

ALQUERÍA, HISTORIA

Fuente: Alquería S.A.

En agosto de 2009 serán 50 años desde que el Dr. JORGE ENRIQUE CAVELIER JIMÉNEZ, quien fuera Ministro de Salud Pública y Presidente de la Cruz Roja Colombiana, cariñosamente conocido como el “Profesor Cavelier”, dio inicio con su hijo, Dr. CARLOS ENRIQUE CAVELIER GAVIRIA, a la empresa Pasteurizadora Alquería. Con ella afianzó su compromiso con la salud del pueblo colombiano promoviendo un cambio de hábito de consumo hacia la leche pasteurizada, reduciendo los riesgos producidos por la leche cruda. Por esto, desde los inicios de La Alquería el slogan “una botella de leche, una botella de salud” resume el sueño del Profesor Cavelier y su hijo Carlos Enrique.

“Alquería” surge del nombre de una finca adquirida por el Profesor Cavelier en su juventud. La Alquería es una expresión de origen hispano-árabe que quiere decir “Pequeña Granja”.

En 1958, el Profesor Cavelier y su hijo compraron una planta de pasteurización y homogenización de leche, instalada en una finca en Rionegro, Antioquia, llamada “El Antojo”. Esta fue la primera maquinaria que se instaló en los terrenos aledaños a la Hacienda Fagua en Cajicá y con la que un año después “La Alquería” lanzó al mercado su primera producción.

En aquel entonces, la Pasteurizadora utilizaba solamente la leche producida por la Hacienda Fagua, de propiedad del Profesor Cavelier. Se distribuía en botellas de vidrio de 750 c.c. a domicilio en la ciudad de Bogotá, y la distribución era propia. En un mercado donde la calidad a la que el consumidor tenía acceso era baja, un producto excelente como el de Alquería se convirtió en una opción para el consumidor; desde esta época, Alquería construyó sus pilares de una marca de muy alta calidad en su leche grado A, la cual era la especificación de ese entonces.

Desde el comienzo el Dr. Enrique Cavelier Gaviria manejó la empresa directamente, y el crecimiento de la misma exigió que se comprara leche cruda a otros ganaderos de la Sabana de Bogotá. Fue una época en que era difícil crecer, pues el precio de la leche pasteurizada era controlado por el gobierno, la compra de leche cruda era regional y el Estado controlaba las importaciones de leche en polvo; era en dos palabras, un mercado de vendedores. Sin embargo, la aceptación del producto en el mercado obligó a la empresa a una importación de maquinaria más moderna y de mayor capacidad hacia el año 1962.

En ese año, Alquería lanzó al mercado la leche en cartón parafinado, dándole un vuelco al mercado de botella de vidrio. Con este empaque, empieza el interés permanente de la empresa por estar a la vanguardia de los envases para sus productos, buscando siempre ofrecer al consumidor final un valor agregado que se traduce en envases más cómodos, más fáciles de manejar, seguros, económicos, ecológicos, asépticos, que no ocupen mucho espacio y, de otro lado, buscando una diferenciación de sus productos. Posteriormente Alquería sacó al mercado la bolsa plástica y mejoró el empaque de cartón, recubierto ya no de parafina sino en una delgada película de polietileno. Ningún competidor tenía este empaque que, por lo demás, era de litro y medio; por higiene fue el preferido de los consumidores.

Hacia el año 1969, Alquería tuvo su primera distribuidora en Bogotá ubicada en la zona industrial, desde donde atendía la administración y distribución de la empresa. Para ese año, estratégicamente se cambió la distribución que era propia, por otra a través de terceros, permitiendo que micro - empresarios manejaran la distribución. Esta decisión mejoró los costos, la productividad y amplió el mercado objetivo, llegando a tiendas y Supermercados.

A partir de 1985, los hijos del Dr. Enrique Cavelier Gaviria, Dres. Carlos Enrique y Juan Pablo Cavelier Lozano, han estado al frente de la compañía en diferentes momentos. Con este cambio generacional se inició el proceso gerencial de vincular profesionales para que lideraran las áreas de impacto y aseguraran el crecimiento sostenido de la Empresa, complementando el avance logrado en el manejo del producto.

En 1992, la Empresa obtuvo un contrato de sub-licencia con Marbo, dueña de la marca de jugos Tampico citrus punch en Estados Unidos; con este subcontrato y el nuevo producto crecieron las ventas a través de la estrategia de producir y distribuir otras bebidas a través de la infraestructura de producción y de los canales ya existentes.

En 1995 se inició el proyecto larga vida que convirtió a La Alquería en la planta de ultra-pasteurización más moderna y con mayor capacidad del Pacto Andino. El resultado de este proyecto ha sido un crecimiento considerable en términos de ventas, número de clientes, el liderazgo en una categoría nueva de mercado y mejores márgenes.

Alquería hoy es la empresa líder en el mercado de Bogotá, con productos ganadores como la leche UHT (larga vida), el jugo Tampico, la avena, la crema UHT y el sorbete. Las mediciones en el mercado indican que la marca, la distribución, las características de envase, calidad y precio son factores por lo que clientes y consumidores prefieren con fidelidad los productos de Alquería. Todo esto nos hizo merecedores de la certificación de calidad QUALITY CHEKD, una de las más importantes que se otorgan a los procesadores de leche en el mundo, y del Premio al mejor rediseño de empaque en categoría de Leches IDFA, avalada por la FDA de los Estados Unidos. La Certificación Nacional HACCP e ISO 9001, otorgadas en el 2003, garantizan el adecuado manejo del producto para su posterior distribución, brindando un alto grado de confianza al cliente y al consumidor final.

Alquería tiene hoy sólida estructura financiera, recibiendo como muestra la Calificación A+ de riesgo crediticio a largo plazo por parte de Duff and Phelps. Esto le garantiza contar con un amplio respaldo para continuar su proceso de expansión y de permanente desarrollo tecnológico, confirmándonos como la Empresa Modelo en Colombia en el cumplimiento de las obligaciones de la Ley 550.