



Sostenibilidad, flexibilidad y productividad contribuyen a los resultados de Grupo Nutresa durante el primer semestre de 2022



Grupo Nutresa soporta su estrategia a partir de una gestión basada en la sostenibilidad. Esta visión, le ha permitido gestionar diversos retos que hoy enfrenta la humanidad liderando iniciativas enfocadas en la reactivación social y económica, y en la mitigación del cambio climático.

“Como Organización, comprendemos la sostenibilidad como una capacidad habilitadora para generar los resultados que hoy presentamos al mercado y que nos permiten generar valor a todos los grupos relacionados. Continuaremos trabajando en la construcción de un mundo mejor, donde el desarrollo sea para todos.”, comentó Carlos Ignacio Gallego, CEO de Grupo Nutresa.

Cooperando con las personas, los aliados y la sociedad: Reactivación social y económica

Como Organización centrada en las personas, durante los últimos dos años Grupo Nutresa ha invertido cerca de COP 265.000 millones, en iniciativas que han beneficiado a 6.107.324 personas, logrando mitigar parcialmente los efectos de la pandemia, y contribuyendo al proceso de reactivación social y económica.

Durante el mismo período, la Organización ha empleado a 16.942 jóvenes y ha facilitado acceso a oportunidades educativas y de emprendimiento a cerca de 250.000 empresarias Noventa.

En lo corrido de este año la Compañía ha puesto en marcha la nueva planta multicate-

goría en Santa Marta, GC Foods, la cual ha generado 210 nuevos empleos contribuyendo al progreso y mejoramiento en la calidad de vida en la región.

Preservando el planeta: Transición energética y circularidad

La meta del Grupo a 2030, es lograr que el 100% de sus empaques sean reciclables, reutilizables o compostables. A diciembre de 2021, se registró un avance del 85,7% de este compromiso, a través de la implementación de iniciativas de ecodiseño, la exploración e implementación de soluciones para el cierre de ciclo y el fortalecimiento de alianzas, como el colectivo Visión 3030 de la ANDI en Colombia y ReSimple en Chile.

En materia de cambio climático, la Organización aporta a la transición energética con 10.189 paneles solares instalados en 5 de nuestras plantas de producción y centros de distribución de la región estratégica.

En línea con el compromiso para preservar el planeta, la Compañía suscribió un crédito sostenible por COP 300,000 millones con Bancolombia, el cual está sujeto a dos indicadores: economía circular y cambio climático. El margen de la operación se ajusta anualmente a la baja con base en el cumplimiento de dichas métricas, generando eficiencias financieras para la Organización.

En el marco de la entrega de los resultados del primer semestre del año, Grupo Nutresa reafirma su **compromiso con la reactivación económica y social**, con énfasis en la generación de oportunidades para jóvenes y mujeres.

Durante el período, la empresa suscribió una financiación sostenible con Bancolombia por COP 300,000 millones; la primera de su tipo en Colombia ligada a métricas de circularidad de empaques y que busca lograr que el 100% de los empaques de la Compañía sean **reciclables, reutilizables y compostables a 2030**. El crédito también incluye un indicador de cambio climático - reducir el 40% de las emisiones de gases de efecto invernadero a 2030.





Inspirando el desarrollo, el crecimiento y la innovación: Resultados financieros consolidados al primer semestre de 2022 de Grupo Nutresa S. A.



En términos financieros, las **ventas consolidadas** del primer semestre de Grupo Nutresa ascienden a **COP 7,6 billones**, un **31,8%** superiores a las del mismo período del año anterior. Todas las geografías del Grupo presentan crecimientos de doble dígito.

El **ebitda** consolidado del periodo es de **COP 949.980 millones**, con un margen del **12,5%** y un crecimiento del **26,8%** sobre el reportado el año anterior.

Durante el primer semestre del año las ventas consolidadas de Grupo Nutresa continúan con un crecimiento positivo y se ubican en COP 7,6 billones, un 31,8% superiores a las de igual periodo del año anterior. Todos los países de la región estratégica del Grupo presentaron crecimientos de doble dígito.

En Colombia, los ingresos reportan un total de COP 4,6 billones, equivalentes al 61,1% del total de las ventas del Grupo y crecen un 32,5% frente a las del mismo periodo del año anterior. Por su parte, las ventas internacionales registran un valor de COP 3,0 billones, con un crecimiento del 30,6%. Estas ventas, expresadas en dólares, ascienden a USD 756,3 millones y son 21,1% superiores a las del primer semestre de 2021.

En medio de un entorno global inflacionario y volátil, la Organización continúa gestionando el incremento en el costo de los commodities a través de las coberturas de insumos y la administración de las principales materias primas. Con lo anterior, la Compañía logró un crecimiento en la utilidad bruta de 19,0% durante el periodo, reportando un valor de COP 2,8 billones.

Los gastos operacionales registran un crecimiento de 14,4%, logrando eficiencias para el Grupo y creciendo a un nivel inferior a las ventas. En consecuencia, la utilidad operacional, por COP 728.856 millones, reporta un crecimiento del 34,7% frente al mismo periodo de 2021.

En rentabilidad, se reporta un margen ebitda del 12,5% sobre las ventas, el cual asciende a COP 949.980 millones, con un crecimiento del 26,8% sobre el reportado el año anterior.

En los rubros posoperativos, los gastos financieros presentan un incremento del 47,9% debido principalmente al incremento en las tasas de interés en los distintos países donde opera el Grupo.

En la utilidad neta consolidada se reportan COP 503.188 millones, lo cual representa un crecimiento de 37,2% con respecto a la del primer semestre de 2021.

Estados Financieros Separados

En los Estados Financieros Separados de Grupo Nutresa S. A. se reportan ingresos operacionales netos por COP 509.693 millones, de los cuales COP 419.501 millones corresponden a utilidad por el método de participación de las inversiones en compañías de alimentos y COP 90.192 millones a dividendos del portafolio de inversiones. La utilidad neta es de COP 503.104 millones.





Grupo Nutresa, cuatro años consecutivos como la segunda mejor empresa para atraer y fidelizar talento en Colombia

Por cuarto año consecutivo, Grupo Nutresa se ubicó como la segunda mejor empresa para atraer y fidelizar talento en Colombia de acuerdo con el monitor de reputación MERCO Talento 2022, lo que le otorga además el primer lugar en el sector alimentos.

MERCO Talento es una evaluación global del atractivo de las empresas y marcas empleadoras para atraer y fidelizar talento según la opinión de diferentes audiencias, e incluye tres categorías de análisis: calidad laboral, marca empleador y reputación interna.

En su 13ª edición, MERCO Talento se desarrolló a partir de 78.275 encuestas aplicadas en diez fuentes de información, para las que se logró medir el atractivo para trabajar en las 100 empresas MERCO.

Algunas de las medidas implementadas durante 2021 que ayudaron a Grupo Nutresa a alcanzar este segundo lugar, incluyen sus iniciativas de cuidado por la vida y la salud física y mental de las personas, el fortalecimiento de modalidades de trabajo híbrido, flexible y remoto, y las jornadas de vacunación contra el COVID-19. Se cuentan igualmente las iniciativas de la Organización para motivar el crecimiento personal y profesional de los equipos, y de promoción de la equidad y la diversidad; así como la consolidación de estrategias para el desarrollo de nuevas habilidades, incluyendo nuevos liderazgos, adaptabilidad, economía circular, transformación digital, innovación, agilidad y diversidad.

2022		2021	
ECOPETROL	10.000	BANCOLOMBIA	10.000
GRUPO NUTRESA	9.223	GRUPO NUTRESA	9.782
BANCOLOMBIA	9.064	ECOPETROL	9.495
ALPINA	8.226	ALPINA	9.097
BAVARIA	8.087	BAVARIA	8.887



Grupo Nutresa entregó el reconocimiento "Proveedor Ejemplar" en su octava edición

Por octavo año consecutivo, Grupo Nutresa reconoció el trabajo de su cadena de valor y exaltó la labor de aquellas empresas y organizaciones proveedoras que durante 2021 aportaron a los objetivos estratégicos y de sostenibilidad de la Organización desde su gestión social, ambiental y económica.

El programa Proveedor Ejemplar promueve la generación de capacidades en los aliados de Grupo Nutresa en su cadena de valor a través de un proceso de retroalimentación con los proveedores y un espacio de transferencia de conocimiento. 22 distinciones en siete categorías de insumos y servicios, y cuatro categorías especiales, fueron entregadas a un total de 19 compañías, entre Grandes Empresas, Pymes y proveedores de filiales de Nutresa en el exterior. Este año el programa contó con la participación de ocho países: Chile, Costa Rica, Perú, México, República Dominicana, Panamá, Guatemala -por primera vez- y Colombia.

En adición a los reconocimientos por categoría de compras, se entregaron reconocimientos especiales a las empresas que más avanzaron en su evaluación a nivel país, y a las empresas con mejor desempeño en los criterios de sostenibilidad social y ambiental, y de innovación. Igualmente, se distinguió a los dos Proveedores Ejemplares Grupo Nutresa, tanto Pyme como Gran Empresa, los reconocimientos centrales del evento.



En esta edición, 260 proveedores participaron en el proceso de evaluación, de los cuales el 41% son pequeñas y medianas empresas.

Compañía Nacional de Chocolates se sumó a la firma del “Acuerdo de competitividad de la cadena cacao chocolate 2030”



En el marco del Seminario Internacional de Cacao que se realizó en Bucaramanga, Colombia, Compañía Nacional de Chocolates se adhirió a la firma del “Acuerdo de competitividad de la cadena cacao chocolate 2030”, una alianza liderada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural junto a #FEDECACAO, ICA - Instituto Colombiano Agropecuario, AGROSAVIA - Corporación colombiana de investigación agropecuaria y empresas del sector de la industria del chocolate en nuestro país.

Esta iniciativa es patrocinada por la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID.

De esta manera, ratificamos nuestro compromiso con el sector agropecuario en Colombia, aportando al desarrollo y generación de nuevas posibilidades para los cacaoteros, lo cual contribuye a seguir construyendo Un Futuro Entre Todos.

ALIANZAS PARA EL BIENESTAR de nuestra gente



El Negocio Café sigue afianzando su estrategia de Cuidado por la vida, por eso, con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la ARL Sura, está trabajando en la implementación del Modelo SOLVE para adquirir nuevas herramientas que promuevan la salud y bienestar de sus empleados, gestionando de forma preventiva y adecuada los riesgos de salud mental.

“La implementación de la metodología SOLVE en Colcafé nos permitirá abordar la promoción de la salud y el bienestar en el trabajo, por medio del diseño de políticas y acciones que vinculan la salud psicosocial, potenciales adicciones y hábitos saludables” Schneider Guataqui, coordinador nacional de proyectos de la Oficina de la OIT para los Países Andinos en Colombia.



Reconocimientos



Nuestras marcas Jet y Corona continúan entre las marcas más recordadas por los colombianos

En la más reciente medición “Top of Mind” de la revista Semana y la firma de investigación YanHaas, nuestras marcas Jet y Corona siguen liderando en las categorías de golosinas con un 79% y chocolate caliente con un 47%. En los resultados se destaca la innovación y confianza que generan nuestras marcas a clientes y consumidores. Este reconocimiento nos inspira y motiva a seguir brindando nutrición, bienestar y placer a los colombianos con nuestros productos y a continuar construyendo Un Futuro #EntreTodos.



Negocio Cárnico obtiene recertificación en efr

La Fundación Más Familia otorgó al Negocio Cárnico el concepto de favorabilidad como Empresa Familiarmente responsable, condición que reconoce a la Compañía por las herramientas necesarias brindadas a los colaboradores para que logren un equilibrio entre su vida laboral, personal y familiar.

Durante la auditoría también se evidenció que el modelo efr funciona de acuerdo a los estándares mundiales de una empresa familiarmente responsable y destacaron que éste se vive a cabalidad en la cultura del Negocio.

Reconocimientos



Alicapsa recibirá certificación OEA en Panamá

Luego de tres auditorías realizadas por los representantes de la Autoridad Nacional de Aduanas (ANA) en Panamá, Alicapsa, compañía de alimentos cárnicos en Panamá, se prepara para recibir la certificación oficial como Operador Económico Autorizado OEA bajo las modalidades exportación e importación, lo cual le abre paso para incursionar en nuevos mercados y geografías.

Con esta certificación se incrementan los controles de seguridad dentro de la compañía, acción que le otorga mayor confiabilidad en el mercado mundial y mejora los tiempos en la exportación e importación, logrando mayor competitividad en el mercado internacional.

Crem Helado Gold comprometido con la sostenibilidad

En los Premios Internacionales de Envases LATAMPACK, el Negocio de Helados recibió dos reconocimientos:

- **Mejor envase o packaging “ecofriendly”**, premiado por la implementación de reducción de materiales, empaque reciclable y producción sostenible.
- **Selección Latampack 2022: Mejor envase o packaging de alimentos**



Este reconocimiento afirma el compromiso de los Negocios de Grupo Nutresa con el desarrollo sostenible.



POZUELO continúa siendo de las preferidas de Centroamérica

Pozuelo se ratifica como una de las marcas más elegidas por los hogares centroamericanos y POZUELO se destaca en los siguientes puestos:

- Mantiene la posición #3 de las 20 marcas más queridas en Costa Rica.
- Alcanza el puesto #9 de las marcas más elegidas en Centroamérica.
- Gracias a los esfuerzos llevados a cabo para posicionar a la marca y crear momentos de consumo, aumentó en un 10% la frecuencia de compra en Guatemala.

Estos logros reiteran el compromiso y la labor de marca Pozuelo, con productos que llevan nutrición, bienestar y placer a las familias centroamericanas.



Ducales reconocida como una de las marcas influyentes en Ecuador

Ekos Power Digital Brands, del Grupo Ekos en Ecuador, reconoce a aquellas marcas destacadas por su eficaz gestión y presencia en redes sociales, y este año, Ducales fue una de las ganadoras en la categoría de Galletas, por su estrategia digital. Las redes sociales son una pieza clave para difundir y posicionar una marca, por eso con este reconocimiento se reitera la labor de comunicación de Ducales, mediante la difusión de contenidos originales y la creación de una comunidad de consumidores que, con el tiempo, se convierten en embajadores de marca. Para construir este ranking de marcas más influyentes en redes sociales y calcular el Indicador de Influencia, se miden 7 variables, recolectando información cuantitativa de 4 variables de cada uno de los canales digitales (Facebook e Instagram).

Las variables de Calidad de Contenido y de Sostenibilidad son cualitativas y se califican por un comité conformado por profesionales del área de diseño, marketing digital y generación de contenidos y por último, la variable del People’s Choice, que es determinada por la comunidad de las redes sociales, quienes pueden votar por sus marcas favoritas.

La Recetta presente en la 11ª edición de Alimentec Colombia

La feria especializada en el canal institucional fue el escenario ideal para presentar diferentes productos y servicios para el sector HORECA (Hoteles, Restaurantes y Caterings) de Latinoamérica y el Caribe. Esta fue realizada del 7 al 10 de junio en Corferias, Bogotá, donde se recibieron 25.000 asistentes.

La Recetta generó un espacio en el que el público vivió la experiencia completa en momentos de consumo como Desayunos, Balance, Almuerzos, Bebidas, Postres, Easy food, Snack y Digital, siendo consecuentes con entregar una solución de una sola compra, una sola entrega, una sola factura y un solo proveedor. Se presentaron innovaciones para clientes institucionales y potenciales HORECA y la marca participó bajo el lema "Un espacio para Servir y Crecer Juntos".





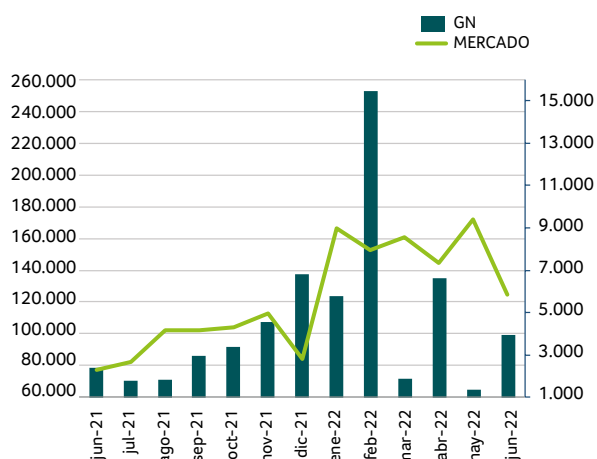
Estado de Resultados Consolidados*

A 30 de junio de 2022. Valores expresados en millones de pesos colombianos

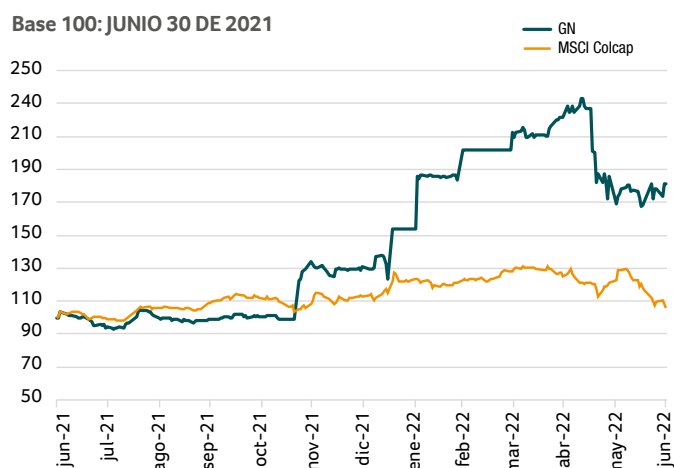
	ENE-JUN 2022	% ingresos	ENE-JUN 2021	% ingresos	% VAR
OPERACIONES CONTINUADAS					
Ingresos operacionales provenientes de contratos con clientes	7.611.620		5.775.714		31,8%
Costos de ventas	(4.764.150)	-62,6%	(3.382.097)	-58,6%	40,9%
Utilidad bruta	2.847.470	37,4%	2.393.617	41,4%	19,0%
Gastos de administración	(291.693)	-3,8%	(250.228)	-4,3%	16,6%
Gastos de venta	(1.740.929)	-22,9%	(1.501.195)	-26,0%	16,0%
Gastos de producción	(109.530)	-1,4%	(106.350)	-1,8%	3,0%
Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos	17.182	0,2%	(1.215)	0,0%	N/A
Otros ingresos netos operacionales	6.356	0,1%	6.406	0,1%	-0,8%
Utilidad operativa	728.856	9,6%	541.035	9,4%	34,7%
Ingresos financieros	18.640	0,2%	7.768	0,1%	140,0%
Gastos financieros	(167.380)	-2,2%	(113.201)	-2,0%	47,9%
Dividendos	90.211	1,2%	67.758	1,2%	33,1%
Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos	21.281	0,3%	5.651	0,1%	N/A
Participación en asociadas y negocios conjuntos	11.526	0,2%	(2.618)	0,0%	N/A
Otros egresos	(11)	0,0%	-	0,0%	-
Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante	703.123	9,2%	506.393	8,8%	38,8%
Impuesto sobre la renta corriente	(210.839)	-2,8%	(123.235)	-2,1%	71,1%
Impuesto sobre la renta diferido	23.358	0,3%	(9.018)	-0,2%	N/A
Utilidad del periodo de operaciones continuadas	515.642	6,8%	374.140	6,5%	37,8%
Operaciones discontinuadas, después de impuestos	(19)	0,0%	(279)	0,0%	-93,2%
Utilidad neta del periodo	515.623	6,8%	373.861	6,5%	37,9%
Participaciones no controladoras	12.435	0,2%	7.152	0,1%	73,9%
Utilidad atribuible a las participaciones controladoras	503.188	6,6%	366.709	6,3%	37,2%
EBITDA	949.980	12,5%	749.186	13,0%	26,8%

*Información no auditada.

Volumen de negociación promedio



Comportamiento de la acción





Estado de Situación Financiera*

A 30 de junio de 2022 y 31 de diciembre de 2021. Valores expresados en millones de pesos colombianos

	JUN-22	DIC-21	% VAR
ACTIVO			
Activo corriente			
Efectivo y equivalentes de efectivo	581.127	862.706	-32,6%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, neto	1.621.508	1.382.671	17,3%
Inventarios	2.245.579	1.742.562	28,9%
Activos biológicos	225.268	191.894	17,4%
Otros activos	707.089	414.755	70,5%
Activos no corrientes mantenidos para la venta	4.711	177	N/A
Total activo corriente	5.385.282	4.594.765	17,2%
Activo no corriente			
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, neto	47.622	44.332	7,4%
Activos biológicos	19.484	19.484	0,0%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	223.185	217.821	2,5%
Otros activos financieros no corrientes	3.812.462	3.028.203	25,9%
Propiedades, planta y equipo, neto	3.692.941	3.676.931	0,4%
Activos por derechos de uso	753.777	763.438	-1,3%
Propiedades de inversión	8.583	8.740	-1,8%
Plusvalía	2.398.187	2.445.723	-1,9%
Otros activos intangibles	1.325.942	1.355.126	-2,2%
Activo por impuesto diferido	781.725	781.829	0,0%
Otros activos	19.701	20.091	-1,9%
Total activo no corriente	13.083.609	12.361.718	5,8%
Total Activos	18.468.891	16.956.483	8,9%

PASIVO			
Pasivo corriente			
Obligaciones financieras	222.281	178.658	24,4%
Pasivos por derechos de uso	89.275	107.253	-16,8%
Proveedores y cuentas por pagar	2.043.060	1.758.083	16,2%
Impuesto sobre la renta e impuestos por pagar	480.107	230.484	108,3%
Pasivo por beneficios a empleados	232.762	246.285	-5,5%
Provisiones	2.898	1.674	73,1%
Otros pasivos	141.424	105.600	33,9%
Total pasivo corriente	3.211.807	2.628.037	22,2%
Pasivos no corriente			
Obligaciones financieras	3.341.350	3.162.832	5,6%
Pasivos por derechos de uso	735.556	719.174	2,3%
Pasivo por beneficios a empleados	192.542	199.827	-3,6%
Pasivo por impuesto diferido	1.197.543	1.195.928	0,1%
Provisiones	6.176	5.918	4,4%
Otros pasivos	400	2.654	-84,9%
Total pasivo no corriente	5.473.567	5.286.333	3,5%
Total Pasivo	8.685.374	7.914.370	9,7%

PATRIMONIO			
Patrimonio atribuible a las participaciones controladoras			
Participaciones no controladoras	84.261	76.173	10,6%
Total patrimonio	9.783.517	9.042.113	8,2%
Total pasivo y patrimonio	18.468.891	16.956.483	8,9%

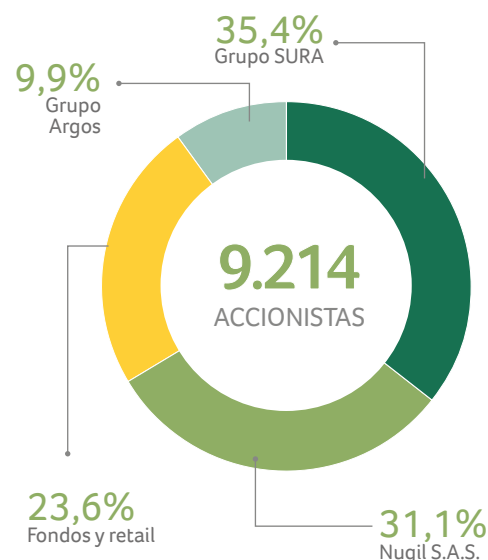
Indicadores

Precio de Cierre	39.600
Precio de Cierre año anterior	21.880
Máximo 52 Semanas	50.900
Mínimo 52 Semanas	20.350
Capitalización Bursatil (\$MM)	18.127.132
Valor Intrínseco ⁽¹⁾	21.373
RPG ⁽²⁾	19,5
P/VL ⁽²⁾	2,5
EV / EBITDA ⁽²⁾	10,3
Utilidad por acción ⁽³⁾	1.777
Dividendo por acción-mes	79,0
Rentabilidad por dividendos ⁽³⁾	3,5%
Rentabilidad por valorización ⁽³⁾	81,0%
Rentabilidad combinada ⁽³⁾	85,7%
Variación COLCAP ⁽³⁾	5,9%
Retorno sobre activos	9,4%
Retorno sobre patrimonio ⁽²⁾	12,2%
Retorno sobre capital invertido ⁽²⁾	10,8%
Acciones en Circulación ⁽⁴⁾	457.755.869
Número de accionistas	9.214
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
- (4) Acciones en circulación al cierre

Composición accionaria



 **Galletas**



Nuevas Chiky Milkshake de Arándanos y Festival Malteada de Mora

Chiky y Festival son dos marcas que permanentemente encaminan sus esfuerzos de innovación respondiendo a las tendencias, gustos y preferencias de los jóvenes consumidores, con propuestas divertidas y diferenciadas. Por eso, presentaron al mercado de Centroamérica y Colombia, sus más reciente lanzamientos:

Chiky Milkshake de Arándanos: edición limitada que combina galletas Chiky y una crema sabor a malteada de arándanos.

Festival Malteada de Mora: edición limitada, que trae el delicioso sabor de la malteada de mora, y combina lo ácido de la fruta con una dulce crema.



Nuevas Galletas Cremas Choy's

Nueva propuesta de producto bajo un *co-branding* de dos marcas queridas y reconocidas por los costarricenses. Estas galletas con sabor a maní, rellenas con crema sabor a caramelo, y deliciosa cobertura de chocolate, son “tu chocolate favorito hecho galleta”. A través de esta innovación, Pozuelo busca dinamizar y valorizar su presencia en el segmento de dulces infantiles con un producto diferenciado que potencia lo mejor de ambas marcas y fortalece los vínculos intergeneracionales entre los miembros de las familias. Son bajas en sodio, sin colesterol ni grasas trans.

Tosh Rosas y Fresas

TOSH presentó al mercado de Centroamérica las nuevas galletas TOSH Rosas y Fresas, una novedosa combinación entre el sabor de la fresa, con lo inesperado del gusto de los pétalos de rosa.



Esta opción saludable y deliciosa, despierta la curiosidad de los consumidores por probar algo diferente porque además de sorprenderse con su sabor, disfrutan de los beneficios nutricionales de estas galletas que incorporan contenido de vitaminas A, C y E. Y a su vez, también son fuente de selenio y zinc, micronutrientes antioxidantes, además de ser bajas en sodio y libres de colores artificiales, colesterol y grasas trans.



Ducales Cookies & Cream

Nuevas Ducales Provocación Cookies & Cream, una combinación doblemente deliciosa, entre las Ducales de siempre y una cobertura de chocolate blanco con trozos de galleta. Esta Edición Limitada, ya se encuentra en el mercado de Colombia, para que todos los consumidores que aman el sabor único y mágico de Ducales, disfruten de una explosión de sensaciones y puedan llevarlo a todas partes.



Club extra canela azúcar moreno

La combinación del dulce y salado es, desde siempre, una de las favoritas para los consumidores de todas las edades. Por eso, la marca Club Extra, presentó al mercado de Centroamérica las nuevas galletas Club Extra Canela y Azúcar Morena, una deliciosa combinación entre el tradicional sabor salado de la galleta, con el dulce de la canela y el azúcar moreno.

Naturela: Bebida verde para diluir

Con el propósito de seguir ofreciendo a los consumidores, alimentos funcionales, naturales y nutritivos, Naturela presentó su nueva bebida verde natural, una fórmula única, que además de ser refrescante, contiene ingredientes que son reconocidos por sus beneficios para el sistema digestivo. Al diluirse en agua, se convierte en una bebida refrescante, compuesta por ingredientes naturales como clorofila de alta pureza, extraída de la alfalfa; cúrcuma, spirulina y aceite esencial de menta, que funciona como un conservante natural por su propiedad antimicrobiana. Es endulzado con Stevia, naturalmente libre de gluten, libre de calorías y libre de azúcar



Snacks de Frutas TOSH

TOSH es la marca más reconocida en el mundo saludable y en la categoría de snacks, ofrece un completo portafolio de productos con diferentes tecnologías, sabores y beneficios. Para continuar desarrollando el segmento de Snacks saludables, presentó en Centroamérica y Colombia los nuevos Snacks de Frutas TOSH, pasabocas crujientes y deliciosos chips de Fruta horneada, que vienen en 3 sabores: Mango, Piña y Coco. Son 100% fruta, sin aditivos, ni azúcares añadidos.



Skinny Girl bajas en azúcar

Como parte del desarrollo de segmentos valorizados, Abimar Foods completó el desarrollo de galletas cremadas bajas en azúcar para la marca Skinny Girl del mercado de Estados Unidos. Skinny girl es una marca que comenzó como un libro (Naturally Thin: Unleash Your Skinnygirl and Free Yourself From a Lifetime of Dieting) y rápidamente evolucionó en una marca que participa en diversas categorías en Estados Unidos. Abimar Foods abre la oportunidad para la marca de participar en el segmento de galletas con este desarrollo y continúa trabajando en el crecimiento del segmento B2B, con marcas valorizadas.



Cárnicos

Nuevos champiñones Babybella

Setas de Cuivá llega al canal de supermercados con una nueva alternativa de champiñones “Babybella” un producto fresco y natural que por su práctico tamaño puede consumirse entero. Los champiñones Babybella llegan directamente del campo a los hogares colombianos para acompañar las más deliciosas “Re Setas” como ensaladas, salsas, carnes, pastas y muchas preparaciones más.



Chocolates



Nuevo punto de venta de la marca Evok en Dubái

El pasado mes de junio la marca Evok, del negocio de Chocolates, abrió su primer punto de venta en Dubái, Emiratos Árabes Unidos.

Después de su excelente participación en Expo Dubai, plataforma donde más de 150 nacionalidades conocieron los productos de esta marca, se confirma la apertura del primer punto de venta de Evok en Dubái, ubicado en uno de los principales centros comerciales de la ciudad: Mall of The Emirates. Esta noticia marca un hito en la internacionalización de esta marca, para que la mezcla de las hierbas y especias naturales de Evok lleguen a todo el mundo. Les invitamos a seguir la marca en sus redes sociales: @evok.me @evokbienestar



Montblanc Sin Azúcares Añadidos en Perú

Aprovechando la creciente tendencia de consumo de alimentos saludables en el Perú, se lanzó el nuevo chocolate Montblanc sin azúcares añadidos con 44% de cacao. Este es el primer chocolate fabricado en Perú que se suma a la tendencia sin azúcar, un hito en la innovación para Chocolates en Perú.

Nuevas Avenas TOSH con inclusiones frutos rojos y chocolate

Con estos nuevos productos TOSH busca entregar opciones listas, saludables y deliciosas, que solo tienen un gramo de azúcar adicionada: Avena con infusiones de Frutos Rojos, una mezcla de arándanos, fresas y moras y Avena de Chocolate con chunks semiamargos al 47% de cacao.



Batidos congelados TOSH

Una deliciosa opción natural, saludable, refrescante, sin azúcar adicionada y muy fácil de preparar que combina lo mejor de las frutas y las verduras, brindando nutrición y bienestar.



Cafés



Nuevo Té Verde Piña Tosh

Apalancados en el poder antioxidante del té verde y todo lo bueno de la piña (Excelente fuente de vitamina C, que contribuye a la función normal del sistema inmune, aporta fibra y otros componentes a los cuales se atribuyen beneficios a nivel digestivo), Tosh lanza su nuevo Té verde Piña. Este nuevo producto está dirigido a los consumidores que buscan productos naturales que les permitan mantenerse saludables y verse bien, equilibrando constantemente lo que es sano y lo que disfrutan. El segmento de té es el segmento más importante de la categoría de infusiones y el té verde es quien presenta mayor crecimiento en Colombia.

●●● **Novedades**

 **Tresmontes Lucchetti**




Lucchetti lanza nuevas Pastas Sin Gluten

Elaboradas a partir de harina de maíz y arroz, estas deliciosas pastas buscan satisfacer la creciente demanda de productos sin gluten por parte de personas con alergias alimentarias, o bien que por opción propia eligen este tipo de productos. En su formato de 400g de Spaghetti 5, Rigati o Espirales, la producción de Lucchetti Sin Gluten se realiza en líneas exclusivas para dar cumplimiento al estándar libre de gluten y poder entregar la mejor textura y sabor 100% apto para celíacos.

Café Gold sigue ampliando su portafolio con una nueva propuesta de sabores

Gold Premier invita a vivir una increíble experiencia de sabor y aroma, con sus nuevas variedades de café granulado elaborados con granos arábica cuidadosamente seleccionados. Se trata de los nuevos Gold Premier Vainilla y Gold Premier Chocolate en sus formatos de 100 gramos y Gold Premier Dark Roast, un café de tostado intenso, disponible en formato de 170 gramos.



 **Alimentos al Consumidor**



Festival de Pollo a La Parrilla, Leños & Carbón

Para el período comprendido entre Junio a Agosto, Leños & Carbón lanza el Festival de Pollo a La Parrilla, con sus productos favoritos: Churrasco de Pollo, medio pollo, Pollo caprese y nuestra tradicional Chuleta de Pollo. El Churrasco de Pollo ha sido un éxito en ventas desde su lanzamiento, además con un precio accesible para nuestros invitados de \$26,900. Te invitamos a probar este festival de Leños & Carbón.



Antójate, Corral Gourmet

Se relanza la tradicional campaña para los amantes de las hamburguesas, llamada ANTÓJATE, que ofrece combos con precios desde \$27.900. En esta temporada cuenta con con 4 hamburguesas: Portobello apanada con quinua (opción de proteína vegetal), Río grande BBQ de pollo, Tres quesos y Bistec a caballo.



PapaVeg

Papa Johns lanzó al mercado una pizza de proteína vegetal a base de plantas con el objetivo de ofrecer a nuestros invitados una opción diferente. Papa VEG es una pizza con todos los sabores deliciosos y distintivos de la marca.



Full Pork de Papa Johns

En Junio se lanzó la nueva proteína cerdo desmechado, que es posible disfrutar en pizza, papadía y rolls.



Helados



Crem Helado Casero Arequipe

Llega Crem Helado Casero Arequipe, con un sabor tradicional, para recordar los sabores de casa e invitar a los consumidores a vivir momentos de conexión con familia y amigos.



Aloha Limonada de Coco

La nueva y refrescante Aloha Limonada de Coco es una innovación que mezcla la cremosidad del coco, la acidez del limón y la refrescancia de Aloha de siempre.



Pastas



Cremas Listas Doria

Pensando en ofrecer productos con un mayor valor nutricional Doria presentó al mercado las nuevas Cremas Listas Doria disponibles en dos conocidos y deliciosos sabores: de tomate y de champiñones. Están elaboradas con vegetales de origen natural, conservando esa textura especita que evoca el sabor casero, listas para calentar, servir y disfrutar. Son libres de harinas, conservantes, colorantes y sellos de advertencia, no necesitan refrigeración gracias a la tecnología de su empaque; respondiendo al ritmo de vida de los consumidores y promoviendo hábitos más sanos y nutritivos dentro y fuera del hogar.

Mezcla para Arepas Doria

70 años de historia le han permitido a Doria lograr un conocimiento profundo del consumidor colombiano, por eso hoy la marca continúa ampliando su nutritivo portafolio para llegar a más hogares a través de otros momentos de consumo. En el segundo trimestre de este año llegó al mercado la nueva Mezcla para hacer Arepas Doria, un producto elaborado con harina de maíz precocida y que adicionalmente contiene los beneficios de la quinua, chía y salvado de trigo, ofreciendo por primera vez, una alternativa rica en fibra para un alimento que está presente en casi el 80% de los hogares del país.



Desarrollo de portafolio Multimarca (Pastas)

Continuamos fortaleciendo categorías de impacto para nuestros clientes, a través de una estrategia de desarrollo de productos en presentaciones institucionales, que va orientada a clientes que fabrican su propia pasta o que requieren para otro tipo de productos con mayor desempeño.

Nutresa se une al proyecto de **agricultura urbana** para la **seguridad alimentaria** y la **generación de ingresos** en la **comuna 13 de Medellín**



A través de la iniciativa Terrazas Verdes de los colectivos culturales y sociales del barrio Nuevos Conquistadores de la Comuna 13 de Medellín, Grupo Nutresa busca implementar acciones para el desarrollo de capacidades en seguridad alimentaria y agricultura sostenible en comunidades urbanas.

Este proyecto incluye la construcción de siete sistemas de hidroponía de 135 m² que posibilitan la siembra y cosecha de más de 4.32 toneladas de alimentos anuales entre los cuales está: lechuga, acelga y albahaca, que se destinarán a la comercialización para el fomento y generación de ingresos de 85 beneficiarios directos entre ellos madres cabeza de familia y además para el consumo de las familias locales.

Además, la Compañía ha puesto a disposición el talento de sus colaborado-

res, para aportar desde el voluntariado al embellecimiento de los espacios, las fachadas y la siembra de plantas, acciones que contribuyen con la transformación social del sector y avivan el sentido y solidaridad de los colaboradores.

Terrazas verdes nace de la necesidad de vincular con empleo directo a madres cabeza de familia de la comuna 13, para brindarles un acompañamiento psico-social extendido a su familia, fomentar la seguridad alimentaria y la generación de hábitos de consumo de productos cultivados en las terrazas de sus viviendas. Esta iniciativa cuenta con el apoyo de aliados como la Corporación Afrocolombiana Son Batá, Error 404 y otras entidades convocadas junto a ellos se espera obtener la construcción de 200 terrazas en las casas de los vecinos y las familias del barrio.

Continuamos contribuyendo a los **Bancos de Alimentos de Colombia**

Como un aporte al objetivo de desarrollo sostenible ODS -“Hambre cero”, 335.000 unidades de producto cárnico, materias primas y materiales equivalentes a más de \$1.500 millones, fueron entregados por el Negocio Cárnicos durante los primeros seis meses de 2022 a los bancos de alimentos del país para apoyar el refuerzo nutricional de las personas que son atendidas por estas entidades.



Unidos por una **caficultura** más sostenible

Como parte de nuestro propósito de construir un mundo mejor donde el desarrollo sea para todos, el Negocio Café se adhirió al acuerdo café, bosque y clima, un compromiso voluntario que involucra miembros de gobierno, organizaciones de la sociedad civil, empresas y productores de café para proteger los bosques y con ello aportar una solución a los efectos negativos del cambio climático.

Esta iniciativa busca dar soluciones integrales para equilibrar el ingreso de los productores (costo de producción + rentabilidad justa), el desarrollo social (calidad de vida) con una producción resiliente al clima y una mejor preservación del capital natural en las regiones cafeteras.



Comprometidos con el medio ambiente

La marca Colcafé continúa implementado acciones que contribuyan al cuidado del medio ambiente; a través de la optimización en el tamaño de sus sobres han ahorrado más de 1.700kg de material en el 2022, esto significa un ahorro del 5% del total de consumo de material de empaque en sobres.

Además, estos empaques pueden cerrar su ciclo a través de acciones como #AdoptaUnaBotella de Nutresa Retoma.



Ahora los elementos de publicidad son **amigables con el medio ambiente**, se pueden reciclar o provienen de fuentes recicladas

Comercial Nutresa continúa trabajando para evolucionar hacia un modelo de comercialización de productos y servicios de manera responsable con el medio ambiente, a través de la gestión de emisiones, uso eficiente y racional de los recursos energéticos y soluciones de economía circular.

Es por esto que a partir de este año, los materiales de visibilidad son reciclables y amigables con el medio ambiente, ya que en el proceso de producción se utilizan: pinturas biodegradables, impresiones directas que permiten aprovechar los materiales al final de su vida útil, y materiales que se pueden reciclar, como el cartón, la madera y el metal.

También se desarrollan piezas POP con PET reciclado, reincorporando a la cadena productiva material posterior a su descarte, extendiendo de esta manera su ciclo de vida.

Con estas acciones se promueve la economía circular, disminuyendo los impactos ambientales en la producción del material de visibilidad.

Alianza por la Sostenibilidad

POZUELO firma Acuerdo de Gobernanza para incorporar incentivos a la Carbono Neutralidad

En el marco del Congreso de Ambiente y Energía de la Cámara de Industrias de Costa Rica, el pasado 30 de junio, Compañía de Galletas Pozuelo y los socios estratégicos de la Alianza para la Acción Climática, renovaron y firmaron el Acuerdo de Gobernanza.

Este acto confirma que la acción climática es una prioridad global y que POZUELO ratifica su compromiso con el liderazgo y el empoderamiento climático para seguir construyendo un mejor Futuro para todos.

La Alianza para la Acción Climática tiene por objetivo el incorporar incentivos al Programa País Carbono Neutralidad que aumenten la ambición, participación e impacto del sector empresarial público y privado en la acción climática costarricense.

