

## En el primer semestre del año, las ventas de Grupo Nutresa crecen el 7,4%, con un margen ebitda del 13,9%

Grupo Nutresa S.A. (BVC: NUTRESA) da a conocer sus resultados financieros consolidados al 30 de junio de 2019 siguiendo el nuevo estándar de contabilización para arriendos en los estados financieros, NIIF16<sup>1</sup>.

**A**l cierre del periodo, las ventas consolidadas de Grupo Nutresa ascienden a COP 4,6 billones, con un incremento del 7,4% frente a las reportadas en igual periodo del año anterior.

Los ingresos en Colombia continúan con un desempeño positivo, reportando una cifra de COP 2,9 billones que representan el 62,7% del total de los ingresos y que crecen un 5,2% frente a las del mismo periodo del año anterior. Este resultado es producto de aumentos en volúmenes del 4,2% y en precios del 0,9%.

Las ventas internacionales, por COP 1,7 billones, representan un 37,3% de las ventas totales y son un 11,2% superiores a las del primer semestre de 2018. Estas ventas, expresadas en dólares, son de USD 544 millones, con una disminución del 0,6% que se explica por la devaluación monetaria en algunos de los países de la región estratégica de Grupo Nutresa.

La utilidad bruta asciende a COP 2,1 billones y reporta un crecimiento del 7,0% comparado con el primer semestre del año anterior. El margen bruto disminuye un 0,2% con respecto a las ventas del mismo periodo del 2018 por el incremento en el costo de algunas materias primas y la tasa de cambio asociada a varias de estas.

Como resultado de una gestión enfocada en la administración del gasto que busca eficiencia y productividad, los gastos operacionales crecen un 4,5%, a niveles inferiores a las ventas. En consecuencia, la utilidad operacional, por COP 465.324 millones, reporta un crecimiento del 16,2% frente al mismo periodo de 2018.

En materia de rentabilidad, se reporta un margen ebitda del 13,9% sobre las ventas, el cual asciende a COP 647.994



millones, y crece el 20% sobre el reportado a igual fecha del año anterior. Cabe anotar que, eliminando el efecto de la nueva norma contable NIIF16 mencionada anteriormente, la utilidad operativa crecería el 11,8% y el ebitda el 6,3%, con un margen del 12.3%.

Los gastos post-operativos netos por COP 80.495 millones incluyen la contabilización del gasto asociado a los arrendamientos, así como la reducción del gasto financiero por menores tasas y un menor endeudamiento del Grupo. Finalmente, se reporta una utilidad neta consolidada de COP 280.920 millones, un 14,6% superior a la del año anterior.

### 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 semestre de 2019 por COP 285.584 millones, los cuales provienen de la aplicación del método de participación patrimonial sobre las compañías subsidiarias y asociadas por COP 224.091 millones, y del reconocimiento de dividendos del portafolio de inversiones por COP 61.493 millones. La utilidad neta se ubica en COP 284.673 millones y el patrimonio asciende a COP 8.6 billones.

pág. **2**  
**Noticias**

pág. **5**  
**Información financiera**

pág. **7**  
**Novedades**

pág. **10**  
**Sostenibilidad**

<sup>1</sup> Los cambios resultantes de la nueva norma podrán ser consultados en detalle en la sección de resultados trimestrales de la página web de Grupo Nutresa [www.gruponutresa.com](http://www.gruponutresa.com).

Las **ventas totales**, al cierre del primer semestre del año, ascienden a **COP 4,6 billones**, un 7,4% más que las reportadas en el mismo periodo del año anterior.

Las **ventas en Colombia**, por **COP 2,9 billones**, continúan con una tendencia creciente y aumentaron 5,2% sobre las del mismo periodo de 2018.

Las **ventas internacionales**, por **COP 1,7 billones**, representan un 37,3% de las ventas totales y son un **11,2%** superiores a las del primer semestre de 2018. En USD, y asociadas a la devaluación de las distintas monedas de la región, presentan un decrecimiento de 0,6%.

El **ebitda consolidado** asciende a **COP 647.994** millones, con un margen de 13,9% sobre las ventas.

# Fitch Ratings

## Fitch afirma calificación de bonos ordinarios de Grupo Nutresa en 'AAA(col)'

Una vez más, **Fitch Ratings afirmó la calificación de los Bonos Ordinarios del Fideicomiso Grupo Nacional de Chocolates S.A.** (Grupo Nutresa) por COP 500.000 millones en 'AAA(col)'. La Perspectiva es Estable.

Según Fitch Ratings, la decisión de afirmar la calificación refleja la sólida posición competitiva de la compañía en sus mercados relevantes, su diversificación geográfica y su perfil crediticio sólido.

Las Calificaciones Nacionales 'AAA' indican la máxima calificación en la escala de cada país. 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.



## Se llevó a cabo la quinta edición del Evento de Reconocimiento Proveedor Ejemplar Grupo Nutresa



En el marco de su gestión de abastecimiento sostenible, Grupo Nutresa llevó a cabo en la Cámara de Comercio de Medellín la **quinta versión de su evento de reconocimiento del programa Proveedor Ejemplar**, en el que proveedores de Colombia y el exterior fueron distinguidos por su compromiso con el desarrollo de la sociedad y el progreso económico, social y ambiental de sus países.

Este año, 1.350 proveedores de insumos y servicios - de los casi 18.000 activos que tiene Grupo Nutresa - fueron invitados a participar del programa. De esos, se postularon 216, los cuales fueron valorados por un comité técnico y un experto externo. Al final, un comité gerencial fue el encargado de seleccionar, entre los finalistas, a las 21 empresas

reconocidas en las diferentes categorías de compra. En adición a los reconocimientos por categoría, se entregaron reconocimientos especiales en los criterios de Sostenibilidad Social y Ambiental, y de Innovación. Igualmente, se exaltó a proveedores con desempeño sobresaliente en Costa Rica, Perú, Chile y República Dominicana. Finalmente, se distinguió a los dos Proveedores Ejemplares Grupo Nutresa, tanto PYME como Gran Empresa, los reconocimientos más importantes del evento.

Las empresas nominadas fueron evaluadas por su desempeño y gestión en materia de innovación, productividad, nivel de servicio logístico, y sostenibilidad ambiental y social.

## Monitores de reputación MERCO 2019 ubican a Grupo Nutresa en posiciones de vanguardia



Grupo Nutresa fue ubicada como la **segunda empresa con la mejor capacidad para atraer y retener talento en Colombia** y una vez más se ubicó en el primer lugar dentro del sector de alimentos, según el *ranking* Merco Talento 2019, medición que incluye tres categorías de análisis: Calidad laboral Marca empleador y Reputación interna.

“Este reconocimiento nos reta a continuar trabajando con convicción en el fortalecimiento de prácticas que conecten a las personas con su trabajo y los propósitos organizacionales, convencidos de que el compromiso y orgullo por la compañía se construyen cuando inspiramos y acompañamos el desarrollo de nuestros colaboradores”, expresó Carlos Ignacio Gallego, presidente de Grupo Nutresa.

Adicionalmente, y por primera vez desde el lanzamiento del escalafón en 2011, Grupo Nutresa fue catalogada como la empresa más responsable de Colombia, según el monitor de Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo de MERCO, que midió en un grupo de expertos en RSC una serie de 15 variables agrupadas en cinco valores: Conocimiento ético, Transparencia y buen gobierno, Responsabilidad con los empleados, Compromiso con el medioambiente y el cambio climático y Contribución a la comunidad. Esta evaluación de expertos fue acompañada de la información arrojada en el monitor MERCO Consumo 2019 y una autoevaluación de méritos reputacionales de Grupo Nutresa.



## Carlos Ignacio Gallego, presidente del Capítulo Colombia del Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico -CEAP-

(Colombia Chile, Perú y México) que se llevó a cabo en Lima el pasado 5 y 6 de julio, se adelantó la cumbre empresarial de la Alianza del Pacífico, liderada por el Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico -CEAP- con el fin de discutir temas como la integración de los mercados y las facilidades para la comercialización de productos y servicios en la región. **El Consejo es liderado por primera ocasión por Carlos Ignacio Gallego, presidente de Grupo Nutresa.**

## Kibo, nueva de marca de nutrición consciente de Grupo Nutresa



Kibo es la una nueva marca de Grupo Nutresa que nace con el propósito de alimentar la conciencia y resaltar la importancia de cuidarse a uno mismo, a la comunidad y al planeta. Más que una marca, Kibo es un movimiento que inspirará a sus consumidores a descubrir nuevas experiencias y sensaciones que nutran y deleiten con la esperanza de tener un mejor futuro.

Kibo es una propuesta de nutrición desarrollada desde el Negocio Galletas que ofrece alimentos desarrollados a partir de **fuentes de origen vegetal altamente nutritivas, como la soya, los garbanzos y las arvejas**. Su filosofía radica en que la alimentación y el cuidado del planeta pueden estar del mismo lado gracias al poder de la naturaleza, pues estos ingredientes, además de saludables, requieren menor consumo de agua en su proceso productivo.



## “La vida sabe más rico”, el mensaje de Crem Helado al presentar su nueva imagen

Crem Helado, **marca que por más de seis décadas ha acompañado los momentos de felicidad y placer de distintas generaciones de colombianos**, evolucionó a través de su imagen para ofrecer nuevas experiencias, dando respuesta a las necesidades y exigencias del consumidor de hoy. De este modo, cambió la cara que había conservado durante los últimos 20 años para seguir entregando momentos de felicidad. Desde su presentación en 1955, la imagen de Crem Helado ha atravesado por varias modificaciones y actualizaciones, la última efectuada en 1999. A esta versión se le sumó en 2004 un elemento como el arco iris, encargado de transmitir toda la magia de la marca.

Según Mario Alberto Niño, presidente del Negocio Helados de Grupo Nutresa, “con esta renovación queremos seguir siendo la marca más cercana para el consumidor con una imagen que esté a la vanguardia, más actual, que transmita modernidad y un estilo de vida real y más cercano”.



## Colcafé presentó Programa para la Productividad de Fincas Cafeteras

El Programa para la Productividad de Fincas Cafeteras es una iniciativa del Negocio Cafés que promueve la implementación de estrategias de **aumento de productividad, reducción de costos y mejores prácticas ambientales**, en fincas de los departamentos de Santander, Valle del Cauca, Huila y Cauca, con las que ya se benefician más de 250 caficultores y sus familias.

Este proyecto se ejecuta a través de dos alianzas, una con la Compañía Colombiana Agroindustrial CCA -empresa de la multinacional ECOM- y la otra con la firma Carcafé. De esta forma, el Negocio Cafés aporta al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible que se ha planteado Grupo Nutresa desde su estrategia, específicamente al objetivo Trabajo Decente y Crecimiento Económico. El propósito de este proyecto es alcanzar al 2022 un incremento de aproximadamente 20% en la productividad de los cultivos de café en las zonas atendidas y así impactar positivamente a todos los actores de la cadena productiva.

## CNCH hará parte de “Agroemprende Cacao”, iniciativa del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y la Embajada de Canadá



En mayo pasado, Compañía Nacional de Chocolates, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y la Embajada de Canadá anunciaron el lanzamiento del proyecto “Agroemprende Cacao” que **beneficiará a más de 55 cooperativas que cultivan el grano en un área cercana a las 3.300 hectáreas**, buscando incrementar en un 30% el ingreso de 5.000 familias colombianas en un periodo de seis años.

Agroemprende Cacao se implementará en los departamentos de Putumayo, Meta, Boyacá, Santander y Antioquia.

## Reconocimientos

### ✓ Tutto, marca reconocida en Centroamérica



La Asociación de Empresarios Colombianos en Costa Rica -AECOL- reconoció a Tutto por su innovación y liderazgo que la han convertido en los últimos tres años en la marca de chocolates líder del segmento, duplicando su participación de un 16% a un 35% entre 2016 y 2018, según Nielsen Costa Rica.



### ✓ Winter's y Pozuelo, marcas preferidas en sus respectivos países

Según el más reciente Brand Footprint de Kantar World Panel (KWP), Winter's es la cuarta marca de bebidas más preferida por los peruanos. Igualmente, Pozuelo ocupó el tercer lugar en el ranking de las marcas preferidas por los costarricenses, según la versión local del mismo estudio. Estos resultados ratifican el compromiso de ambas marcas por satisfacer a clientes, consumidores y compradores.



### ✓ Jet y Corona, marcas líderes en la recordación de los colombianos

La revista Dinero publicó en mayo pasado el último estudio de la consultora de investigación Invamer, según el cual Jet es la marca de chocolatinas más recordada con un 82%, ubicándose como una de las marcas con mayor *Top of Mind* del país. Así mismo, Corona logró mantener su alta recordación en la categoría de chocolates de mesa, con un 40%.

### ✓ CNCH Perú y Pozuelo en Costa Rica obtuvieron la Certificación ISO 45001:2018

El Icontec otorgó a CNCH Perú y a Pozuelo Costa Rica la certificación internacional ISO 45001:2018 en Seguridad y Salud en el Trabajo, que ratifica su compromiso con el cuidado de colaboradores, contratistas y visitantes, y consolida su cultura de prevención de accidentes y enfermedades.



### ✓ Cordillera recibió premio internacional al diseño de sus empaques

Cordillera, marca desde la que se atienden los negocios industriales del Negocio Chocolates, fue premiada por la prestigiosa revista GDUSA (Graphic Design USA) en la categoría de diseño de empaques, la cual destaca aquellas marcas que logran transmitir una poderosa historia detrás del producto y una conexión emocional con el comprador.



### ✓ Reconocimiento EFR a compañías de Grupo Nutresa



Como muestra de su gestión para promover un equilibrio entre la vida personal, familiar y laboral de sus colaboradores, varios negocios de Grupo Nutresa fueron recertificados como Empresas Familiarmente Responsables, incluyendo los Negocios Cárnicos, Cafés y Servicios Nutresa.

### ✓ AECOL destaca la gestión de Responsabilidad Social Empresarial de Pozuelo

Compañía de Galletas Pozuelo recibió por parte de la Asociación de Empresarios Colombianos en Costa Rica el reconocimiento a la Excelencia Empresarial, que destacan la gestión de la compañía en materia de liderazgo, estrategia y responsabilidad social.



### ✓ Planta de Aguachica obtiene certificación

La Planta de Aguachica (Colombia) del Negocio Cárnico recibió por parte del INVIMA la certificación en el Decreto 1500 de 2007, que le autoriza el sacrificio de bovinos y reconoce su excelente infraestructura y procesos para el beneficio, almacenamiento y transporte de carne.

### ✓ Presidente de TMLUC, reelegido Consejero de SOFOFA

Justo García, presidente de Tresmontes Lucchetti y vicepresidente de la Región Estratégica Chile y México de Grupo Nutresa, fue reelegido como consejero de la Sociedad de Fomento Fabril de Chile (SOFOFA), entidad que agremia la mayor parte de empresas y gremios del sector industrial de Chile, y una de las más importantes del país austral.



### ✓ ASIVA entrega doble premiación a TMLUC por su compromiso ambiental y social

La Asociación de Empresas V Región de Chile reconoció a TMLUC por su contribución con el mejoramiento ambiental gracias a la reducción y mejor aprovechamiento de residuos. Igualmente, fue destacada por su programa "Escuela Saludable", que desde el año 2000 aporta al control de la obesidad infantil en escuelas públicas chilenas.



# Estado de Resultados Consolidados\*

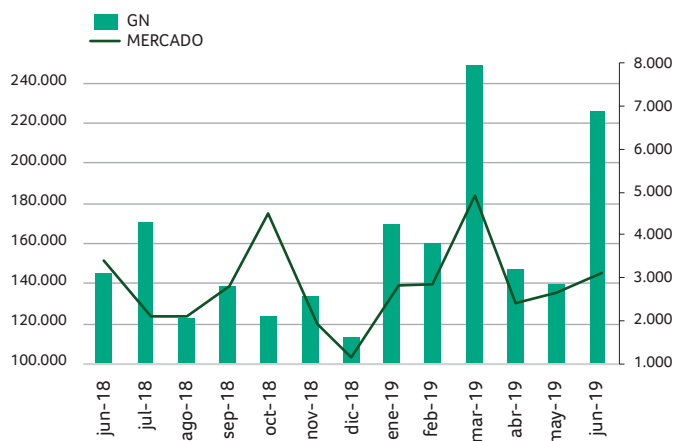
A 30 de junio de 2019. Valores expresados en millones de pesos colombianos

Millones de pesos	ENE-JUN 2019	% ingresos	ENE-JUN 2018	% ingresos	% VAR
<b>OPERACIONES CONTINUADAS</b>					
Ingresos operacionales provenientes de contratos con clientes	4.646.417		4.326.514		7,4%
Costos de ventas	(2.583.703)	-55,6%	(2.398.340)	-55,4%	7,7%
<b>Utilidad bruta</b>	<b>2.062.714</b>	<b>44,4%</b>	<b>1.928.174</b>	<b>44,6%</b>	<b>7,0%</b>
Gastos de administración	(213.170)	-4,6%	(196.903)	-4,6%	8,3%
Gastos de venta	(1.317.157)	-28,3%	(1.263.528)	-29,2%	4,2%
Gastos de producción	(72.901)	-1,6%	(68.712)	-1,6%	6,1%
Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos	4.664	0,1%	1.864	0,0%	150,2%
Otros ingresos (egresos) netos operacionales	1.174	0,0%	(603)	0,0%	N/A
<b>Utilidad operativa</b>	<b>465.324</b>	<b>10,0%</b>	<b>400.292</b>	<b>9,3%</b>	<b>16,2%</b>
Ingresos financieros	7.114	0,2%	7.034	0,2%	1,1%
Gastos financieros	(147.477)	-3,2%	(133.356)	-3,1%	10,6%
Dividendos del portafolio	61.503	1,3%	58.559	1,4%	5,0%
Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos	(735)	0,0%	10.585	0,2%	-106,9%
Participación en asociadas y negocios conjuntos	(900)	0,0%	(704)	0,0%	27,8%
Otros egresos	-	0,0%	(2.755)	-0,1%	-100,0%
<b>Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante</b>	<b>384.829</b>	<b>8,3%</b>	<b>339.655</b>	<b>7,9%</b>	<b>13,3%</b>
Impuesto sobre la renta corriente	(93.443)	-2,0%	(87.429)	-2,0%	6,9%
Impuesto sobre la renta diferido	(7.075)	-0,2%	(5.112)	-0,1%	38,4%
<b>Utilidad del ejercicio de operaciones continuadas</b>	<b>284.311</b>	<b>6,1%</b>	<b>247.114</b>	<b>5,7%</b>	<b>15,1%</b>
Operaciones discontinuadas, después de impuestos	(856)	0,0%	(843)	0,0%	1,5%
<b>Utilidad neta del ejercicio</b>	<b>283.455</b>	<b>6,1%</b>	<b>246.271</b>	<b>5,7%</b>	<b>15,1%</b>
Participaciones no controladoras	2.535	0,1%	1.134	0,0%	123,5%
<b>Utilidad atribuible a las participaciones controladoras</b>	<b>280.920</b>	<b>6,0%</b>	<b>245.137</b>	<b>5,7%</b>	<b>14,6%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>647.994</b>	<b>13,9%</b>	<b>540.016</b>	<b>12,5%</b>	<b>20,0%</b>

\*Información no auditada.

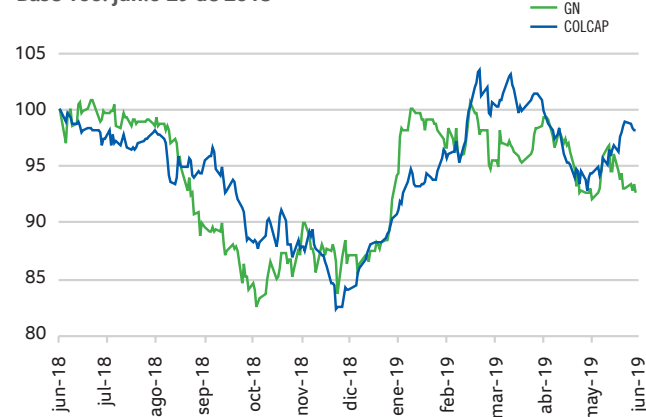
Aplicación de la nueva norma de arrendamientos IFRS 16 a partir del 1º de enero de 2019.

## Volumen de negociación promedio



## Comportamiento de la acción

Base 100: junio 29 de 2018



# Estado de Situación Financiera\*

A 30 de junio de 2019 y 31 de diciembre de 2018. Valores expresados en millones de pesos colombianos

Millones de pesos	JUN-19	DIC-18	% VAR
<b>ACTIVO</b>			
<b>Activo corriente</b>			
Efectivo y equivalentes de efectivo	291.779	347.520	-16,0%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	1.114.572	1.020.579	9,2%
Inventarios	1.210.805	1.109.878	9,1%
Activos biológicos	89.735	94.569	-5,1%
Otros activos corrientes	318.944	241.726	31,9%
Activos no corrientes mantenidos para la venta	6.729	6.777	-0,7%
<b>Total activo corriente</b>	<b>3.032.564</b>	<b>2.821.049</b>	<b>7,5%</b>
<b>Activo no corriente</b>			
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	26.610	28.065	-5,2%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	193.771	192.795	0,5%
Otros activos financieros no corrientes	3.469.931	3.322.694	4,4%
Propiedades, planta y equipo, neto	3.320.816	3.376.364	-1,6%
Activos por derecho de uso	912.962	0	-
Propiedades de inversión	76.886	77.062	-0,2%
Plusvalía	2.097.084	2.085.908	0,5%
Otros activos intangibles	1.181.080	1.167.536	1,2%
Activo por impuesto diferido	629.109	379.753	65,7%
Otros activos no corrientes	75.097	72.471	3,6%
<b>Total activo no corriente</b>	<b>11.983.346</b>	<b>10.702.648</b>	<b>12,0%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>15.015.910</b>	<b>13.523.697</b>	<b>11,0%</b>
<b>PASIVO</b>			
<b>Pasivo corriente</b>			
Obligaciones financieras	545.046	522.302	4,4%
Proveedores y cuentas por pagar	1.087.230	1.094.960	-0,7%
Impuesto sobre la renta e impuestos por pagar	265.827	228.841	16,2%
Pasivo por beneficios a empleados	165.255	165.833	-0,3%
Provisiones corrientes	2.084	4.118	-49,4%
Otros pasivos corrientes	17.671	26.676	-33,8%
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>2.083.113</b>	<b>2.042.730</b>	<b>2,0%</b>
<b>Pasivos no corriente</b>			
Obligaciones financieras	2.352.222	2.265.743	3,8%
Pasivos por derecho de uso	903.448	0	-
Proveedores y cuentas por pagar	158	158	0,0%
Pasivo por beneficios a empleados	181.266	175.036	3,6%
Pasivo por impuesto diferido	957.086	704.763	35,8%
Provisiones no corrientes	22.883	0	-
Otros pasivos no corrientes	505	536	-5,8%
<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>4.417.568</b>	<b>3.146.236</b>	<b>40,4%</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>6.500.681</b>	<b>5.188.966</b>	<b>25,3%</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
Patrimonio atribuible a las participaciones controladoras	8.471.641	8.290.443	2,2%
Participaciones no controladoras	43.588	44.288	-1,6%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>8.515.229</b>	<b>8.334.731</b>	<b>2,2%</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>15.015.910</b>	<b>13.523.697</b>	<b>11,0%</b>

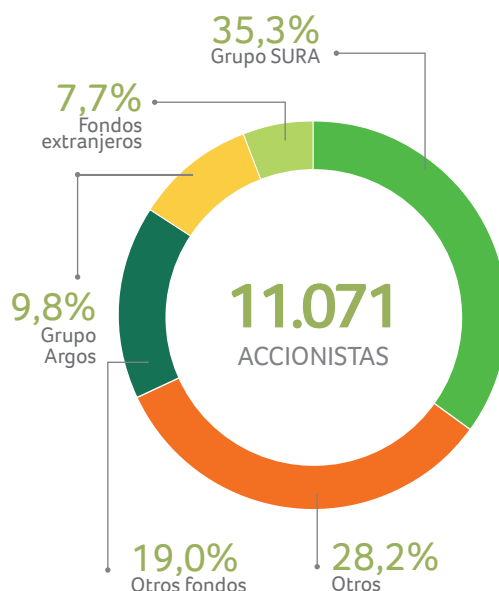
## Indicadores

Precio de Cierre	25.020
Precio de Cierre año anterior	27.000
Máximo 52 Semanas	27.240
Mínimo 52 Semanas	22.300
Capitalización Bursatil (\$MM)	11.512.289
Valor Intrínseco <sup>(1)</sup>	18.506
RPG <sup>(2)</sup>	16,4
P/VL <sup>(2)</sup>	1,6
EV / EBITDA <sup>(2)</sup>	8,5
Utilidad por acción <sup>(3)</sup>	1.176
Dividendo por acción-mes	51,0
Rentabilidad por dividendos <sup>(3)</sup>	2,1%
Rentabilidad por valorización <sup>(3)</sup>	-7,3%
Rentabilidad combinada <sup>(3)</sup>	-5,2%
Variación COLCAP <sup>(3)</sup>	-1,8%
Retorno sobre patrimonio <sup>(2)</sup>	10,4%
Retorno sobre capital invertido <sup>(2)</sup>	9,5%
Acciones en Circulación	460.123.458
Número de Accionistas	11.071
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.

Aplicación de la nueva norma de arrendamientos IFRS 16 a partir del 1° de enero de 2019.



Carnicos



## Monticello: la nueva marca de las carnes maduradas

Las carnes maduradas del Negocio Cárnico en Colombia son ahora marca Monticello. De esta manera, busca tener relevancia y recuperar el liderazgo en el Delicatessen, al tiempo que se logra mayor coherencia entre la personalidad de la marca y el producto y se obtiene mayor reconocimiento en el mercado.



## Almuerzos Exprés Zenú

Buscando entregar soluciones prácticas y completas a su consumidor colombiano, Zenú lanzó en abril los “Almuerzos Exprés”, campaña que ofrece gran variedad de alternativas prácticas y de fácil preparación a partir de los productos de la marca, ideales para diferentes momentos de consumo incluyendo almuerzos, meriendas, socialización, entre otros.

## Nuevo Cábano Ranchera

En junio, Ranchera lanzó el Cábano Ranchera, una propuesta innovadora y diferenciada que ofrece a sus consumidores una solución práctica y deliciosa para disfrutar entre comidas. Disponible en dos presentaciones (para socializar e individual) en grandes cadenas, autoservicios y en todas las redes de comercialización del Grupo Nutresa en Colombia.



## Nuevo Jamón cocido de pavo con aceitunas

Pensando en el cambio de estilos de vida de un consumidor que ahora piensa más en su autocuidado, Berard lanzó en Panamá su nuevo jamón cocido de pavo con aceitunas en dos presentaciones: rebanado por 227 g., y en peso variable.



Galletas



## Noel innova para crear momentos llenos de sabor

Con el objetivo de seguir fortaleciendo el portafolio de galletas bajo la marca Noel, durante el primer semestre del año el Negocio Galletas desarrolló nuevas propuestas para los distintos segmentos en los que participa y presentó a sus consumidores colombianos tres novedades: Galletas Noel Coco, Wafers Noel Fantasía de Yogurt y Galletas Finas Rellenas en dos sabores: chocolate y yogurt.

## Rosquitas Tosh, un snack diferente

En su permanente proceso para sorprender a sus consumidores de Colombia con opciones deliciosas y saludables, Tosh lanzó las nuevas Rosquitas Tosh, resultado de una combinación de ingredientes naturales: Finas hierbas y semillas de chí y Quinoa Roja y Tomate. Son además bajas en grasa, no tienen grasas trans, colores o sabores artificiales, y solo aportan 90 calorías.



## Nuevas Wafer Tosh Fresa y Açaí

Con el propósito de continuar fortaleciendo su portafolio de galletas wafers multicereal sin azúcar adicionada, Tosh presentó al mercado colombiano las nuevas Wafer Fresa y Açaí, con fruta natural, y endulzadas con stevia. Libres de grasas trans, son ideales para cuidarse naturalmente.



## Nuevas Ducales Provocación Dulce de Leche

Luego de escuchar a los amantes de Ducales en las redes sociales, la marca desarrolló en Colombia las nuevas galletas Ducales Provocación Dulce de Leche, una combinación única y deliciosa para disfrutar en todo momento y en cualquier lugar. Con esta edición limitada, todos podrán disfrutar el Toque Secreto de siempre con un toque extra de amor.

## Nuevas Festival Chock

Festival, marca líder del segmento de galletas dulces en Colombia, y preocupada por satisfacer las necesidades del consumidor joven colombiano, presentó la nueva Festival Chock, crocante galleta cubierta con el más delicioso chocolate por uno de sus lados.



## Pozuelo lanza tres nuevos sabores en las marcas clásicas y favoritas

En su búsqueda por innovar y sorprender a los consumidores costarricenses con propuestas que se adapten a sus cambiantes gustos y preferencias, Pozuelo presentó por tiempo limitado tres nuevas referencias de sus marcas tradicionales: Chiky Capuchino, Merendina Naranja y Bokitas Ranch.



## Lil' Dutch Maid, preparada para las temporadas especiales

Las temporadas especiales del año son para disfrutar, y el reto de las marcas es estar presentes en estos momentos con opciones ideales. Con el fin de aumentar su participación en la oferta de productos de temporada en los Estados Unidos, Lil' Dutch Maid presentó dos nuevas galletas: las *Sprinkled Shortbread*, al estilo de las tradicionales galletas de pascua de Escocia, y las *Tropical Smoothie* con crema sabor naranja/piña, ideales para disfrutar en el verano.





## Pastas



### Quinoa Ancestral Doria

Con el propósito de brindar la mejor nutrición para los consumidores colombianos, Doria decidió incursionar en el mercado de los superalimentos con los granos ancestrales como eje de su innovación. Su último lanzamiento es la Quinoa Ancestral Doria, con granos cultivados por campesinos y madres indígenas cabeza de familia del departamento del Cauca, en Colombia.

### Doria Sostenible

Pastas Doria, siempre preocupada por enseñar y educar a sus consumidores, desarrolló su estrategia “Doria Verde”, en la que a partir de recetas preparadas en un solo sartén y usando una sola taza de agua, les está enseñando a ser más amigables con el medio ambiente y a cocinar con menos recursos. Esta iniciativa se ha comunicado en redes sociales y en medios masivos colombianos.



## Chocolates

### Jumbo Bites, crocantes e irresistibles

El Negocio Chocolates lanzó en Colombia sus Jumbo Bites, deliciosos bocados de chocolate con maní frito crocante, hojuelas crujientes y arroz crispy. El *mix* perfecto para calmar los antojos en cualquier momento y disfrutar bocado a bocado.



### Nueva premezcla para Pancakes Tosh

Tosh presentó al mercado colombiano, desde el Negocio Chocolates, la nueva premezcla para pancakes con harina de avena, excelente fuente de fibra, proteína e ingredientes naturales.



### Granuts sigue innovando en Centroamérica

Granuts continúa su innovación en la categoría de *good snacks* de Centroamérica para masificar el segmento funcional. Este trimestre, la marca lanzó su portafolio de galletas de chocolate en cinco nuevas presentaciones: piña, almendras, maní, pasas y arándanos. A estas se les suman las nuevas Almendras Saborizadas de 40 g. en tres sabores diferentes: Miel Canela, BBQ Ahumado y Sriracha.



### Cremino es más avellanas

Cremino lanzó en México sus Avellanas Crocantes Cubiertas de Chocolate en presentación *On the Go* de 40 g., con presencia en 10.000 tiendas de conveniencia Oxxo de todo el país.



Descubre la nueva forma de complementar tu alimentación  
NUEVAS GOMAS con vitaminas y minerales Bénet

Piensa en tu cuerpo, aliméntalo bien. Bénet.

### Nuevas gomas con vitaminas y minerales Bénet

Las nuevas gomas con vitaminas y minerales Bénet son la nueva forma de complementar la alimentación de forma práctica. Contienen magnesio, CEL – ACTIVE, vitaminas C y E y Selenio, que ayudan a la protección de las células del daño oxidativo, así como probióticos, que ayudan a mantener una función digestiva normal y regenerar la flora intestinal.



## Helados

### Vaso y Paleta Aloha Intenso Relajado

Intensa combinación de hierbabuena mentolada, fresa y deliciosa leche condensada, este lanzamiento le permitirá al consumidor colombiano vivir sensaciones al extremo. El sabor a hierbabuena mentolada intensifica los sentidos y el de fresa relaja, mientras que la salsa de leche condensada le da un toque dulce único. Una mezcla que combina lo mejor de dos mundos.



### Nuevo HelaBoom

A partir de colores, texturas, formas y elementos de juego, Crem Helado ha hecho parte de la infancia de todos los colombianos con productos como paleta Drácula, Bananito, Palo Loco, Lengüilleta, entre muchos. Ahora trae la primera paleta que explota en la boca. Se trata de un helado de agua con sabores a naranja y limón con centro de *popping candy*.



### Platillo Alfajor Frutos Rojos

Platillo invita a vivir la vida mordisco a mordisco, llenándola de sensaciones únicas e inigualables con el nuevo Platillo Alfajor Frutos Rojos. Helado sabor vainilla, con salsa de frutos rojos, galleta alfajor y cobertura de chocolate blanco, disponible en el mercado colombiano.





Café



## Matiz, más cerca de los consumidores del Oriente Antioqueño

Café Matiz abre su tercera tienda de café en el almacén Euro Jardines Llanogrande. En este espacio los consumidores podrán disfrutar de una experiencia sensorial única alrededor del café y sentir la cultura cafetera colombiana con diferentes preparaciones, experiencias y rituales de consumo.

## Colcafé 3 en 1 Mini

El Negocio Cafés desarrolló para el canal tradicional colombiano el nuevo Colcafé 3 en 1 Mini en sobre de 8 g., la cantidad perfecta de café, crema y azúcar, sin perder calidad. Los consumidores podrán consentirse ahora con Colcafé 3 en 1 Mini a un precio de COP 400.



Tresmontes Lucchetti



## Granuts ingresa a Chile

Tresmontes Lucchetti ingresa a la categoría de frutos secos en Chile con la incorporación de la exitosa marca Granuts, la cual promete revolucionar el mercado con cinco variedades de producto: Maní Salado, Maní Japonés, Mix Arándanos, Mix Nuts y Fruit & Yogurt Mix.

## Kryzpo llega a Costa Rica, Panamá y Honduras con una nueva presentación

Tresmontes Lucchetti incrementa la participación de su snack favorito en el Canal Tradicional de Costa Rica, Panamá y Honduras con una nueva presentación: cánister de 40 gramos para poder disfrutar en cualquier momento de los sabores queso, original y crema cebolla.



## Llegó de nuevo el Festival de Malteadas

El Festival de Malteadas 2019 llegó a Hamburguesas El Corral recargado con nuevas y deliciosas referencias de edición limitada en helado, *toppings* y salsas. Los nuevos sabores presentados al mercado colombiano fueron: Pasión de Maracuyá, Chocolate Intenso, Mix Yogur y Frutas con granola, y Brownie Sublime.



Alimentos al consumidor

## Beer Station celebra su aniversario 15

Beer Station celebró sus 15 años compartiendo con sus consumidores y fanáticos colombianos un combo muy especial de “bodas de cristal”, con dos productos insignia: sus famosas alitas de pollo y su cerveza de la casa, por solo COP 14.900.



## Chiky Capuchino de Helados Pops

Luego de un monitoreo cercano de tendencias de consumo, Pops descubrió que el consumidor dominicano busca sabores diferentes e indulgentes, y que le gusta encontrar trozos sólidos en su helado. Por esa razón desarrolló, en asocio con Pozuelo, el segundo *co-branding* del año: el nuevo y delicioso helado de Chiky Capuchino, mezcla de helado de café de Pops con exquisitos trozos de galleta Chiky Capuchino de Pozuelo.



## Zuko fortalece su portafolio en Estados Unidos

Con el fin de aumentar la preferencia entre los consumidores hispanos de los Estados Unidos, y brindar mayor dinamismo en materia de sabores, Zuko presentó cinco nuevos sabores: piña colada, toronja, fresa-plátano, horchata morro y cebada.



## Nuevo catálogo de Novaventa

A partir de su campaña 10 de 2019, Novaventa llegó con tres grandes noticias: su nuevo catálogo “Novaventa Prestigio”, con un portafolio de productos *premium* para el hogar; la inclusión en su catálogo regular de productos de un aliado como Prebel y su marca de maquillaje Vitú – con ingredientes naturales-; y la oferta de las marcas Kibo y Naturela, para una alimentación más consciente y saludable.





## Grupo Nutresa quiere “Ver de Vuelta” sus empaques vacíos

Uno de los mayores desafíos actuales de la industria de alimentos es el cierre de ciclo de los empaques plásticos. Se estima que desde los años 50 se han producido en todo el mundo más de 8.300 millones de toneladas de plástico. El 91% de este no se recicla y la mayoría termina en los océanos.

Grupo Nutresa, consciente de su potencial contribución ante dichos desafíos, creó un equipo multidisciplinario que trabaja colaborativamente en la identificación de iniciativas y aliados que aporten al cierre de ciclo de los materiales plásticos.

Igualmente, y desde el mes de junio, los negocios de Grupo Nutresa lanzaron en simultánea la iniciativa “Ver de Vuelta” que busca sensibilizar a los colaboradores frente a la importancia de trabajar juntos en pro al cierre de ciclo de los empaques, trayendo de vuelta los empaques de los productos consumidos en el día a día. Este material plástico será transformado en mobiliario urbano en beneficio de comunidades vulnerables. Hasta el momento se han recolectado más de 800 botellas PET llenas de empaques vacíos en los departamentos de Antioquia, Cundinamarca, Valle del Cauca y Tolima.

## TMLUC y su aporte en la prevención de obesidad infantil en Jalisco- México



El pasado 13 de junio se presentaron resultados de la primera etapa del proyecto “Intervención participativa para mejorar la alimentación y actividad física en escolares de Acatlán de Juárez, Jalisco”, con el que se intervinieron tres primarias públicas de la localidad como grupo de estudio entre 2015 y 2018. Actualmente se trabaja con la segunda etapa del proyecto: “Nutrición y Acción Comunitaria para Entornos saludables” (NACE), en siete escuelas primarias de Acatlán de Juárez y Villa Corona. Se pretende, entre otros, desarrollar un menú saludable por cooperativa y comedor; generar escenarios de reflexión y acción con adultos; y fomentar momentos activos con niños en el entorno escolar.

## III Encuentro de marañoneros



## Grupo Nutresa potencia la sostenibilidad en las comunidades marañoneras

Desde 2014 Grupo Nutresa ha beneficiado a las comunidades productoras de marañón con un proyecto integral que incluye la entrega de capital de trabajo para la comercialización de marañón y la implementación de los programas de Fundación Nutresa que respaldan el desarrollo de capacidades y la sostenibilidad en la región.

Como parte de esta intervención, Grupo Nutresa a través de su Fundación, realizó en Chinú, Córdoba, el III Encuentro de Marañoseros, un espacio que permitió reconocer y resignificar la labor del productor como empresario del campo y compartir conocimientos y experiencias sobre asuntos relevantes como cambio climático, agricultura de precisión, manejo agronómico del cultivo de marañón y competitividad de la cadena marañonera.

Al evento asistieron más de 140 productores de marañón de Córdoba, Atlántico y Vichada junto con representantes de entidades aliadas como el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, AGROSAVIA, ASOFRUCOL, Fundación ANDI, Interactuar, la Alcaldía de Chinú y la Gobernación de Córdoba, entre otros.

Este proyecto ha tenido una inversión cercana a los COP 400 millones y ha contribuido al fortalecimiento técnico y socio-organizacional de ASOPROMARSAB y ASOMARAÑÓN, asociaciones productoras de marañón de la Sabana de Córdoba. Además se consolidó una alianza comercial con Grupo Nutresa, quien se convirtió en el principal comprador de marañón en la región, logrando comercializar más de 24.000 kg de marañón de primera calidad para la Compañía Nacional de Chocolates.

**TOSH**

## Limpieza de playas con Tosh

Cuidate, no te castigues

Como marca Carbono Neutro, y en honor al día Mundial de los Océanos, Tosh se unió a otras importantes marcas del país en la jornada de limpieza de Playa Cueva - Santa Marta (Colombia), para despertar conciencia sobre el cuidado de los ecosistemas marinos.



## Comercial Nutresa le apuesta a un futuro sostenible



Smile es el nuevo proyecto que, en conjunto con el Agente Comercial Distriardi, Comercial Nutresa está desplegando en la ciudad de Medellín, Colombia.

La implementación consta de dos triciclos eléctricos que representan un medio de transporte alternativo y amigable con el medio ambiente, permitiendo la distribución de los productos en la zona céntrica de Medellín, de difícil acceso, y que se encuentra en contingencia ambiental por efectos de la contaminación.

Se trata de un transporte que no emite partículas contaminantes, es extensible a otros modelos de distribución, permite un acceso más directo a los clientes en zonas con contingencias de seguridad, accesibilidad y contaminación, y con el que se conserva la calidad del producto al momento de entrega, mejorando al tiempo la calidad de vida de los colaboradores del agente comercial, quienes ya no deben realizar tanto esfuerzo físico al cargar cajas.

## Doria crea conciencia ambiental a través del deporte



Doria hizo presencia en la pasada "Carrera Verde" de Bogotá y Medellín. Con este se busca cuidar los bosques, hogar de miles de especies de flora y fauna. Por cada atleta inscrito en la carrera, Doria se comprometió a sembrar tres árboles, construyendo al tiempo conciencia sobre la importancia de construir un mejor futuro para todos.