

Boletín Accionistas

Tercer trimestre de 2022



Grupo Nutresa, una organización centrada en las personas, reporta los resultados acumulados al tercer trimestre de 2022



La Organización seguirá innovando en su portafolio ofreciendo alternativas nutritivas y saludables y estableció una meta para el 2030 en la que el **50% de sus innovaciones mejoren las condiciones de salud y nutrición para los consumidores.**

La Compañía avanza en su objetivo estratégico al año 2030 de tener el **100% de las materias primas abastecidas de forma productiva y sostenible, y conservando la biodiversidad.**

El compromiso de Grupo Nutresa es continuar liderando una Organización humana, consciente y competitiva, que genere valor para todos los grupos relacionados y que avance en coherencia con el propósito superior de construir un mundo mejor donde el desarrollo sea para todos.

En línea con esto, la Compañía comparte algunos avances de asuntos relevantes para la Organización:

Cooperando con las personas, los aliados y la sociedad: nutrición, salud y bienestar

Grupo Nutresa está comprometido con el desarrollo de soluciones alimenticias que aporten a la nutrición, el bienestar y la salud de las personas. Lo anterior, está soportado en capacidades de investigación y desarrollo que le permiten contar con un portafolio innovador y en permanente evolución.

Durante los últimos diez años, la Compañía mejoró el perfil nutricional de 3.144 productos, reduciendo y reemplazando ingredientes de interés en salud pública. De igual manera, ha ampliado fronteras ingresando a nuevas categorías como la de nutrición especializada con la marca Bénet; la de productos a base de proteína vegetal con las marcas Pietrán, Kibo y Tosh; y la

categoría de snacks 100% horneados, entre otras iniciativas.

Dentro de los Objetivos al año 2030, la Organización espera seguir incorporando a su portafolio otras alternativas nutritivas y saludables y por eso estableció una meta en la que el 50% de sus innovaciones mejoren las condiciones de salud de los consumidores.

Preservando el planeta: abastecimiento responsable y productivo

La Compañía continúa avanzando en su objetivo estratégico al año 2030 de tener el 100% de sus materias primas abastecidas de forma productiva y sostenible para la conservación de la biodiversidad. Lo anterior, se gestiona a través de un modelo de aprovisionamiento competitivo que permite el equilibrio entre la sostenibilidad y la productividad.

Para lograrlo, desarrolla estrategias dentro de la cadena de valor con enfoque en competitividad; formación en capacidades digitales; biodiversidad y desarrollo agropecuario; derechos humanos; y negocios inclusivos a través de planes de trabajo que involucran las 16 principales materias primas del Grupo, las cuales incluyen más del 80% del volumen de compras de la Organización.

Para mayor información,
lo invitamos a visitar nuestra página web



3 | Noticias

7 | Información
financiera

9 | Novedades

14 | Sostenibilidad



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

Las **ventas consolidadas** al cierre del tercer trimestre de Grupo Nutresa ascienden a **COP 12,2 billones**, un 33,1% superiores a las del mismo período del año anterior. Todas las geografías y negocios del Grupo continúan con crecimientos de doble dígito.

El **ebitda consolidado** al cierre de este del periodo es de **COP 1,5 billones**, con un margen del 12,2% y un crecimiento del 25,8% sobre el reportado el año anterior.

La **utilidad neta**, al cierre del tercer trimestre, asciende a **COP 723.049 millones**, creciendo un 35,2%.

Al cierre del tercer trimestre del año, las ventas de Grupo Nutresa continúan con una dinámica positiva y ascienden a COP 12,2 billones, un 33,1% superiores a las del mismo periodo del año anterior.

El crecimiento de doble dígito fue generalizado en todas las geografías y negocios del Grupo, y refleja una gestión de precios responsable con volúmenes sostenidos. Lo anterior se soporta en un amplio portafolio de marcas conocidas y apreciadas, una oferta innovadora, y posiciones de mercado líderes que permiten transferir valor a clientes, consumidores y compradores.

Los ingresos en Colombia presentan un crecimiento de 31,5% y se ubican en COP 7,3 billones, equivalentes al 60,2% de las ventas consolidadas del Grupo. Por su parte, las ventas internacionales registran un valor de COP 4,8 billones, creciendo el 35,5% frente a las del mismo periodo del año anterior. Estas ventas, expresadas en dólares, son de USD 1,2 billones y representan un crecimiento de 22,9%. En el frente internacional, se destacan también las exportaciones desde Colombia, por USD 337 millones, las cuales crecen un 38,5%.

Grupo Nutresa continúa gestionando el impacto de las presiones inflacionarias y las restricciones en la cadena de suministro global a través de una adecuada administración y cobertura de *commodities* y la disciplina en los costos y gastos dentro de la Organización. Con lo anterior, la Compañía logró una utilidad

bruta de COP 4,5 billones, creciendo un 19,6% durante el periodo.

La implementación de capacidades digitales y la permanente búsqueda de agilidad y productividad en la llegada al mercado, ha permitido mantener una estructura de gastos operacionales que crece a un nivel inferior a las ventas, y que representa ahorros para la Organización. En línea con lo anterior, la utilidad operativa del Grupo es de COP 1,1 billones, un 32% superior a la del mismo periodo del 2021.

En rentabilidad, se reporta un margen ebitda del 12,2% sobre las ventas, el cual asciende a COP 1,5 billones, con un crecimiento del 25,8%.

En los rubros posoperativos, los gastos financieros crecen un 63,8%, debido principalmente al incremento en las tasas de interés de las distintas geografías donde opera el Grupo.

La utilidad neta asciende a COP 723.049 millones, creciendo un 35,2% con respecto a las del mismo periodo del año anterior.

Estados Financieros Separados

En los Estados Financieros Separados de Grupo Nutresa S. A. se reportan ingresos operacionales netos por COP 733.630 millones, de los cuales COP 643.438 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 723.163 millones.

Grupo Nutresa, tercera empresa con mejor reputación en Colombia



De acuerdo con los resultados del monitor MERCOSUR Empresas y Líderes Empresariales 2022, en su edición número 15, Grupo Nutresa es la tercera empresa con mejor reputación en Colombia. Una vez más, la empresa se ubicó en el primer lugar dentro del sector de alimentos. Sobresalió igualmente la posición #10 de Nutresa en el listado de empresas con mejor reputación en el ámbito digital.

Este año, el monitor MERCOSUR Empresas contrastó la percepción y valoración de 24 fuentes de información –a través de 83.939 encuestas– con la realidad de los méritos empresariales de cada una de las organizaciones alrededor de seis valores reputacionales: Resultados económicos y financieros; Calidad de la oferta comercial; Talento; Ética y RSC; Dimensión internacional; e Innovación.

Por su parte, Carlos Ignacio Gallego, Presidente de Grupo Nutresa, se ubicó en la segunda posición en el listado de Líderes con mejor reputación del país, y se mantiene en el top 5 de este ranking desde los últimos siete años.



Grupo Nutresa, la empresa más innovadora del país según el ranking de innovación de la ANDI y revista Dinero

En el marco del 7° Congreso Empresarial Colombiano llevado a cabo en Cartagena, la ANDI y revista Dinero anunciaron la primera posición de Grupo Nutresa dentro de su Ranking de Innovación Empresarial 2022, por primera vez desde su publicación hace seis años. Este estudio le toma el pulso a la dinámica innovadora de las principales empresas del país, –pequeñas, medianas y grandes– con el objetivo de visibilizar su esfuerzo, comportamiento y logros en el mercado nacional e internacional.

Grupo Nutresa ya había ocupado la 3ra posición en este ranking en 2021 y la 2da en 2020.

“En Grupo Nutresa, la investigación y la innovación efectiva continúan siendo grandes habilitadores para la generación de valor y la competitividad. Este reconocimiento es un claro reflejo de los esfuerzos de la Organización para seguir construyendo un mundo mejor donde el desarrollo sea para todos, con una alta dosis de innovación.”



Mario Alberto Niño,
Vicepresidente de
Innovación y Nutrición,
Grupo Nutresa.



De izquierda a derecha: Bruce McMaster, Presidente de la ANDI; Carlos Ignacio Gallego, Presidente de Grupo Nutresa; y Alejandro Olaya, Gerente Nacional de Innovación y Emprendimiento de la ANDI.



Grupo Nutresa se adhirió a los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres, de ONU Mujeres

El pasado mes de julio, Grupo Nutresa firmó los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEP, por sus siglas en inglés) de ONU Mujeres – Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres- y Pacto Global Red Colombia. Con esta firma, la Organización se compromete a tomar medidas para avanzar en la equidad de género en el trabajo, el mercado y la comunidad.

Los siete principios en cuestión son: establecer un liderazgo corporativo del más alto nivel para la igualdad de género; tratar a todos los hombres y mujeres de forma justa en el trabajo. respetar y apoyar los derechos humanos y la no discriminación; velar por la salud la seguridad y el bienestar de todos los trabajadores y trabajadoras; promover la educación, la formación y el desarrollo

profesional de las mujeres, implementar el desarrollo empresarial y las prácticas de la cadena de proveedores y de marketing que empoderen a las mujeres; promover la igualdad a través de iniciativas comunitarias y de cabildeo; y medir y publicar informes de los progresos hacia la igualdad de género.

Esta decisión complementa los esfuerzos adelantados por la Empresa y ratifica el compromiso de generar una cultura de trabajo inclusiva que reconoce y valora la diversidad.

En apoyo de

**WOMEN'S
EMPOWERMENT
PRINCIPLES**

Creado por ONU Mujeres y el Pacto Global de Naciones Unidas



Nuevo presidente del Negocio Cafés

El pasado 1 de octubre asumió como nuevo presidente del Negocio Cafés de Grupo Nutresa, Francisco Eladio Gómez Zapata, quien se venía desempeñando como Gerente Global B2B.

Francisco Eladio hace parte del Negocio Cafés desde hace 27 años, en donde ha trabajado en los procesos de Ingeniería, Investigación y Desarrollo y en los últimos años como Gerente Global B2B liderando la estrategia de ventas industriales de café en el mundo y del relacionamiento comercial y técnico con importantes clientes internacionales.



Programa para la productividad de Fincas Cafeteras



Con el fin de aportar al desarrollo sostenible a través de la generación de oportunidades en las regiones, el Negocio Cafés de Grupo Nutresa dio inicio a la segunda versión de su Programa para la Sostenibilidad de Fincas Cafeteras con la participación de 300 familias productoras en los municipios de San Gil, Socorro y Aratoca en el departamento de Santander; y 250 en Garzón y Timaná en el Huila. Con la iniciativa que impactará más de 2.000 hectáreas de cultivo, se espera producir, entre los dos departamentos, más de 47 mil sacos de café excelso anuales durante los próximos tres años.



Negocio Helados implementa franquicias en Colombia

En julio pasado comenzó el piloto del modelo de negocio de franquicias Crem Helado de la mano de emprendedores que buscan un negocio rentable, atractivo y con el respaldo de la marca. Con puntos de venta ubicados en lugares estratégicos de alta rotación, se ofrecerán a los consumidores preparaciones especiales dentro de un menú con una clara propuesta de valor. Actualmente tres clientes ya iniciaron sus operaciones y se espera finalizar el año con la apertura de dos puntos de venta más.





La marca Cordillera se unió al Día Internacional del Turismo

En el marco del programa Antioquia es Mágica, liderado por la Gobernación de Antioquia, la marca Cordillera fue invitada al encuentro del Día Mundial del Turismo el pasado mes de septiembre, evento al que asistieron más de 200 actores pertenecientes al sector del turismo.

La participación de Cordillera se enmarcó en una experiencia llamada “El Viaje del Chocolate”, desde la que se busca generar cultura cacaotera a través de catas de chocolate. Así mismo, la marca participó en un espacio para socializar avances de algunos de sus programas sostenibles como el desarrollo de nuevas variedades de cacao altamente productivas, la protección de especies como el loro orejiamarillo, y el compromiso de la marca con el agroturismo.



TOSH FEST 2022

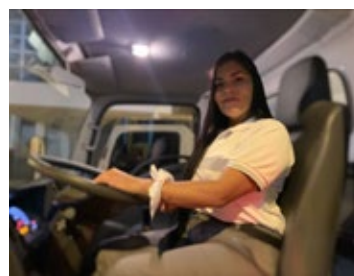


Con la participación de 13 speakers nacionales e internacionales y de Catalina Aristizábal como anfitriona, en septiembre se celebró el Tosh Fest 2022, un festival multiexperiencial de bienestar para las personas que persiguen una vida en armonía a partir del cuidado de cuatro pilares fundamentales del ser humano: cuerpo, mente, espíritu y sociedad. En el evento, los asistentes vivieron experiencias de aprendizaje, conexión e interacción a través de diferentes actividades como yoga, meditación, danza, clases de cocina saludable, charlas de crecimiento personal, transformación personal, talleres de cocina, *coaching* y ejercicio, entre otros.

Oppear Colombia le apuesta a la equidad de género

A través de un programa integral que busca transformar la cultura, trabajar con aliados, eliminar los sesgos y ser más competitivos al vincular un mayor número de mujeres en sus labores operativas logísticas, Oppear Colombia -empresa de prestación de servicios de transporte y logística de Grupo Nutresa- ha logrado, en los últimos meses, pasar de tener cuatro mujeres en labores operativas a 28, de las cuales dos se desempeñan como conductoras de transporte masivo, 11 en transporte de última milla y 15 en procesos de almacenamiento. Oppear Colombia le apuesta así a cerrar la brecha de equidad de género en un sector tradicionalmente masculinizado.

Esta estrategia le ha permitido a la empresa lograr un impacto social positivo al tiempo que le permite desarrollar su talento para continuar prestando sus servicios de manera sostenible.





El Negocio Cárnico recibió recertificación en sistemas de gestión

El Negocio Cárnico recibió por parte del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) la recertificación de los siguientes sistemas de gestión: Sistema de Gestión de la Calidad bajo el modelo ISO 9001:2015 en todas sus plantas; Sistema de Gestión Ambiental bajo el modelo ISO 14001:2015 en su Planta Medellín; y Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo ISO 45001:2018 en sus Plantas Bogotá, Caloto, Envigado, Medellín y Rionegro.



Álbum Jet Colombia Sorprendente ganó premio Effie Oro

El álbum Jet Colombia Sorprendente ganó el premio Effie Oro 2022 en la Categoría Extensión de Línea, un reconocimiento que resalta la efectividad de la campaña “Lanzando el álbum más icónico de Colombia co-creado por Centennials”.

Tresmontes Lucchetti, la segunda mejor empresa de alimentos en Chile para atraer y fidelizar talento

El pasado mes de agosto se dieron a conocer los resultados de la 9ª Edición del monitor Merco Talento Chile, en el que TMLUC logró la segunda posición del ranking sectorial de alimentos y el puesto 22 del ranking general. Este ranking recogió la opinión de 28.759 personas en Chile, incluyendo trabajadores, expertos y estudiantes, entre otros.



Fábricas del Negocio Chocolates, recertificadas en BRC

La Fábrica Rionegro de CNCH Colombia y la línea de Derivados de Cacao de CNCH Perú fueron certificadas en la Categoría AA bajo el esquema de BRCS, Norma Global de Seguridad de los Alimentos, reconocida por el Global Food Safety Initiative GFSI. Lo anterior garantiza los más altos estándares de calidad, inocuidad, legalidad y autenticidad en los productos allí fabricados.



Pozuelo obtiene galardón “Bandera Azul”

El Programa Bandera Azul Ecológica (PBAE) entregó a Compañía de Galletas Pozuelo, de Costa Rica, el reconocimiento en la categoría de Cambio Climático. El equipo técnico del PBAE determinó que los esfuerzos implementados por la empresa habían dado excelentes resultados, de ahí su calificación máxima de 100, así como tres estrellas blancas.



Tresmontes Lucchetti recibió dos premios de la Asociación Nacional de Abarroteros Mayoristas de México (ANAM)

TMLUC México fue destacado por la ANAM en las categorías “Proveedor Preferido” y “Rentabilidad”, dándole a la empresa representatividad ante las autoridades federales y principales proveedores. La ANAM integra a más de 100 socios abarroteros que distribuyen y manejan al menos cinco categorías de producto y que representan el 90% del total de facturación del país.



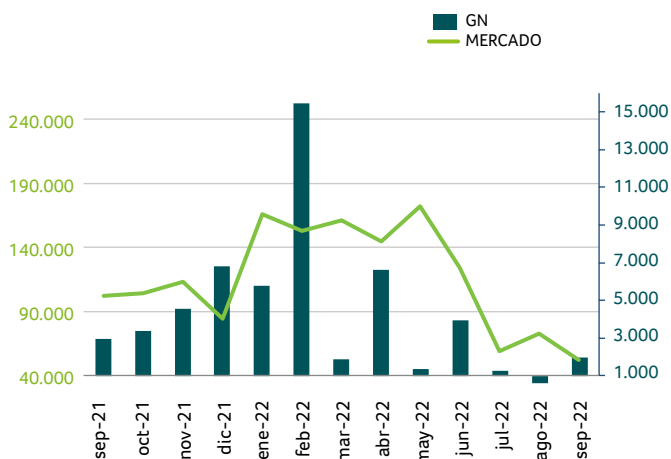
Estado de Resultados Consolidados*

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

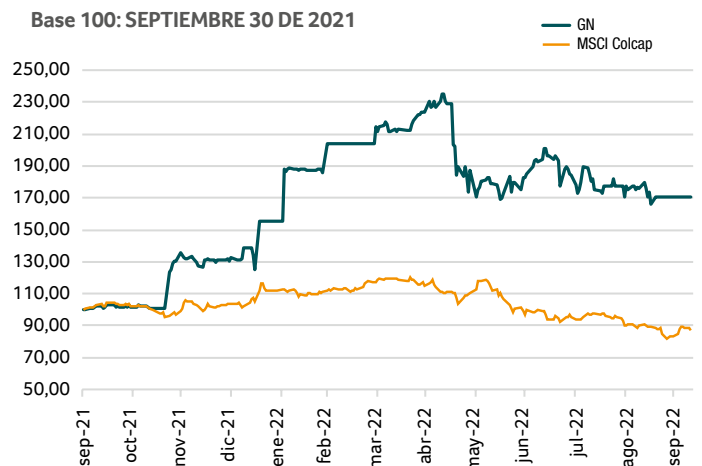
	ENE-SEP 2022	% ingresos	ENE-SEP 2021	% ingresos	% VAR
OPERACIONES CONTINUADAS					
Ingresos operacionales provenientes de contratos con clientes	12.156.790		9.135.290		33,1%
Costos de ventas	(7.669.689)	-63,1%	(5.383.968)	-58,9%	42,5%
Utilidad bruta	4.487.101	36,9%	3.751.322	41,1%	19,6%
Gastos de administración	(453.706)	-3,7%	(392.759)	-4,3%	15,5%
Gastos de venta	(2.755.003)	-22,7%	(2.343.649)	-25,7%	17,6%
Gastos de producción	(173.230)	-1,4%	(167.079)	-1,8%	3,7%
Diferencia en cambio de activos y pasivos operativos	32.446	0,3%	14.676	0,2%	121,1%
Otros ingresos netos operacionales	6.971	0,1%	4.539	0,0%	53,6%
Utilidad operativa	1.144.579	9,4%	867.050	9,5%	32,0%
Ingresos financieros	27.700	0,2%	11.110	0,1%	149,3%
Gastos financieros	(280.986)	-2,3%	(171.497)	-1,9%	63,8%
Dividendos	90.211	0,7%	67.758	0,7%	33,1%
Diferencia en cambio de activos y pasivos no operativos	32.363	0,3%	13.819	0,2%	134,2%
Participación en asociadas y negocios conjuntos	18.421	0,2%	(3.391)	0,0%	N/A
Otros egresos	(11)	0,0%	-	0,0%	-
Utilidad antes de impuesto de renta e interés no controlante	1.032.277	8,5%	784.849	8,6%	31,5%
Impuesto sobre la renta corriente	(334.113)	-2,7%	(190.731)	-2,1%	75,2%
Impuesto sobre la renta diferido	42.439	0,3%	(15.132)	-0,2%	N/A
Utilidad del periodo de operaciones continuadas	740.603	6,1%	578.986	6,3%	27,9%
Operaciones discontinuadas, después de impuestos	(21)	0,0%	(32.310)	-0,4%	-99,9%
Utilidad neta del periodo	740.582	6,1%	546.676	6,0%	35,5%
Participaciones no controladoras	17.533	0,1%	11.697	0,1%	49,9%
Utilidad atribuible a las participaciones controladoras	723.049	5,9%	534.979	5,9%	35,2%
EBITDA	1.480.965	12,2%	1.177.628	12,9%	25,8%

*Información no auditada.

Volumen de negociación promedio



Comportamiento de la acción





Estado de Situación Financiera*

A 30 de septiembre de 2022 y 31 de diciembre de 2021.

Valores expresados en millones de pesos colombianos

	SEP-22	DIC-21	% VAR
ACTIVO			
Activo corriente			
Efectivo y equivalentes de efectivo	619.858	862.706	-28,1%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, neto	1.831.145	1.382.671	32,4%
Inventarios	2.594.910	1.742.562	48,9%
Activos biológicos	250.798	191.894	30,7%
Otros activos	839.153	414.755	102,3%
Activos no corrientes mantenidos para la venta	4.711	177	N/A
Total activo corriente	6.140.575	4.594.765	33,6%
Activo no corriente			
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, neto	51.789	44.332	16,8%
Activos biológicos	19.484	19.484	0,0%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	226.506	217.821	4,0%
Otros activos financieros no corrientes	3.274.342	3.028.203	8,1%
Propiedades, planta y equipo, neto	3.826.931	3.676.931	4,1%
Activos por derechos de uso	762.125	763.438	-0,2%
Propiedades de inversión	8.504	8.740	-2,7%
Plusvalía	2.509.796	2.445.723	2,6%
Otros activos intangibles	1.406.982	1.355.126	3,8%
Activo por impuesto diferido	823.979	781.829	5,4%
Otros activos	23.482	20.091	16,9%
Total activo no corriente	12.933.920	12.361.718	4,6%
Total Activos	19.074.495	16.956.483	12,5%

PASIVO			
Pasivo corriente			
Obligaciones financieras	434.850	178.658	143,4%
Pasivos por derechos de uso	84.350	107.253	-21,4%
Proveedores y cuentas por pagar	2.058.114	1.758.083	17,1%
Impuesto sobre la renta e impuestos por pagar	506.451	230.484	119,7%
Pasivo por beneficios a empleados	315.429	246.285	28,1%
Provisiones	3.683	1.674	120,0%
Otros pasivos	224.023	105.600	112,1%
Total pasivo corriente	3.626.900	2.628.037	38,0%
Pasivos no corriente			
Obligaciones financieras	3.385.393	3.162.832	7,0%
Pasivos por derechos de uso	751.602	719.174	4,5%
Proveedores y cuentas por pagar	158	0	-
Pasivo por beneficios a empleados	196.883	199.827	-1,5%
Pasivo por impuesto diferido	1.218.942	1.195.928	1,9%
Provisiones	6.709	5.918	13,4%
Otros pasivos	439	2.654	-83,5%
Total pasivo no corriente	5.560.126	5.286.333	5,2%
Total Pasivo	9.187.026	7.914.370	16,1%

PATRIMONIO			
Patrimonio atribuible a las participaciones controladoras	9.794.236	8.965.940	9,2%
Participaciones no controladoras	93.233	76.173	22,4%
Total patrimonio	9.887.469	9.042.113	9,3%
Total pasivo y patrimonio	19.074.495	16.956.483	12,5%

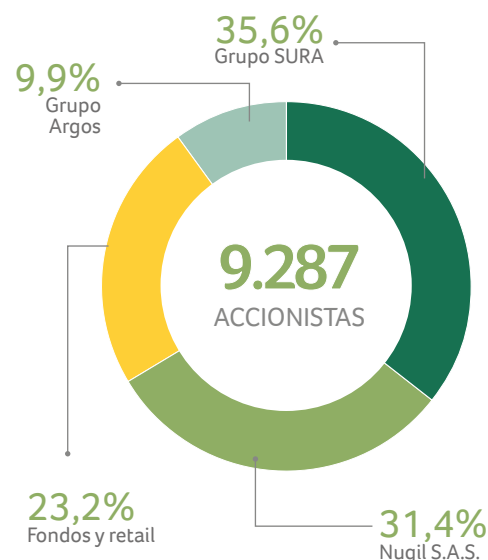
Indicadores

Precio de Cierre	36.980
Precio de Cierre año anterior	21.660
Máximo 52 Semanas	50.900
Mínimo 52 Semanas	21.620
Capitalización Bursatil (\$MM)	16.927.812
Valor Intrínseco ⁽¹⁾	21.600
RPG ⁽²⁾	17,3
P/VL ⁽²⁾	2,1
EV / EBITDA ⁽²⁾	9,5
Utilidad por acción ⁽³⁾	1.890
Dividendo por acción-mes	79,0
Rentabilidad por dividendos ⁽³⁾	3,8%
Rentabilidad por valorización ⁽³⁾	70,7%
Rentabilidad combinada ⁽³⁾	75,7%
Variación COLCAP ⁽³⁾	-17,2%
Retorno sobre activos	9,2%
Retorno sobre patrimonio ⁽²⁾	12,7%
Retorno sobre capital invertido ⁽²⁾	11,3%
Acciones en Circulación ⁽⁴⁾	457.755.869
Número de accionistas	9.287
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



Pop Chips Tosh

En línea con su propósito de ofrecer a sus consumidores opciones para darse gusto mientras se cuidan, la marca Tosh presentó en Colombia los nuevos Pops Chips de Maíz, deliciosos chips de maíz y arroz con semillas de mijo rojo y quinua negra. Un snack ligero y delicioso en tres sabores: Limón Mandarino, Canela Caramelo y Queso Mozzarella, No son fritos y son libres de gluten.

Wafer Noel Coco Y Choco Avellanas

Con el objetivo de seguir valorizando el segmento de galletas wafers y de ofrecer nuevas experiencias a sus consumidores, la marca Noel presentó al mercado colombiano dos deliciosas innovaciones: Wafers Coco, combinación de las wafers de siempre con un cremoso relleno de coco; y Wafers Chocoavellana, ideal para disfrutar a cualquier hora del día.



Bokitas y Club Extra Cerveceras con Limón y Pimienta

El Negocio Galletas lanzó en Costa Rica las nuevas Bokitas y Club Extra Cerveceras con Limón y Pimienta. Para el desarrollo de este nuevo sabor, Pozuelo aplicó el conocimiento de maestros cerveceros, que probaron diferentes combinaciones hasta lograr una propuesta innovadora y deliciosa, que lograra el mejor maridaje con la cerveza. Ideales para disfrutar en fiestas y celebraciones con amigos.



Maca en Polvo, raíz de uso ancestral

Naturela presentó al mercado colombiano su nueva Maca en Polvo. La maca es una planta originaria de los Andes rica en proteínas, fibra, hierro y calcio, y su raíz ha sido utilizada por sus propiedades para potenciar la energía, tonificar, revitalizar y por contener compuestos bioactivos asociados con la actividad antioxidante. Proveniente de cultivos orgánicos, la maca de Naturela se puede añadir en batidos o espolvorearse sobre los alimentos.

Cárnicos



Pietrán realiza jornadas con el gremio médico

En línea con su propósito de facilitar a las personas el cuidado de su salud, Pietrán llevó a cabo un programa de visitas médicas en Colombia buscando conectar la marca con diferentes especialistas de la salud para que estos, desde su conocimiento, recomienden productos de la marca como alternativa en planes nutricionales, siempre promoviendo un correcto balance alimenticio.



Nuevo chocolate Corona 0% azúcar

La marca de chocolate de mesa Corona trae al mercado colombiano el nuevo Chocolate Corona 0% Azúcar, deliciosa bebida endulzada naturalmente para seguir compartiendo buenos momentos.



Nueva edición limitada de chocolatina Drácula

Por primera vez en su historia, la icónica paleta Drácula se convirtió en una deliciosa chocolatina de leche rellena de fresa, en edición limitada. Este año los amantes de la marca podrán disfrutar de todas las sorpresas que Drácula trae para ellos en esta temporada de Halloween.

Nuevo Olé Olé con trozos de maní

La marca Olé Olé sorprende a sus consumidores peruanos con el nuevo Olé Olé Maní, una innovación que le añade trozos de maní a la ya emblemática receta de marshmallow de vainilla bañado con cobertura sabor a chocolate. Con este nuevo producto, la marca busca dinamizar su portafolio con nuevas avenidas de innovación.



Nueva Crema de Almendras Tosh

La nueva Crema de Almendras TOSH, disponible en el mercado colombiano, está elaborada con 100% de almendras tostadas. Además de ser una excelente fuente de proteína, la nueva Crema de Almendras Tosh no contiene azúcar adicionada y es baja en sodio. Una deliciosa opción para cuidarte como te gusta.



Nuevo Winter's Chocolate Real Granulado

Winter's trae al mercado peruano el nuevo Winter's Chocolate Real Granulado, único chocolate de preparación instantánea a base de cacao. Este producto apela a la indulgencia con un beneficio centrado en lo rápido y fácil de preparar desde lo granulado. Con este lanzamiento, la marca crea una nueva experiencia en la categoría que le permite dinamizarse y sumar nuevos momentos de consumo.



Nuevo Tutto Dark en Centroamérica

El nuevo Tutto Dark 70 es un chocolate 70% oscuro pero 100% real. Llega al mercado centroamericano para seducir a todos los que buscan y valoran una propuesta con porcentajes superiores de cacao.



Cordillera desarrolla innovación para General Mills

Bajo un contrato multi-año hasta 2025 con la firma General Mills, Cordillera -marca global B2B del Negocio Chocolates- concluyó exitosamente el desarrollo de Rainbow Chips, innovación diferenciada para la marca Betty Crocker. Cordillera es Partner Vendor de General Mills, lo que resalta su compromiso con la sostenibilidad, su experticia, su agilidad técnica y su trabajo colaborativo.

●●● Novedades



Cafés



Matiz Mujeres Inspiradoras

Como homenaje a las mujeres inspiradoras, Matiz trae al mercado colombiano su kit “Mujeres Inspiradoras” con tres selecciones de cafés cultivados y recolectados cuidadosamente por mamás empresarias de Novaventa, mujeres llenas de autenticidad y fortaleza y orgullosas protectoras de la cultura cafetera. De venta exclusiva en este canal.



Edición especial Eva Colores de Cápsulas Express Nutresa

La máquina Eva de Cápsulas Express Nutresa llega con una edición especial en colores rojo y blanco para llenar de diseño y practicidad las cocinas colombianas. Disponible en exclusiva en el catálogo Novaventa.



Nuevas presentaciones de Colcafé Clásico y Granulado

Para ofrecer nuevas alternativas a sus consumidores, desde julio se encuentran disponibles en el mercado colombiano las nuevas presentaciones de Colcafé Clásico y Granulado: frasco pet, sobres doypacks y lata.

Nuevo Batido Diversa con Colágeno, Biotina y Vitamina C

En el mes de septiembre el Negocio Cafés lanzó en Colombia el nuevo batido Diversa, bebida en polvo con frutas como la mora y el açai, y todo el poder del colágeno, la biotina y la vitamina C. Este nuevo batido puede prepararse fácilmente con sólo agua, o con las bebidas y jugos de fruta preferidos.



Infusiones Tosh Armonía

De venta exclusiva a través del catálogo de Novaventa, los consumidores colombianos pueden ahora encontrar la nueva presentación surtida de Infusiones Tosh Armonía por 30 unidades, bajo las referencias Calma, Ligero y Energía. Más opciones para encontrar el equilibrio perfecto.

Nuevo Café Sello Rojo con empaque 100% reciclable

Comprometida con el cierre del ciclo de los empaques a través del programa Adopta una Botella, la marca Sello Rojo llega con empaques laminados 100% reciclables fabricados a partir de material PEAD que además ofrecen barrera y sellabilidad para aumentar la vida útil del café y conservar sus características organolépticas. Disponible en presentación de 400 gr. en almacenes Éxito a partir de diciembre.



●●● Novedades

Tresmontes Lucchetti



TMLUC expande su portafolio de Muibon

Este 2022, Muibon apostó con la incorporación de cuatro nuevas variedades de galletas que llegaron para revolucionar el mercado chileno de los confites por su alta calidad y precio competitivo: Muibon Choco Sandwich, Muibon Choco Malva, Muibon Choco Twist y Muibon Chocotella.



Nueva Lasaña Integral Lucchetti

La marca líder de Tresmontes Lucchetti sorprende con una nueva lasaña precocida, y lista para rellenar y hornear. Esta nueva referencia integral está elaborada con un alto contenido de fibra que aporta nutrientes esenciales y contribuye con una dieta balanceada.



Nueva presentación de Zuko en México

Zuko lanzó al mercado mexicano una nueva presentación en bote con el fin de incursionar en nuevos canales de distribución, incluyendo clubes de precio, mayoristas y horecas. Con este nuevo envase de 450 gr. la marca busca hacer presencia más allá de los hogares tradicionales. Disponible en tiendas de Sam's Club de Grupo Walmart y City Club.

Alimentos al Consumidor



Agranda tus papas, agranda tu amor

Por cuarto año consecutivo, y dando continuidad a el propósito de marca, Hamburguesas El Corral presentó su campaña Agranda tus papas, agranda tu amor. Con cada agrandado, la marca realiza un aporte económico para la educación de los niños del campo colombiano. En años anteriores ha entregado útiles escolares, tablets y bicicletas para facilitar el estudio de más de 600 niños.



Nuevos desayunos de El Corral

Con el objetivo de atraer nuevos invitados a la marca y aprovechar todos los momentos de consumo en los restaurantes, se lanzaron cuatro nuevas opciones desayunos, incluyendo el Todoterreno, un refuerzo a la esencia de indulgencia máxima. Los nuevos desayunos se pueden consumir en pan ajonjolí, muffin, arepa o wrap y con opciones de café, granizado y jugo de naranja.

Helados



La tradicional Paleta Drácula regresó con todo

Drácula regresó para celebrar su aniversario 33 y consolidarse como una de las marcas más relevantes de la temporada de Halloween en Colombia. Bajo la plataforma "Monstruos del futuro", este año ofrece 20 figuritas coleccionables y novedades como los espacios de realidad aumentada y gaming para acercar a públicos más jóvenes. Además de la paleta, la marca llega un tarro por medio litro y, por primera vez una chocolatina desarrollada por el Negocio Chocolates.

●●● Novedades



Pastas

Nueva Lasagna Gluten free Monticello

En julio pasado, Monticello lanzó en Colombia su nueva Lasagna Gluten free, un producto elaborado a base de arroz que llega a complementar el portafolio de la marca y a ofrecer a sus consumidores toda su calidad, sabor y desempeño superior.



Muba, nueva categoría de moda de Novaventa

Novaventa presentó al mercado colombiano su nueva línea de moda para complementar el catálogo Más Prestigio. Muba es una marca propia de Novaventa que le ofrece a la red de empresarias una oferta integral de productos de moda con conceptos e inspiraciones creativas que se ajustan a los gustos y preferencias de las consumidoras colombianas y que logran democratizar la moda en cada uno de los ciclos. Muba cuenta inicialmente con cuatro colecciones según el estilo: Utilitario; Bohemio; Urbano simple; y Romance cotidiano. Además de la línea de ropa femenina, Novaventa Más Prestigio cuenta con una línea infantil a través de la marca aliada Offcorss.



Se realizó Innova en su cuarta edición

Innova es un espacio de La Recetta para contarle a clientes y prospectos sobre las novedades de su portafolio de una forma integral y dinámica. Es un ambiente virtual con expertos donde se entregan detalles sobre los productos y que incluye preparaciones en vivo, descuentos y premios para los asistentes. En su cuarta versión, el protagonista fue la marca Bistró, con productos versátiles para los segmentos de comida rápida, restaurantes y hotelería.

INNOVA 4^{ta} EDICIÓN

Entrega de parques “Nutresa Retoma”



Desde 2021, Grupo Nutresa viene implementando su programa de recuperación de empaques “Nutresa Retoma”, con el que busca incentivar la cultura de cierre de ciclo de materiales plásticos posconsumo a través de la sensibilización, la educación, y la recolección y transformación de los empaques para darles un nuevo uso en beneficio de las comunidades vulnerables.

A la fecha ya se han recolectado más de 98 toneladas de plásticos, los cuales se han transformado en cinco parques infantiles para el beneficio de más de 4.500 niños de Bogotá y Medellín. El programa cuenta con presencia en seis ciudades del país a través de más de 600 puntos de recolección activos y de la red de Empresarias Novaventa en cinco ciudades.



Generando equidad



Dando respuesta a la Convocatoria Anual del Programa “Generando Equidad”, de USAID, Fundación Nutresa postuló la iniciativa “Empoderamiento económico y formación en liderazgo a 300 mujeres empresarias de Novaventa en los municipios de Santander de Quilichao, Tumaco, Cauca, Carmen de Bolívar y Cartagena, para disminuir brechas de equidad de género”, la cual fue seleccionada para una financiación de COP 280.929.900 por parte de la agencia humanitaria.

Fin de la pobreza, pues ayuda a alejar a la población colombiana de la brecha de pobreza monetaria. Igualmente, sobre el ODS 5 (Igualdad de género), el ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), y el ODS 17 (Alianzas para lograr los objetivos). De igual manera, el programa está alineado con las prioridades estratégicas de Grupo Nutresa de construcción de una mejor sociedad y de gestionar responsablemente la cadena de valor, al tiempo que crea oportunidades para las mujeres empresarias de Novaventa.



En alianza con el proyecto PROFEM de Développement International Desjardins –DID, Fundación Nutresa ejecuta este programa de desarrollo de capacidades desde tres frentes de trabajo: 1. Educación financiera integral, para que las mujeres aumenten sus conocimientos sobre finanzas personales y de negocio para la adecuada gestión de sus recursos; 2. Liderazgo femenino y equidad de género, para promover el desarrollo de habilidades blandas y la sensibilización en torno al reconocimiento de las desigualdades de género y la prevención de la violencia basada en género (VBG); y 3. Administración y emprendimiento.

Derivado de este ejercicio, Fundación Nutresa y el Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA desarrollan el programa Amar-te, formación de formadores, cuyo objetivo es fortalecer capacidades en 30 colaboradores de Grupo Nutresa para comprender los retos y brechas entre hombres y mujeres, y liderar iniciativas que promuevan una cadena de valor más equitativa, diversa e inclusiva que impulse la transformación de la sociedad.

Esta iniciativa les permite a Fundación Nutresa y Novaventa generar un impacto directo sobre el Objetivo de Desarrollo Sostenible –ODS– #1:

El Programa “Generando Equidad” (GEP) es una iniciativa a cinco años (2021-2026) financiada por USAID e implementada por ARD Inc. Sucursal Colombia, la cual busca reducir la violencia basada en género (VBG), crear oportunidades económicas para las mujeres y transformar positivamente normas y actitudes de género.

Compañía Nacional de Chocolates adhirió como aliado principal al **proyecto C4D** (Cocoa for Development) de Partners of the Americas



Con la presencia de la Agregada Agrícola de la Embajada de Estados Unidos en Colombia, Abigail Mackey, CNCH Colombia adhirió como aliado principal del proyecto Partners of the Americas, C4D (Cocoa for Development), financiado por USDA -Departamento de Agricultura de Estados Unidos- el cual busca fomentar el desarrollo rural con cultivos de producción sostenible y comercialización equitativa para los pequeños agricultores de Colombia.

Nuevo **techo solar** en planta de producción de CNCH Perú

Compañía Nacional de Chocolates Perú instaló su primer techo solar en el Centro de Distribución de la planta, el cual cuenta con 48 paneles que permiten generar energía limpia en la operación, aportando al cuidado de los recursos naturales y preservación del planeta.



Pozuelo apoya iniciativas para la **mitigación del cambio climático**

En el marco del Congreso de Ambiente y Energía de la Cámara de Industrias de Costa Rica, Compañía de Galletas Pozuelo y los socios estratégicos de la Alianza para la Acción Climática renovaron y firmaron el Acuerdo de Gobernanza, con el que reafirman que la acción climática es una prioridad global y ratifican su compromiso con el liderazgo y el empoderamiento climático.

La Alianza para la Acción Climática tiene por objetivo 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.

Así mismo, Pozuelo participó en un espacio de co-creación con miembros del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP) y la Alianza Empresarial para el Desarrollo (AED). Lo anterior, en el marco del Proyecto que desarrolla NDC Action en Costa Rica, compromiso voluntario de acción climática del país ante la comunidad internacional para la generación de estrategias de descarbonización, mitigación y adaptación al cambio climático.



Tresmontes Lucchetti se suma al **Pacto Chileno de los Plásticos**

TMLUC participará colaborativa y activamente en la implementación de soluciones que permitan alcanzar las metas propuestas por el Pacto Chileno de los Plásticos al 2025 en materia de economía circular.

El Pacto Chileno de los Plásticos viene a potenciar los compromisos al 2030 que posee la empresa en el ámbito de los empaques, reafirmando el compromiso por promover la sostenibilidad y entregar productos de alta calidad, siempre en equilibrio con el medio ambiente.