

INFORME DEL GERENTE GENERAL

Señores Accionistas:

En cumplimiento a lo establecido en los Estatutos de la Compañía y de conformidad con las normas legales vigentes, sometemos a su consideración los resultados de las operaciones de la Compañía Alpina Productos Alimenticios S.A. Alpiecuador durante el año 2008

ENTORNO ECONÓMICO ECUADOR

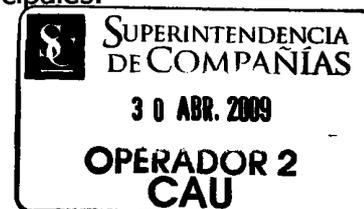
Tomando como base las cifras proporcionadas por el Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos y Ministerio de Economía y Finanzas, presento a los Señores Accionistas, a manera de información, el contexto macroeconómico del Ecuador.

Según estimaciones del Banco Central del Ecuador, el Producto Interno Bruto (PIB) en el año 2008 crecerá a una tasa de 5,3%, mayor a la previsión de crecimiento realizada a inicios de año que fue del 4.2%. Este crecimiento es sustentado por un mayor dinamismo del sector no petrolero. Analizando el crecimiento por actividad económica resalta la industria de la Construcción con un incremento del 8,06%, vinculado a infraestructura vial así como a la construcción de vivienda, mientras que se presenta una disminución en la actividad de "Suministro de electricidad y agua", -9,15% debido a la paralización de la central hidroeléctrica San Francisco.

En el Sector Financiero es importante mencionar en el año 2008 las captaciones de la banca privada y el crédito total presentaron crecimientos superiores al nivel alcanzado en el año anterior, (23.4% frente a 16.9% y 27% frente a 11.7%, respectivamente).

La inflación del año 2008 se situó en 8.83%, superior en 5.5 puntos a la registrada en el 2007. Este resultado, el más alto en algunos años, obedece al incremento de los precios internacionales (petróleo y otros productos) que afectó a los principales insumos agrícolas. La inflación a nivel internacional cerró en el 6.61% anual.

De acuerdo a fuentes oficiales, 2008 fue un año en el cual los subgrupos de la canasta básica estudiada para determinar los precios al consumidor muestran que la mayor inflación se dio en el sector "Alimentos y Bebidas" (51,9%), "Salud" (12%), "Restaurantes y Hoteles" (8,4%), entre los principales.



El desempleo cerró en el 7.5% (el 2007 fue del 9,9%), el salario básico unificado fue de USD 200, la canasta básica familiar cerró en USD 509, ante un ingreso familiar promedio de USD 373, lo que significa que existe una restricción al consumo del 26.6% (USD 136).

PRESENTE AÑO:

En los años anteriores 2005, 2006, 2007 y 2008 la economía creció en términos reales el 4.74%, 4.07%, 2,65% y 5,3% respectivamente. Para este año el Banco Central del Ecuador prevé un crecimiento de 1,4% debido a la crisis económica mundial.

Analistas coinciden que la economía ecuatoriana se contraerá por efecto de la crisis financiera mundial, los bajos precios del barril de petróleo, el incremento de los precios a nivel mundial, la disminución de las remesas de los migrantes (-8,6%), la producción petrolera paralizada debido a la falta de inversión pública y privada, y la incertidumbre política y económica que genera este Gobierno.

Para el 2009, las autoridades consideran que la tendencia económica tendrá como sus principales variables los siguientes puntos: crecimiento del PIB 1,4%, una tasa menor al crecimiento vegetativo de la población, como consecuencia de esto el empleo se verá afectado en 2 o 3 puntos. Organismos internacionales como la CEPAL, el FMI, calificadora Standard & Poor's, entre otras, prevén un crecimiento entre el 1% y el 2% y niveles inflacionarios que van desde el 8,2% al 5,1% en el año 2009. La proyección de crecimiento para América del Sur es del 3,1%, mientras que para el mundo es del 2,2%

Debido al deterioro de los precios del petróleo, las exportaciones petroleras se reducirán en un 62% frente al 2008 (6,000 M), con un promedio del precio del barril de USD 32, con tendencia a la baja.

Otro indicador importante de recalcar para el año 2009, es que el salario mínimo vital se ubicará en \$ 218 (9% de crecimiento respecto al año 2008), lo que significa que los costos laborales y de producción subirían 4% debido a las cargas prestacionales y el ingreso familiar promedio será de USD 407.

En los primeros meses del 2009 el sistema financiero se ha visto afectado por la desconfianza de los depositantes privados, empresas y personas, manifestado en una reducción de depósitos locales y por la salida de un monto significativo de recursos fuera del país.



LA COMPAÑIA

No obstante, los retos impuestos por el entorno macroeconómico, Alpina Productos Alimenticios Alpiecuador creció 37% en ventas, una cifra muy importante en relación con el aumento del PIB en el país, 5,3%. Logramos el objetivo de mantener un crecimiento a dos dígitos, como en los últimos dos años, y dimos los pasos para asegurar la rentabilidad que nos permita impulsar el negocio a largo plazo. Lo anterior se fortalece con la adquisición de la compañía Proloceki S.A. propietaria de la marca Kiosko domiciliada en Ecuador y cuya actividad principal es la industrialización y comercialización de derivados lácteos, siendo líder en el mercado ecuatoriano en la categoría de Quesos Frescos.

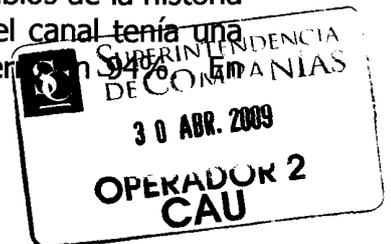
La Junta General de Accionistas de ambas compañías celebrada el 14 de noviembre del 2008, aprobó el proceso de fusión de la compañía Proloceki S.A. por parte de Alpina Productos Alimenticios Alpiecuador, situación que condujo a establecer todos los pasos necesarios para la integración societaria, laboral y administrativa de ambas compañías.

En busca de aumentar la rentabilidad, concentramos nuestros esfuerzos en desarrollar productos con la mejor relación margen/volumen de ventas: es así como el Yogurth Regeneris, es la referencia que genera el crecimiento del Negocio en Ecuador en el año, siendo actualmente el producto estrella con el 24% de participación (acum.). La estrategia, el concepto; el posicionamiento, la continuidad en la comunicación, entre otras, han sido los factores de éxito en Regeneris.

En cuánto a los canales de distribución, Supermercados cierra con 52% de participación de ventas versus 48% de participación en el 2007. TAT o Canal tradicional reduce su participación en 4 puntos porcentuales.

Supermaxi, cierra el año 2008 con los siguientes indicadores: Venta dólares, con un cumplimiento del 108% vs presupuesto y con un crecimiento del 42% vs 2007; Venta en Toneladas, con un cumplimiento del 110% vs presupuesto y crecimiento del 41% vs el 07; las devoluciones, pasaron del 1,4% en el 07 a 1,2% en el 08. Los cumplimientos en las entregas de pedidos mejoraron sustancialmente, pasando del 70% en el 2007 al 90% en el 2008.

Canal Tradicional tuvo un crecimiento de 48% que es muy razonable. Pese a eso no se alcanzó el presupuesto porque Presidente Correa decretó 2 días feriados adicionales en fin de semana que cortaron las ventas de una manera importante. Sin embargo es destacable haber logrado el menor índice de cambios de la historia del canal (2.9%) y también tener en cuenta que a junio 2008 el canal tenía una proyección de cumplimiento anual del 88% que finalmente cerró en 94%.



toneladas la abrupta caída de Frescogurt por elevación de precio hizo que el canal pierda entre 20 y 25 Ton / mes. 10% de su venta en Ton.

Distribuidores: la línea de crecimiento en Usd. del Canal durante todo el año se ha mantenido constante, superior a dos dígitos, obteniéndose como resultado el 34% versus 2007. Esto ayuda al cumplimiento del 103% en el año. El indicador de cambios y devoluciones cierra el año con 1.7 puntos porcentuales por debajo del plan.

Mi Comisariato cierra el año 2008 con los siguientes indicadores: Venta en dólares, con un cumplimiento del 111% vs presupuesto y con un crecimiento del 53% vs 2007; Venta en toneladas con cumplimiento del 105% vs presupuesto y 44% vs 07; las devoluciones pasaron del 6,9% en el 07 al 5.1% en el 08. Mejoramiento en las relaciones comerciales con Ejecutivos de la cadena, participación en actividades de Trade y consolidación del equipo de ventas, nos permiten obtener estos resultados.

Micromercados se ve afectado el desempeño del 2008, por la terminación de relaciones comerciales con la Cadena Tía, quienes mantenían un contrato comercial con Alpina, en condiciones desfavorables para nuestra compañía. Asimismo suspendimos despachos a Cadena Santa Isabel, por cartera vencida alta. Sin embargo cadenas locales como Santa María, crecieron por arriba del 65% vs el año 07

Durante el 2008 se ejecutaron además importantes inversiones que han permitido mejorar la plataforma de producción local y comercial de Alpina en el Ecuador lo que nos está permitiendo tener un importante espacio de crecimiento futuro.

La situación Financiera y Comercial de la empresa se consolidara de mejor manera para el año 2009 por las metas ambiciosas que se pretende alcanzar con todo el grupo de colaboradores.

Expuesto lo anterior, respetuosamente ponemos a consideración este informe, los estados financieros e informes de auditoria exigidos por la Superintendencia de Compañías.


Alfonso Álvarez
Apoderado Especial
Alpina Productos Alimenticios S.A. ALPIECUADOR

