y valorizar a la categoría con un precio por litro premium.



Zuko sigue refrescando paladares centroamericanos y caribeños

La línea de limonadas Zuko se refuerza en Centroamérica con dos nuevos sabores: Limonada Clásica y Limonada Té. De este modo la marca continúa ofreciendo experiencias diferenciadoras de consumo a través de bebidas de sabores ligeros y cuerpo liviano. Por su parte, la marca presentó en República Dominicana cuatro nuevos sabores: toronja, naranja-fresa, durazno y melón.



Alimentos al consumidor



El Corral celebró 35 años de Cultura Hamburguesera

Para celebrar sus 35 años, El Corral ofreció su Legendaria Todoterreno a precio de celebración y su anuncio publicitario se convirtió en uno de los videos más vistos en Colombia en febrero, según el Leaderboard que la plataforma Youtube comparte mensualmente.



Nuevas opciones en El Corral Gourmet

Con el ánimo de sorprender a sus consumidores en Colombia y estar en la tendencia del mercado, El Corral Gourmet lanzó como apuesta de innovación sus "Nuevas Opciones", una alternativa ideal para reemplazar la proteína animal por proteína vegetal que incorpora al menú ingredientes como la quinoa, champiñones portobello, garbanzos y kale.

Avances en Sostenibilidad que construyen Un Futuro Entre Todos



Grupo Nutresa afronta cada día la oportunidad de mejorar la calidad de vida de millones de consumidores, de construir capacidades para el autodesarrollo de las comunidades con las que interactúa y de generar un cambio positivo en el medioambiente a través de la gestión responsable de la Compañía.

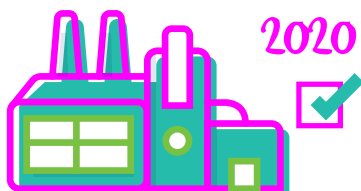


Compromisos con la calidad del aire

Grupo Nutresa está comprometido con la reducción del impacto ambiental de sus operaciones y productos, por eso, buscando aportar a la disminución de los índices de contaminación en los lugares donde opera, firmó el **Pacto por la Calidad del Aire** de la ciudad de Medellín, lugar desde donde desarrolla procesos logísticos, productivos y comerciales.

Acciones que se implementarán

Frente industrial

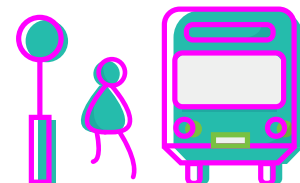


Alcanzar al 2020 la meta de usar un **100% de energías más limpias**.



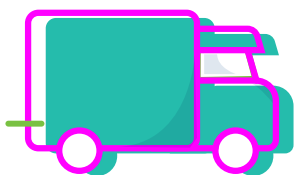
Continuar con la implementación de programas de **eco-eficiencia**, iniciativas de producción más limpia e inversiones en nuevas tecnologías.

Frente movilidad de colaboradores



Contar con **planes de movilidad sostenible**, tele-trabajo, rutas compartidas y rutas empresariales.

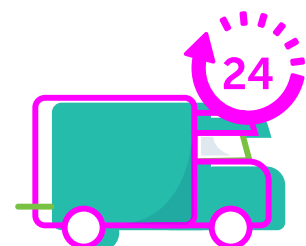
Frente logística



Tener una flota de vehículos moderna con **menos de 10 años de antigüedad** explorando alternativas de transporte más limpio como vehículos a gas natural, híbridos y eléctricos.



Formar a los empleados en **eco-conducción**.



Optimizar las rutas y la **flexibilización de los horarios** de distribución de terceros, para promover la reducción de su impacto ambiental.



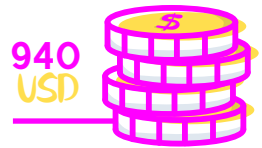
Reducción de pérdida y desperdicio de alimentos



De alimentos se pierden o desperdician cada año en el mundo. Lo que equivale a **1/3 de la producción total**.



Algunos gobiernos han **establecido límites a la cantidad de desechos** que llegan a rellenos sanitarios y normas que prohíben el desperdicio de alimentos.



Esta problemática cuesta a la economía mundial **USD 940 billones cada año** y es causante del **8%** de las emisiones de gases de efecto invernadero.

Conscientes de esta realidad, Grupo Nutresa ha logrado al interior de sus Negocios

Definir una **política**



Involucra las actividades de abastecimiento, procesamiento y comercialización, para reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos y aportar a la disminución del hambre en las zonas donde opera, manteniendo estándares de calidad y garantizando la inocuidad de los alimentos.

Busca reducir la generación de residuos y aumentar su aprovechamiento con el fin de disminuir costos de operación y mitigar el impacto ambiental de las operaciones directas, la cadena de valor y la extensión del ciclo de vida de los materiales.

Aporta al cumplimiento de las metas de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible.**



Aportando al desarrollo y formación de los Proveedores



Grupo Nutresa, aporta a la gestión y el desarrollo integral de los proveedores, para contribuir con su **productividad y sostenibilidad**.



Por eso hizo parte de la iniciativa Redes-CAR, Red de Empresas Sostenibles, a través de la cual, en alianza con la Universidad de los Andes, logró desarrollar capacidades en **10 representantes de 6 Proveedores del Grupo**, en: Producción más Limpia (PML) a través de la metodología aprender-haciendo.



Reafirmando el compromiso con el recurso hídrico- Día Mundial del Agua

Grupo Nutresa, tiene como objetivo **reducir el impacto directo e indirecto sobre el recurso hídrico a lo largo de la cadena de valor** y mitigar los riesgos asociados a situaciones de escasez o deterioro de la calidad del recurso como insumo para las operaciones de la Compañía y sus comunidades de influencia.

Contribuciones con el recurso hídrico



1 La Compañía está comprometida con la custodia del recurso hídrico, por eso se adhirió desde 2013 al **CEO Water Mandate**.

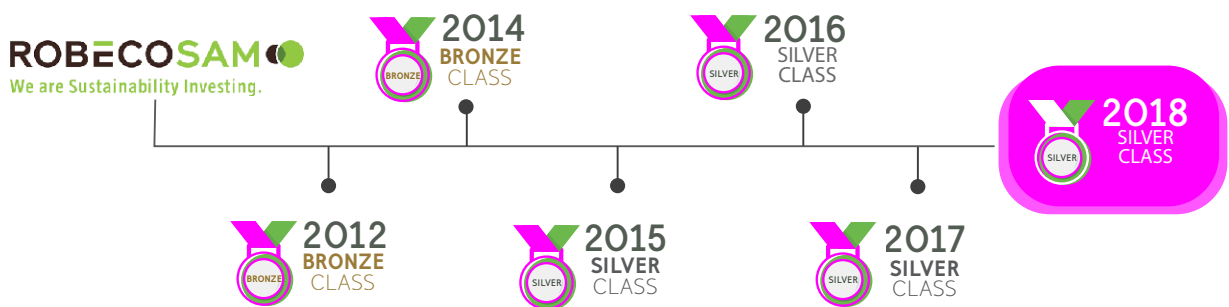
2 Participa en **Colombia en la Misión de Crecimiento Verde** para incrementar la productividad del país en el marco de una economía baja en carbono.

3 Es fundador del **Fondo de Agua Cuenca Verde**, buscando la protección, restauración y fortalecimiento de la cultura del agua, en las cuencas que abastecen a la ciudad de Medellín.



Grupo Nutresa, categoría plata en el anuario de sostenibilidad 2018

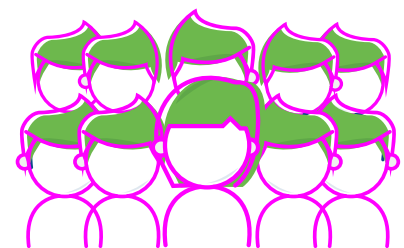
Por cuarto año consecutivo. La Compañía obtuvo la distinción Categoría Plata (Silver Class), en el Anuario de Sostenibilidad de RobecoSAM agencia de evaluación de sostenibilidad que realiza las valoraciones del Dow Jones Sustainability Index, uno de los principales índices mundiales en este campo.



Grupo Nutresa es reconocida como la segunda empresa más sostenible en el **Sector de Alimentos** del mundo.



Recibió el **mayor puntaje en siete de los 26 criterios evaluados**: Salud y Nutrición, Materialidad, Gestión de Riesgos y crisis, Estrategia de Impuestos, Reporte Ambiental, Empaques y Derechos Humanos.



Líder de la industria en Desempeño Social, y se destaca el mejoramiento en medición y evaluación de su impacto, así como por su estrategia de impuestos