

Alpina sigue creciendo gracias a su apuesta en la innovación y cercanía al consumidor

- *La innovación sigue contribuyendo a los resultados positivos de la Compañía.*
- *El enfoque prioritario hacia el consumidor, ubicó recientemente a Alpina como número 1 en la medición Merco Consumo ratificando la preferencia del consumidor.*
- *En el tercer trimestre el EBITDA creció un 17%.*
- *En el periodo Agosto- Septiembre Alpina ganó participación de mercado en 5 de sus 6 categorías.*

Sopó, 19 Noviembre de 2015. Durante 2015, Alpina ratifica su sello de innovación a través de un trabajo enfocado a cumplir las expectativas, gustos y necesidades del consumidor y sigue creciendo en ventas, rentabilidad y participación de mercado.

A lo largo de este año, la Compañía ha buscado responder de manera más ágil a las nuevas exigencias de los consumidores a través de nuevas innovaciones. En nueve meses, ha lanzado al mercado 15 nuevos productos llegando incluso a segmentos que antes no llegaba como lo es el caso de las Fórmulas Infantiles. Dentro de los principales lanzamientos se encuentran las fórmulas infantiles Alpina Baby 1 y 2, y Alimento Lácteo Alpina Baby 3, Leche Alpina 400 ml, Alpinito Max, Mini Bon Yurt, Cremosino sabor a mantequilla, Bon YurtMagnet, Yogurt Griego Maracuyá, Pudín Arequipe, Avena Cuchareable Alpina y Yogur Griego con Cereal, los cuales han tenido una respuesta muy positiva por parte de sus clientes la cual se ve reflejada en un crecimiento de participación en el mercado de las categorías a las que pertenecen.

De acuerdo a la medición de Nielsen, Alpina mantiene su récord con una participación en valor en la categoría de bebidas lácteas de 72.6% , alcanza una participación record de 71% en volumen en postres listos y logra uno de los mejores resultados de participación en este periodo en la categoría de quesos esparcibles llegando a un 51.1% de participación gracias al lanzamiento de Queso Crema Mantequilla. Estas innovaciones han igualmente ayudado a que productos que ya estaban en el mercado crecieran igualmente. Durante el periodo agosto-septiembre; Alpin logró su participación más alta llegando al 80,2% en valor, por su parte Bon Yurt en adiciones pasó de 71.0% a 75.1%, Yox pasó del 23.2% a 31.4%, Yogur Griego del 60.7% al 73.4% y Bogy llega aun record de participación en volumen con un 77%. Esta positiva respuesta del consumidor se ve reflejada igualmente en la reciente medición de Merco en la que Alpina ocupó el primer lugar en el ranking de Merco Consumo.

De igual manera estos lanzamientos han estado acompañados de un fortalecimiento comercial que permita llegar a más consumidores cumpliendo todas sus necesidades. Dentro de las acciones que le han permitido acercarse al consumidor se encuentran un mejor nivel de servicio que hoy llega al 95% y una mejor exhibición de productos con personal mejor capacitado en ventas y merchandising lo que ha permitido ofrecerle a los clientes mayor disponibilidad y facilidad para encontrar los productos. De igual forma, la empresa ha fortalecido la capacidad de sus distribuidores aportado a su tecnificación.

Acerca de Alpina

Alpina es una multinacional colombiana con 70 años de historia, dedicada a la producción de alimentos en 6 categorías: alimentos para bebés, bebidas lácteas, bebidas refrescantes, leches, postres y quesos. Tiene operación en Colombia, Ecuador, Venezuela y Estados Unidos, y comercializa sus productos en el mercado centroamericano. En su objetivo de alimentar saludablemente, Alpina es reconocida por su calidad, tradición, y constante innovación. Estos atributos la han convertido en líder en el mercado de alimentos y en una de las marcas más queridas por los consumidores en Colombia.

La apuesta de Alpina es continuar con este esquema de innovación con nuevos modelos de cercanía con el consumidor acompañado de un plan de inversión agresivo en mejoramiento y ampliación de capacidades tanto en producción como en operación que le permitan aumentar su oferta al consumidor. Dicho plan de inversión es posible gracias a los buenos resultados que la compañía ha obtenido hasta el momento.

En el tercer trimestre del 2015, el EBITDA mantuvo su tendencia positiva, ubicándose en COP \$57,279 millones, logrando así un crecimiento del 17.0%. Igualmente registró Ventas Netas de COP \$416,442 millones, con un crecimiento del 7.8% frente al mismo trimestre del 2014.

Para este periodo, la Utilidad Neta de la empresa fue de COP \$17,011 millones y el nivel de endeudamiento (medido Deuda Neta/EBITDA) se mantuvo en un nivel 2.2 veces.

Los resultados acumulados a septiembre demuestran la eficiencia del enfoque y de las acciones implementadas por la compañía, alcanzando un EBITDA de COP \$162,741 millones, con un crecimiento de 25.4% respecto al mismo periodo en el año 2014. Las ventas netas fueron de COP \$1,182,383 millones, alcanzando un crecimiento de 6.1% en relación con el mismo período en 2014, la utilidad neta registrada fue de COP \$52,131 millones, creciendo un 46.1% respecto a la misma fecha en 2014.

“Estos resultados nos demuestran que cuando nos enfocamos en las necesidades del consumidor ellos lo reconocen. Esto lo hemos logrado gracias a nuestra gente y el trabajo en equipo orientado a los resultados. Seguiremos en esta tarea a través de nuevos lanzamientos, mejora en el nivel de servicio y facilidad de acceso a nuestros productos. Este es nuestro compromiso” Afirmó Ernesto Fajardo Presidente de la Compañía.

Alpina continuará acercándose más al consumidor con su sello de calidad e innovación a través de una oferta más amplia de productos que los acompañen en cada momento de su vida y que les permitan vivir experiencias gratificantes y divertidas.

Acerca de Alpina

Alpina es una multinacional colombiana con 70 años de historia, dedicada a la producción de alimentos en 6 categorías: alimentos para bebés, bebidas lácteas, bebidas refrescantes, leches, postres y quesos. Tiene operación en Colombia, Ecuador, Venezuela y Estados Unidos, y comercializa sus productos en el mercado centroamericano. En su objetivo de alimentar saludablemente, Alpina es reconocida por su calidad, tradición, y constante innovación. Estos atributos la han convertido en líder en el mercado de alimentos y en una de las marcas más queridas por los consumidores en Colombia.