

EMPRESAS

Colanta lidera en mercado que suma \$10,6 billones



Viernes, 29 de enero de 2016

María Camila Suárez Peña - msuarez@larepublica.com.co

El mercado de lácteos movió \$10,6 billones de ventas en 2015, que en volumen de consumo representan más de dos millones de toneladas, es decir, 41,6 kilogramos por persona.

“Ese gasto per cápita es una cifra baja si se compara, por ejemplo, con el consumo de otras bebidas. Este fenómeno está directamente relacionado con

la disminución del poder adquisitivo de las personas. Vale resaltar que este panorama representa una oportunidad de expansión local e internacional para el sector”, comentó Carlos Rodríguez, especialista en empresas.

Con una participación de 24,6%, la empresa antioqueña Colanta, que cumple 52 años en el mercado, es la líder. En 2015 registró ingresos por \$2 billones y cuenta con cerca de 7.000 trabajadores asociados y 12.000 productores de leche.

De acuerdo con Jenaro Pérez, gerente general de la compañía, el liderazgo en el sector se debe al modelo de cooperativismo con el que nació, se fundamentó y actualmente hace crecer la organización. “Colanta es una empresa de todos, socios, trabajadores y productores. Nuestras ganancias no se distribuyen, se invierten en pro de los empleados y el consumidor”, comentó el empresario, que ha estado en el cargo por 43 años.

Esta firma vende quesos, cremas, mantequillas, yogures y avenas. “La antioqueña es la firma número uno porque su mayor concentración de mercado está en la leche. Adicional a eso, ha venido demostrando interés en otros segmentos que han dinamizado el mercado”, resaltó Rodríguez.

La siguiente en el ranking es Alpina, que de enero a septiembre del año pasado registró ventas por \$1,18 billones, alcanzando un crecimiento de 6,1% en relación con el mismo período en 2014. Su utilidad neta para ese entonces también aumentó, quedando en \$52.131 millones, con una variación positiva de 46,1% frente a lo registrado en el año anterior.

La participación de esta empresa en el mercado de lácteos es de 23,6%. “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 al 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”, indicó Ernesto Fajardo, presidente de Alpina, al presentar los resultados financieros.

Por último, con una intervención en el mercado de 10,2%, está Alquería, que tuvo el año pasado registró ingresos cercanos a \$1 billón entre productos de su marca Alquería (\$750.000 millones), otros de la recién adquirida Freskaleche (\$200.000 millones) y algunos más fruto de la alianza Danone-Alquería, para la cual se calculan ventas por alrededor de \$100.000 millones.

“Somos una empresa que tiene mucho entendimiento del consumidor y de la industria. Este es un sector donde el clima genera escasez y, si se toman malas decisiones, las consecuencias podrían ser perjudiciales”, dijo Carlos Cavelier, presidente de Alquería.

Esta firma, que produce al año 450 millones de litros de leche, ofrece derivados como cremas y, por su alianza con la francesa, yogures. “Cuando las compañías internacionales quieren invertir acá, evalúan el consumo per cápita. Danone vio un mercado potencializador y por eso llegó, beneficiando al consumidor al darle una gama más amplia de experiencias”, agregó Rodríguez.

Consumo de leche ha crecido 29,8%

De acuerdo con cifras de Asoleche (Asociación de Procesadores de la Leche), entre los años 2007 y 2014 el acopio industrial creció 50%. Así mismo, frente al consumo aparente entre 2010 y 2014 se dio un incremento de 29,8%. Las cifras también evidencian que el consumo de leches líquidas en Colombia es el segundo más alto de Sudamérica, después de Costa Rica. Específicamente de 2007 a 2014 la categoría larga vida cobró importancia y se duplicó, con un crecimiento de más de 101%.

Las opiniones

Carlos Cavelier

Presidente de Alquería

“Nos mantiene entre los líderes que somos una empresa que sabe tomar decisiones y que busca beneficiar al consumidor en momentos decisivos para el sector”.

Ernesto Fajardo

Presidente de Alpina

“Estos resultados demuestran que cuando nos enfocamos en las necesidades del consumidor, ellos lo reconocen. Seguiremos en la tarea a través de nuevos lanzamientos”.