# Memoria de Sostenibilidad 2025

## Alpina Ecuador

**Nutrir un mundo más sostenible**
para darle sabor a la vida.



**www.alpinaecuador.com**

Alpina Productos Alimenticios ALPIECUADOR S.A. · Período de reporte: 1 de enero – 31 de diciembre de 2025 · Con referencia a los Estándares GRI 2021

# Contenido


## 00 Propósito

Carta de la Gerencia General Pág. 04
Alpina Ecuador 2025 Pág. 05
Acerca de esta Memoria Pág. 07
**01** Quiénes somos Pág. 08
**02** Grupos de interés y materialidad Pág. 11

## 01 Negocio Responsable

**03** Gobernanza corporativa y enfoque de sostenibilidad Pág. 16
**04** Ética, transparencia y cumplimiento normativo Pág. 18
**05** Creación y distribución de valor económico Pág. 20
**06** Compras responsables y proveedores locales Pág. 22

## 04 Planeta y circularidad

**12** Energía y emisiones de $CO_2$ Pág. 40
**13** Gestión del agua Pág. 41
**14** Residuos y economía circular Pág. 42






## 02 Alpinistas que hacen posible nuestro propósito

**07** Nuestros alpinistas: diversidad, equidad e inclusión Pág. 25
**08** Desarrollo, beneficios y bienestar Pág. 27
**09** Seguridad y salud en el trabajo Pág. 29

## 03 Alimentos que nutren

**10** Calidad, inocuidad y bienestar del consumidor Pág. 33
**11** Innovación y portafolio Pág. 35

## 05 Del campo a la comunidad

**15** Ganadería sostenible y cadena de valor láctea Pág. 46
**16** Inversión social y comunidades Pág. 47

## Cierre

**17** Reconocimientos, aliados y afiliaciones Pág. 51
Nuestros compromisos 2026 Pág. 52
Índice de contenidos GRI Pág. 54
Siglas y abreviaturas Pág. 58
Créditos Pág. 60

00

**Propósito**

# Nutrir un mundo **más sostenible** para darle sabor a la vida. **Nuestra historia inicia aquí.**

**En este capítulo**


| | |
|---|---|
| Carta de la Gerencia General | Pág. 04 |
| Alpina Ecuador en 2025 | Pág. 05 |
| Acerca de esta Memoria | Pág. 07 |
| **01** Quiénes somos | Pág. 08 |
| **02** Grupos de interés y materialidad | Pág. 11 |




# Carta de la Gerencia General

GRI 2-22



**A todos nuestros grupos de interés:**

En Alpina Ecuador estamos convencidos de que cada alimento que llega a la mesa de las familias ecuatorianas lleva consigo una forma de hacer empresa: una que prioriza la excelencia, la confianza, el respeto por las personas y un compromiso genuino con el desarrollo sostenible.

Desde hace más de tres décadas nos mueve el propósito de alimentar la vida de millones de consumidores. Pero las grandes relaciones no se construyen de la noche a la mañana; se consolidan en el tiempo. Por eso, trabajamos día a día mano a mano con nuestros alpinistas, ganaderos, proveedores, clientes, comunidades y aliados. Hoy tenemos más claro que nunca que nuestro rol va mucho más allá de elaborar productos de alta calidad: nuestro verdadero impacto está en generar valor real para las personas, impulsar la economía local y proteger con responsabilidad el entorno que compartimos.

Presentar nuestra **primera Memoria de Sostenibilidad** marca un hito profundamente significativo en esta trayectoria. Este documento da continuidad al camino que trazamos con nuestro Reporte de Gestión Sostenible 2024 y eleva la barra: por primera vez alineamos nuestra gestión a los **Estándares GRI,** reafirmando con hechos nuestra apuesta por la transparencia, la rendición de cuentas y la mejora continua.

El 2025 fue un año extraordinario de avances y consolidación para la familia Alpina Ecuador. Logramos una **utilidad neta histórica de USD 3,6 millones sobre ventas de USD 64,1 millones,** demostrando la solidez de nuestra operación. A la par de estos resultados, dimos pasos decisivos en nuestra agenda sostenible: realizamos la cuantificación de nuestra huella de carbono (con año 2024); escuchamos de primera mano la voz de nuestros grupos de interés en nuestro primer estudio de materialidad; y llevamos la innovación directamente al campo con el Festival Sembrando Bienestar — Edición Agrotech, integrando inteligencia artificial para potenciar el trabajo de nuestros ganaderos. Estos logros, sumados a los reconocimientos que celebran la entrega de nuestro equipo, nos demuestran una verdad fundamental: **la rentabilidad y el impacto positivo no se oponen, se potencian. Cuando Alpina crece, el Ecuador crece con nosotros.**

Asumimos este informe con humildad y con plena conciencia de los desafíos que vienen. Tenemos metas claras hacia adelante, de manera especial en la consolidación de nuestras mediciones ambientales y en la fijación de objetivos de mediano plazo que nos sigan retando.

Este reporte es una invitación abierta al diálogo transparente. Agradezco de corazón a cada alpinista por su pasión inagotable, a nuestros ganaderos y proveedores por su lealtad, y a nuestros clientes y consumidores por confiar en nosotros cada día. Seguimos caminando juntos, construyendo el país próspero y sostenible que todos soñamos.

*Sandra Terranova*
**Gerente General**
Alpina Ecuador

# Alpina Ecuador 2025

## Las cifras que dan vida a nuestro propósito

Los siguientes indicadores resumen el desempeño de Alpina Ecuador durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025. Todos corresponden a resultados del año reportado y se desarrollan en detalle en los capítulos correspondientes.

**NOTA METODOLÓGICA:**
Este resumen reporta el empleo generado directamente por Alpina Ecuador (546 alpinistas al cierre de 2025 · GRI 2-7). La cifra de personas beneficiadas suma a las personas alcanzadas por los proyectos sociales (20.512) y a los ganaderos capacitados (104).

### 01. NEGOCIO RESPONSABLE

- USD **64,1** MM — **Ventas netas** — +0,5% de crecimiento
- USD **3,6** MM — **Utilidad neta histórica** — +24,4% vs. 2024
- **50%** — **Liderazgo femenino en el equipo directivo** — 3 de 6 gerencias

### 02. ALPINISTAS QUE HACEN POSIBLE NUESTRO PROPÓSITO

- **546** ALPINISTAS — **Empleo generado directamente** — Al cierre del año
- **73** — **Nuevas contrataciones** — Empleo directo generado en 2025
- **17.544** — **Horas de capacitación** — 32 h promedio por alpinista

### 03. ALIMENTOS QUE NUTREN

- **251** — **SKU activos en el mercado**
- **7** — **Lanzamientos en 2025** — En cuatro marcas
- **0** — **Incidentes, recalls y sanciones** — Salud y seguridad del consumidor

### 04. PLANETA Y CIRCULARIDAD

- **97,97%** — **Tasa de aprovechamiento de residuos** — Meta >90% cumplida
- **1ª** — **Medición de la huella de carbono** — Año 2024
- **100%** — **Aguas residuales tratadas en PTAR** — 50% del agua extraída se reutiliza en riego

### 05. DEL CAMPO A LA COMUNIDAD

- **158** — **Ganaderos en la cadena de abastecimiento** — Cantones Mejía y Montúfar
- **42** MM — **Litros de leche comprados**
- **20.616** — **Personas beneficiadas por proyectos sociales**

## Nuestra sostenibilidad se construye desde

# cinco ámbitos

Nuestro propósito no es una declaración abstracta: se materializa todos los días en cinco ámbitos concretos de nuestra gestión, que dan nombre a los bloques de esta memoria: Negocio responsable; Alpinistas que hacen posible nuestro propósito; Alimentos que nutren; Planeta y circularidad; y Del campo a la comunidad.

El primero de ellos es la base común sobre la que se sostienen los demás: la forma responsable en que hacemos negocios.

## Negocio responsable

Gobernanza corporativa y enfoque de sostenibilidad; ética, transparencia y cumplimiento normativo; creación y distribución de valor económico; compras responsables y proveedores locales.

**Bloque 01 · Caps. 03–06**

## Alpinistas que hacen posible nuestro propósito

Diversidad, equidad e inclusión; desarrollo, beneficios y bienestar; seguridad y salud en el trabajo.

**Bloque 02 · Caps. 07–09**

## Alimentos que nutren

Calidad, inocuidad y bienestar del consumidor; innovación y portafolio.

**Bloque 03 · 03 · Caps. 10–11**

## Planeta y circularidad

Energía y emisiones de $CO_2$; gestión del agua; residuos y economía circular.

**Bloque 04 · Caps. 12–14**

## Del campo a la comunidad

Ganadería sostenible y cadena de valor láctea; inversión social y comunidades.

**Bloque 05 · Caps. 15–16**

# Acerca de esta Memoria

GRI 2-1 · 2-2 · 2-3 · 2-4 · 2-5

Esta Memoria de Sostenibilidad presenta el desempeño de Alpina Productos Alimenticios ALPIECUADOR S.A. (en adelante, Alpina Ecuador) durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025. En ella compartimos, de manera transparente, la gestión desarrollada, los principales avances alcanzados y los resultados obtenidos en las dimensiones económica, social, ambiental y de gobernanza.

La información reportada comprende la totalidad de nuestras actividades en Ecuador, incluyendo las plantas industriales de Machachi (cantón Mejía, Pichincha) y San Gabriel (cantón Montúfar, Carchi), las oficinas de Quito y de Guayaquil. Durante el período reportado no se registraron cambios significativos en la estructura organizacional ni en el alcance de las operaciones.

Este es el primer ejercicio de reporte elaborado con referencia a los Estándares GRI 2021, reafirmando nuestro compromiso con la transparencia y la mejora continua. La información económica corresponde a los estados financieros auditados por Ernst & Young, mientras que la información no financiera fue recopilada y validada por las áreas responsables de la organización.

## Cómo leer esta memoria:
**resultados 2025 y compromisos a futuro**

Todos los datos, indicadores y resultados presentados corresponden al ejercicio 2025, salvo cuando se indique expresamente lo contrario. Para evitar confusión entre lo alcanzado y lo proyectado, esta memoria utiliza dos marcas visuales:

## Compromiso 2026

Iniciativa, meta o proyecto que Alpina Ecuador se propone impulsar. Que no constituye un resultado del período reportado y cuya ejecución está sujeta a la planificación anual de la organización.

## Hecho posterior al cierre

Acontecimiento ocurrido después del 31 de diciembre de 2025 que se informa por su relevancia, como la Certificación de Carbono Neutralidad obtenida a inicios de 2026 sobre el inventario con año 2024.

*Los compromisos asumidos se presentan en el apartado «Nuestros compromisos 2026», al cierre de esta memoria.*

## Punto de contacto:

Para consultas relacionadas con esta memoria o con nuestra gestión de sostenibilidad, ponemos a disposición el siguiente punto de contacto: **Coordinación de Sostenibilidad y Comunicación Corporativa — comunicaciones.ecuador@alpina.com**

Revisa nuestra Memoria de Sostenibilidad 2025
**Disponible en:**
www.alpinaecuador.com

# Quiénes somos

## Perfil organizacional

GRI 2-1 · 2-6

### "Tres décadas nutriendo al Ecuador"

Alpina Ecuador forma parte del Grupo Alpina y, desde hace tres décadas, elabora y comercializa alimentos lácteos para las familias ecuatorianas: quesos, yogures, kumis, kéfir, avena, arequipe, mantequilla y crema de leche, entre otros productos que acompañan sus distintos momentos de consumo.

Nuestra operación integra dos plantas industriales —Machachi (cantón Mejía, Pichincha) y San Gabriel (cantón Montúfar, Carchi)— y oficinas en Quito y Guayaquil.

Nuestra cadena de valor nace en el campo, con 158 ganaderos que nos abastecen de leche, y llega a 23 de las 24 provincias del país. Al cierre de 2025, 546 alpinistas hicieron posible esta operación.

### Nuestra línea de tiempo — 30 años haciendo que las cosas pasen

**1995**
Inicio de operaciones de Alpina en Ecuador: introducción comercial de la marca y primeros canales de distribución.

**2002**
Inauguración de la planta industrial de Machachi.

**2008**
Adquisición definitiva de Proloceki (marca Kiosko) y apertura de la planta de San Gabriel, en Carchi.

**2021**
Establecimos alianzas con Bancos de Alimentos, fortaleciendo nuestro compromiso de alimentar la vida y generar bienestar en las comunidades.

**2022**
Lanzamiento de nueva imagen corporativa y su slogan "Un mundo delicioso", bajo los pilares de nutrición, sabor y sostenibilidad.

**2024**
Publicación del primer Reporte de Gestión Sostenible de Alpina Ecuador.

**2025**
Cuantificación de la huella de carbono de la operación (año 2024) primer estudio de materialidad de impacto y nueve lanzamientos que amplían nuestro portafolio, entre ellos el kéfir Regeneris.

**2026 Hechos posteriores al cierre**
Durante 2026: Certificación de Carbono Neutralidad otorgada por VERSA, publicación de la primera Memoria de Sostenibilidad con referencia a los Estándares GRI (período 2025) e inauguración de las plantas fotovoltaicas de San Gabriel y Machachi.

# Propósito, misión, visión y valores

**Misión**

Alimentar la vida de los consumidores ecuatorianos con productos de calidad e innovación, fomentando el progreso de los alpinistas y las comunidades.

**Visión**

Mejorar los márgenes de rentabilidad de manera sostenida y responsable, consolidando la relevancia de Alpina en Ecuador.

**Propósito**

Nutrir un mundo más sostenible para darle sabor a la vida.

El propósito es, además, el hilo conductor de esta memoria: cada bloque desarrolla uno de los ámbitos donde ese propósito se hace realidad.

## Nuestros 7 valores

**01** Trabajamos con humildad y respeto. Aceptamos y aprendemos de la diversidad, tanto a nivel laboral como personal.

**02** Innovamos para mejorar. Retamos el statu quo y lo materializamos en resultados.

**03** Somos un equipo, somos Alpina. Estamos orgullosos de ser alpinistas y representamos la marca en todo momento y lugar.

**04** Privilegiamos simplicidad y acción. Nos empoderamos y garantizamos que las cosas pasen.

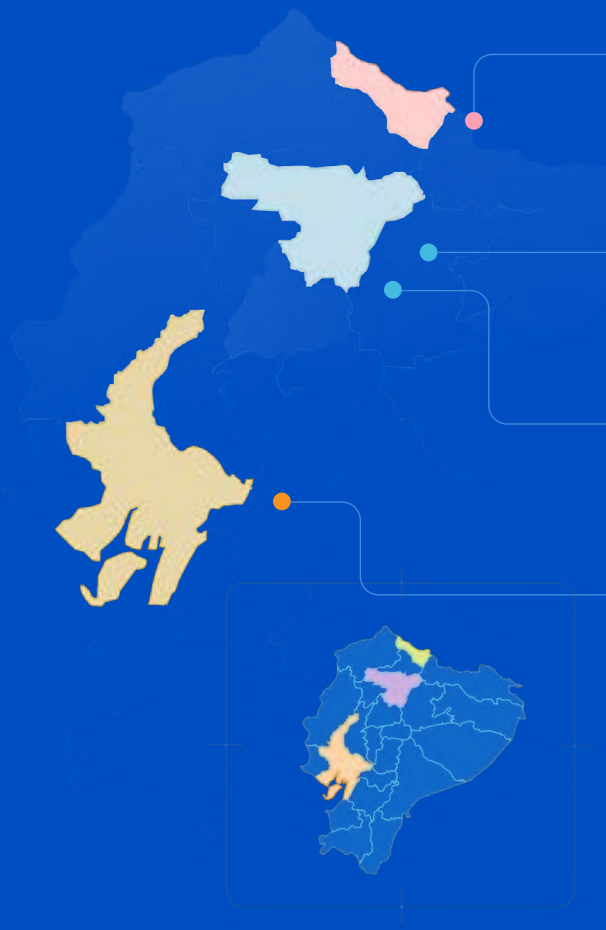
**05** Actuamos con integridad, coherencia y responsabilidad. Actuamos con conciencia de nuestras acciones y asumimos la responsabilidad.

**06** Tenemos pasión por ganar. Actuamos como dueños del negocio y nos apasiona ir más allá de nuestro rol, siempre proponiendo ideas nuevas

**07** Trabajamos por y para nuestros consumidores. Entendemos que todas nuestras acciones impactan al consumidor.



## Presencia en Ecuador



**Planta San Gabriel**

**San Gabriel · Montúfar · Carchi**
Panamericana Sur S/N, Km 4½, Barrio El Sandial (frente a la visera de la Gruta de la Paz)

**Oficinas Quito**

**Quito · Quito · Pichincha**
Av. República E7-123 y Martín Carrión, Edificio Pucará, Piso 11.

**Planta Machachi**

**Machachi · Mejía · Pichincha**
Panamericana Sur S/N, Km 44 (frente a Escuela Nasa)

**Oficinas Guayaquil**

**Guayaquil · Guayaquil · Guayas**
Parque Industrial Colón, Oficina 408, Edificio Corporativo 3

## Cadena de valor y cobertura comercial

GRI 2-6

**251**
**SKU activos**
Unidad de Mantenimiento de Inventario · cierre de diciembre

Nuestra cadena de valor comienza en el campo, junto a los ganaderos que producen la leche con la que elaboramos nuestros productos. Continúa en nuestras plantas industriales, donde transformamos esa materia prima bajo los más altos estándares de calidad e inocuidad y se extiende a través de una red comercial que nos permite llegar a miles de puntos de venta en todo el país. Culmina en los hogares ecuatorianos, donde nuestros productos acompañan momentos cotidianos de alimentación y bienestar. Nuestro portafolio de marcas se presenta en el Cap. 11.

**23/24**
**Provincias atendidas**
Todas menos Galápagos

**36.236**
**Puntos de venta cubiertos**
Tienda a tienda TAT 34.085 · institucional 1.126 · moderno 837 · supermercados 181 · emergentes 7

**9**
**Distribuidores activos**
Con 11 bodegas a nivel nacional

# Grupos de interés
## y proceso de materialidad

GRI 2-29 · 3-1 · 3-2

La sostenibilidad solo es posible cuando se construye de manera colaborativa. Por ello mantenemos un diálogo permanente con nuestros 13 grupos de interés, comprendiendo sus expectativas e incorporándolas en la toma de decisiones. La siguiente tabla resume cómo nos relacionamos con cada uno y en qué capítulo de esta memoria se reporta la gestión que les concierne:

## Cómo nos relacionamos con cada grupo de interés GRI 2-29 · 3-1 · 3-2

| Grupo de interés | Mecanismo de relacionamiento | Frecuencia | Dónde lo reportamos |
|---|---|---|---|
| Colaboradores / alpinistas | Comunicación interna. | Permanente | Caps. 07–09 |
| Ganaderos | Visitas técnicas y capacitaciones. | Permanente | Cap. 15 |
| Proveedores | Portales de compras y correos de contacto. | Periódico | Cap. 06 |
| Clientes (TAT, institucional, moderno, supermercados y emergentes) | Visitas comerciales, programas de fidelización y portales digitales de pedidos. | Permanente | Caps. 01 y 10 |
| Consumidores | contactcenter@alpina.com, redes sociales y sitio web. | Permanente | Caps. 10 y 11 |
| Comunidades rurales (cantones Mejía y Montúfar) | Inversión social colaborativa, proyectos locales y voluntariado corporativo. | Periódico | Cap. 16 |
| Entidades gubernamentales | Mesas de trabajo técnico e informes de cumplimiento normativo. | Eventual | Caps. 04 y 16 |
| Organizaciones de la Sociedad Civil | Alianzas operativas (Bancos de Alimentos de Quito y Guayaquil, Fundación Scarleth, FUDELA). | Periódico | Cap. 16 |
| Accionistas / Grupo Alpina | Asamblea General, comités de gobierno corporativo y reportes trimestrales. | Periódico | Caps. 03 y 05 |
| Academia | Convenios interinstitucionales para pasantías. | Semestral | Cap. 08 |
| Distribuidores y canales de venta | Planificación logística, acuerdos comerciales y visitas de la red de ventas. | Permanente | Cap. 01 |
| Medios de comunicación | Agencia de comunicación, comunicados de prensa, boletines y entrevistas. | Permanente | Cap. 16 |
| Cámaras y gremios empresariales | Participación activa en comités, mesas técnicas y espacios gremiales del sector. | Periódico | Cap. 1 |

**NOTA SOBRE LAS VOCES DE LOS GRUPOS DE INTERÉS:**
Todas las opiniones de personas que forman parte de nuestros grupos de interés incluidas en esta Memoria corresponden a expresiones recogidas durante el proceso de diálogo y consulta del Estudio de Materialidad de Impacto 2025. Las frases se presentan de forma textual o como síntesis fiel de lo expresado por los participantes, conforme a los principios de participación e inclusión de voces de los grupos de interés consultados establecidos en los Estándares GRI 2021.

## Proceso de consulta y proceso de materialidad

**“Escuchamos a nuestros grupos de interés para construir una sostenibilidad que responda a lo que realmente importa.”**

La sostenibilidad comienza por comprender los impactos que generamos y reconocer cuáles son los más relevantes para nuestro negocio y nuestros grupos de interés. Por ello, en 2025 realizamos nuestro primer estudio de Materialidad de Impacto, desarrollado con el acompañamiento de una consultora especializada. A través de un proceso participativo, que combinó técnicas cualitativas y cuantitativas, identificamos los temas que orientan nuestra estrategia de sostenibilidad y la construcción de esta memoria.



**132**
**Personas encuestadas**

| 70 | 62 |
|---|---|
| hombres | mujeres |

**70**
**Asuntos de sostenibilidad evaluados**

**3**
**Técnicas de consulta**

Entrevistas, focus groups, encuestas directas

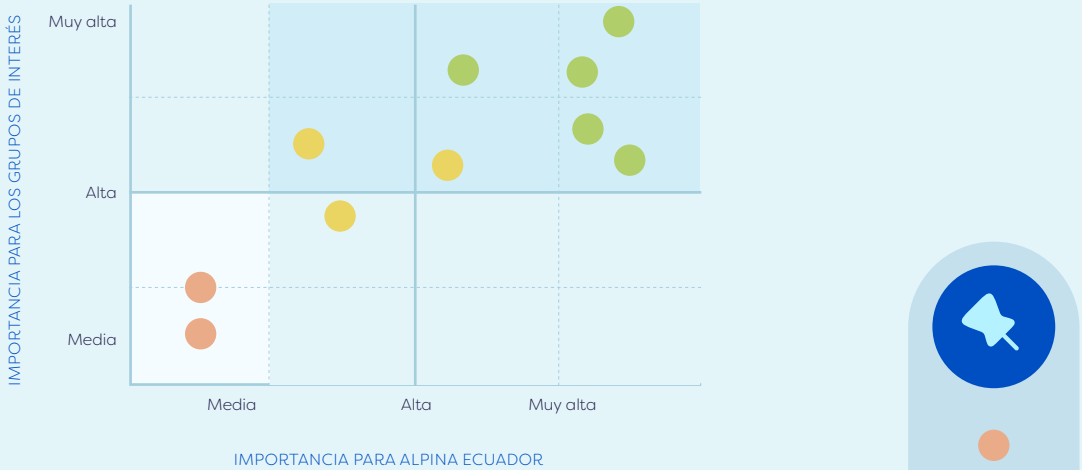
## Personas consultadas por grupo

| | |
|---|---|
| **Proveedores** | **48** |
| **Colaboradores** | **46** |
| **Clientes** | **25** |
| **Comunidad, gremios y asociaciones** | **13** |
| **Total** | **132** |

**Ubicación geográfica de las personas consultadas:** Quito, Guayaquil, Machachi (cantón Mejía, Pichincha) y San Gabriel (cantón Montúfar, Carchi).

# Matriz de materialidad

Como resultado de este proceso se obtuvo la matriz de materialidad, que prioriza los temas relevantes para la gestión de la sostenibilidad de acuerdo con la evaluación de sus impactos y las perspectivas de los grupos de interés. Los contenidos de esta memoria responden a estos resultados y se desarrollan en los capítulos correspondientes.




**NOTA METODOLÓGICA:**
El proceso de evaluación no identificó asuntos de baja materialidad, lo que refleja que todos los temas identificados tienen relevancia para la sostenibilidad de Alpina Ecuador. Cada tema material se gestiona dentro de los cinco ámbitos de esta memoria, según se indica en la tabla anterior.

| Tema material | Prioridad | Ámbito de la memoria | Capítulos |
|---|---|---|---|
| Ética y transparencia | Muy alta | Negocio responsable | 03 y 04 |
| Desempeño económico | Muy alta | Negocio responsable | 05 |
| Colaboradores | Muy alta | Alpinistas que hacen posible nuestro propósito | 07 a 09 |
| Responsabilidad del producto y bienestar | Muy alta | Alimentos que nutren | 10 y 11 |
| Huella ambiental | Muy alta | Planeta y circularidad | 12 a 14 |
| Gestión de clientes | Alta | Propósito · Alimentos que nutren | 01 y 10 |
| Comunidad | Alta | Del campo a la comunidad | 16 |
| Proveedores | Alta | Negocio responsable · Del campo a la comunidad | 06 y 15 |
| Comunicación | Media | Propósito · Alimentos que nutren | 02 y 10 |
| Involucramiento con los grupos de interés | Media | Propósito · Del campo a la comunidad | 02 y 16 |

**NOTA SOBRE LAS VOCES DE LOS GRUPOS DE INTERÉS:**
Todas las opiniones de personas que forman parte de nuestros grupos de interés incluidas en esta Memoria corresponden a expresiones recogidas durante el proceso de diálogo y consulta del Estudio de Materialidad de Impacto 2025. Las frases se presentan de forma textual o como síntesis fiel de lo expresado por los participantes, conforme a los principios de participación e inclusión de voces de los grupos de interés consultados establecidos en los Estándares GRI 2021.

01

# Negocio **responsable.**

***Gobernanza, ética, creación de valor y compras responsables***

**En este capítulo**


**03** Gobernanza corporativa y enfoque de sostenibilidad Pág. 16
**04** Ética, transparencia y cumplimiento normativo Pág. 18
**05** Creación y distribución de valor económico Pág. 20
**06** Compras responsables y proveedores locales Pág. 22




**“Un negocio responsable es la base que hace posible todo lo demás.”**

Gobernar con integridad, generar y distribuir valor económico y comprar de manera responsable son las condiciones que sostienen nuestra gestión en todos los demás ámbitos de esta memoria.

En Alpina Ecuador entendemos que un negocio sostenible es aquel que genera valor para todos quienes hacen parte de su cadena. Cada decisión que tomamos fortalece el crecimiento de nuestros colaboradores, impulsa el desarrollo de nuestros ganaderos y proveedores, dinamiza la economía nacional y nos permite seguir innovando para ofrecer productos de calidad a los consumidores.

**USD 64,1 MM**
**Ventas netas 2025**

**USD 3,6 MM**
**Utilidad neta histórica**
+24,4% vs. 2024

**0 Casos de corrupción confirmados**



# Gobernanza corporativa

## y enfoque de sostenibilidad

GRI 2-9 · 2-22 · 405-1

**“Actuamos con integridad, coherencia y responsabilidad.”**

En Alpina Ecuador entendemos que una gestión responsable requiere una gobernanza sólida, cercana y alineada con nuestro propósito de generar valor a lo largo de toda nuestra cadena de valor. Por ello, contamos con una estructura organizacional liderada por la Gerencia General e integrada por las gerencias de Mercadeo, Comercial, Operaciones, Talento y Sostenibilidad, y Finanzas y TI. Esta estructura permite integrar la sostenibilidad en la gestión del negocio, definiendo responsabilidades claras, fortaleciendo la articulación entre las diferentes áreas y promoviendo una gestión transversal que facilita la toma de decisiones alineadas con nuestra estrategia corporativa y nuestros objetivos de largo plazo.

## Conoce nuestro equipo directivo GRI 2-9



**Sandra Gabriela Terranova Ponce**
Gerente General



**Estefanía Daniela Gomezjurado Yerovi**
Gerente de Mercadeo



**Juan Pablo San Román Badovinac**
Gerente Comercial



**Juan Carlos Pinto Pastrano**
Gerente de Operaciones



**Natalia Triana Pérez**
Gerente de Talento y Sostenibilidad



**Jorge Andrés Espinosa González**
Gerente Financiero y TI

**50%**

## Liderazgo femenino en el equipo directivo

3 de las 6 gerencias, incluida la Gerencia General, son lideradas por mujeres

**6**

## Gerencias que integran el equipo directivo

**Nuestra área de Sostenibilidad y Comunicación cumple un rol transversal:** coordina la gestión de los asuntos materiales y articula los programas sociales y ambientales con las áreas operativas. Como parte del Grupo Alpina, la operación ecuatoriana se enmarca en los lineamientos corporativos del grupo en materia de ética, calidad y sostenibilidad, conservando la autonomía necesaria para responder a la realidad del mercado y a la normativa nacional.

## Compromiso 2026

Fortalecer la estructura de gobernanza mediante la creación del Comité de Sostenibilidad, que permitirá dar seguimiento a la estrategia, a los asuntos materiales y a los compromisos asumidos en esta memoria.

## Enfoque de sostenibilidad

GRI 2-22

Nuestro propósito corporativo **—«Nutrir un mundo más sostenible para darle sabor a la vida»—** orienta a toda Alpina Ecuador. La gestión de sostenibilidad lo complementa: integra criterios ambientales, sociales y de gobernanza en el núcleo de nuestro modelo de negocio, combinando eficiencia operativa, innovación responsable y compromiso ambiental para asegurar la rentabilidad a largo plazo y generar valor compartido con nuestros grupos de interés.

Los resultados del estudio de materialidad nos permitieron consolidar cuatro pilares estratégicos que orientan nuestra gestión:

### Resiliencia de la cadena de valor

Bloque 01 (Cap. 06, compras responsables) y Bloque 05 (Cap. 15, ganadería sostenible)

### Economía circular

Bloque 04 (Cap. 14, residuos, empaques y circularidad)

### Desarrollo social

Bloque 02 (Caps. 07–09, alpinistas) y Bloque 05 (Cap. 16, comunidades e inversión social)

### Preservación de los recursos naturales

Bloque 04 (Caps. 12 y 13, energía, emisiones y agua)

# Ética, **transparencia**

## y cumplimiento normativo

GRI 2-23 · 2-24 · 2-25 · 2-26 · 2-27 · 205-1 · 205-2 · 205-3

**“Hacemos negocios de la manera correcta, con ética e integridad cada día.”**

Operamos con el compromiso de cumplir la legislación ecuatoriana y los lineamientos corporativos del Grupo Alpina, promoviendo una cultura basada en la integridad, el respeto y la transparencia.

## Un marco normativo que nos guía

### Políticas corporativas GRI 2-23

- Declaración de Derechos Humanos
- Política de Conflictos de Interés
- Código de Conducta
- Política de Protección de Datos Personales
- Política Anticorrupción
- Política de Compras y Contrataciones
- Política de Libre Competencia
- Política de Responsabilidad Social

## Derechos humanos

GRI 2-23 · 2-24

Respetar los derechos humanos (DD. HH.) es un principio que guía nuestras decisiones y la forma en que nos relacionamos con nuestros colaboradores, clientes, proveedores, contratistas, comunidades y demás grupos de interés.

Nuestro compromiso se fundamenta en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, promoviendo relaciones basadas en el respeto, la igualdad de oportunidades y la no discriminación.

### Quince compromisos que nos definen en materia de derechos humanos

- Erradicar trabajo infantil y forzoso
- No discriminación, grupos vulnerables
- Dignidad e integridad de las personas
- Asociación y negociación colectiva
- Protección de la salud
- Empleo digno en ambientes seguros
- Cumplimiento de los derechos humanos
- Respeto a comunidades indígenas
- Relaciones comerciales bajo respeto a DDHH
- Diálogo constante con grupos de interés
- Promoción pública de los derechos humanos
- Prácticas de libre competencia
- Combate al comportamiento corrupto
- Medio ambiente sano y sostenible
- Cadena de abastecimiento equitativa

## Código de Conducta

GRI 2-23 · 2-25 · 2-26

El Código de Conducta del Grupo Alpina es la principal herramienta que orienta el comportamiento esperado de todos los alpinistas y socios comerciales. A través de este instrumento promovemos una cultura de integridad, prevención y transparencia que fortalece la confianza en nuestras relaciones y en nuestra forma de hacer negocios.

Este marco establece los principios para prevenir conductas contrarias a la ética y fortalecer una cultura de transparencia, respeto y cumplimiento, abordando aspectos como la prevención de conflictos de interés, el uso responsable de la información, la lucha contra el fraude, el soborno, la corrupción, el lavado de activos y la financiación del terrorismo, así como la protección de las personas que reportan de buena fe posibles incumplimientos.

- Una cultura ética basada en el ejemplo y el liderazgo.
- Tolerancia cero frente al acoso, la discriminación y cualquier forma de abuso.
- Protección para quienes reportan posibles incumplimientos de buena fe.

**Línea Ética**
**1800-001-746**

**Plataforma digital**
**www.ratsellineaetica.com**

## Canales éticos: siempre disponibles, siempre confidenciales

GRI 2-25 · 2-26

Cualquier persona puede reportar, de forma anónima y confidencial, conductas contrarias a nuestros principios a través de la **Línea Ética 1800-001-746** o de la plataforma digital **www.ratsellineaetica.com.** Estos mecanismos garantizan procesos de investigación y, cuando corresponde, de remediación de los impactos.

Promover una cultura de reporte fortalece la confianza y nos permite identificar oportunidades de mejora antes de que se conviertan en riesgos para la organización.

## Formación y prevención

GRI 205-1 · 205-2 · 205-3 · 2-27

Formamos a nuestros alpinistas en los temas que sostienen nuestra cultura de integridad: el Código de Ética y Conducta, la prevención de la corrupción y el soborno, el manejo de conflictos de interés y la protección de datos personales. La prevención de riesgos de corrupción se gestiona a través del Código de Conducta, los controles internos del Grupo Alpina y el monitoreo permanente de la Línea Ética.

**0** **Casos de corrupción confirmados**
GRI 205-3

**0** **Sanciones o incumplimientos legales significativos en el período de reporte**
GRI 2-27

**“En Alpina cumplen lo que dicen; eso habla bien de la forma en que hacen negocios.”**

Proveedor mediano, Quito · Estudio de Materialidad de Impacto 2025

**404**
**Alpinistas formados en ética**
Código de Ética, anticorrupción y conflictos de interés

**255**
**Formados en prevención de corrupción y soborno**
Curso específico: actos ilícitos, lavado de activos

**5**
**Especialistas formados en protección de datos personales (LOPDP)**
3 horas de profundización

# Creación y **distribución**

## de valor económico

GRI 201-1 · 201-4 · 203-2

**“Cuando Alpina crece, Ecuador también crece con nosotros.”**

Durante 2025, la economía ecuatoriana mostró señales de recuperación, con un crecimiento del PIB del 3,7%, una inflación anual de 1,91% y una reducción significativa del riesgo país, favorecida por la estabilidad del suministro energético y un entorno político más favorable. Asimismo, el empleo adecuado aumentó del 33% al 37,1%, reflejando una mejora en las condiciones del mercado laboral.

En este contexto, Alpina Ecuador mantuvo un desempeño resiliente, con crecimiento en ventas y una utilidad neta histórica, resultados impulsados por una mayor eficiencia operativa y por los rendimientos obtenidos de inversiones financieras de corto plazo.

## Nuestros resultados económicos 2025

GRI 201-1

**“Ser rentables nos permite seguir invirtiendo en personas, comunidades y en el país.”**

**64.095.000**
**Ventas netas (USD)**
+0,5% de crecimiento

**3.576.000**
**Utilidad neta (USD)**
Resultado histórico · +24,4% vs. 2024

**4.206.000**
**EBITDA (USD)**

**1.139.000**
**Impuesto pagado (USD)**

**17.519.000**
**Patrimonio (USD)**
Valor acumulado al 31 de diciembre de 2025.



# Nuestra contribución fiscal al Ecuador

GRI 201-1

Cumplir nuestras obligaciones tributarias es una forma concreta de contribuir al desarrollo del país. A través del pago oportuno de impuestos y contribuciones fortalecemos la inversión pública, promovemos el empleo formal y aportamos al crecimiento económico del Ecuador.

## Contribución fiscal 2025

| | |
|---|---|
| Impuesto a la renta causado | USD 1.197.45 |
| Impuesto al valor agregado (IVA) | USD 751.24 |
| Aranceles | USD 326.96 |
| Otros impuestos | USD 183.06 |
| Impuestos municipales | USD 126.317 |
| Impuesto a la salida de divisas (ISD) | USD 60.871 |
| Aporte patronal IESS | USD 55.125 |
| **Total: USD 2.701.04** | |

**Nota:** cifras redondeadas a valores enteros; los totales pueden diferir por efecto del redondeo.

El aporte patronal al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) respalda el empleo formal de nuestros alpinistas y constituye una contribución directa a la seguridad social del país.

# Fortaleciendo la economía del sector lácteo

GRI 2-6 · 203-2

Cada litro de leche que recibimos representa el trabajo y el esfuerzo de más de un centenar de familias ganaderas que forman parte de nuestra cadena de valor.

Durante 2025 fortalecimos nuestras relaciones con los ganaderos de los cantones Mejía (Pichincha) y Montúfar (Carchi) mediante una gestión basada en la confianza, la calidad y los pagos oportunos, contribuyendo al desarrollo económico del sector lácteo nacional.

Al mismo tiempo, continuamos invirtiendo en infraestructura y tecnología para fortalecer nuestras plantas industriales, incrementar la eficiencia operativa y seguir ofreciendo productos de la más alta calidad a los consumidores ecuatorianos.

**42 MM**
**Litros de leche comprados**

**158**
**Ganaderos proveedores**
Cantones Mejía y Montúfar

**40% / 27%**
**Capacidad instalada utilizada**
Plantas Machachi / San Gabriel

# Inversión social y ambiental

Crecer de manera sostenible significa reinvertir parte del valor generado para fortalecer a las personas, las comunidades y el ambiente. Durante 2025 destinamos recursos para impulsar programas sociales, fortalecer la infraestructura ambiental de nuestras operaciones y desarrollar proyectos que contribuyen al bienestar colectivo.

**33.677**
**Inversión social**
Proyectos sociales con comunidades

**USD 123.800**
**Inversión ambiental**
PTAR y PTAP · tecnología y mejoras

**USD 157.477**
**Inversión total**
Social + ambiental

# Compras **responsables**

## y proveedores locales

GRI 204-1 · 308-1 · 414-1

### "Cada compra es una decisión que fortalece la economía ecuatoriana."

Nuestra política de compras busca generar valor más allá del abastecimiento de bienes y servicios. Trabajamos con proveedores que comparten nuestros estándares de calidad, fomentando relaciones de largo plazo, condiciones de competencia transparentes y el fortalecimiento de la economía nacional.

**797** Proveedores activos

**95%** Del gasto en proveedores nacionales y locales

**158** Ganaderos proveedores
Cantones Mejía y Montúfar

**Origen de nuestros proveedores**



**797** Proveedores

**77,2%** Locales - Pichincha (615)
**19,2%** Nacionales (153)
**3,6%** Internacionales (29)

Trabajamos mayoritariamente con proveedores nacionales de insumos esenciales como leche, cereales, frutas, colorantes naturales, sabores, estabilizantes y empaques, lo que fortalece la producción local y el desarrollo del sector agroalimentario ecuatoriano.

## Compromiso 2026

Revisar los lineamientos de la nueva Política de Compras y Contrataciones, vigente desde 2026, para incorporar progresivamente criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) en nuestra relación con los proveedores. Aumentar la presencia de ganaderos que compartan nuestras buenas prácticas en la cadena de abastecimiento.

### "Si Alpina crece, nuestros emprendimientos y empresas también crecen."

Proveedor de servicios, Quito · Estudio de Materialidad de Impacto 2025

02

# Alpinistas que hacen posible **nuestro propósito**

***Ser alpinista es mucho más que un trabajo***

**En este capítulo**


**07** Nuestros alpinistas: diversidad, equidad e inclusión Pág. 25
**08** Desarrollo, beneficios y bienestar Pág. 27
**09** Seguridad y salud en el trabajo Pág. 29







## Nutrir un mundo más sostenible empieza por quienes hacen posible cada producto.

Este bloque reúne todo lo relacionado con nuestros alpinistas: quiénes son, cómo crecen y cómo cuidamos su seguridad y su bienestar.

Cada producto que llega a la mesa de las familias ecuatorianas comienza con el compromiso, el conocimiento y la pasión de nuestros alpinistas. Creemos que una empresa sostenible solo puede construirse cuando las personas cuentan con oportunidades para desarrollarse, trabajar en un entorno seguro y sentirse parte de un propósito compartido.

**546**
**Alpinistas**
Al cierre de 2025

**17.544**
**Horas de capacitación**
32 h promedio por alpinista

**0**
**Fallecimientos por accidente laboral**

# Nuestros alpinistas:

## diversidad, equidad e inclusión

GRI 2-7 · 2-8 · 401-1 · 405-1 · 405-2 · 406-1 · 408-1 · 409-1

### “Personas que le dan vida a nuestro propósito.”

Ser alpinista significa mucho más que desempeñar un cargo o hacer un trabajo. Significa construir, cada día, una empresa que genera valor para las personas, las comunidades y el país. Por ello promovemos una cultura basada en el respeto, la colaboración, el aprendizaje continuo y el bienestar integral.

La diversidad de experiencias, conocimientos y perspectivas nos permite innovar, tomar mejores decisiones y responder de manera más cercana a las necesidades de nuestros consumidores y grupos de interés. En Alpina Ecuador promovemos un ambiente de trabajo inclusivo, basado en el respeto, la igualdad de oportunidades y el reconocimiento del talento de cada persona.

**546**
**Alpinistas**
Al cierre del año

**73**
**Nuevas contrataciones**

**20,55%**
**Rotación**

### Composición por género



**546**
**Alpinistas**

**72,9%** Hombres - 398 alpinistas

**21,11%** Mujeres - 148 alpinistas

### Alpinistas por categoría

| | |
|---|---|
| Operativos | 297 |
| Comerciales | 144 |
| Administrativos | 99 |
| Directivos | 6 |
| Total: 546 | |

# Mujeres alpinistas: participación y equidad salarial

GRI 405-1 · 405-2

Promover la participación de las mujeres y garantizar condiciones de equidad salarial forma parte de nuestro compromiso con una cultura organizacional inclusiva. Monitoreamos estos indicadores de manera permanente para asegurar que el desarrollo profesional responda al talento y al mérito de las personas.

## Participación de mujeres por categoría laboral 2025

| | | |
|---|---|---|
| Cargos comerciales | Ratio salarial M/H: 0,85 | 43% |
| Cargos operativos | Ratio salarial M/H: 1,04 | 29% |
| Cargos administrativos | Ratio salarial M/H: 1,01 | 26% |
| Cargos directivos | Ratio salarial M/H: 1,22 | 2% |

**Ratio salarial global: 1,03**

Cargos directivos: Gerencia General, Gerencia de Talento y Sostenibilidad y Gerencia de Mercadeo

**NOTA:**
La ratio salarial compara la remuneración promedio de mujeres y hombres dentro de una misma categoría laboral; un valor de 1 refleja igualdad salarial. La participación de mujeres por categoría se calcula sobre el total de mujeres de la organización (148 alpinistas). En el equipo directivo, 3 de las 6 gerencias —la Gerencia General, la Gerencia de Talento y Sostenibilidad y la Gerencia de Mercadeo— son lideradas por mujeres, lo que representa un 50% de liderazgo femenino (ver Cap. 03).

# Un entorno de trabajo basado en el respeto

GRI 405-1 · 406-1 · 408-1 · 409-1

## “Somos un equipo, somos Alpina.”

Nuestra cultura organizacional se basa en el respeto por las personas y en la igualdad de oportunidades. Todos los procesos de selección se realizan sin discriminación por discapacidad, religión, género, orientación sexual, edad, embarazo o condición de salud, en cumplimiento de la normativa ecuatoriana y de nuestras políticas corporativas.

Durante 2025, fortalecimos esta cultura mediante la socialización del Protocolo para la Prevención y Erradicación de la Discriminación, la Violencia y el Acoso Laboral, así como la difusión permanente de la Línea Ética y del Código de Conducta.

Asimismo, rechazamos cualquier forma de trabajo infantil o trabajo forzoso y promovemos este principio en toda nuestra cadena de valor.

**404**
**Alpinistas capacitados en prevención de la discriminación, la violencia y el acoso laboral**

**0**
**Casos de discriminación registrados en 2025**
A través de nuestros canales éticos



# Desarrollo, beneficios y **bienestar**

GRI 202-1 · 401-1 · 401-2 · 401-3 · 402-1 · 404-1 · 404-2 · 404-3

**“Creemos en el talento que aprende, crece y transforma el futuro.”**

Creemos que el desarrollo de las personas es uno de los principales motores de la sostenibilidad. Por ello impulsamos oportunidades de aprendizaje, formación y crecimiento profesional que permiten a nuestros alpinistas desarrollar nuevas capacidades y asumir mayores desafíos.

A través del Plan de Desarrollo Individual (PDI), promovemos conversaciones permanentes entre líderes y colaboradores para construir trayectorias profesionales alineadas con los objetivos del negocio y las aspiraciones de cada persona.

## Beneficios que impulsan nuestro bienestar GRI 401-2

Complementamos los beneficios establecidos por la ley con iniciativas que apoyan el bienestar, el desarrollo y la conciliación entre la vida personal y laboral de nuestros alpinistas:

- **Alimentación**
- **Becas y convenios educativos**
- **Telefonía celular**
- **Transporte**
- **Seguro de vida**
- **Flexibilidad laboral**
- **Seguro médico familiar**
- **Alpina Market**

## Licencias por maternidad y paternidad GRI 401-2 · 401-3

Reconocemos la importancia de acompañar a nuestros alpinistas en los momentos más significativos de su vida personal y familiar. Por ello, garantizamos y hacemos visibles los beneficios que establece la ley en materia de licencias y permisos remunerados, que promueven el equilibrio entre la vida laboral y personal, durante la maternidad, la paternidad, la adopción y otras situaciones familiares o personales que requieren atención.

| | | | |
|---|---|---|---|
| **12 Semanas** | **15 Días** | **15 Días** | **24** |
| Licencia remunerada por maternidad | Licencia remunerada por paternidad | Licencia por adopción | Licencias parentales efectivas durante 2025 |

## Comunicación interna que nos mantiene conectados

GRI 402-1

La comunicación interna fortalece nuestra cultura organizacional, mantiene conectados a nuestros equipos y promueve espacios permanentes de diálogo entre líderes y colaboradores.

Contamos con carteleras en todas las sedes, grupos digitales y correo institucional, comités periódicos entre líderes de sede y áreas, y la plataforma Soy Alpinista, donde cada alpinista autogestiona vacaciones, roles de pago y otros requerimientos.

**Alpina, entre los mejores empleadores del país - Merco Talento 2025**

## Formación que transforma y crea talento

GRI 404-1 · 404-2 · 404-3

Impulsamos la formación continua a través del conocimiento del negocio, la participación en proyectos y programas estructurados, complementados con convenios y alianzas educativas. La capacitación se concentró en cinco grandes ejes:

| Frente de formación | Contenidos y participaciones destacadas |
|---|---|
| Inocuidad y calidad | Cultura de inocuidad alimentaria, HACCP (288 participantes), Buenas Prácticas de Manufactura, BPM (247), SQF —incluido un curso para todo el personal (275)—, alérgenos (130), trazabilidad/recall y formación de auditores internos. |
| Ética e integridad | Código de Ética y Conducta, prevención de corrupción y soborno, y protocolo contra la discriminación y el acoso (participaciones detalladas en los capítulos 04 y 07). |
| Seguridad de la cadena | Política BASC de responsabilidad social (252), control de sellos e inspección de unidades de carga (60). |
| Normativa laboral y técnica | Permisos, licencias y Reglamento Interno de Trabajo, RIT (280), manejo de químicos (186), montacargas, A-MÓVIL (35). |
| Liderazgo | Mentoring ejecutivo y Building Productive Teams para el equipo directivo (6). |

**17.544**
**Horas de capacitación**

**32h**
**Promedio de horas de formación por alpinista**

**78%**
**Alpinistas con evaluación de desempeño**

# Seguridad y salud en el trabajo

GRI 403-1 · 403-2 · 403-3 · 403-4 · 403-5 · 403-6 · 403-8 · 403-9 · 403-10



**“Trabajar seguros y llegar a casa sanos, nuestro compromiso diario.”**

## Nuestro Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo

GRI 403-1 · 403-2 · 403-3 · 403-4 · 403-8

Trabajamos para que cada alpinista y contratista desarrolle sus actividades en un entorno seguro y saludable. A través de nuestro Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST) identificamos, evaluamos y controlamos los riesgos, promoviendo una cultura preventiva basada en el mejoramiento continuo y el cumplimiento de la normativa vigente. Nuestra política se comunica a todos los alpinistas durante las inducciones y las capacitaciones periódicas, y se extiende a nuestros proveedores como parte de nuestro compromiso compartido con la seguridad.

Durante 2025, fortalecimos nuestro sistema mediante la actualización de estudios de riesgo, nuevos procedimientos, mejoras en la infraestructura y en las estaciones de emergencia, así como el trabajo conjunto con organismos de apoyo y control. Complementamos estas acciones con programas permanentes de vigilancia de la salud, inspecciones preventivas, entrega de equipos de protección personal y ropa de trabajo, y evaluaciones médicas durante las diferentes etapas de la vida laboral.

- Reglamento Interno de Seguridad y Salud Ocupacional (SSO) vigente y registrado.
- Matriz de identificación de peligros y riesgos, actualizada ante cada cambio de proceso.
- Plan de emergencias y contingencias actualizado anualmente (permisos de bomberos).
- Plan de capacitación SSO cumplido, con sesiones mensuales.
- Comité Paritario SSO activo: reuniones cada dos meses, seis en el año.
- Dispensarios médicos y salas de enfermería en las plantas.
- Cobertura del sistema de gestión: la totalidad de los trabajadores.

**0 Fallecimientos por accidente laboral**

**100%**
**Cobertura del SGSST**

**3.466 h**
**Capacitación SSO**
2.278 participaciones

# Indicadores de seguridad y salud ocupacional 2025

GRI 403-9 · 403-10

| | |
|---|---|
| Accidentes con tiempo perdido | 8 |
| Días perdidos | 156 |
| Tasa de accidentabilidad | 0,015 |
| Accidente grave | 1 |
| Tasa de ausentismo | 1,47% |
| Enfermedades profesionales | 0 |
| Inspecciones de seguridad | 24 |
| Simulacros de emergencia | 2 |
| Cobertura de chequeos médicos | 90% (491 alpinistas) |
| Exámenes médicos realizados en el año | 350 |

**Nota:**
La cobertura corresponde al porcentaje de alpinistas con chequeo médico vigente. Los 350 exámenes son los realizados durante 2025; no coinciden necesariamente con la cobertura porque los ciclos de chequeo se cruzan de un año a otro

# Bienestar integral de los alpinistas

GRI 403-5 · 403-6

No cuidamos únicamente la seguridad física de nuestros alpinistas. También promovemos iniciativas orientadas a la salud mental, la prevención de enfermedades, la nutrición, la actividad física y el equilibrio entre la vida personal y laboral, entendiendo que el bienestar de las personas es fundamental para construir un entorno de trabajo saludable.

**903 h** — **Capacitación en riesgo psicosocial**
453 participantes

**448 h** — **Capacitación para brigadas de emergencia**

**368 h** — **Formación en prevención del consumo de alcohol y otras drogas**



**“El concepto Alpinista genera fidelización; Alpina ha sido escuela para muchos profesionales que trabajan con excelencia y calidad.”**
— Proveedor grande, Quito · Estudio de Materialidad de Impacto 2025

03

# Alimentos **que nutren.**

***Alimentamos la vida de los consumidores ecuatorianos***

**En este capítulo**


**10** Calidad, inocuidad y bienestar del consumidor Pág. 33

**11** Innovación y portafolio Pág. 35







## *Darle sabor a la vida es uno de nuestros mayores compromisos.*

En este bloque contamos cómo garantizamos calidad e inocuidad, cómo informamos de manera transparente, cómo innovamos para responder a las nuevas necesidades de los consumidores y cómo cuidamos el bienestar de quienes nos eligen cada día.

Cada producto que elaboramos representa un compromiso con las familias ecuatorianas que nos eligen. Desde la selección de las materias primas hasta el momento en que nuestros productos llegan a la mesa de los consumidores, trabajamos para garantizar calidad, inocuidad, nutrición y transparencia, fortaleciendo una relación de confianza construida durante más de tres décadas.

Nuestro propósito no es únicamente ofrecer alimentos; buscamos contribuir al bienestar de las personas mediante productos que responden a los más altos estándares de calidad y seguridad alimentaria.

**251**
**SKU activos en el mercado**

**7**
**Lanzamientos en 2025**

**100%**
**Categorías de productos evaluadas en sus impactos en la salud y seguridad de los consumidores**

**0**
**Incidentes, recalls y sanciones**

# Calidad, **inocuidad**

## y bienestar del consumidor

GRI 416-1 · 416-2 · 417-1 · 417-2 · 417-3 · 418-1

**"Detrás de cada producto hay un compromiso con tu bienestar."**

La calidad y la inocuidad son principios que orientan todas las etapas de nuestro proceso productivo. Desde la recepción de materias primas hasta la distribución de nuestros productos, aplicamos controles, procedimientos y estándares que nos permiten garantizar alimentos seguros, confiables y de la más alta calidad para nuestros consumidores.

Nuestro sistema de gestión integra certificaciones nacionales e internacionales, auditorías permanentes, procesos de trazabilidad y programas de mejora continua que fortalecen la cultura de calidad en toda la organización.

## Certificaciones y sistemas de gestión vigentes

GRI 416-1

Nuestros sistemas de gestión respaldan la confianza de los consumidores:

| Certificación / Sistema | Planta | Vigencia | Certificador |
|---|---|---|---|
| HACCP — inocuidad alimentaria | Machachi | 21-11-2026 | Food Knowledge |
| BPM / GMP | Machachi | 05-09-2030 | Food Knowledge |
| BPM / GMP | San Gabriel | 13-06-2028 | Icontec |
| SQF (esquema GFSI) | San Gabriel | 16-09-2026 | CICS Américas |
| Registro sanitario ARCSA (0009-BPM-AN-0116) | Machachi | 05-09-2030 | ARCSA |
| Registro sanitario ARCSA (0001-BPM-AN-0714) | San Gabriel | 13-06-2028 | ARCSA |

**6**
**Auditorías de inocuidad**
Internas y externas

**100%**
**Categorías de productos evaluadas en sus impactos en la salud y seguridad de los consumidores**

**0**
**Incidentes, recalls y sanciones**

**"Los clientes buscan el producto de Alpina, por su calidad que es excelente."**
— Cliente TAT, Guayaquil · Estudio de Materialidad de Impacto 2025

# Etiquetado claro y transparente

GRI 417-1 · 417-2 · 417-3

## “Información clara para decisiones informadas.”

Creemos que la confianza también se construye a través de una comunicación transparente. Por ello brindamos información clara, completa y veraz sobre nuestros productos, permitiendo que los consumidores tomen decisiones informadas de acuerdo con sus necesidades y preferencias.

Nuestros empaques cumplen con la normativa nacional vigente e incluyen información nutricional, ingredientes, alérgenos, fechas de caducidad y demás elementos requeridos por la autoridad sanitaria.

### Innovación con propósito nutricional

Innovar significa desarrollar productos que respondan a las nuevas necesidades de los consumidores, promoviendo alternativas que contribuyan a una alimentación equilibrada y a diferentes estilos de vida.

Nuestro portafolio incorpora productos con probióticos, opciones altas en proteína, alternativas light y diferentes categorías que buscan acompañar a las familias ecuatorianas en distintos momentos de consumo.

**0** **Multas o sanciones por incumplimientos en etiquetado o comunicaciones de marketing**

**0** **Reclamaciones sobre privacidad del cliente**

GRI 418-1

**“Si tenemos un inconveniente, el vendedor lo soluciona; la relación con Alpina funciona muy bien.”**

— Cliente institucional · Estudio de Materialidad de Impacto 2025



# Innovación y **portafolio**

GRI 2-6 · 3-3 · 416-1

**“Innovar es escuchar al consumidor y convertir sus necesidades en alimentos que nutren.”**

Innovar significa desarrollar productos que respondan a las nuevas necesidades de los consumidores ecuatorianos. La nutrición es el objetivo que orienta todas nuestras innovaciones: buscamos que cada nuevo producto contribuya a una alimentación equilibrada y se adapte a distintos estilos de vida. Nuestra innovación nace de escuchar a consumidores y clientes, y se materializa en nuevos sabores, presentaciones y categorías.

Durante 2025 incorporamos nueve lanzamientos a nuestro portafolio. La marca Kiosko concentró la mayor parte: en la categoría de quesos lanzamos la ricotta untable y el queso maduro Danbo, y desarrollamos nuevas presentaciones en pack —el Pack x6 Kiosko Sorpresa y el Pack Sanduchero, para la línea diaria y para el canal moderno—, además del snack Javierino. En la marca Regeneris lanzamos el kéfir, en presentaciones de 180 g y 1.000 g; en Finesse, el Pack x6 Multisabor de 180 g; y en Bon Yurt, la variedad Bon Yurt Cookies.

El kéfir Regeneris refleja nuestro enfoque nutricional: está elaborado con ingredientes naturales, aporta miles de millones de probióticos, se endulza con estevia y no contiene conservantes artificiales añadidos, bajo un concepto de etiqueta limpia (clean label).

Cada producto nuevo atraviesa los mismos controles de calidad e inocuidad que el resto de nuestro portafolio, y su etiquetado cumple con la normativa sanitaria vigente, de modo que la innovación nunca se aparta de nuestro compromiso con la seguridad del consumidor.

**7** **Lanzamientos**
en 2025

**10** **SKU nuevos**
4% de los 251 SKU activos

**4** **Marcas con lanzamientos**
Kiosko (6) · Regeneris (1) · Finesse (1) · Bon Yurt (1)

# Lanzamientos 2025



Pack x6 Finesse 180 g Multisabor

Finesse
1 presentación

**Enero**




Snack Javierino 50 g

Kiosko
1 presentación

**Enero**



Pack x6 Kiosko Premio 180 g

Kiosko
1 presentación

**Febrero**




Ricotta Untable 190 g

Kiosko
1 presentación

**Marzo**




Bon Yurt Cookies

Bon Yurt
1 presentación

**Mayo**




Queso Maduro Danbo 300 g

Kiosko
1 presentación

**Noviembre**




Kéfir Regeneris 180 g y 1.000 g

Regeneris
2 presentaciones

**2025**

**7 Lanzamientos**

**4 Marcas**

**4 Presentaciones**

**NOTA METODOLÓGICA:**
se consideran lanzamientos los productos, presentaciones o formatos introducidos al mercado ecuatoriano entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025 que se mantienen en el portafolio. Un lanzamiento puede comprender varias presentaciones (SKU).

## Hecho posterior al cierre

En 2026 se incorporó la presentación de 1.750 g del kéfir Regeneris.

# Nuestro portafolio

GRI 2-6

Llegamos a millones de hogares ecuatorianos con un portafolio amplio y diverso de marcas que acompañan los distintos momentos de consumo, con productos de calidad que forman parte de la vida cotidiana de las familias. Incluye productos con probióticos, opciones altas en proteína y alternativas light.

**251**

**SKU activos al cierre de 2025**

Unidades de mantenimiento de inventario

## Compromiso 2026

Continuar ampliando nuestro portafolio con nuevas propuestas que tengan la nutrición como eje, priorizando atributos que acompañen estilos de vida saludables y manteniendo los mismos estándares de calidad e inocuidad en cada lanzamiento.




Avena · Alpinette · arequipe · kumis · crema de leche




Quesos frescos, maduros, semimaduros y untables · mantequilla · yogurt




Yogurt con probióticos · kéfir




Yogurt light · queso alto en proteína · avena




Yogurt con sobrecopa de distintos sabores




Snack para perros — bebida no láctea

04

# Planeta y **circularidad.**

***Carbono, energía, agua y residuos***



**En este capítulo**


**12** Energía y emisiones de $CO_2$ Pág. 40
**13** Gestión del agua Pág. 41
**14** Residuos y economía circular Pág. 42



***"Producir alimentos también significa cuidar los recursos que hacen posible el futuro."***

Nuestra operación depende del agua, la energía, el suelo y de una cadena de suministro estrechamente vinculada al territorio. Por ello entendemos que reducir nuestro impacto ambiental no es únicamente una responsabilidad empresarial, sino una condición para asegurar la sostenibilidad de nuestro negocio en el largo plazo.

Durante 2025, fortalecimos nuestra gestión ambiental mediante la medición de nuestra huella de carbono, la implementación de proyectos de eficiencia energética, la gestión responsable del agua y el impulso de iniciativas de economía circular que nos permiten avanzar hacia una producción cada vez más eficiente y sostenible.

**1ª**

**Medición de la huella de carbono**

Año 2024

**97,97%**

**Tasa de aprovechamiento de residuos**

Meta >90% cumplida

**100%**

**Aguas residuales tratadas en PTAR**

99.817 $m^3$ reutilizados en riego (50% del agua extraída)

# Energía y **emisiones de $CO_2$**

GRI 302-1 · 305-1

La energía es un recurso esencial para nuestras operaciones y un elemento clave para avanzar hacia una producción más eficiente y con menor impacto ambiental. Por ello impulsamos iniciativas orientadas a optimizar el consumo energético, incorporar fuentes renovables y reducir progresivamente nuestras emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), fortaleciendo nuestra estrategia de descarbonización con tres frentes de acción:

**Cuantificación de la huella de carbono:** medimos por primera vez nuestra huella de carbono, con año 2024, para identificar las principales fuentes de emisión y las oportunidades de mejora.

**Autogeneración fotovoltaica:** continuamos el desarrollo e implementación del proyecto de paneles solares en nuestras plantas: autogeneración limpia que reduce la dependencia de la red y disminuye nuestras emisiones.

**Modernización tecnológica:** sustituimos maquinaria obsoleta por equipos de alta eficiencia con certificación internacional: motores de alta eficiencia e iluminación LED industrial.

## Hecho posterior al cierre

Sobre la cuantificación con año 2024, Alpina Ecuador obtuvo a inicios de 2026 la Certificación de Carbono Neutralidad otorgada por VERSA (verificación de inventario corporativo de GEI, código VERSA-I-0397). Este logro corresponde a 2026 y no a los resultados del período reportado.

## Compromiso 2026

Poner en operación las plantas fotovoltaicas de San Gabriel y Machachi y continuar fortaleciendo la medición de nuestra huella ambiental.

| Indicador del año | Dato |
|---|---|
| Consumo de energía eléctrica · GRI 302-1 | 6.069,17 MWh |
| Emisiones directas de GEI, Alcance 1 · GRI 305-1 | 3.443,79 $tCO_2e$ |

NOTA:
el factor de emisión se ha tomado el del año 2024, al no tener aún disponible el del año 2025

Cada mejora en eficiencia energética representa una oportunidad para reducir nuestra huella ambiental y fortalecer la resiliencia de nuestras operaciones. Entendemos la medición de nuestra huella como un proceso de mejora continua, en el que seguiremos trabajando para fortalecerla año a año.

# Gestión del agua

GRI 303-1 · 303-3 · 303-5

**“El agua que utilizamos en nuestras plantas viene de cuencas que debemos proteger.”**

El agua es un recurso indispensable para la producción de alimentos y uno de los principales focos de nuestra gestión ambiental.

Trabajamos permanentemente para optimizar su consumo, fortalecer nuestros procesos de tratamiento y promover un uso responsable del recurso hídrico en todas nuestras operaciones, contribuyendo a la protección de las fuentes de agua de nuestro entorno.

Tratamos el 100% de las aguas residuales de nuestras plantas en nuestras plantas de tratamiento (PTAR). De esa agua tratada, 99.817 $m^3$ —equivalentes al 50% del agua extraída— se reutilizan en riego.

**199.634 $m^3$**
**Extracción total de agua**

**100%**
**Aguas residuales tratadas en PTAR**

**99.817 $m^3$**
**Agua tratada en PTAR reutilizada en riego**
50% de lo extraído

**12,4 $m^3$/ton**
**Intensidad hídrica**

**Extracción de agua por fuente ($m^3$)**

**199.634**
**$m^3$ extraídos**



**58,3%**
Fuente superficial - 116.422 $m^3$

**41,7%**
Pozo subterráneo - 83.212 $m^3$

**0,0%**
Red pública - 0 $m^3$

La mejora continua en la gestión del agua contribuye tanto a la sostenibilidad ambiental como a la eficiencia de nuestros procesos productivos.



# Residuos y **economía circular**

GRI 301-1 · 301-2 · 306-1 · 306-2 · 306-3

**“Dar una nueva vida a los residuos.”**

En Alpina Ecuador entendemos la economía circular como una oportunidad para optimizar recursos, reducir residuos y generar valor a partir de materiales que pueden reincorporarse a nuevos ciclos de aprovechamiento.

Nuestra gestión prioriza la prevención en la generación de residuos, la valorización de materiales y la búsqueda permanente de alternativas que contribuyan a una operación más eficiente y sostenible. Clasificamos los residuos desde el origen, separando materiales aprovechables, no aprovechables y peligrosos, y los entregamos a gestores ambientales autorizados con los respectivos certificados y manifiestos.

## 1. Cuánto generamos

**576,7 t**
**Residuos generados 2025**

## 2. Cuánto reciclamos

**10,6 t**
**Plástico reciclado**
Vía gestores ambientales

**6,8 t**
**Cartón y papel reciclado**
Reinsertado en la cadena de reciclaje

**97,97%**
**Tasa de aprovechamiento de residuos**
Meta >90% (cumplida)

**97,97%**
**aprovechamiento**

97,97%
Aprovechables (orgánicos, plástico, cartón y papel) - 565.000,8 kg

1,75%
No aprovechables - 10.074,7 kg

0,28%
No aprovechables - 10.074,7 kg

**576.683,7 kg**
**Residuos generados 2025**

94,96% 1,83%
Orgánicos aprovechables - 547.602,8 kg Plástico - 10.569,8 kg

1,75% 1,18%
No aprovechables - 10.074,7 kg Cartón y papel - 6.828,2 kg

0,22%
Aceites usados y líquidos contaminantes - 1.273,5 kg

0,06%
Peligrosos y especiales - 334,6 kg

NOTA:
para los aceites usados y líquidos contaminantes se aplicaron los factores de conversión de 0,89 kg/L y 3,369 kg/gal. Las cifras parciales se presentan redondeadas a un decimal, por lo que su suma puede diferir en 0,1 kg del total reportado

## Economía circular en acción

GRI 306-2

Aplicamos procesos de ingeniería inversa y segregación en fuente para los retornos logísticos e inventarios de baja rotación: los productos recuperados se desensamblan técnicamente en planta, separando resinas plásticas, etiquetas y contenido orgánico.

El remanente lácteo se reincorpora a la economía local mediante gestores autorizados que lo transforman en coproductos para alimentación animal, evitando el desperdicio de nutrientes. El plástico de embalaje se transforma en pellets reciclados para tuberías y mangueras industriales, y el cartón se reinserta en la cadena de reciclaje.

## Empaques: nuestro tema material más retador

GRI 301-1 · 301-2

El plástico en empaques es un tema material relevante para nuestros grupos de interés. Utilizamos 590 toneladas de plástico y 180 toneladas de cartón y papel en empaques. Por tratarse de envases en contacto con alimentos, la normativa sanitaria no permite incorporar plástico reciclado en su fabricación; por ello, nuestra estrategia de circularidad se centra en que los envases sean reciclables —como nuestras botellas y el empaque de cartón de la mantequilla—, un objetivo que ya hemos alcanzado y que continuaremos optimizando junto a nuestros proveedores.

## Compromiso 2026

Continuar fortaleciendo iniciativas que promuevan la circularidad de los materiales, con el objetivo de reducir progresivamente la generación de residuos en nuestras operaciones.



05

# Del campo a **la comunidad.**

***Ganaderos, comunidades e inversión social***



**En este capítulo**


**15** Ganadería sostenible y cadena de valor láctea Pág. 46
**16** Inversión social y comunidades Pág. 47



***"Crecemos junto a nuestras comunidades."***

Nuestro propósito de alimentar la vida trasciende nuestros productos. Creemos que el crecimiento de Alpina solo es posible cuando también contribuimos al bienestar de las comunidades donde operamos y de las personas que hacen parte de nuestra cadena de valor.

Por ello desarrollamos alianzas, programas e iniciativas que fortalecen la seguridad alimentaria, el desarrollo comunitario y el trabajo colaborativo, generando valor compartido para el Ecuador.

**158**
**Ganaderos en la cadena de abastecimiento**
Cantones Mejía y Montúfar

**42 MM**
**Litros de leche comprados**

**20.616**
**Personas beneficiadas por proyectos sociales**

# Ganadería sostenible

## y cadena de valor láctea

GRI 204-1 · 413-1 · 408-1 · 409-1



**“Detrás de cada producto Alpina hay familias ecuatorianas a las que respetamos y apoyamos.”**

Los ganaderos locales, productores lácteos y proveedores de materias primas son actores clave de nuestra cadena de valor. El abastecimiento se basa en relaciones de confianza y de largo plazo en los cantones Mejía (Pichincha) y Montúfar (Carchi), donde se ubican nuestras plantas de Machachi y San Gabriel, con pagos justos y a tiempo. Los acompañamos con capacitación técnica en producción agrícola y pecuaria, calidad e inocuidad de la leche y buenas prácticas de ordeño; el relacionamiento se sostuvo mediante visitas técnicas y capacitaciones permanentes.

**147**
**Ganaderos en la cadena de abastecimiento**

**42 MM**
**Litros de leche comprados**

**104**
**Ganaderos capacitados**

**30**
**Familias beneficiarias directas**

En coherencia con nuestra Declaración de Derechos Humanos, Alpina prohíbe expresamente el trabajo infantil y el trabajo forzoso en toda la cadena de valor (ver Cap. 07).

**“Los ganaderos valoramos profundamente la relación de largo plazo con la empresa, la cual está basada en el cumplimiento de contratos que son legales y serios.”**

— Ganadero, Asociación Mejía · Estudio de Materialidad de Impacto 2025

## Compromiso 2026

Seguir fortaleciendo nuestra cercanía con los ganaderos y su desarrollo, mediante acompañamiento técnico, capacitación y relaciones de largo plazo basadas en la confianza.

# Inversión social y comunidades

GRI 413-1 · 2-29

**“El negocio solo es sostenible si las comunidades donde operamos también lo son.”**

Trabajamos con un enfoque de inversión social colaborativa de la mano de las comunidades donde estamos presentes. Escuchamos activamente, co-creamos soluciones y desarrollamos proyectos que responden a necesidades reales, fortaleciendo la autonomía local, con inversiones de alto retorno social orientadas a la reducción de desigualdades, la inclusión digital y la seguridad alimentaria.

Nuestra Política de Responsabilidad Social establece el compromiso de ser un agente de cambio positivo: proyectos de desarrollo y capacitación ganadera, voluntariado corporativo y donaciones de productos lácteos a bancos de alimentos y fundaciones.

## Festival Sembrando Bienestar – Edición Agrotech (Montúfar, Carchi)

GRI 413-1

Junto a la Fundación FUDELA y el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Montúfar, llevamos la innovación, la tecnología y la inteligencia artificial (IA) a la vida cotidiana del campo. El festival promovió la alfabetización digital intergeneracional y la aplicación de herramientas de IA a la ganadería lechera para optimizar el negocio y fortalecer capacidades locales, con un enfoque comunitario en San Gabriel, El Tambo y la parroquia Fernández Salvador.

**158**
**Personas de la comunidad en el festival**
Registro presencial

**67**
**Personas capacitadas en IA para ganadería** 42 trabajadores agrícolas + 25 propietarios

**200**
**Participantes en la estación WhatsApp Meta**
Informe de gestión del proyecto

**USD 5.677**
**Inversión**

## Bancos de Alimentos y donación de productos

GRI 413-1

Alimentar la vida también significa compartir oportunidades. A través de nuestras alianzas con los Bancos de Alimentos y la Fundación Scarleth fortalecemos nuestro compromiso con la seguridad alimentaria y contribuimos al bienestar de personas y familias en situación de vulnerabilidad, trabajando de manera conjunta con organizaciones que amplían el alcance de nuestro impacto social.

**6.400,62 kg**

**Donados al Banco de Alimentos de Quito (BAQ)**

**21.653** productos entregados

**8.709** personas beneficiarias

**828,87 kg**

**Donados a Diakonía (Guayaquil)**

**2.509** productos entregados

**8.687** personas beneficiarias

**Fundación Scarleth**

**2.963** productos entregados

**2.958** personas beneficiarias

| | |
|---|---|
| **Total kilos donados** | **7.229,49** |
| **Total productos entregados** | **27.125** |
| **Total personas beneficiarias** | **20.354** |

* La Fundación Scarleth no registra el peso de los productos recibidos; el total de kilos corresponde a los Bancos de Alimentos.

## Voluntariado corporativo: alpinistas que donan su tiempo

GRI 413-1

Nuestros alpinistas también contribuyen activamente al desarrollo de las comunidades a través del voluntariado corporativo, brindando su tiempo, conocimientos y compromiso al servicio de iniciativas sociales y ambientales.

**1** Jornada de voluntariado

**18** Alpinistas voluntarios
Apoyo operativo al Banco de Alimentos

## Convenios y alianzas vigentes

| Convenio | Estatus |
|---|---|
| Contrato con FUDELA — Festival Sembrando Bienestar, Edición Agrotech 2025 | Ejecutado (noviembre–diciembre 2025) |
| Convenio de donación con Banco de Alimentos Diakonía | Activo (17-jun-2024 al 17-jun-2026) |
| Convenio de donaciones con la Fundación de Ayuda Social Banco de Alimentos — BAQ | Activo (21-jun-2024 al 06-ago-2027). |
| Convenio de cooperación con la Fundación Scarleth | Activo (10-oct-2024 al 10-oct-2026). |

**USD 33.677**
**Inversión social total**

**3** **Iniciativas sociales**
Festival Agrotech · donaciones a Bancos de Alimentos y fundaciones · voluntariado corporativo

**20.616** **Personas beneficiadas**
Proyectos sociales (20.512) + ganaderos capacitados (104)

## Relacionamiento con nuestros grupos de interés comunitarios

GRI 2-29 · 413-1

| Grupo de interés | Qué hicimos juntos | Resultados / compromisos |
|---|---|---|
| Comunidades aledañas a plantas | Focus groups de materialidad y encuestas de percepción directa sobre impactos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) | Expectativas priorizadas: circularidad y educación ambiental en zonas rurales |
| GAD Montúfar | Articulación del Festival Sembrando Bienestar — Edición Agrotech | Compromiso de mantener el festival como plataforma anual de innovación rural |
| GAD Mejía | Mesas de trabajo sobre políticas ambientales locales y desarrollo productivo rural | Vinculación institucional en los lineamientos de ordenamiento territorial |
| Gobierno nacional | Cumplimiento normativo, auditorías de entes de control y mesas técnicas sectoriales | Transparencia regulatoria y alineación con políticas de desarrollo agroindustrial |
| Redes y gremios | Participación activa y gobernanza en redes de sostenibilidad | Alineación con estándares GRI, ODS e ISO 26000 |
| Organizaciones de la sociedad civil | Alianzas con fundaciones y bancos de alimentos | Potenciar el voluntariado corporativo y los programas educativos locales |
| Medios de comunicación | Ruedas de prensa, campañas y atención proactiva de requerimientos | Comunicación sostenible: equilibrio entre lo comercial y el impacto real |

# Cierre.

***Gracias a quienes hacen posible esta historia***

## En este capítulo


| | |
|---|---|
| **17** Reconocimientos, aliados y afiliaciones | Pág. 51 |
| Nuestros compromisos 2026 | Pág. 52 |
| Índice de contenidos GRI | Pág. 54 |
| Siglas y abreviaturas | Pág. 58 |
| Créditos | Pág. 60 |




# Reconocimientos, aliados y afiliaciones

GRI 2-28

| Reconocimiento 2025 | Otorgado por |
|---|---|
| **Empresa Socialmente Responsable (ESR)** | CERES – CEMEFI |
| **Empresas más sostenibles del país — IV Ranking de Empresarios MWN** | Metro Ecuador |
| **Merco Sostenibilidad ESG** | Merco |
| **Empresas con mejor reputación del país** | Merco |
| **Merco Talento** | Merco |

| Reconocimiento 2025 | Otorgado por |
|---|---|
| **Mejor distribución** | NielsenIQ |
| **Effie Awards Ecuador 2025** | Effie Awards Ecuador |
| **Power Digital Brands — edición 2025** | Revista Ekos |
| **Inspira + Bienestar** | Cámara Oficial Española de Comercio e Industria de Quito y Más BienEstar |
| **Empresa Gestora del Cambio** | Mujeres Colibrí |

## Hecho posterior al cierre

Certificación de Carbono Neutralidad — Verificación de Inventario Corporativo de GEI (código VERSA-I-0397), otorgada por VERSA a inicios de 2026 sobre el inventario con año 2024.

# Afiliaciones y alianzas

GRI 2-28

**Miembro activo**
Desde 2024

**Socio estratégico**
Desde 2020

**Socio fundador**
Desde 2003

**Afiliado**
Desde 2009

**Afiliado**
Desde 2009

## Compromiso 2026

Los resultados presentados en esta memoria corresponden al ejercicio 2025. A continuación reunimos, en un solo lugar, los compromisos y proyectos que Alpina Ecuador se propone impulsar hacia adelante. Se trata de una declaración de intención sujeta a la planificación anual de la organización: no constituyen resultados alcanzados y su ejecución podrá concretarse en 2026 o en períodos posteriores, según la maduración de cada iniciativa.

| Compromiso | Ámbito | Horizonte |
|---|---|---|
| Crear el Comité de Sostenibilidad para dar seguimiento a la estrategia, los asuntos materiales y los compromisos de esta memoria | Negocio responsable · Cap. 03 | 2026 |
| Revisar los lineamientos de la Política de Compras y Contrataciones para incorporar progresivamente criterios ESG en la relación con los proveedores | Negocio responsable · Cap. 06 | 2026 |
| Aumentar la presencia de ganaderos que compartan nuestras buenas prácticas en la cadena de abastecimiento | Negocio responsable · Cap. 06 | 2026 en adelante |
| Continuar ampliando el portafolio con propuestas que prioricen atributos nutricionales, con los mismos estándares de calidad e inocuidad | Alimentos que nutren · Cap. 11 | 2026 |
| Poner en operación las plantas fotovoltaicas de San Gabriel y Machachi | Planeta y circularidad · Cap. 12 | 2026 |
| Continuar fortaleciendo la medición de nuestra huella ambiental, como parte de un proceso de mejora continua | Planeta y circularidad · Cap. 12 | Continuo |
| Seguir fortaleciendo nuestra cercanía con los ganaderos y su desarrollo | Del campo a la comunidad · Cap. 15 | Continuo |
| Fortalecer las iniciativas de circularidad de materiales y reducir progresivamente la generación de residuos | | Continuo |
| Seguir fortaleciendo nuestra cercanía con los ganaderos y su desarrollo | Del campo a la comunidad · Cap. 15 | Continuo |
| Mantener el Festival Sembrando Bienestar como plataforma anual de innovación rural, junto al GAD de Montúfar | Del campo a la comunidad · Cap. 1 | Anual |

# Seguimos construyendo un futuro **más sostenible**



Para Alpina Ecuador la sostenibilidad es un camino de mejora continua. Los avances presentados en esta memoria reflejan el trabajo realizado durante 2025, pero también representan el punto de partida para nuevos desafíos y oportunidades que fortalecerán nuestra manera de generar valor para las personas, el ambiente y el país. Continuaremos trabajando junto a nuestros alpinistas, ganaderos, proveedores, clientes, consumidores, comunidades y aliados para seguir construyendo una empresa cada vez más responsable, innovadora y sostenible.

Porque nuestra sostenibilidad se construye desde cinco ámbitos —un negocio responsable, nuestros alpinistas, los alimentos que nutren, el planeta y el campo con sus comunidades— y en todos ellos seguimos trabajando para nutrir un mundo más sostenible y darle sabor a la vida.

**“Porque alimentar la vida también significa cuidar el futuro.”**

# Índice de contenidos GRI

Con referencia a los Estándares GRI 2021 · 1 de enero – 31 de diciembre de 2025

Alpina Ecuador ha elaborado la información citada en este índice con referencia a los Estándares GRI. Por tratarse del primer ejercicio bajo este marco, algunos contenidos se presentan de forma parcial o con notas de omisión: la columna «Estado / Nota» declara expresamente la información que no aplica, que es confidencial o que no se encuentra disponible en este período, conforme a las razones de omisión previstas por los Estándares GRI.

| Código GRI | Contenido | Ubicación | Estado / Nota |
|---|---|---|---|
| GRI 2-1 | Detalles organizacionales | Acerca de esta Memoria · Cap. 01 | Reportado |
| GRI 2-2 | Entidades incluidas en el reporte | Acerca de esta Memoria | Reportado |
| GRI 2-3 | Periodo, frecuencia y punto de contacto | Acerca de esta Memoria | Reportado |
| GRI 2-4 | Reexpresión de información | Acerca de esta Memoria | No aplica: primer ejercicio de reporte, sin reexpresiones |
| GRI 2-5 | Verificación externa | Acerca de esta Memoria | Memoria sin verificación externa en este primer ejercicio |
| GRI 2-6 | Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales | Caps. 01, 05 y 11 | Reportado |
| GRI 2-7 | Empleados | Cap. 07 | Reportado |
| GRI 2-8 | Trabajadores que no son empleados | Cap. 07 | No aplica: no se emplean trabajadores temporales ni de agencia |
| GRI 2-9 | Estructura de gobernanza y composición | Cap. 03 | Reportado |
| GRI 2-10 | Designación y selección del máximo órgano de gobierno | Cap. 03 | Omisión (información no disponible): la designación del equipo directivo se rige por lineamientos del Grupo Alpina; el proceso no se documentó en este ejercicio |
| GRI 2-19 / 2-20 | Políticas y proceso de determinación de la remuneración | — | Omisión: información confidencial |
| GRI 2-22 | Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible | Carta · Cap. 03 | Reportado |
| GRI 2-23 | Compromisos y políticas | Cap. 04 | Reportado |
| GRI 2-24 | Incorporación de los compromisos y políticas | Cap. 04 | Reportado |
| GRI 2-25 | Procesos para remediar los impactos negativos | Cap. 04 | Reportado |
| GRI 2-26 | Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes | Cap. 04 | Reportado |
| GRI 2-27 | Cumplimiento de la legislación y las normativas | Cap. 04 | Reportado (0 sanciones significativas) |
| GRI 2-28 | Afiliación a asociaciones | Cap. 17 | Reportado |
| GRI 2-29 | Enfoque para la participación de los grupos de interés | Caps. 02 y 16 | Reportado |
| GRI 2-30 | Convenios de negociación colectiva | — | No existe convenio colectivo de negociación en la operación (0% de cobertura) |

| Código GRI | Contenido | Ubicación | Estado / Nota |
|---|---|---|---|
| GRI 3-1 / 3-2 | Proceso de determinación y lista de temas materiales | Cap. 02 | Reportado |
| GRI 3-3 | Gestión de los temas materiales | Caps. 03 a 16, según tema material | Reportado |
| GRI 201-1 | Valor económico directo generado y distribuido | Cap. 05 | Reportado |
| GRI 201-4 | Asistencia financiera recibida del gobierno | Cap. 05 | No aplica: no se recibió asistencia financiera del Estado |
| GRI 202-1 | Ratio entre el salario de categoría inicial y el salario mínimo local | Cap. 08 | Reportado: se cumplen los salarios mínimos de ley |
| GRI 203-2 | Impactos económicos indirectos significativos | Caps. 05 y 15 | Reportado |
| GRI 204-1 | Proporción de gasto en proveedores locales | Caps. 06 y 15 | Reportado |
| GRI 205-1 | Operaciones evaluadas en relación con riesgos de corrupción | Cap. 04 | Omisión (información no disponible): en 2025 no se realizó una evaluación específica de riesgos de corrupción; la prevención se gestiona mediante el Código de Conducta, los controles internos del Grupo Alpina y la Línea Ética |
| GRI 205-2 | Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción | Cap. 04 | Reportado |
| GRI 205-3 | Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas | Cap. 04 | Reportado (0 casos) |
| GRI 301-1 | Materiales utilizados por peso o volumen | Cap. 14 | Reportado |
| GRI 301-2 | Insumos reciclados utilizados | Cap. 14 | Por normativa sanitaria de contacto con alimentos no se incorpora plástico reciclado en los envases; la estrategia se centra en empaques reciclables |
| GRI 302-1 | Consumo de energía dentro de la organización | Cap. 12 | Reportado: consumo de energía eléctrica (6.069,17 MWh) |
| GRI 303-1 | Interacción con el agua como recurso compartido | Cap. 13 | Reportado |
| GRI 303-3 | Extracción de agua | Cap. 13 | Reportado |
| **GRI 303-5** | **Consumo de agua** | **Cap. 13** | **Reportado** |
| **GRI 305-1** | **Emisiones directas de GEI (alcance 1)** | **Cap. 12** | **Reportado (3.443,79 $tCO_2e$)** |
| **GRI 306-1 / 306-2** | **Generación de residuos e impactos significativos; gestión de impactos** | **Cap. 14** | **Reportado** |
| **GRI 306-3** | **Residuos generados** | **Cap. 14** | **Reportado (576,7 t)** |
| **GRI 308-1** | **Nuevos proveedores evaluados con criterios ambientales** | **Caps. 06 y 15** | **Reportado: 0% en 2025. Se revisarán los lineamientos de la Política de Compras y Contrataciones para incorporar criterios ESG** |
| **GRI 401-1** | **Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal** | **Cap. 07** | **Reportado** |
| **GRI 401-2** | **Beneficios para los empleados a tiempo completo** | **Cap. 08** | **Reportado** |
| **GRI 401-3** | **Permiso parental** | **Cap. 08** | **Reportado** |

| Código GRI | Contenido | Ubicación | Estado / Nota |
|---|---|---|---|
| GRI 402-1 | Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales | Cap. 08 | Reportado: canales internos permanentes |
| GRI 403-1 a 403-6 | Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo, riesgos, servicios de salud, participación, formación y fomento de la salud | Cap. 09 | Reportado |
| GRI 403-8 | Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo | Cap. 09 | Reportado (100%) |
| GRI 403-9 | Lesiones por accidente laboral | Cap. 09 | Reportado |
| GRI 403-10 | Dolencias y enfermedades laborales | Cap. 09 | Reportado (0) |
| GRI 404-1 | Media de horas de formación al año por empleado | Cap. 08 | Reportado |
| GRI 404-2 | Programas para mejorar las aptitudes de los empleados | Cap. 08 | Reportado |
| GRI 404-3 | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño | Cap. 08 | Reportado |
| GRI 405-1 | Diversidad en órganos de gobierno y empleados | Caps. 03 y 07 | Reportado |
| GRI 405-2 | Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y hombres | Cap. 07 | Reportado |
| GRI 406-1 | Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas | Cap. 07 | Reportado (0 casos) |
| GRI 408-1 | Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil | Caps. 07 y 15 | Reportado: prohibición expresa |
| GRI 409-1 | Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso | Caps. 07 y 15 | Reportado: prohibición expresa |
| GRI 413-1 | Operaciones con participación de la comunidad local | Caps. 15 y 16 | Reportado |
| GRI 414-1 | Nuevos proveedores evaluados con criterios sociales | Caps. 06 y 15 | Reportado: 0% en 2025. Se revisarán los lineamientos de la Política de Compras y Contrataciones para incorporar criterios ESG |
| GRI 416-1 | Evaluación de los impactos de las categorías de productos en la salud y la seguridad | Caps. 10 y 11 | Reportado (100%) |
| GRI 416-2 | Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y la seguridad de los productos | Cap. 10 | Reportado (0) |
| GRI 417-1 | Requerimientos para la información y el etiquetado de productos | Cap. 10 | Reportado |
| GRI 417-2 | Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado | Cap. 10 | Reportado (0) |
| GRI 417-3 | Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing | Cap. 10 | Reportado (0) |
| GRI 418-1 | Reclamaciones relativas a violaciones de la privacidad del cliente | Cap. 10 | Reportado (0) |

| | |
|---|---|
| **Organización** | Alpina Productos Alimenticios ALPIECUADOR S.A. |
| **Periodo de reporte** | 1 de enero – 31 de diciembre de 2025 · Ciclo anual |
| **Alcance** | Operación en Ecuador: oficinas de Quito y Guayaquil, plantas de Machachi (cantón Mejía, Pichincha) y San Gabriel (cantón Montúfar, Carchi). No incluye al Grupo Alpina ni a otras filiales. |
| **Marco de referencia** | Estándares GRI 2021 — con referencia al GRI (primer ejercicio) |
| **Estructura** | Propósito, 5 bloques temáticos, 17 capítulos y cierre |
| **Verificación externa** | No aplicada en el primer ejercicio |
| **Auditoría financiera** | Estados financieros del ejercicio auditados por Ernst & Young |
| **Informe previo** | Reporte de la Gestión Sostenible Alpina 2024 — disponible en https://www.alpinaecuador.com/wp-content/uploads/2025/12/REPORTE-GESTION-SOSTENIBLE.pdf |
| **Punto de contacto** | Coordinación de Sostenibilidad y Comunicación Corporativa · comunicaciones.ecuador@alpina.com |
| **Sitio web** | www.alpinaecuador.com |

# Siglas y abreviaturas

| Código GRI | Contenido |
|---|---|
| ARCSA | Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria |
| ASG / ESG | Ambiental, social y de gobernanza (en inglés, Environmental, Social and Governance) |
| BAQ | Banco de Alimentos de Quito (Fundación de Ayuda Social Banco de Alimentos) |
| BASC | Business Alliance for Secure Commerce (Alianza Empresarial para un Comercio Seguro) |
| BPM / GMP | Buenas Prácticas de Manufactura (en inglés, Good Manufacturing Practices) |
| CEMEFI | Centro Mexicano para la Filantropía |
| $CO_2$ / $tCO_2e$ | Dióxido de carbono / toneladas de dióxido de carbono equivalente |
| DDHH | Derechos Humanos |
| EBITDA | Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones |
| FUDELA | Fundación de las Américas para el Desarrollo |
| GAD | Gobierno Autónomo Descentralizado |
| GEI | Gases de efecto invernadero |
| GFSI | Global Food Safety Initiative (Iniciativa Mundial de Seguridad Alimentaria) |
| GRI | Global Reporting Initiative |
| HACCP | Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control |
| IA | Inteligencia artificial |
| IESS | Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social |
| ISD | Impuesto a la salida de divisas |
| IVA | Impuesto al valor agregado |
| LED | Diodo emisor de luz |

# Siglas y abreviaturas

| Código GRI | Contenido |
|---|---|
| LOPDP | Ley Orgánica de Protección de Datos Personales |
| MM | Millones |
| MWh | Megavatio hora |
| ODS | Objetivos de Desarrollo Sostenible |
| OIT | Organización Internacional del Trabajo |
| PDI | Plan de Desarrollo Individual |
| PIB | Producto interno bruto |
| PTAP | Planta de tratamiento de agua potable |
| PTAR | Planta de tratamiento de aguas residuales |
| RIT | Reglamento Interno de Trabajo |
| SGSST | Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo |
| SKU | Unidad de mantenimiento de inventario (en inglés, Stock Keeping Unit) |
| SQF | Safe Quality Food (esquema de certificación de inocuidad alimentaria) |
| SSO | Seguridad y Salud Ocupacional |
| TAT | Tienda a tienda (canal tradicional) |
| TI | Tecnologías de la información |

# Créditos

**Coordinación general:** Alpina Ecuador — Coordinación de Sostenibilidad y Comunicación Corporativa

**Validación de datos:** Gerencias de Mercadeo, Financiera y TI, Operaciones, Talento y Sostenibilidad, y Comercial de Alpina Ecuador

**Fotografía:** MC y Alpina Ecuador

**Asesoría de contenidos, diseño y diagramación:** XAES Empresas Sostenibles · Ment Agencia de Publicidad

**Dirección:** Av. República E7-123 y Martín Carrión, Edificio Pucará, Piso 11, Quito.

**Teléfono:** (+593-2) 397-5900.




## Contacto

comunicaciones.ecuador@alpina.com

## Publicación disponible en:

www.alpinaecuador.com

Alpina Ecuador se reserva todos los derechos de reproducción parcial o total de esta Memoria de Sostenibilidad y sus contenidos.

Las imágenes incluidas en este documento cuentan con la debida autorización para el tratamiento de datos personales. Las personas participantes han sido informadas conforme a la normativa vigente. Alpina Ecuador agradece su valiosa colaboración.



Revisa nuestra Memoria de Sostenibilidad 2025
**Disponible en:**
www.alpinaecuador.com

**Nutrir un mundo más sostenible**
para darle sabor a la vida.

**www.alpinaecuador.com**

Alpina Productos Alimenticios ALPIECUADOR S.A. · Período de reporte: 1 de enero – 31 de diciembre de 2025 · Con referencia a los Estándares GRI 2021