

EMPRESAS

Agosto 15 De 2022 - 09:00 P. M.

Alpina observa una reactivación de la demanda en Venezuela

En su balance, el presidente de la compañía, Ernesto Fajardo, reporta aumento en las ventas de 76% al cierre del primer semestre.



Ernesto Fajardo, presidente de Alpina.

POR: **CONSTANZA GÓMEZ GUASCA**

Alpina cierra el primer semestre con ventas por \$1,6 billones, 76% más que en el 2021, y hace frente a presiones de precios en materias primas como la leche y el azúcar. Ernesto Fajardo, presidente de la compañía, analiza los resultados y habla de una mejora de la demanda en Venezuela en momentos en que se habla de una reactivación del comercio binacional.

(Alpina: lo más duro del alza de precios ya pasó).

¿Cuál es el balance del primer semestre?

El resultado del 2022 contra el 2021 tiene unas cifras significativamente mejores que la industria y que muchas otras compañías. Hay varias razones para esto. La primera es que reconocemos que el segundo trimestre del año pasado estuvo el paro y eso ya hace una diferencia. Lo otro es que estamos consolidando las ventas

Lo más leído

1. Por qué el PIB repunta mientras que la economía del hogar se estanca
2. Los números que le dieron la fortuna al nuevo ganador del Baloto
3. Estos son algunos de los riesgos de importar gas
4. EE. UU., en la búsqueda desesperada de trabajadores: ¿Qué ocurre
5. PIB de Colombia para el segundo trimestre del 2022 fue de 12,6 %
6. En vigencia reforma que agiliza contratación de extranjeros en España

de los primeros seis meses de Clover Sonoma, que es la adquisición que hicimos en Estados Unidos, y al ser un negocio que no está reportado el año pasado refleja también un crecimiento importante. Y el tercero es el lanzamiento a nivel local de nuevos productos como el BonYurt Melos', el Queso Pera, los Snacks de Quesos Deshidratados, que han venido dando muy buen resultado.

¿Cómo quedaron las cifras?

En el segundo trimestre hubo un crecimiento de 83% con ventas por \$865.000 millones en el segundo trimestre. En el acumulado del año llevamos un buen resultado y ahí vemos que estamos en \$1,6 billones en el primer semestre en ventas con un crecimiento de casi el 76 %.

¿Cuál es la perspectiva para el cierre del 2022?

La perspectiva es seguir por la misma senda. Pero sobre un segundo semestre que el año pasado fue mejor, probablemente este crecimiento sea un poco disminuido. Con la suma de todo, las ventas deberían crecer por encima del 50%, lo que es supremamente bueno. Vale la pena mencionar que de todas maneras seguimos en un año en que se viene presentando una cantidad de condiciones alrededor del tema inflacionario.

(Por qué el envase del Bon Yurt Black es negro).

Venimos enfrentando el aumento de unas materias primas como la leche, que año a año sube por encima del 50% y tenemos otros insumos como los empaques que también aumentan un poco por encima del 20 %.

¿Afecta al consumidor?

En nuestros productos los precios han subido alrededor de un 35 % a 36 %. Hemos tratado de utilizar nuestras capacidades y eficiencias para impactarlo de la menor forma posible y mantenernos competitivos en el mercado. Tenemos mucha competencia y también tratamos de mantener el mínimo impacto en el incremento de precios para tratar de mantener los volúmenes estables, entonces en esos dos factores venimos bien.

¿Qué otros insumos se han encarecido?

Algunos de esos temas de oferta de leche venía mejor hasta el mes pasado, pero el recrudecimiento del invierno ha afectado. Por lo mismo hay problemas con la caña de azúcar. En el Valle del Cauca los ingenios se han visto impactados en la cosecha, para sacar el producto que se necesita. Entonces hemos tenido un incremento de precio importante y una restricción de azúcar. Teníamos ciertos inventarios pero hemos tenido que importar para cubrir las necesidades. Nos sentimos capaces de tener la oferta necesaria pero estamos un poco presionados por los costos.

¿Ya va a entrar en operación la planta pulverizadora?

Estamos en el proceso de terminar la instalación y creemos que a mediados de octubre deberíamos estar presentando los equipos que están en pruebas. Es una inversión de \$18.000 millones. El objetivo de eso es realmente tratar de enfocarnos en la compra de la leche local. Cuando compramos excedentes de leche tenemos un tiempo limitado en el cual la podemos utilizar. Pasarla a leche pulverizada nos va a

permitir tener una vida útil más larga y utilizarla para materia prima de otros productos adicionales. Nos va a dar mucha más flexibilidad.

(Alpina asegura que la falta de leche impactó su rentabilidad en 2021).

¿Cómo está Alpina respecto al mercado de Venezuela?

Nosotros venimos operando en Venezuela, nunca nos fuimos. La planta ha seguido funcionando a un ritmo totalmente diferente que en el pasado por las condiciones de la demanda. Lo que ha cambiado en los últimos meses y hemos visto es una reactivación de esa demanda y de unos portafolios un poco más amplios. Tenemos unas capacidades de exportación desde Colombia y las estamos retomando y vemos incrementos interesantes. No es que estamos volviendo a la Venezuela del 2006. Si se mejoran las relaciones entre ambos países va a ser mucho más fácil el movimiento de productos.

¿Qué opina del impuestos a los alimentos ultraprocesados y a las bebidas azucaradas?, ¿Habría contrapropuesta como lo sugirió Minhacienda?

Estamos en el proceso de terminar de entender bien los impactos y cómo incidiría esto en el consumidor final. Entonces una vez tengamos todo eso más claramente entendido podemos entrar y mirar si existe una forma de hacer contrapropuestas. Lo cierto es que la mayoría de nuestros productos son nutritivos y básicos no solamente en la canasta familiar sino en la dieta de los jóvenes, y en general de los colombianos.

CONSTANZA GÓMEZ GUASCA

congom@portafolio.co



Reciba noticias de Portafolio desde Google news

REPORTAR ERROR

IMPRIMIR

Destacados

NEGOCIOS

TENDENCIAS

MIS FINANZAS

OPINIÓN

