



Alimenta tu vida

## Resultados financieros 2016

### **Alpina continúa consolidando su crecimiento en 2016**

- *La compañía reportó un crecimiento en ventas brutas del 9.4% y un aumento del EBITDA del 12.8%\*, pese a un entorno retador.*
- *El buen desempeño económico de la compañía se vio reflejado en el incremento de la calificación de riesgo, otorgada por Fitch Ratings, que pasó de AA a AA+.*
- *MERCO Empresas reconoció a Alpina como la tercera compañía con mejor reputación del país.*

Sopó, 3 de abril de 2017. Gracias al fortalecimiento de capacidades logísticas, la ampliación del portafolio de productos, el continuo acercamiento al consumidor, la eficiencia operativa, la búsqueda constante de oportunidades que generen competitividad y el talento de sus colaboradores, Alpina cerró el 2016 con resultados positivos.

*“Terminamos el año con paso firme, con crecimientos en ventas, en EBITDA, con un buen índice de apalancamiento, y sobre todo, con nuevos desafíos en la mira. Estamos listos para un 2017 en el que seguiremos escribiendo una historia de prosperidad para Alpina y sus grupos de interés, y continuaremos creando experiencias de bienestar que alimenten la vida de nuestros consumidores”,* manifestó Ernesto Fajardo Pinto, Presidente de Alpina.

La compañía terminó el año proyectando su crecimiento en la Costa Caribe con la apertura de su centro de distribución más grande, ubicado en Galapa, Atlántico. El proyecto contó con una inversión de \$35.000 millones de pesos y generó alrededor de 350 empleos para el departamento, dando un paso definitivo hacia una mayor eficiencia de la operación logística.

En su espíritu de innovación, Alpina se reta diariamente para entender cuáles son las necesidades de los consumidores, saber cómo viven, qué los motiva, cómo evolucionan, y así responder a ello con propuestas diferenciales. Bajo esa estrategia, en 2016 lanzó al mercado dos nuevas presentaciones de la línea Finesse: Queso Finesse fresco deslactosado y Queso Snack Finesse; un nuevo sabor de Yox (naranja miel) y un cambio en la presentación de Frutto, que ahora viene en botella PET, envase con una menor huella de carbono.

Adicionalmente, y con el apoyo de sus aliados comerciales, la compañía implementó un nuevo modelo de llegada al mercado que le permite estar cada vez más cerca de sus clientes y consumidores.

Durante este año la compañía continuó ampliando su cercanía con las regiones del país a través de los *Alpina Market*, con los que busca aproximar la magia de *La Cabaña*,

\*Proforma año completo 2016: Incluye los periodos contables entre el 1 de enero y el 31 de octubre de 2016 y entre el 1 de noviembre y 31 de diciembre de 2016.



Alimenta tu vida

ubicada en Sopó, a los colombianos. En estos puntos de venta, los consumidores pueden disfrutar de una experiencia vivencial con la marca a través de diversas opciones de consumo de los productos, en los que se puede apreciar la calidad, frescura y variedad que caracterizan a Alpina.

La empresa también avanzó en su propósito de llegar a nuevos mercados con una oferta de valor agregado, lo que ha permitido que sus negocios de exportación crecieran un 70% en el 2016.

Es así como en 2016 Alpina tuvo unas ventas netas de COP \$1.778.91 MM, alcanzando así un crecimiento del 9.4%; y un EBITDA de COP \$259.569 MM, para un aumento del 12.8%\*.

La generación operativa de la compañía continuó fortaleciéndose como producto de la implementación de acciones estratégicas orientadas a optimizar el portafolio de productos e incrementar la eficiencia de las operaciones.

Así las cosas junto con una estructura manejable de plazos de la deuda financiera, logró fortalecer su capacidad de generación de flujo de caja libre favoreciendo el desapalancamiento de la empresa. Resultado de esto se ve reflejado sobre la relación de Deuda neta / EBITDA que fue de 1.7 veces (x), la más baja en los últimos 6 años.

Para Alpina es claro que alcanzar estos resultados hubiera sido imposible sin el talento de sus 6.000 colaboradores. Por eso durante el 2016 continuó impulsando diferentes programas encaminados a promover el desarrollo de los Alpinistas. Este año la compañía ofreció 46.000 horas de formación para sus colaboradores y privilegió su crecimiento al cerrar el 72% de las convocatorias de empleo con personal interno.

De esta manera, Alpina experimentó un año de grandes reconocimientos: ocupó el tercer lugar dentro de las empresas con mejor reputación del país, fue escogida como una de las 5 marcas más poderosas de Colombia, obtuvo la categoría más alta en el Sello de Sostenibilidad ICONTEC – ConTREEbute, fue catalogada por Colciencias como Empresa Altamente Innovadora, y obtuvo la orden al mérito empresarial de parte del Gobierno Nacional.

Alpina seguirá trabajando en la constante transformación que se necesita para alcanzar un desempeño que genere valor de manera transversal al negocio, que propicie una competitividad sostenible y que permita alcanzar nuevas metas.

#### **Mayor información:**

Luisa Fernanda Vélez  
**Jimeno Acevedo Asociados**  
Tel: 6215260 ext. 109  
[lfvelez@jarestrategia.com](mailto:lfvelez@jarestrategia.com)

María Alejandra Martínez S.  
**Comunicaciones Alpina**  
Tel: 3183515393  
[maria.martinez@alpina.com](mailto:maria.martinez@alpina.com)

\*Proforma año completo 2016: Incluye los periodos contables entre el 1 de enero y el 31 de octubre de 2016 y entre el 1 de noviembre y 31 de diciembre de 2016.