

Caso: Alpina – Crisis del Yogurt (2013)

En 2013, Alpina enfrentó una fuerte crisis cuando en redes sociales comenzaron a circular fotos y comentarios que aseguraban que algunos yogures estaban en mal estado. La noticia se volvió viral y empezó a afectar la confianza de los consumidores.

La empresa reaccionó rápido:

- Publicó comunicados claros en medios y redes sociales explicando la situación.
- Invitó a los consumidores afectados a contactar directamente a la marca para reemplazar los productos.
- Abrió las puertas de su planta a periodistas y consumidores para mostrar los procesos de calidad.
- Aprovechó para reforzar su imagen de empresa cercana y comprometida con la salud.

Resultado:

No solo controlaron el impacto negativo, sino que aumentaron la confianza del público al mostrarse transparentes y dispuestos a escuchar. La crisis terminó siendo una oportunidad para reforzar su vínculo con los consumidores.

Video: <https://youtu.be/f50xYKEJGq8?si=DUWKYwdiwJkn-HOt>

- La historia de Alpina (incluye lanzamiento del Yogurt Griego en 2013) — una pieza ideal para ejemplificar cómo la empresa ha evolucionado y se ha mostrado comprometida con la calidad.