

Informe del presidente de Alpina a los señores accionistas

En cumplimiento de las disposiciones legales y los estatutos de la sociedad, presento a consideración de los señores accionistas, en nombre no solo mío, sino también de todos los alpinistas, el informe de gestión en el que se evidencian los retos que enfrentamos y los logros obtenidos por el equipo, en el período correspondiente al ejercicio económico comprendido entre el 1° de enero de 2017 y el 31 de diciembre de 2017, información que ha sido debidamente auditada para dicho período.

Introducción

El año 2017 para Alpina, al igual que para el resto de la industria de alimentos y bebidas fue un año desafiante, en el que la industria manufacturera decreció -1.2% y en particular la actividad de elaboración de productos lácteos decreció el -0,6%. Vivimos una disminución en el consumo, debido principalmente al impacto negativo de la reforma tributaria, y en especial, a los efectos del aumento del IVA. Adicionalmente, nuestro sector se enfrentó a aumentos de los costos de la materia prima láctea, sobreofertas de leche y cierres de mercados para exportación como consecuencia de los brotes de fiebre aftosa. Estos retos pusieron a prueba nuestra capacidad de innovar, de ser recursivos, de tener foco, de buscar nuevas formas de hacer las cosas para así mantener la competitividad.

Hoy, con satisfacción, puedo decir que gracias a que nos mantuvimos fieles a nuestra estrategia, estamos en capacidad de garantizar el crecimiento a largo plazo. Para esto nos enfocamos en el fortalecimiento de la marca y en la innovación, en contar con operaciones más eficientes y flexibles, en estar presentes en todos los momentos de la vida de nuestros consumidores, en impactar positivamente la vida de nuestras comunidades y en obtener los resultados financieros esperados por nuestros accionistas.

Todos estos esfuerzos se vieron reflejados en la preferencia de los consumidores por nuestros productos y en los diferentes reconocimientos a nuestra gestión que nos permiten seguir siendo la tercera compañía con mejor reputación en Colombia, de acuerdo con la medición realizada por Merco.

Los resultados que aquí se presentan, muestran de forma condensada, los esfuerzos de un equipo de cerca de 6.000 Alpinistas que estuvieron comprometidos con esta compañía y con nuestro país. Colaboradores que día a día, actuando con pasión y sintiendo orgullo por la compañía, han demostrado que continuarán entregando todo de sí mismos para seguir construyendo la ALPINA que todos queremos.

I. Contexto macroeconómico

El crecimiento económico mundial para 2017 se estima alrededor del 3,0%, un porcentaje que representa una aceleración comparado con el reducido crecimiento del 2016 que fue solamente del 2.2%, la menor tasa de crecimiento desde la Gran Recesión de 2009.

En Colombia, la recuperación de la actividad productiva, en comparación con 2016 fue más lenta y gradual respecto a lo que se anticipaba. Lo anterior se explicó principalmente por el bajo desempeño de la demanda interna, que afectó a sectores como la industria, la construcción y el comercio. Si bien en el segundo semestre del año, la economía comenzó a dar señales de recuperación, los efectos no se vieron materializados en el año pasado y los analistas estiman que se verán a lo largo del 2018.

De acuerdo con el DANE al tercer trimestre de 2017 (enero – septiembre), que corresponde al último reporte disponible a la fecha de preparación del presente informe, respecto al mismo período del año anterior, el Producto Interno Bruto- PIB, presentó un incremento de 1,5% destacándose particularmente el crecimiento en la actividad agrícola y ganadera que fue del 6,3%. Por su parte, las actividades que registraron la caída más fuerte fueron explotación de minas y canteras (-5,7%) y la industria manufacturera (-1,2%).

El menor consumo en los hogares fue una de las principales consecuencias de la reforma tributaria implementada en 2017, el cual se observó principalmente en los primeros meses del año. El aumento del IVA, que pasó del 16% al 19%, sumado al reajuste de precios marcado por la inflación de 2016 (5,75%), llevó a que se aumentara el valor final percibido por el consumidor, el cual sintió una sensación de pobreza de forma inmediata que lo llevó a restringir el gasto de ciertos productos y con ello reducir la demanda interna de la economía.

Por su parte, la junta directiva del Banco de la República redujo su tasa de intervención a lo largo del año en 275 puntos básicos hasta 4,75%, ante la mejora en los resultados de la inflación y la debilidad de la actividad económica del país.

Por otro lado, durante 2017 la tasa de cambio mostró volatilidad. Comenzó el año a \$3.000,70, para llegar a tener un precio máximo de \$3.092,65 y un valor mínimo de \$2.837,90 para terminar cerrando en \$2.984,00 pesos. Con esto, la tasa de cambio presentó una revaluación mínima (+0,56%).

Finalmente, el Índice de Precios al Consumidor (IPC), al cierre de 2017, se ubicó en 4,09%, en línea con las expectativas. El grupo que más contribuyó a que la inflación llegara hasta ese nivel en el año 2017 fue la vivienda, aportando 1,38 puntos porcentuales. Así mismo, dicha variación se explicó, por el comportamiento del grupo de alimentos, pues éste tuvo un menor crecimiento en los precios, ya que cerró el año pasado en 1,92% frente al 7,22% que se obtuvo en el 2016.

II. Visión Alpina 2021

En Alpina definimos que nuestro propósito es **“Crear un mundo de bienestar alimentando todos los momentos de la vida”**, y hemos establecido como misión estratégica: **“Garantizar su desarrollo sostenible con innovación y calidad, generando los retornos esperados e impactando positivamente a nuestros grupos de interés”**. Todo esto teniendo como pilar los principios guía que nos caracterizan como Alpinistas.

Para lograr este propósito, durante 2017, invertimos en innovación, no solo de productos sino también de procesos, en el desarrollo y seguridad de nuestra gente; en el acompañamiento y fortalecimiento de nuestros clientes, aliados y proveedores; y en mejoras tecnológicas que resultaron en una adecuada protección del medio ambiente.

Esperamos duplicar el valor de la compañía en cinco (5) años y para esto seguiremos trabajando en nuestros objetivos estratégicos de largo plazo, los cuales nos permiten no solo direccionar los esfuerzos, sino también establecer prioridades de la organización.

En este sentido, continuaremos fortaleciendo nuestra presencia en las cuatro geografías, Colombia, Ecuador, Estados Unidos y Venezuela y seguiremos explorando nuevas oportunidades de exportación, desarrollando los mercados actuales y abriendo nuevas opciones.

Es así como en los años venideros, nos enfocaremos en seguir implementando de forma consistente la estrategia que hemos definido para continuar creciendo de forma sostenible en todos los lugares donde operamos.

III. Visión de la estrategia de negocio

Como se enunció anteriormente, en 2017, concentramos nuestros esfuerzos en la definición e implementación de acciones alineadas con el

cumplimiento de los objetivos estratégicos. La correcta gestión de estas acciones por parte del equipo nos ha permitido ser una compañía sostenible en el corto y largo plazo. A pesar de las presiones que enfrentamos, la compañía ha consolidado su posición competitiva y ha mantenido márgenes de rentabilidad superiores a su industria tal y como se verá a continuación.

IV. Valor Económico: Desempeño financiero

En el período comprendido entre el 1 de enero de 2017 y el 31 de diciembre de 2017, las ventas brutas de Alpina crecieron 0.2%, alcanzado un valor de \$1.979.977 millones de pesos. Las ventas netas alcanzaron \$1.788.181 millones de pesos, en el mismo período, creciendo 0.5% respecto al año anterior.

La utilidad bruta registrada en 2017 por \$822.144 millones de pesos, creció 5.3% año a año, implicando una mejora en margen bruto desde 43.9% en 2016 hasta 46.0% en 2017. Lo anterior como resultado del control de costos ejercido en el año, que incluyó acciones para aumentar la productividad del personal de planta y la consecución condiciones competitivas para la adquisición de insumos.

El EBITDA de la compañía en 2017 presentó un crecimiento de 1.9% respecto a 2016, alcanzando \$ 264.458 millones de pesos, con un margen de 14.8%. La ganancia a nivel de margen resultante fue de 20 puntos básicos frente al año anterior.

Las depreciaciones y amortizaciones presentaron un comportamiento estable respecto al 2016 creciendo un 0.8% frente a dicho año y alcanzando un valor de \$ 54.909 millones de pesos. Esto se reflejó en un crecimiento de la utilidad operacional del 2.2% alcanzando \$209.553 millones y un margen de 11.7% (2016 11.5%).

La utilidad neta cerró en \$81.155 millones creciendo 1.9% frente a 2017, con un margen de 4.5%.

En capital de trabajo se recuperaron \$26.831 millones, que se compara con una inversión de \$ 52.189 millones observada en 2016. El efecto positivo en 2017 se explica principalmente por reducciones en los niveles de inventarios.

El pasivo total de cierre de año de la compañía fue \$881,664 millones. La deuda financiera cerró en \$506,494 millones de pesos (cierre 2016: \$503,378 millones). Alpina logró mantener su deuda financiera en niveles similares a

cierre de 2016 ejecutando inversiones por \$87,494. Los bonos ordinarios por \$ 260,000 millones correspondieron al 51.3% de la deuda financiera.

El nivel de endeudamiento medido en deuda financiera sobre EBITDA cerró en 1.68 en 2017, por debajo del cierre de 2016 en 1.73.

El patrimonio de la compañía alcanzó \$144,784 millones de pesos, mostrando un fortalecimiento importante frente al patrimonio de 2016 que cerró en \$61,737 millones.

V. Evolución de nuestro negocio

En 2017 nos enfocamos en estar presentes en todos los momentos de la vida y del día de nuestros consumidores, ofreciéndole una gran variedad de alternativas en cuanto a experiencias, productos y formas de llegar a los consumidores. En este sentido, seguimos siendo la empresa del sector lácteo con el portafolio más amplio del mercado. A continuación, los principales productos que marcaron el liderazgo en el 2017:

En la categoría de bebés y niños, contamos con un portafolio de alimentación complementaria para los bebés y además ofrecemos nutrición y diversión para los niños en etapas más avanzadas.

Durante el año brindamos a nuestros consumidores más pequeños fórmulas infantiles, compotas, papillas y yogures. Médicos y padres de familia vieron en nuestros productos un altísimo valor nutricional para los niños más pequeños y evidenciaron que nuestra promesa de entregar la más alta calidad es innegociable.

Para los niños más grandes tuvimos Leche Alpin, Alpinito y la nueva presentación de Alpinito pouch, que además de aportar a una alimentación completa y balanceada ofrece una mayor practicidad para que nuestros consumidores puedan disfrutar el sabor de Alpina en cualquier parte.

Con la propuesta de valor del portafolio Finesse (*Yogurt, Avena, Yogurt Griego, Queso y Crema de Leche*) la marca logró una aceptación en cuanto a los atributos del producto y el precio. Nuestros consumidores valoraron las características de la línea Finesse: productos con aportes importantes de proteína, fibra, vitaminas, sin azúcares adicionados y con bajo contenido de grasa y calorías.

De igual forma sucedió con Yox y Yogurt Griego, que generaron crecimiento en el portafolio funcional y continuaron posicionándose como propuestas más allá de la alimentación básica, por su aporte de probióticos, vitaminas, minerales y proteína.

En cuanto a nuestro portafolio de quesos, Sabana y Parmesano mostraron que siguen siendo los preferidos por nuestros consumidores. Crema de Leche y mantequilla también mostraron su liderazgo en el mercado.

Adicionalmente, este año que cerró estuvo enmarcado en el lanzamiento de nuevos productos como son: la super leche Actilife que ofrece 50% más de proteína y 30% más de calcio que una leche tradicional, la Leche Finesse que es deslactosada y ofrece un alto contenido de fibra, el Yogurt Griego Finesse sin azúcares añadidas, la Bebida de Almendras para aquellos que buscan bebidas libres de lactosa, Alpina Aloe, Avena Kids y helados Alpina, disponibles en nuestros Alpina Markets.

Por otro lado, y con el propósito de tener conversaciones más cercanas con nuestros consumidores, lanzamos "**Alpina Entertainment**", una ambiciosa plataforma de comunicación digital. Este proyecto parte de la conexión emocional que existe entre las personas que comparten una misma etapa de vida, así como de la necesidad de nuestros consumidores de conocer cada vez más los beneficios y características de nuestros productos.

En cuanto a nuestra operación logística, ampliamos el alcance de la **Torre de Control**, lo cual nos permite acompañar a nuestros conductores en todo momento brindándoles seguridad. Además, permite tener información en tiempo real sobre las vías, el estado de los viajes, las entregas a nuestros clientes, así como garantizar la calidad de la leche que acopiamos pues geolocaliza, monitorea, estima el tiempo de recolección y controla la temperatura de dicha leche. Es decir, tenemos completa trazabilidad de nuestra materia prima. Así mismo, implementamos el modelo de productividad de nuestros conductores lo cual ha permitido mejorar la calidad de vida de nuestros empleados, así como aumentar en 5,12% el recorrido de nuestra flota primaria.

Adicionalmente, ampliamos en 15% nuestra flota refrigerada y ejecutamos mejoras en nuestros centros de distribución, logrando mejores tiempos de entrega. En este sentido alcanzamos un nivel de servicio del 97%.

Por último y gracias a nuestro enfoque en innovación e investigación fuimos reconocidos por Colciencias como Empresa Altamente Innovadora. De igual manera, implementamos el proyecto Sinergia con el cual revisamos

todos los procesos de la compañía para volverlos más eficientes y competitivos.

VI. Trabajando por una Alpina sostenible.

En Alpina, entendemos la Sostenibilidad como una forma de hacer negocios en la que recorremos un camino que nos ayuda a permanecer en el tiempo, un proceso de evolución y reflexión constante en el cual nuestro objetivo es la generación de valor a todos nuestros grupos de interés y el crecimiento armónico fundamentado en la innovación y la ética.

Por lo tanto, año a año nos trazamos metas que nos sirven como guía en nuestro quehacer diario en cinco asuntos materiales: bienestar y nutrición, talento, proveedores, medio ambiente y expansión y servicio. Cada uno de nuestros asuntos materiales responde al contexto social, ambiental y económico de nuestro país; donde el denominador común es la creación de valor para la comunidad, el entorno y la compañía.

En cuanto a **bienestar y nutrición** nos preocupamos por entender la vida de nuestros consumidores. Gracias a esto, pudimos lanzar nuevos productos. Además, nos sumamos a las iniciativas mundiales con el objetivo de reducir las pérdidas y desperdicios. Lo anterior responde a la necesidad de trabajar para garantizar la seguridad alimentaria desde diferentes frentes. A partir del trabajo de un equipo multidisciplinario, logramos reducir las pérdidas, generando a la compañía ahorros por más de \$1.120MM, además, en alianza con el Banco de Alimentos ABACO, beneficiamos a cerca de 80 mil personas en situación de vulnerabilidad.

Es gracias a cada uno de nuestros **Alpinistas** que podemos recibir cada reconocimiento y superar cada una de nuestras metas. Por lo tanto, la inversión y el desarrollo del talento interno fue uno de los focos de trabajo de 2017. Para destacar, tuvimos más de 50.000 horas de capacitación para todos nuestros colaboradores; invertimos más de 2.000 millones de pesos en programas de seguridad, que se ve reflejado en las reducciones de doble dígito de ausentismo y accidentalidad (19% y 24% respectivamente).

Adicionalmente, lanzamos el Voluntariado Corporativo, cuyo objetivo es promover espacios estratégicos que logren contribuir al desarrollo del capital humano, potencializando las habilidades blandas, fomentando el crecimiento personal y aportando al negocio. Es por esto que desarrollamos el programa “*Adopta un tendero*” en Entreríos, en donde 30 alpinistas establecieron una relación de confianza y apoyo con 30 tenderos del municipio. Estos espacios permitieron ayudarles en el desarrollo de sus

negocios y al mismo tiempo codificar nuestros productos y aumentar las ventas.

Por otro lado, para garantizar que contamos con productos de la mejor calidad trabajamos para volver más competitivos a nuestros proveedores agropecuarios. Lo hicimos mediante capacitaciones, visitas de campo y asistencia técnica. Este trabajo dio como resultado el incremento en el promedio de litros por vaca, número de vacas por hectárea y litros por hectárea.

En cuanto a **medio ambiente**. Trabajamos desde tres frentes: energía y cambio climático; agua y residuos. En cada uno de estos ejes, nos trazamos metas que en muchas oportunidades sobrepasan los límites máximos permisibles en la normatividad ambiental vigente.

En los últimos cinco años hemos logrado disminuir el consumo de agua en 19.8%. Esto equivale a suplir el consumo de agua de tres meses de todo Sopó. Dicha reducción la hemos logrado por medio de implementación de Planes de Ahorro y Uso Eficiente de Agua en todas nuestras sedes. Además, gracias a las Plantas de Tratamiento, podemos decir con orgullo que removemos el 97,4% de los contaminantes del agua posterior a nuestras operaciones.

Desde 2011, hemos reducido nuestra generación de residuos en 11%. Adicionalmente, con los residuos generados hemos alcanzado un aprovechamiento del 94%. Esto quiere decir, que hemos avanzado hacia una economía circular, donde nuestros residuos se convierten en materia prima para otras industrias.

Todo nuestro papel y cartón posindustrial es reusado para hacer cajas de embalaje de algunos productos como la leche. Gracias a este proyecto, hemos evitado la tala de más de 40.000 árboles. Lo anterior equivale a generar la electricidad de Barranquilla por un año.

VII. Reconocimientos públicos

Durante este año, distintas organizaciones destacaron los logros alcanzados por Alpina en materia ambiental, social, fortaleza de la marca, talento, calidad, innovación, solidez y reputación. Estos reconocimientos son muestra del respaldo que brindaron las audiencias de interés así:

MERCO Empresas (3er lugar)	Por segundo año consecutivo, el monitor de reputación corporativa reconoció a Alpina como la tercera empresa mejor posicionada ante 11 tipos de audiencias, que incluyen academia, consumidores, gobierno, analistas financieros, líderes de opinión, ONG, entre otros.
MERCO Talento (4° lugar)	Alpina avanzó una posición en este ranking sobre las compañías que mejor atraen y retienen colaboradores de alto potencial. De esta manera, la compañía ratificó la solidez de su calidad laboral y marca empleadora.
Empresas con mayor 'Goodwill' (3er lugar)	Solidez, trayectoria, innovación, responsabilidad social, oferta de valor, talento, ética y transparencia fueron los atributos evaluados para este ranking de percepción empresarial presentado por la consultora 2WAY.
Calificación de riesgo AA+	Por su posición competitiva dentro del sector de productos lácteos, la fortaleza de la marca y la amplia red de distribución que mantiene, una vez más Fitch Ratings estableció una calificación de riesgo favorable para la compañía

Sostenibilidad	
Premio Emprender Paz	Por el trabajo conjunto con la comunidad lechera nariñense, el proyecto de asociatividad de Alpina fue seleccionado entre casi 80 iniciativas para recibir este galardón que resalta el trabajo de empresas que generan riqueza y valor en comunidades afectadas por el conflicto.
Premio Ciudadano Corporativo de las Américas	En el marco de la Quinta Reunión de ministros y Altas Autoridades de Ciencia y Tecnología de las Américas y el Caribe, el proyecto de asociatividad con pequeños ganaderos fue reconocido por la Organización de Estados Americanos OEA como un ejemplo de impulso al desarrollo rural en Colombia, en la categoría 'Innovación de Mercado'
Premio BiBo	Un jurado conformado por representantes de El Espectador, WWF, Colciencias y la Andi, dio la mejor calificación en la categoría "Mejor gestión ambiental empresarial" por la Gestión estratégica ambiental de Alpina y destacó sus acciones y resultados que contribuyen al desarrollo sostenible.
Premio Andesco a la Responsabilidad Social Empresarial	Andesco, entidad que agremia a las empresas de servicios públicos y TIC, destacó la gestión integral de Alpina en materia ambiental, social, de entorno laboral, ética y transparencia. Nuestra compañía recibió un reconocimiento especial por la responsabilidad y estrecha relación que mantenemos con nuestros consumidores.

Marca	
Superbrands, marcas más poderosas (top 5)	De acuerdo con la investigación de mercado elaborada por las firmas Compassbranding y Raddar, la marca Alpina se encuentra entre las cinco más valiosas del país.
Marcas de alimentos más recomendadas (2º lugar)	De acuerdo con la encuesta ConsumerTrack de la firma Raddar, nuestra marca es una de las de mayor respaldo por parte de los consumidores.
Marcas más consumidas por los colombianos (5º lugar)	Con un estudio que combina el universo de hogares del país, la penetración de la marca y la frecuencia con la que es comprada, Kantar Worldpanel presentó el Brand Footprint de este año. La firma destacó que todas las marcas perdieron frecuencia con respecto al año anterior a excepción de Alpina, que fue la única que creció en el índice CRP (Consumer Reach Point) que también mide la penetración de las marcas.
Premios La Barra	En la categoría, mejor proveedor de lácteos se reconoció a Alpina como mejor proveedor de su categoría por su calidad, excelente gestión y desempeño.
IAB Mixx Awards	La estrategia Alpina Entertainment recibió el reconocimiento principal en la Categoría "Anunciante Digital del Año".

Calidad	
Mejor empresa procesadora de leche	Las buenas prácticas de Alpina fueron reconocidas dentro de los premios organizados por Infortambo Andina, la revista argentina dedicada a la industria lechera.
Aval del Organismo Nacional de Acreditación de Colombia - ONAC para análisis de leche cruda	Con el respaldo al laboratorio de Entreríos, Alpina se convirtió en la primera empresa de la industria láctea colombiana en tener dos laboratorios acreditados por este organismo, que anteriormente había avalado la confiabilidad de los parámetros técnicos del laboratorio ubicado en Sopó.

Innovación	
Acreditación del grupo de investigación Instituto Alpina (Categoría A)	Colciencias ratificó la calificación otorgada el año anterior a nuestro grupo de investigación por su capacidad de generación de nuevo conocimiento y producción de resultados tangibles y verificables.

VIII. Aspectos Legales

En cumplimiento del artículo 1 de la ley 603 del 27 de julio de 2000, durante el año 2017 utilizamos software 100% legal, respetando las normas aplicables

y autorizaciones requeridas por orden de ley para aquellos productos protegidos por derechos de propiedad intelectual; específicamente en lo que tiene que ver con uso de software, ateniéndonos a lo establecido en la licencia de uso de cada programa.

En atención a lo dispuesto por el decreto 1406 de 1999 en sus artículos 11 y 12, para el 2017 hemos ejecutado nuestras obligaciones de autoliquidación y pago de los aportes al Sistema de Seguridad Social Integral. Así mismo, los datos incorporados en las declaraciones de autoliquidación son correctos y se han determinado adecuadamente las bases de cotización.

La sociedad, como aportante, se encuentra a paz y salvo por el pago de la totalidad de los aportes al cierre del año 2017, habiéndose cumplido en los períodos correspondientes, de acuerdo con los plazos fijados.

No existen irregularidades contables relacionadas con aportes al sistema, especialmente las relativas a bases de cotización, aportes laborales y aportes patronales.

La información exigida por el ordinal 3º del artículo 446 del Código de Comercio con todos sus detalles, está a disposición y es parte integrante del presente informe. Así mismo, conforme a lo estipulado en la misma disposición y lo ordenado por la Superintendencia Financiera, este informe, los estados financieros y los demás documentos exigidos por la ley, se dejan a disposición de los accionistas, previa revisión y análisis de la junta directiva, organismo que los acogió en su totalidad.

De acuerdo con lo dispuesto en la Ley 222 de 1995, una copia de este informe de gestión fue entregada oportunamente a la revisoría fiscal, para que en su dictamen se pronunciara sobre su concordancia con los estados financieros.

Dando cumplimiento a lo previsto por el artículo 87 de la Ley 1676 de 2013 dejamos constancia que la sociedad no entorpeció la libre circulación de las facturas emitidas por los vendedores o proveedores.

Asimismo, podemos informar que hemos continuado dando cumplimiento a las obligaciones y responsabilidades adquiridas por nuestro ingreso al mercado público de valores en 2009, con ocasión de la primera colocación de bonos.

En concordancia con lo dispuesto por la Ley 964 de 2005, podemos afirmar que los estados financieros de la Sociedad e información relevante al cierre

de 2017 no contienen vicios, imprecisiones o errores que impidan conocer su verdadera situación patrimonial o el manejo de sus operaciones.

El sistema de control y revelación de la información correspondiente al ejercicio del año 2017 se resume en las siguientes estadísticas de información eventual revelada al mercado como aparece en la página de la Superintendencia Financiera de Colombia.

Tema	Cantidad
Situaciones financieras del emisor	6
Avisos publicados por la sociedad	1
Situaciones legales del emisor	0
Decisiones de Junta Directiva	4
Calificación valores	3
Calificación emisor	3
Aumento del Capital Suscrito y Pagado	0
Informes de fin de Ejercicio	1
Proyecto Utilidad o Pérdida aprobado por Asamblea	1
Proyecto Utilidad o Pérdida a presentar a Asamblea	1
Citación a Asamblea Ordinaria	1
Asambleas Extraordinarias	1
Citación Asambleas Extraordinarias	1
Total	

El resultado de la implementación y aplicación de las medidas de Gobierno Corporativo para el año 2017 fue el siguiente:

#	Medida	Fecha
1	Implementación y aplicación de los reglamentos para asambleas, juntas directivas y comité de auditoría.	Permanente
2	Seguimiento y resolución de situaciones que pueden dar origen a conflictos de interés	Permanente

Igualmente, y en consideración a nuestra condición de emisores en el mercado público de valores cumplimos de manera estricta y a cabalidad con el diligenciamiento y publicación de la encuesta Código País con la cual el mercado y el público en general puede tener acceso a nuestra

estructura y buenas prácticas de gobierno corporativo, reflejo de nuestros principios de actuar ético y recto.

Dado que, contamos con un Código de Ética conocido por cada Alpinista, que expresa nuestros principios y valores y una línea ética donde alpinistas y aliados pueden canalizar todas las consultas y denuncias sobre cualquier tema, durante 2017 estos mecanismos se hicieron extensivos a nuestros aliados, proveedores y clientes exigiéndoles estándares de comportamiento como los nuestros.

Palabras Finales

En este momento de cierre quisiera empezar reconociendo a todos los Alpinistas que con sus esfuerzos, iniciativas, compromiso, ideas y decisiones nos permitieron afrontar este año lleno de desafíos, y proyectarnos para seguir haciendo de Alpina la compañía de todos los colombianos. Los resultados de 2017 muestran la entrega y dedicación de un equipo de colaboradores que cree en Alpina y le apuesta a su crecimiento.

El 2017 nos ha dejado grandes enseñanzas y nos ha demostrado que aún tenemos mucho trabajo por hacer: necesitamos acercarnos todavía más a nuestros consumidores, debemos seguir trabajando en aumentar nuestra competitividad y tenemos que buscar mayores eficiencias en la operación.

Este año también nos ha dejado claro que la tenacidad de nuestro equipo es un activo invaluable, y que solo a través de la unión de todos Alpinistas podremos lograr los objetivos que nos hemos propuesto. Estoy agradecido con nuestros colaboradores, quienes diariamente demuestran su afecto por esta compañía, y que siempre están dispuestos a dar la milla extra en pro de Alpina.

Soy un convencido de que no solo con rigor y disciplina se logran los objetivos, también la unión, el trabajo en equipo y la pasión, son elementos indispensables para obtener resultados excepcionales y para enfrentar los retos que se nos vayan presentando. Durante el 2017 el equipo Alpina lo demostró, pues tuvo la capacidad de reaccionar frente a las dificultades, de buscar y proponer nuevas formas de operar, de trabajar unidos, de arriesgarse y de apoyarse mutuamente para que Alpina sea cada vez más competitiva y continúe siendo una de las compañías más emblemáticas y reconocidas de nuestro país.

No puedo terminar sin antes hacer extensivo el agradecimiento a las familias de nuestros colaboradores que apoyan permanente a sus esposos, padres,

hijos, hermanos y familiares en los desafíos que se nos presentan día a día. A todos ellos, muchas gracias por creer en Alpina, y ayudarnos a seguir creciendo juntos.

(Fdo.)

Ernesto Fajardo Pinto

Presidente

Representante Legal Alpina Productos Alimenticios S.A.

Bogotá D.C., marzo de 2018