



CORPORACIÓN
FAVORITA



Informe 2017



Informe
2017





INTRODUCCIÓN

Sobre este Informe
Carta del Presidente
Cifras de Interés
2017: El año de la Resiliencia



SOBRE ESTE INFORME

Este año Corporación Favorita presenta un Informe Especial conmemorativo por sus 65 años de vida.

Como todos los años, en estas páginas se recogen los principales hitos de la gestión de la empresa y sus filiales en los aspectos financiero, comercial, productivo y de las acciones de Valor Compartido, en información sistematizada tanto de forma cuantitativa como cualitativa.

Las cifras oficiales correspondientes al año 2017 fueron reportadas por la Corporación, auditadas por las instancias correspondientes y entregadas a las autoridades de control, según la normativa vigente.

En esta ocasión especial, se incluye información histórica y otros aspectos relacionados al camino recorrido por la empresa en estas décadas junto a las familias ecuatorianas.

Este reporte es entregado tanto a los miles de accionistas de Corporación Favorita, como a otros actores interesados en sus actividades y en el impacto en la sociedad.



ESTIMADOS ACCIONISTAS



Empiezo este informe mencionando lo que posiblemente ha sido lo más destacable del año 2017 desde nuestro punto de vista: la recuperación de la tranquilidad en el país por parte del público, especialmente en el segundo semestre, luego de las elecciones generales y posesión del nuevo Gobierno y, como consecuencia de aquello, una significativa alza en el consumo.

El Gobierno entrante, encabezado por el Presidente Lenín Moreno, no tomó medidas de mayor relevancia en el ámbito de lo económico, pero sí tuvo un desempeño destacado en lo político, culminando con el triunfo de la opción Sí en la Consulta Popular de febrero pasado; esto nos permite avizorar mejores días para nuestra querida nación. Dos de las características del nuevo Gobierno, que contribuyeron a su popularidad, fueron la apertura al diálogo y un mayor grado de tolerancia.

La economía nacional estuvo marcada por: ligera alza y estabilidad en el precio del petróleo; deflación por primera vez en la historia moderna de la nación (-0,20% oficialmente pero -2% según nuestros rubros); devaluación del dólar frente a otras monedas; disminución del 2% en el IVA; mayor deuda pública;

eliminación de las salvaguardias; y, la implementación del acuerdo comercial con la Unión Europea.

Por otro lado, el crecimiento del PIB se ubicó aproximadamente en 1,5%, menor que el aumento de la población; y el factor de Riesgo País decreció, aunque sigue siendo el segundo más alto de la región. Asimismo, lamentamos que Ecuador siga teniendo uno de los índices más bajos de productividad de los países en vías de desarrollo.

Hace un año en mi informe les decía que iniciábamos el Año de la Resiliencia, es decir que realizaríamos todo lo que esté a nuestro alcance para enfrentar la situación adversa que estábamos viviendo. Es placentero resaltar que todos los indicadores económicos más importantes de la empresa han sido positivos, incluyendo mayores ingresos en 4,5% si comparamos con el año anterior y, de la misma manera, 9,9% más en utilidades.

La positiva evolución de las cifras para el año 2017 está reflejada en los cuadros comparativos que exponemos a continuación, habiendo superado ampliamente nuestras proyecciones originales. En el resumen de la medición de las 4 M's, nuestro

indicador de eficiencia, se denota mayor venta y más margen, así como menor grado de gastos y de mermas.

Es interesante conocer que el año anterior nuestros locales realizaron alrededor de 65 millones de transacciones, un promedio de 180 mil diarias, lo que significa un incremento del 5% sobre el año 2016.

En el período que nos ocupa inauguramos nueve locales, incluyendo la nueva bodega mayorista Titán en Quito y un Megamaxi en Manta; además remodelamos cuatro locales en varias regiones.

También se implementó el crédito directo en electrodomésticos en los locales Akí, con buenos resultados, así como la venta de seguros masivos a nivel nacional. Además debo mencionar que se ha logrado doblegar parcialmente la situación desfavorable de ventas en las fronteras debido al costo del dólar; también hemos aprovechado al máximo el fin de las salvaguardias y el convenio comercial con la Unión Europea.

En el tema de Talento Humano, es importante destacar una mejora sustancial en los indicadores de Equidad de Género, habiéndose incrementado el número de colaboradoras mujeres, más allá de la meta que nos habíamos impuesto. El trato a hombres y mujeres en el trabajo es absolutamente equitativo.

Es muy grato reseñar que en la evaluación realizada a nuestro personal, los índices de desempeño y satisfacción interna están en óptimo nivel.

Y para entrar en el año que decurre, aspiramos que el Gobierno ecuatoriano paulatinamente implemente medidas de carácter económico que nos permitan abandonar el estado de estancamiento en que está sumida la nación, dando los pasos necesarios para insertarnos plenamente en el quehacer económico mundial. Al respecto sería importante retomar las conversaciones para incrementar nuestras relaciones con los Estados Unidos, nuestro mayor socio comercial, sin descuidar tampoco otro tipo de acuerdos de carácter internacional. Más allá de los productos o servicios tradicionales del Ecuador, existe un promisorio futuro en el turismo y en la minería realizada en forma profesional.

Por nuestra parte, aceleraremos el ritmo de aperturas de nuevos locales y de remodelaciones, innovando en formatos comerciales para aprovechar nuestra experiencia y capacidad instalada. Corporación Favorita ahora cumple 65 años y lo ce-

lebramos mediante nuestra Mejora Continua Favorita: una serie de acciones, desafíos y búsqueda de oportunidades tendientes a seguir siendo los más eficientes, con significativo crecimiento e innovación y cumpliendo con las exigencias y enunciados de los entes de control.

Nuestra corporación se inició con un modesto local en el centro de Quito, llamado Bodega La Favorita y, en base a valores y principios fundamentales éticos que han regido nuestro quehacer diario, nos hemos convertido en una de las empresas más importantes del país. Hemos compartido las utilidades con colaboradores, accionistas y con el Estado, pagando cumplidamente los impuestos y todos los beneficios vigentes.

Les invitamos cordialmente a revisar con detenimiento el impreso que tienen en sus manos, pues encontrarán todo lo concerniente a la marcha de la Corporación. Podrán encontrar un amplio despliegue en relación a la importancia que la empresa otorga a los temas de Valor Compartido y Responsabilidad Social. También se reseña la información sobre galardones obtenidos, sobre nuestro fiel cumplimiento de leyes y regulaciones, así como el detalle de la vida diaria de la compañía. Además se explica lo relacionado con un logro que alcanzamos el año pasado: la certificación "Hace Mejor", por encima de la "Hace Bien"; y se menciona sobre nuestra intención de obtener en el 2018 la certificación de Carbono Neutro, para lo cual estamos procediendo con los trámites necesarios.

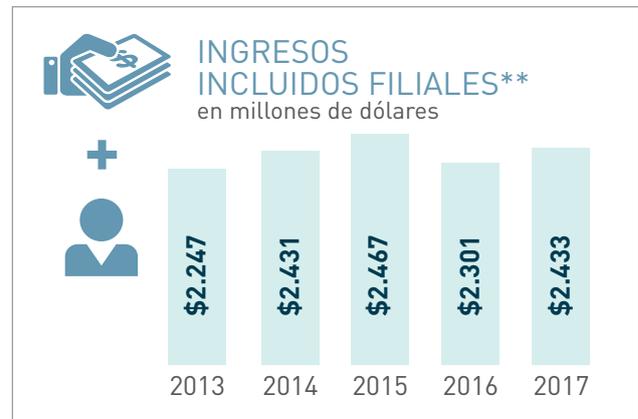
Para finalizar, es necesario agradecer a nuestros leales colaboradores, quienes día a día dejan lo mejor de cada uno en beneficio de los millones de clientes, para quienes también va nuestro reconocimiento. Nuestra labor sería infructuosa de no ser por la magnífica dirección y manejo de la empresa por parte de los ejecutivos de la misma, a quienes destaco con especial orgullo.

Los proveedores de la empresa, muchos de ellos pequeños emprendedores, son otro de los pilares sobre los que se ubica nuestro éxito y a quienes debemos agradecer por su colaboración en las distintas promociones que realizamos en beneficio de mantener los precios más bajos.

Finalmente a ustedes, queridos accionistas, nuestra complacencia por sus consejos y por la asistencia a este evento.

PRESIDENTE DEL DIRECTORIO

CIFRAS DE INTERÉS CORPORACIÓN FAVORITA C.A.



* Incluye resultados operacionales que corresponden a Supermaxi, Megamaxi, Akí, Gran Akí, Super Akí, Juguetón, Super Saldos y Titán.

** Cifras correspondientes a Comohogar, Kywi, MegaKywi, TVentas, Maxitec, Automax, Mr. Books, Agropesa, Pofasa, Maxipan, Tatoo, Bebemundo, Supermaxi, Megamaxi, Akí, Gran Akí, Super Akí, Juguetón, Super Saldos, Titán e incluyen ingresos operacionales.

*** Cifras correspondientes a IVA retenido, IVA generado, Impuesto a la Renta, aranceles, salvaguardias, ISD, impuestos municipales e impuestos Superintendencia de Compañías.

2017, AÑO DE LA RESILIENCIA



Cada año, Corporación Favorita define un concepto que marca los lineamientos y prioridades de su gestión. El 2017 fue denominado el Año de la Resiliencia, coincidiendo con la celebración de los 65 años de aniversario. Hoy más que nunca, la Corporación reconoce orgullosa su historia, sus aciertos y desaciertos, y los utiliza para impulsar su optimista y comprometido camino hacia el futuro.

El incendio que consumió las bodegas corporativas en 2001, el terremoto de abril de 2016; el efecto de fenómenos naturales como: erupciones volcánicas, sismos, El Niño; la dolarización; la variación de las condiciones de los mercados internacionales y la inestabilidad política y jurídica que afectan el clima de negocios, son solo algunos de los eventos que la empresa ha vivido a lo largo de su historia, forjando su capacidad de enfrentarlos como una cualidad propia, parte de su cultura corporativa.

Practicar la construcción de resiliencia no es beneficioso solo para la empresa, ni siquiera únicamente para sus directivos, colaboradores o accionistas. Su práctica aporta a la comunidad, las ciudades, el país y en última instancia contribuye globalmente porque las empresas son un actor fundamental, parte de sistemas interrelacionados y co-dependientes.

Y es que ser resiliente no significa únicamente salir fortalecidos de una circunstancia negativa sino, y sobre todo, la constante preparación para esa recuperación. Convertir las amenazas en oportunidades, manejar sistemáticamente los riesgos y transformar los desafíos en innovación y eficiencia.

El 2017 sucedió a un 2016 complejo, de adaptación y fortalecimiento interno. Fue un año de recuperación económica y además emocional. En este año, la empresa, comprometida con Manabí y Esmeraldas, con sus habitantes y con el país entero, se aseguró con recursos humanos y económicos, de aportar en la reactivación post terremoto, a través no solo de la completa operación de las instalaciones en la zona, sino con el desarrollo de nuevas inversiones y el apoyo a terceros, mediante varias iniciativas.

Durante el año, la empresa tuvo que adaptarse a una economía nacional golpeada y en recuperación, a una campaña electoral, un cambio de Gobierno y una transición que trajo consigo cierta estabilidad y apertura al diálogo.

Corporación Favorita asumió además otros retos, como aportar al cumplimiento de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los ODS, desafío, en el cual la construcción de resiliencia es una herramienta imprescindible.

El 2018 inicia como el año de la Mejora Continua, para el cual las metas están planteadas y en plena ejecución.





NUESTRA IDENTIDAD

Quiénes Somos

Visión

Misión

Valores y Principios

Dónde Estamos

Historia

Gobierno Corporativo

Cadena de Valor

QUIÉNES SOMOS

Corporación Favorita es una cadena comercial ecuatoriana, que cuenta con empresas filiales en áreas comercial, industrial e inmobiliaria, con presencia en el Ecuador y varios países de la región.

Nació en 1952, como una bodega que comercializaba artículos para el hogar, nacionales e importados. En 1957 abrió Supermercados La Favorita, el primer autoservicio del país; en 1976 fue la primera empresa en abrir su capital al público. Desde entonces, ha ido creciendo y diversificando sus actividades en líneas, formatos y tipos de locales, en todos los cuales ha sido pionera.

La Corporación y sus filiales desarrollan sus actividades con el propósito de ofrecer la mayor variedad de productos y servicios, que aporten a mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos.

ÁREA COMERCIAL

SUPERMAXI
el placer de comprar

MEGAMAXI
LO MAXIMO!

AKI
Super Despensa
¡Ahorra más y vive mejor!

GRAN AKI
¡Ahorra más y vive mejor!

SUPER AKI
¡Ahorra más y vive mejor!

TITAN
TU SOCIO MAYORISTA

Super SAIDOS

Jugueteron

bebé mundo
qué lindo ser bebé

SUKASA

todohogar

SUKOCINA

SALON DE NAVIDAD

TVentas

MaxiTec
to discover

AUTOMAX
UN MUNDO PARA TU AUTO

cywi
SUPERCENTRO FERRETERO

MEGAcywi

MR. BOOKS
LA CASA DE LAS PALABRAS

Librería Mundi
LIBRERÍA INTERNACIONAL

ECUADOR
travel stores

TATOO

ÁREA INDUSTRIAL



POFASA



ÁREA INMOBILIARIA



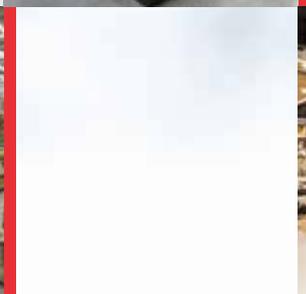
Esmeraldas
Portoviejo
Tungurahua

Riobamba
Miraflores
La Pradera



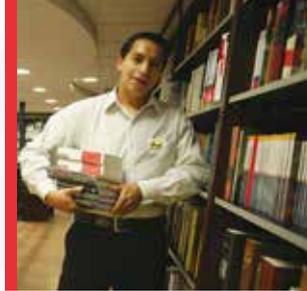
PRESENCIA INTERNACIONAL





VISIÓN

Ser la mejor cadena comercial de América.



MISIÓN

Mejorar la calidad y reducir el costo de vida de nuestros clientes, colaboradores, proveedores, accionistas y la comunidad en general, a través de la provisión de productos y servicios de óptima calidad, de la manera más eficiente y rentable, brindando la mejor experiencia al público.



VALORES Y PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

Son los cimientos de la cultura organizacional. Proporcionan una dirección común para todos los miembros y establecen directrices en su compromiso diario. Inspiran la razón de ser de la empresa. Están dados por la voluntad de sus fundadores, así como en el cumplimiento de la misión y la visión de la organización.

RESPONSABILIDAD
Cada quien sabe su función y lo que tiene que hacer.

COMPROMISO Y LEALTAD
Puestos la camiseta, entregar lo mejor de cada uno y dejarlo todo en la cancha.

ÉTICA Y HONESTIDAD
No robar, no mentir y no permitir que otros lo hagan.

RESPECTO Y EQUIDAD

Tratar al resto como quisiéramos que nos traten a nosotros. Respetar y defender los derechos humanos y promover la inclusión.



TRABAJO EN EQUIPO

Pensar no solo en los compañeros que vemos, sino en todos de diferentes lugares de trabajo; y una cadena es tan fuerte como su eslabón más débil. ¡Y este eslabón tiene que ser muy fuerte!!



ORIENTACIÓN AL CLIENTE

El jefe, la razón de ser, el que nos permite crecer. Siempre debemos hacer todo lo posible para que este contento y regrese. Tratarlo como quisiéramos que nos traten a nosotros, a nuestras familias.



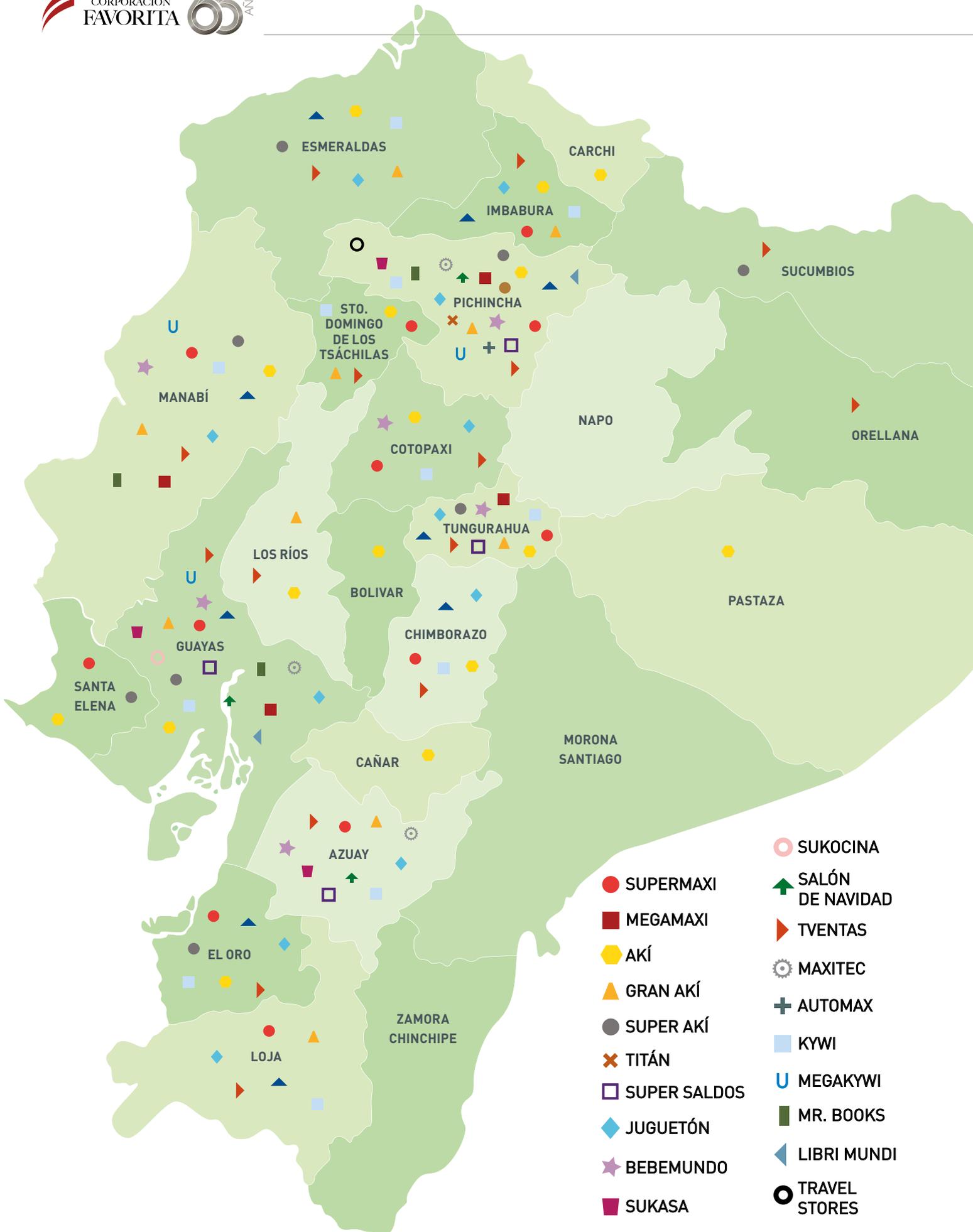
CORPORACIÓN FAVORITA



EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD

Realizar nuestras actividades correctamente, optimizando recursos y en el menor tiempo posible, perfeccionando el uso de todos los medios que disponemos para su cumplimiento, sin desperdiciarlos.





DÓNDE ESTAMOS

Corporación Favorita y sus filiales tienen presencia en todo el país, formando una eficiente y completa red comercial. Sus diferentes líneas de negocio y formatos, adaptan el modelo de oferta de productos y servicios de calidad a las realidades locales, según sus necesidades.

En el ámbito internacional, las filiales de la Corporación tienen actividades en seis países de la región, a donde han llegado replicando exitosamente los modelos de negocios desarrollados en el país.



• 311 locales
• 22 cadenas comerciales nacionales
• 6 cadenas comerciales internacionales
• 6 países

GOBIERNO CORPORATIVO



Corporación Favorita cuenta con una estructura de toma de decisiones transparente y participativa, formada por varias instancias de Gobierno Corporativo. Cada una de ellas, sus funciones y atribuciones constan en los estatutos de la compañía y en sus reglamentos internos.

La más alta autoridad gubernativa es la Junta General de Accionistas, conformada por más de 15.300 accionistas, entre personas naturales y jurídicas, y que se reúne periódicamente en juntas ordinarias y extraordinarias.

El Directorio de la empresa es el máximo órgano de dirección y constituye la guía estratégica de la compañía. Está compuesto por accionistas, que contribuyen con su visión a la toma de decisiones del negocio en temas financieros, administrativos, de gestión y en la definición de lineamientos y políticas de la organización.

El día a día de la empresa se maneja desde la alta administración, conformada por la Presidencia, Vicepresidencias y Gerencias, apoyadas por comités técnicos y temáticos, en los que se tratan los asuntos específicos de cada área de negocio, sus riesgos y oportunidades.

Las empresas filiales tienen independencia administrativa y sus propias estructuras de Gobierno Corporativo, las cuales garantizan el análisis de información y la toma de decisiones en cada caso.

LA CADENA DE VALOR DE CORPORACIÓN FAVORITA Y SUS FILIALES

-2017-

Colaboradores Corporación Favorita



8.793
empleos directos

Colaboradores filiales



3.004
empleos directos

Proveedores Corporación Favorita



2.969

Proveedores filiales



5.463

Empleos indirectos Corporación Favorita



83.567*

Empleos indirectos filiales



125.000*

Clientes Corporación Favorita



2'431.657

Accionistas



15.348

Colaboradores - Accionistas



5.160**

* Estimación basada en el personal ocupado, de acuerdo al tamaño de las compañías.
Anuario Estadística Societaria 2014, Superintendencia de Compañías.

** 3.580 colaboradores y 1.580 ex-colaboradores y jubilados.









ÁREA COMERCIAL

Supermaxi
Megamaxi
Akí
Gran Akí
Super Akí
Titán
Super Saldos
Juguetón
Bebemundo
Nuà
Sukasa
Todohogar
Cemaco
Sukocina
Salón de Navidad
TVentas
Maxitec
Automax
Kywi
Ferrex
MegaKywi
Mr. Books
Libri Mundi
Travel Stores
Tatoo

SUPERMAXI

el placer de comprar

Cadena de supermercados más grande, completa y de mayor cobertura del Ecuador. En 1957, Supermercados La Favorita fue el primer autoservicio del país. Tiene la visión de ser la cadena más eficiente de la región y ofrecer la mejor calidad y experiencia al público.

www.supermaxi.com

Facebook SupermaxiEcuador

Twitter @SupermaxiEcu

Instagram supermaxiecuador



El supermercado más antiguo y el corazón del grupo empresarial ha evolucionado a lo largo de los años, de acuerdo a las necesidades de los clientes.

Ya sea por la ampliación de oferta de productos, promociones o nuevas formas y herramientas de comunicación, que han marcado tendencia en su sector, Supermaxi ha logrado consolidar un amplio portafolio de clientes, que incluye varias generaciones.

MEDIOS DIGITALES

En los últimos años, la cadena ha apostado a nuevos canales digitales para ampliar su base de clientes y los servicios que les brinda. Fue la primera empresa de supermercados en utilizar una aplicación móvil que incluye una tarjeta de afiliación, cupones de descuento, recetas, lista de compras y demás información útil.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE VENTAS 63.418 m²
	TRANSACCIONES 19'899.733
	ÍTEMES 19.400
	COLABORADORES 2.512

Las herramientas tradicionales y ya posicionadas, han incluido también formatos *on line*, como la revista Maxi y los catálogos digitales. Otro canal importante es la edición de libros de cocina.

LOCALES

Manta	1
Portoviejo	1
Santo Domingo	1
Guayaquil	5
Daule	1
Salinas	1
Machala	1
Ibarra	1
Quito	13
Sangolquí	1
Latacunga	1
Ambato	1
Riobamba	1
Cuenca	4
Loja	1
TOTAL	34



PROMOCIONES Y CAMPAÑAS

Las campañas y promociones en los locales se han fortalecido, logrando una gran acogida en todo el país. Varias campañas como descuentos en productos según el día de la semana, 3x2 en alianza con proveedores o productos de marca propia, se han posicionado con fuerza.

Esta estrategia se complementa con la entrega mensual de más de 50 mil cuponeras de descuento, para todos los clientes, con una amplia variedad de productos participantes.

RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

Como parte de su filosofía, la empresa contribuye a reducir el impacto al ambiente con el uso de fundas oxo-biodegradables y la promoción de fundas reutilizables. Los locales también son puntos de recolección de materiales para reciclaje.



2017

- SE CONSOLIDÓ LA CAMPAÑA "SÚPER OFERTAS", EN CONJUNTO CON MEGAMAXI Y PROVEEDORES; SE REALIZARON 14 PROMOCIONES DE ARTÍCULOS CON IMPORTANTES DESCUENTOS.

- SE PRESENTÓ LA REVISTA MAXI ON LINE, LA PRIMERA REVISTA COMPLETAMENTE DIGITAL, CON INFORMACIÓN ÚTIL Y NOVEDOSA.



ES EL PRIMER SUPERMERCADO EN CONTAR CON UNA APLICACIÓN MÓVIL. "ASISTENTE DE COMPRAS" TIENE UN PROMEDIO DE 60 MIL USUARIOS ACTIVOS POR MES.





Cadena de hipermercados que ofrece, bajo un mismo techo, la más amplia variedad de alimentos, ropa, artículos de audio, video, computación, electrodomésticos, accesorios para vehículos, casa, jardín, ferretería, deporte, útiles escolares y menaje. Abrió sus puertas en 1997.



www.supermaxi.com

- SupermaxiEcuador
- @SupermaxiEcu
- supermaxiecuador

La tradición de calidad, servicio y variedad de los supermercados del grupo, se reproduce en una ampliada oferta de productos en el formato de hiper tienda, que ya cuenta con 13 locales en el país.

DISEÑADORES ECUATORIANOS

Uno de los espacios más novedosos ha sido el destinado a productos textiles ecuatorianos.

Desde el 2011 se han abierto paulatinamente las puertas a diseñadores nacionales como: Rosanna Queirolo, Gustavo Moscoso, Adriana Cobo y Vanessa Graf.

INTERACCIÓN CON EL CLIENTE

Ferias, eventos BTL, cursos de cocina y degustaciones de productos buscan convertir a Megamaxi en un asesor de clientes y consumidores. Los eventos tie-



2017

- 91 EVENTOS PARA CLIENTES: CURSOS DE COCINA, DEGUSTACIONES, EXHIBICIONES ESPECIALES Y FINES DE SEMANA DE DESCUENTOS, CON LA ASISTENCIA DE 365 MIL PERSONAS.
- EN OCTUBRE, MEGAMAXI 6 DE DICIEMBRE EN QUITO, ABRIÓ EL ESPACIO TEMPORAL *TESTING LAB* A FIN DE QUE LOS EMPRENDEDORES PUEDAN PROBAR SUS PRODUCTOS CON CLIENTES REALES.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE VENTAS 79.155 m²
	TRANSACCIONES 14'259.360
	ÍTEMS 63.400
	COLABORADORES 1.920



nen un gran valor agregado al incluir la formación y educación en temas de interés como nutrición, belleza, salud, cuidado personal, entre otros, a través de la entrega de materiales, charlas y asesorías directas.

ESPACIOS PARA EMPRENDEDORES

En todos los locales de Megamaxi y Supermaxi existen espacios, en lugares de fácil acceso y visibilidad, destinados especialmente para emprendedores y productos de pequeñas empresas, así como para productos ecuatorianos.

También se han realizado campañas de apoyo a estos productores como: "Pequeñas empresas, grandes productos", "Tierra de emprendedores", "Nuevos emprendimientos" y "Elija productos ecuatorianos".



COMO UN COMPROMISO CON LA REACTIVACIÓN DE MANTA Y SUS HABITANTES, SE ABRIÓ UN NUEVO LOCAL EN EL MALL DEL PACÍFICO, DESPUÉS DE UN AÑO DEL TERREMOTO.



LOCALES

Manta	1
Guayaquil	4
Samborondón	1
Quito	5
Sangolquí	1
Ambato	1

TOTAL 13



Cadena de súper despensas que diversifican la oferta, con una propuesta económica y amigable, con el servicio y calidad de todos los negocios del grupo. Nació en 1999.

www.aki.com.ec

f AKIEcua

@AkiEcuador



La innovadora propuesta de este formato de supermercado ha permitido que se expanda sostenidamente, hasta lograr una consolidada cadena en todo el país. Desde sus inicios tuvo una excelente acogida en el público, por lo que llegó incluso a inaugurar tres locales el mismo día en Quito: Solanda, Chillo Gallo y Cotacollao.

Las promociones permanentes se complementan con una variada oferta de productos de calidad, a precios accesibles. Así la tienda se convierte en un aliado de los clientes, en beneficio de la economía familiar.

TRABAJO CON PROVEEDORES

Otra estrategia importante ha sido el trabajo conjunto con proveedores, que promocionan sus productos

en novedosos eventos y exhibiciones, que llaman la atención del público, logrando un impacto directo en la venta de esos productos.

EXPERIENCIA DE COMPRA

Los clientes de Akí están pendientes de las promociones y eventos, que se han caracterizado por su creatividad desde sus inicios.

En diferentes épocas del año, de mayor afluencia del público, se ponen en escena eventos como caravanas, circos y ferias con la participación del público.

PROMOCIONES Y OFERTAS

Otras estrategias importantes son las ofertas y promociones que alcanzan altos porcentajes de des-

LOCALES

Esmeraldas	1
Quinindé	1
Manta	2
El Carmen	1
Portoviejo	1
Jipijapa	1
Santo Domingo	1
Guayaquil	2
Playas	1
Milagro	1
Daule	1
El Empalme	1
La Libertad	1
Vinces	1
Quevedo	1
Machala	2
Pasaje	1
Santa Rosa	1
Huaquillas	1
Tulcán	1
Ibarra	1
Otavaló	1
Quito	8
Sangolquí	1
Latacunga	2
Ambato	1
Riobamba	2
Guaranda	1
Azogues	1
Puyo	1

TOTAL 42



2017

- SE ABRIERON DOS NUEVOS LOCALES: VINCES Y VICENTINA.
- EN EL MES DE JULIO SE PRESENTÓ LA CANASTA BÁSICA, QUE CONSTA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO CON ATRACTIVOS DESCUENTOS.



AKÍ PUYO FUE EL PRIMER LOCAL DEL GRUPO EN ABRIRSE EN EL ORIENTE, EN OCTUBRE DE 2015.

cuento acompañados con productos gratis, combos especiales, descuentos por cantidad y por tipo de productos.

Estas actividades se complementan con ofertas en canales digitales y presencia cada vez más activa en redes sociales, con gran respuesta en otros segmentos menos tradicionales de clientes.

CIFRAS DE INTERÉS



ÁREA DE VENTAS
26.165 m²



TRANSACCIONES
13'978.634



ÍTEMS
6.100



COLABORADORES
690



Cadena de hiper mercados populares más económicos del país. Cuenta con secciones de abastos, ropa, automotriz, audio, video, belleza, electrodomésticos, ferretería, computación y artículos para el hogar. Nació en 2007.



www.aki.com.ec

AKIEcua

@AkiEcuador

Este formato incluyó artículos de hogar, vestimenta, electrodomésticos y más, a la apuesta de crear un supermercado que brinde productos más accesibles a los clientes, recibiendo una interesante respuesta del público.

Junto con las cadenas Akí y Súper Akí, se diseñan estrategias comerciales, enfocadas en brindar mayor cantidad de opciones a los consumidores, a precios convenientes y que se ajusten a sus necesidades de variedad, presentación, marcas y tipos de productos.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE VENTAS 44.470 m²
	TRANSACCIONES 10'149.015
	ÍTEMS 28.700
	COLABORADORES 824



LOCALES

Esmeraldas	1
Manta	1
Santo Domingo	1
Guayaquil	4
Durán	1
Babahoyo	1
Ibarra	1
Cayambe	1
Quito	4
Ambato	1
Cuenca	1
Loja	1

TOTAL 18

MEDIOS DIGITALES

Uno de los hitos más importantes de los últimos años es el acercamiento a nuevos clientes y consumidores, gracias al uso de redes sociales y medios digitales. Se destacan los resultados de la nueva página exclusiva de ofertas en Facebook.

CAMPAÑAS Y PROMOCIONES

Las campañas, que se desarrollan a lo largo del año, incrementan sus resultados en cada edición. En 2017 se lograron aumentos en las ventas superiores al 200%.



2017

- EN AGOSTO NACIÓ CREDI AKÍ, EL SISTEMA DE CRÉDITO DIRECTO PARA CLIENTES, EN PRODUCTOS SELECCIONADOS.

- SE DESARROLLARON OCHO CAMPAÑAS Y PROMOCIONES EN CONJUNTO CON AKÍ Y SÚPER AKÍ, CON GRANDES DESCUENTOS Y EL APOYO DE FIRMAS COMERCIALES PROVEEDORAS.



LOS ALMACENES QUE SE CERRARON EN LAS ZONAS DE RIESGO DEL TERREMOTO DE ABRIL 2016, FUERON RE-ABIERTOS EN POCOS DÍAS, APOYANDO A LA POBLACIÓN EN SU RECUPERACIÓN Y ABASTECIMIENTO.





El más nuevo formato de supermercados económicos, que combina una amplia y accesible oferta de abastos, con artículos de hogar, ferretería, automotriz, audio y video. Abrió sus puertas en 2012.



www.aki.com.ec

AKIEcua

@AkiEcuador

Los medios digitales fortalecieron la estrategia de estas cadenas, que se enfocan en apoyar al cliente en su búsqueda de mejores y más convenientes opciones para la familia.

En su camino, los locales Akí, Gran Akí y Súper Akí han buscado innovadoras formas no solo de vender productos, sino acompañar al consumidor con campañas y medios a través de las cuales reciben información útil, recetas, tips y otros datos de interés.

En los últimos años se desarrollaron campañas promociones y ofertas con clientes y consumidores, en todo el país, con la participación de proveedores.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE VENTAS 17.448 m²
	TRANSACCIONES 3'988.600
	ÍTEMS 11.200
	COLABORADORES 254

LOCALES

Esmeraldas	1
Chone	1
Portoviejo	1
Guayaquil	3
La Libertad	1
Machala	1
Quito	1
Ambato	1
Lago Agrio	1

TOTAL 11



LAS ACTIVACIONES EN LOCALES, OFRECEN A LOS CLIENTES ESPACIOS DE ESPARCIMIENTO Y APRENDIZAJE PARA TODA LA FAMILIA. Y A LOS PROVEEDORES LA OPORTUNIDAD DE MOSTRAR SUS PRODUCTOS Y BENEFICIOS.



2017

- LOS SEGUIDORES DE FACEBOOK SE INCREMENTARON EN 46% CON RELACIÓN A 2016. LOS DE TWITTER EN 40%.
- SE ABRIERON TRES LOCALES: LABRADOR, EL CONDOR Y PALMERAS.





Formato enfocado a la venta de productos al por mayor, en el cual los negocios como hoteles, restaurantes, servicios de catering, tiendas y otros, encuentran varias alternativas de lo que necesitan para su negocio en un solo lugar. Abrió sus puertas en 2017.



CIFRAS DE INTERÉS



ÁREA DE VENTAS
1.402 m²



TRANSACCIONES
27.714



ÍTEMS
5.000



COLABORADORES
25

LOCALES

Quito 1

TOTAL 1

Con este formato, Corporación Favorita le apuesta exclusivamente a clientes de grandes volúmenes, que buscan abastecerse de productos variados y de calidad para atender sus negocios.

Para esta clientela particular, se adaptaron estrategias específicas, como el horario de atención. Las puertas del local se abren desde las 5h00 y también existe la posibilidad de obtener grandes descuentos y equipamiento para sus negocios.

La promoción "Titán Dólares" funciona con un mecanismo de *cash back* acumulable, que puede ser canjeado en compras futuras, permitiendo a los clientes, obtener más flujo en sus compras periódicas.

En un primer momento, el local ofrece un portafolio de cinco mil productos a sus clientes.



2017

- SE PRESENTÓ LA TARJETA SOCIO TITÁN, PARA CLIENTES CORPORATIVOS.
- LAS COMPRAS PERMITEN ACUMULAR TITÁN DÓLARES, PARA SER UTILIZADOS COMO DINERO EN EFECTIVO EN FUTURAS COMPRAS.



EL PRIMER LOCAL DEL ALMACÉN SE ABRIÓ EN AGOSTO, EN SOLANDA, EN EL SUR DE QUITO.

Super SAIDOS

Tiendas que ofertan a precios especiales, productos que salen de temporada del resto de cadenas comerciales. Ofrecen mercadería para hogar, ropa, accesorios de audio y video, juguetes, zapatos, electrodomésticos y artículos deportivos. Abrió sus puertas en 1996.



SuperSaldosEcuador

LOCALES

Quito 1

ITINERANTES

Quito, Guayaquil
Cuenca y Ambato 6

TOTAL 7

Después de cinco años de inaugurar su local en el centro comercial “El Recreo” en Quito, y debido a la acogida del público, el almacén decidió incorporar tiendas itinerantes en Guayaquil, Cuenca, Ambato e Ibarra, con gran aceptación. En las exhibiciones se pueden encontrar productos de las cadenas Supermaxi, Megamaxi, Akí, Gran Akí, Súper Akí, Juguetón y Bebemundo,

que salieron de temporada, a precios accesibles y con descuentos del 35% hasta el 80%.

Estos locales ofrecen iguales posibilidades de pago como son tarjetas de crédito y débito, además de planes de financiamiento; así como beneficios y garantías para equipos y productos de línea blanca y electrónicos.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE VENTAS 1.208 m²
	TRANSACCIONES 91.325
	ÍTEMS 6.200
	COLABORADORES 17



2017

- SE ABRIÓ UN NUEVO ALMACÉN ITINERANTE EN CUMBAYÁ, QUE FUNCIONA VARIAS VECES AL AÑO, SEGÚN DEMANDA.
- LA CADENA INCURSIONÓ EN REDES SOCIALES Y ABRIÓ SU PÁGINA DE FACEBOOK. LA ESTRATEGIA INCREMENTÓ CLIENTES Y VENTAS.



Cadena de jugueterías que ofrece un amplio surtido de productos de gran calidad para niños de todas las edades. Desarrolla sus actividades en el Ecuador y Costa Rica. Nació en 1992 como Salón del Juguete. Cambió de nombre en 1998.



www.jugueton.com.ec

Una exhibición de juguetes en 1971 en el mezzanine del Centro Comercial Ñaquito, dio paso al nacimiento del Salón del Juguete, el primer almacén especializado en estos productos.

Desde sus inicios, el local preferido de los niños ofreció productos innovadores y de las mejores marcas internacionales, a lo que fue incorporando nuevas líneas cada temporada.

Lo más novedoso en muñecas, carros, peluches, bicicletas, vehículos a motor, pistas de trenes y autos, productos para exteriores y juguetes didácticos, han sido las atracciones de cada año, acompañadas por novedosas campañas y promociones.

A estas ofertas, en los últimos años se ha sumado la campaña *Black Friday*, con descuentos de 20%, 30% y 50%, con un incremento sostenido de las ventas.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE VENTAS 35.104 m²
	TRANSACCIONES 1'911.188
	ÍTEMS 6.300
	COLABORADORES 315

En los últimos años, la cadena también ha diversificado su oferta de productos, al integrar nuevas marcas de juguetes a precios más económicos.



CADA AÑO, EN LA TEMPORADA NAVIDEÑA, SE ABREN LOS LOCALES REDECORADOS CON LOS PERSONAJES DE PELÍCULAS MÁS QUERIDOS POR LOS NIÑOS



LOCALES

Esmeraldas	1
Manta	1
Portoviejo	1
Guayaquil	5
Samborondón	2
Machala	1
Ibarra	1
Quito	8
Sangolquí	1
Latacunga	1
Ambato	1
Riobamba	1
Cuenca	1
Loja	1

TOTAL 26

Costa Rica 4



2017

- EN DICIEMBRE SE ABRIÓ UN NUEVO LOCAL EN PLAZA BATÁN, EN GUAYAQUIL, CON ALTOS ESTÁNDARES AMBIENTALES EN CONSTRUCCIÓN Y FUNCIONAMIENTO.
- LAS PROMOCIONES NAVIDEÑAS LLEGARON AL 50% DE DESCUENTO EN PRODUCTOS SELECCIONADOS.

MUNDO INTERNACIONAL



COSTA RICA

www.jugueton.co.cr

juguetoncr

En 1992 el grupo abrió el primer local propio en Costa Rica. Hoy son cuatro los locales que funcionan en ese país: Plaza Cemaco Zapote, Multiplaza Escazú, City Mall y Paseo de las Flores.

La cadena cuenta con un sistema propio de crédito directo, a través de la tarjeta Favorita.

A los descuentos de temporada se suman promociones especiales a lo largo del año como "Juguedías" y otras ofertas, que combinan campañas en locales con medios digitales.



Tiendas especializadas en artículos para bebés, niños en sus primeros años y madres, con una variada oferta de muebles, ropa, accesorios, implementos, juguetes y otros artículos novedosos y prácticos. Tiene almacenes en diferentes ciudades del país, en el Perú (Nuà) y Costa Rica, además de franquicias en El Salvador y República Dominicana. Nació en 1971 y es parte del grupo desde 1996.



www.bebemundo.ec
 f Bebemundo.ec

LOCALES	
Guayaquil	3
Manta	1
Quito	6
Latacunga	1
Ambato	1
TOTAL 12	
Perú	1
Costa Rica	4

A lo largo de los años, la empresa ha evolucionado con los gustos y las necesidades de los clientes. Cambió de nombre de Bebelandia a Bebemundo en 1996 y ha experimentado cambios de imagen en 2005 y 2010.

En 2015 estrenó un nuevo concepto de tiendas especializadas para ciudades pequeñas, con el nombre original Bebelandia, la primera sucursal de este formato se abrió en Latacunga.

Tradicionalmente, la cadena combina campañas comerciales de descuentos, presentación de marcas y promociones, con concursos que permiten la participación de los clientes. Algunas de las más exitosas están relacionadas a convocatorias de fotografía para calendarios anuales y otros materiales.

RED DE CLIENTES

La empresa mantiene una extensa, consolidada y activa red de clientes, a los que llega con información periódica a través de catálogos en fechas importantes durante el año. Esta relación se ha consolidado

en los últimos años, gracias a las redes sociales. *BabysClub* cuenta con más de 458 mil socios.

CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN

Más allá de lo comercial, la empresa desarrolla campañas de difusión de temas importantes para madres y bebés, como la seguridad en casa o los beneficios de la lactancia y la estimulación.

REDES SOCIALES Y CONSEJOS

En colaboración con varias marcas, la campaña "Agustina" desarrolla tópicos que permiten la interacción con madres, a través de videos con consejos de cuidados y temas prácticos para la crianza.



LA JIRafa LOGOTIPO DE LA TIENDA MIGRÓ DE ADULTA A ADOLESCENTE, LUEGO A NIÑA Y AHORA REPRESENTA A UN BEBÉ.



2017

- LA PÁGINA DE FACEBOOK CUENTA CON 770 MIL SEGUIDORES EN CINCO PAÍSES, UN RÉCORD REGIONAL PARA TIENDAS DE BEBÉ.
- EL NUEVO LOCAL EN EL BATÁN, GUAYAQUIL CORRESPONDE A UN CONCEPTO INNOVADOR EN DISEÑO DE LA TIENDA.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE VENTAS 15.416 m²
	TRANSACCIONES 361.636
	ÍTEMS 20.512
	COLABORADORES 172

MUNDO INTERNACIONAL



COSTA RICA



La primera tienda abrió sus puertas en 2006, bajo el esquema de franquicia.

En la actualidad, ha consolidado una cadena con cuatro tiendas en los principales centros comerciales de la capital. Su principal estrategia es consolidar el portafolio de clientes con promociones y campañas exclusivas.



PERÚ



La primera tienda propia fuera del Ecuador abrió sus puertas en Lima, en 2014.

Se ha consolidado en los últimos años hasta obtener el 6% de crecimiento en ventas y más de 42 mil transacciones en 2017, período en el que también implementó ventas con entregas a domicilio a nivel nacional.

SUKASA

Cadena de locales comerciales especializados en hogar. Inaugurada en 1986, ofrece una gran variedad de artículos de calidad, de alta gama y de las mejores marcas de electrodomésticos, tecnología, audio y video, artículos para baño, cocina, dormitorio, patio, jardín y decoración.



www.sukasa.com
 AlmacenesSukasa
 @AlmacenesSukasa

Con imagen renovada, la firma combina promociones tradicionales, estrategias de fidelización y el uso de nuevos medios para consolidar un portafolio especializado de clientes.

La esperada promoción del “Día del Socio” es una de las campañas más exitosas del año, con ofertas especiales para los cerca de 40 mil socios de crédito directo.

CAMPAÑAS DE TEMPORADA

Desde 2015, se incentiva las compras de los días de la Madre, del Padre y Navidad, con creativas promociones en las que el premio central son viajes a destinos únicos: Croacia, Nueva Zelanda, Bali, Expreso de Oriente y Crucero por el Rin.

Cada año se realizan campañas exclusivas con productos nacionales, con gran acogida entre los clientes. Entre los productos importados, la preferencia

de compra apunta a la mercadería europea. En el 2017, la campaña “Todo con 20% o más” rompió récord histórico de ventas.

En los últimos años, la campaña “Black Magic” ha tomado fuerza, hasta convertirse en una de las más importantes en ventas al año.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE VENTAS 18.900 m²
	TRANSACCIONES 388.201
	ÍTEMS 29.746
	COLABORADORES 168



EL PRIMER ALMACÉN DE SU TIPO EN EL PAÍS, SE ABRIÓ EN EL CENTRO COMERCIAL EL BOSQUE, AL NOROCCIDENTE DE QUITO, EN 1986.



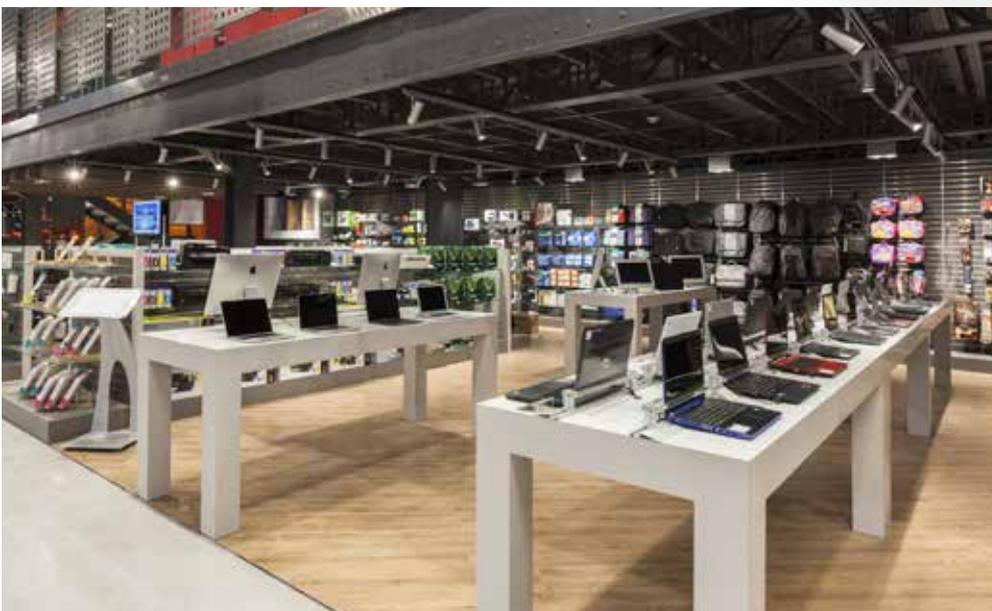
HERRAMIENTAS DIGITALES

La incursión en el mundo digital le ha dado muy buenos resultados a la estrategia comercial de la empresa. La página web maneja un catálogo virtual con más de 30 mil productos y la comunidad de Facebook se multiplicó 12 veces en el último año, gracias a la difusión de contenidos de interés para los clientes, como la producción de originales videos con contenido atractivo.



2017

- LA FIRMA CAMBIÓ DE LOGOTIPO Y RENOVÓ SU IMAGEN, POR UN ESTILO INDUSTRIAL DE AMPLITUD Y MODERNIDAD.
- LA COMUNIDAD DE FACEBOOK CRECIÓ DE 4 MIL A 54 MIL SEGUIDORES, EN UN AÑO.



LOCALES

Quito	3
Guayaquil	1
Cuenca	1
TOTAL	5



Cadena de tiendas especializadas en novedosos artículos para hogar abierta en 2004. Incluye líneas de electrodomésticos, audio y video, tecnología, decoración, cocina, baño, jardín, lencería, entre otras.



f AlmacenesTodohogar

Todo tipo de productos de hogar han llegado a diferentes provincias del país de la mano de esta tienda especializada, que ya cuenta con más de 49 mil afiliados a su sistema de crédito directo.

CAMPAÑAS Y PROMOCIONES

Las campañas y promociones innovadoras incrementan las ventas y fidelizan a clientes. Son una de las principales estrategias de negocio de la firma.

El "Día del Socio" es el evento más importante del año y uno de los puntos de mayores ventas en cada período. Ésta se complementa con otros momentos como la campaña "Black Magic" que ofrece, en noviembre, cuatro días de atractivos descuentos y financiamiento. Se realiza en conjunto con Sukasa y Sukocina y se consolida año a año.

La campaña "Llévate Todohogar" ofrece unos minutos para llevarse toda la mercadería posible. Por su éxito se realiza dos veces al año, por el Día del Padre y Día de la Madre y en temporada navideña.

CONTACTO DIRECTO CON LOS CLIENTES

Las herramientas de mercadeo directo como el informativo mensual digital y catálogos llegan a 42 mil destinatarios. En el último año, los seguidores de Facebook incrementaron en un 66%, de 14 mil a 25 mil.



EL PRIMER LOCAL DE ESTE FORMATO SE ABRIÓ EN MANTA, EN 2004. FUE PIONERO EN ALMACENES DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE VENTAS 17.568 m²
	TRANSACCIONES 523.057
	ÍTEMS 23.487
	COLABORADORES 145



2017

- SE REINAGURÓ EL LOCAL EN MANTA, EN EL MALL DEL PACÍFICO, A UN AÑO DEL TERREMOTO.
- LA CAMPAÑA “LLÉVATE TODOHOGAR” ROMPIÓ RÉCORD DE VENTAS EN EL 2017.



LOCALES

Esmeraldas	1
Manta	1
Portoviejo	1
Guayaquil	1
Machala	1
Ibarra	1
Quito	5
Ambato	1
Riobamba	1
Loja	1

TOTAL 14

Costa Rica 4

MUNDO INTERNACIONAL



www.cemaco.co.cr

 Cemacocr

Gracias a la alianza estratégica desde 2014 con la firma Cemaco Internacional, en Costa Rica funcionan cuatro tiendas especializadas ubicadas en Rohrmoser, City Mall, Zapote y Multiplaza Escazú.

Las tiendas replican los aciertos del modelo de las cadenas ecuatorianas, combinados con la experiencia de su par centroamericana, que tiene más de 30 años en el mercado.

SUKOCINA

Tienda exclusiva de productos de cocina. Desde 2012 es el destino de los aficionados al arte culinario, en la que se puede encontrar novedosos productos, accesorios y utensilios especializados.



SukocinaEcuador

LOCALES

Guayaquil 1

TOTAL 1



AL ABRIR SUS PUERTAS PUSO AL ALCANCE DE TODOS, SOFISTICADOS IMPLEMENTOS USADOS POR PROFESIONALES DE LA COCINA.



2017

422 CLIENTES DE CRÉDITO DIRECTO.

Las campañas se complementan con mercadeo directo a 1.800 personas, a través del envío de información y con actividades interactivas a través de la página de Facebook, que cuenta con 1.637 seguidores.

Esta opción para quienes buscan novedades en artículos para la cocina, presenta alrededor de seis mil diferentes ítems en su portafolio.

En alianza con Sukasa y Todohogar, ha desarrollado exitosas campañas y promociones que le han permitido consolidar una interesante cartera de clientes. Comparte además, actividades de apoyo comunitario en beneficio de la Fundación “Dejemos Huellas”, a la cual se destina productos y dinero recaudados a través de la campaña “Sukanje”.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE VENTAS 1.015 m²
	TRANSACCIONES 23.022
	ÍTEMS 6.186
	COLABORADORES 7

SALON DE NAVIDAD

Cadena de almacenes especializados en artículos navideños; abrió sus puertas en 1989. Además de sus locales propios, todos los años abre sus secciones en Sukasa.

El espíritu navideño tiene su espacio cada temporada en estos locales, que buscan año a año implementar ideas innovadoras en adornos y decoraciones.

Las colecciones de diversos estilos, que plasman en cada edición nuevas propuestas de diseños, temas y colores tradicionales y no tradicionales se despliegan en árboles y aplicaciones, que permiten a los clientes verlos expuestos en toda su dimensión.

Las promociones de temporada se complementan con el uso de tecnología en la aplicación "Habla con Santa".

Cada año existe un espacio exclusivo destinado a los productos ecuatorianos y las colecciones de artesanías, como fomento a la producción nacional. El 30% de los productos exhibidos son de fabricación local.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE VENTAS 3.128 m²
	TRANSACCIONES 41.105
	ÍTEMS 5.767
	COLABORADORES 51



2017

"VIERNES NAVIDEÑO" IMPULSÓ LAS VENTAS CON OFERTAS EN PAGOS Y PLAZOS.



PRIMER ALMACÉN EN PRESENTAR COLECCIONES DE DECORACIÓN NAVIDEÑA, CON DIFERENTES ESTILOS DE VANGUARDIA.

LOCALES

Guayaquil	1
Quito	3
Cuenca	1

TOTAL 5





Fundada en 1988 como el primer sistema de ventas por televisión en América del Sur. Hoy, es la empresa multicanal más grande del Ecuador, con locales en todo el país.



www.tventas.net

- TVentas
- @TVentas
- TVentasec



2017

- LA CAMPAÑA “RENUOVA TU HOGAR”, CON DESCUENTOS HASTA DEL 50%, FUE LA MÁS EXITOSA DEL AÑO. CRECIÓ 63% EN VENTAS, CON RELACIÓN A 2016.
- SE INAUGURÓ UN LOCAL EN EL NUEVO MALL DEL PACÍFICO, EN MANTA.

A lo largo de los años, la empresa ha dado pasos importantes para su crecimiento, desde realizar exclusivamente ventas por televisión con distribución a domicilio, a incluir ventas en locales, por catálogo e Internet.

Entre los hitos más importantes en su historia están la inauguración del estudio de grabación propio, así como el lanzamiento de la primera página web de ventas, en 1996. También se han incorporado herramientas de venta directa, como las ferias itinerantes en diferentes ciudades del país.

HERRAMIENTAS DIGITALES

La página web ha evolucionado hasta convertirse en una de las más exitosas en ventas del país, con promociones exclusivas, ofertas, descuentos y un catálogo completo de productos de todas sus líneas:

LOCALES

Esmeraldas	1
Manta	1
Portoviejo	1
Santo Domingo	1
Guayaquil	7
Milagro	1
Quevedo	1
Machala	1
Ibarra	1
Quito	13
Latacunga	1
Ambato	1
Riobamba	1
Cuenca	2
Loja	1
Lago Agrio	1
Coca	1

TOTAL 36



LA CANCIÓN EMBLEMÁTICA DEL PROGRAMA FUE COMPUESTA POR SAADIN SOLAH, FUNDADOR DE LA EMPRESA.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE VENTAS 6.792 m²
	TRANSACCIONES 854.707
	ÍTEMS 5.639
	COLABORADORES 289

deporte, tecnología, hogar, cocina, salud, belleza, automotriz, juguetes, bebés, moda y libros.

En los últimos años, otras herramientas digitales han reforzado las estrategias de promoción y venta, como es el caso del *Whatsapp*.

CAMPAÑAS ESPECIALES

La empresa desarrolla con éxito todos los años, campañas específicas en fechas especiales y celebraciones (San Valentín, Día del Padre, Día de la Madre, *Black Friday*, Aniversario y Navidad), a las que se suman otras promociones como saldos, billetes y campañas temáticas (ejercicio y hogar). Estas campañas han logrado desde el 20% al 60% de crecimiento en ventas en los últimos años.

PRODUCTOS PROPIOS

La firma ha creado y comercializado con éxito productos propios como el Té del Dr. Ming. Este comercial y el de *Celltone* fueron reconocidos como los mejores a escala internacional, en los años que se estrenaron.



www.maxitec.com.ec

MaxiTec

@MaxiTec_Ec



2017

EL NÚMERO DE PROVEEDORES AUMENTÓ EN 33% EN 2017.

LOCALES

Guayaquil	4
Quito	9
Cuenca	1

TOTAL 14

MaxiTec
to discover

Cadena de locales especializados en soluciones tecnológicas que ofrecen una amplia variedad de productos. Nació en 1993 como Radio Shack y en 2016 se convirtió en Maxitec.

Bajo su nueva marca, la tienda busca ayudar a los clientes a optimizar el uso de la tecnología en su vida diaria.

Aún en transición, la empresa le apuesta al desarrollo de productos propios, promociones y ofertas para un grupo consolidado de clientes, que buscan la constante innovación en el portafolio.

El número de beneficiarios del sistema de crédito directo es de 7 mil tarjetahabientes y los canales

de difusión y promoción llegan hasta a un millón de usuarios periódicamente.

En los últimos años se ha consolidado la campaña *Black Friday*, como una de las más exitosas, al ofrecer productos hasta con el 90% de descuento. El incremento anual de ventas en esta temporada rodea el 15%.



LA TIENDA OBTUVO EL PREMIO A LA MEJOR OPERACIÓN INTERNACIONAL DE LA FRANQUICIA EN CUATRO OCASIONES.

CIFRAS DE INTERÉS



ÁREA DE VENTAS
1.166 m²



TRANSACCIONES
112.470



ÍTEMS
2.500



COLABORADORES
59



Primera súper tienda automotriz del Ecuador. Abrió sus puertas en 2016. Comercializa y distribuye partes, repuestos y accesorios para todo tipo de autos. Cuenta con una amplia oferta de productos, excelente servicio al cliente y los mejores precios en el mercado.



f automax.ec



2017

87 PROVEEDORES NACIONALES E INTERNACIONALES.

LOCALES

Quito 1

TOTAL 1

La tienda especializada abrió sus puertas para ofrecer, bajo un mismo techo, todo lo que un auto pueda necesitar: accesorios, herramientas, llantas y repuestos.

En sus dos años de funcionamiento se han desarrollado los programas Automax Comercial, con clientes y Automax Profesional, con talleres mecánicos. Estas iniciativas entregan beneficios. Además ofrecen capacitación y formación con charlas y talleres.

Asimismo, se han organizado eventos con clubes de automovilismo y alianzas institucionales.

La estrategia comercial desarrolla diferentes campañas en alianza con firmas comerciales y proveedores nacionales, días especiales de descuentos y crédito directo. Las fechas más importantes han sido los *black days* y la celebración de aniversario.

Desde su apertura, la firma ha experimentado un crecimiento sostenido en portafolio y ventas. Además, inició el desarrollo de marca privada.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE VENTAS 350 m²
	TRANSACCIONES 20.867
	ÍTEMS 8.878
	COLABORADORES 15



LA TIENDA OFRECE UNA EXPERIENCIA DIFERENTE DE COMPRA DE REPUESTOS Y ACCESORIOS.



Empresa líder en la comercialización de productos de ferretería, hogar, acabados y materiales de construcción, con servicio especializado, variedad, garantía y calidad. Nació en 1943 y desde 2005 forma parte de Corporación Favorita. Tiene locales en el Ecuador y el Paraguay.



www.kywi.com.ec
☎ 1700 150 150
f kywi.megakywi

La marca de casi 75 años en el mercado se consolidó en manos de Corporación Favorita, apostándole a las grandes superficies de exhibición y a una amplia oferta y variedad de productos.

Al portafolio de más de 30 mil ítems, se suman una serie de campañas y ofertas, así como la permanente renovación de herramientas de exhibición, difusión y ventas.

Cada año se desarrollan nuevas estrategias que posicionan variedades específicas de productos como acabados de construcción, iluminación, pinturas y otros. La campaña más exitosa de los últimos años ha sido "Ahorratón", con grandes ofertas en casi todas las categorías de productos.

Con un modelo consolidado en el país, pero en constante innovación, desde 2015, la empresa puso sus mayores esfuerzos en la internacionalización del negocio hacia otros países de la región, iniciando por el Paraguay.



LA TIENDA ECUATORIANA INICIÓ EN 1943, EN LAS CALLES FLORES Y OLMEDO, EN EL CENTRO DE QUITO. OFRECÍA REPUESTOS Y REPARACIÓN DE ARTEFACTOS ELÉCTRICOS.



LOCALES

Esmeraldas	1
Portoviejo	1
Santo Domingo	1
Guayaquil	3
Machala	1
Ibarra	1
Cayambe	1
Quito	10
Latacunga	1
Ambato	1
Riobamba	1
Cuenca	1
Loja	1
TOTAL	24

Paraguay 2

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE VENTAS 54.525 m²
	TRANSACCIONES 4'358.322
	ÍTEMS 30.000
	COLABORADORES 505



2017

- LAS CAMPAÑAS "AHORRATÓN", EN ABRIL Y EN DICIEMBRE, LOGRARON INCREMENTOS EN VENTAS DEL 20% AL 50%.
- "FESTIVAL DE LUZ" VENDIÓ EL 82% MÁS QUE EN 2016.

MUNDO INTERNACIONAL



PARAGUAY

www.ferrex.com.py

FerrexParaguay

Con dos locales en Asunción y San Lorenzo, que abrieron sus puertas en 2015 y 2016, respectivamente, la tradicional tienda ecuatoriana dio su primer paso hacia la proyección internacional.

Las tiendas cuentan con más de 20 mil ítems en su portafolio y se consolidan como líderes en el sector, con el modelo de megatiendas de autoservicio.



www.kywi.com.ec
 ☎ 1700 150 150
 📱 kywi.megakywi



Cadena de megatiendas que comercializan variedad de herramientas, iluminación, muebles, acabados para la construcción y la remodelación, baños, cocina, decoración, jardinería y seguridad industrial. El primer almacén se abrió en 2007.

La cadena de grandes superficies de exhibición replica el modelo de negocio de Kywi y la estrategia de mercadeo, ventas y fidelización de clientes.

En los últimos años, este formato fue el de mayor expansión, con la inauguración de dos megatiendas en ciudades del litoral ecuatoriano. El número de transacciones se incrementó aproximadamente, en 30% en los últimos cinco años.

CAMPAÑAS DE TEMPORADA

Las campañas desarrolladas en días festivos como el Día del Padre o para promocionar categorías específicas de productos, fueron las más efectivas en los últimos años, logrando incrementos sostenidos en ventas.

🗨️
2017

- SE ABRIERON DOS LOCALES NUEVOS: MANTA Y SAMBORONDÓN.
- EL 47% DEL PORTAFOLIO CORRESPONDE A PRODUCTOS NACIONALES.

Al igual que en los almacenes Kywi, la más exitosa de las promociones ha sido la campaña “Ahorratón” que se desarrolla desde 2016, con incrementos en ventas de hasta el 80% en el último año, en el que se realizó por dos ocasiones.

CONTACTO DIRECTO

Con buenos resultados, la empresa mantiene líneas directas con clientes para resolver sus inquietudes. La *fanpage* de Facebook cuenta con 80 mil suscriptores y la línea de servicio al cliente 1700 150 150, atiende cerca de tres mil llamadas mensuales.

GESTIÓN AMBIENTAL

Comprometidos a reducir el impacto de las actividades en el ambiente, Kywi y Megakywi cuentan con un programa de separación de residuos para reciclaje. En 2017 se obtuvo 65 mil kilos de cartón y plástico.



EL PRIMER ALMACÉN CONTÓ CON 6.000 M² Y MÁS DE 40 MIL PRODUCTOS EN EXHIBICIÓN.

LOCALES

Manta	1
Guayaquil	1
Samborondón	1
Quito	1

TOTAL 4

CIFRAS DE INTERÉS



ÁREA DE VENTAS
29.750 m²



TRANSACCIONES
1'092.481



ÍTEMS
45.000



COLABORADORES
256





Cadena de librerías de amplia oferta en títulos nacionales e internacionales, que busca acercar la cultura a los clientes de todas las edades y gustos literarios, para aportar a la consolidación del hábito de lectura en el país. Abrió sus puertas en 1998.

Los ya tradicionales encuentros con autores, han sido una de las estrategias más efectivas para acercar los libros a los lectores. Decenas de escritores llegaron a este espacio cada año, entre los que tienen especial cabida los ecuatorianos.

Alrededor de 49 mil títulos conforman el actual portafolio que oferta la firma. Con gran acogida por parte del público, se han auspiciado algunos concursos de escritura infantil y juvenil, así como se han apoyado emprendimientos e ideas innovadoras.



EL PRIMER ALMACÉN SE INAUGURÓ EN MALL EL JARDÍN DE QUITO, EL 23 ABRIL DE 1998, COINCIDIENDO CON EL DÍA INTERNACIONAL DEL LIBRO.

www.mrbooks.com
f Mr.BooksEcuador



LOCALES	
Guayaquil	2
Manta	1
Quito	3
TOTAL	6



CAMPAÑAS

En los últimos años, además de las campañas de temporada como Navidad, Día del Padre y Día de la Madre, ha tomado especial impulso la oferta “Black Books”, que ofrece grandes descuentos en libros seleccionados, promoción con la que se inicia la temporada de fin de año.

Otra campaña importante ha sido la de canje de “Dólar Books”, que obsequia cupones de US\$1, US\$3 y US\$5, para ser canjeados en compras posteriores.

CONTACTO DIRECTO CON LOS CLIENTES

Con 34 mil seguidores de Facebook y una base de datos de más de 60 mil contactos, la empresa ha logrado una consolidada cartera de clientes, a través del contacto directo, con la entrega de información, promociones e invitaciones a eventos.

CIFRAS DE INTERÉS

MR. BOOKS Y LIBRIMUNDI

	ÁREA DE VENTAS 3.068 m²
	TRANSACCIONES 285.630
	ÍTEMS 49.000
	COLABORADORES 112



2017

- EN ABRIL, SE INAUGURÓ EL PRIMER LOCAL EN MANTA, MALL DEL PACÍFICO.
- LA “CASA DE LAS PALABRAS” RECIBIÓ A 25 AUTORES NACIONALES E INTERNACIONALES PARA EVENTOS CON LOS LECTORES.

En los últimos años además se han entregado beneficios y descuentos a 25 clubes de libros y cada año, la firma participa en las ferias más importantes del país en Quito, Guayaquil y otras ciudades.

HERRAMIENTAS DIGITALES

Desde 2010 se abrió la venta a través del portal web, al que han accedido 494 mil usuarios, convirtiéndose en una herramienta importante de ventas para la empresa. El 14 de febrero de 2017 se registró el número de ingresos más alto de la historia.



Librería tradicional con amplia oferta en tópicos especializados, ciencias sociales y literatura temática. Nació en 1971 y desde el 2015 es una empresa filial de Corporación Favorita.

La histórica librería quiteña consolidó su estrategia comercial y nueva imagen, de la mano de Mr. Books. Desde 2015 diversificó su oferta, integrando más títulos a su portafolio especializado, además de compartir y adaptar las campañas y ofertas más efectivas de la firma.

También ha incursionado en estrategias digitales para diversificar su público y llegar a segmentos más jóvenes. La página web cuenta con más de 55 mil seguidores, quienes acceden a información sobre libros, campañas y eventos, de forma directa.

Una línea importante de trabajo de ambas firmas ha sido la donación de libros a fundaciones y organizaciones, con el objetivo de fomentar el hábito de la lectura, especialmente en los niños y jóvenes.



2017

LA CAMPAÑA “LIBROS ÚNICOS” VENDIÓ MÁS DE 5 MIL EJEMPLARES CON 50% DE DESCUENTO.



DESDE QUE FORMA PARTE DE MR.BOOKS, LA LIBRERÍA RENOVÓ SU IMAGEN, CREANDO ESPACIOS INFANTILES.

LibriMundi
 @LibriMundi



LOCALES

Guayaquil 1
 Quito 3

TOTAL 4



LOCALES	
Quito	7
TOTAL 7	

ECUADOR — travel stores

Cadena de tiendas de conveniencia para el viajero ubicadas en el Aeropuerto Mariscal Sucre de Quito, dedicadas a la venta de productos como souvenirs, artesanías ecuatorianas, accesorios de viaje, ropa, snacks, licores, tecnología y cosméticos. Inició como parte de Librimundi en 2011 y se incorporó a Corporación Favorita en 2015. Funciona como negocio independiente desde 2016.

En 2012, la firma ganó la licitación como operador oficial de tiendas de conveniencia para la nueva terminal del aeropuerto de Quito. El éxito del modelo hizo que en 2015 se abrieran cinco nuevas tiendas que conformaron el "Paseo Colonial" en la zona de salidas nacionales.

Con siete locales consolidados, el desarrollo de marcas propias y apoyado de campañas promocionales de impulso, se generaron más de 20 mil ventas en 2017.

La cadena adquiere más del 30% de sus artículos directamente de artesanos, emprendedores locales y pequeños productores, impulsando y promocionando la producción nacional.

2017

REMODELACIÓN DE ESPACIOS TEMÁTICOS EN SALIDAS NACIONALES: "EL MERCADITO" CON OFERTA DE ARTESANÍAS Y SOUVENIRS, Y "LA TIENDITA", CON SNACKS Y BEBIDAS.



PROMUEVE Y VENDE SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA BAJO LA MARCA PROPIA "THE LEGENDARY HAT COMPANY" Y ARTESANÍAS Y SOUVENIRS CON LA MARCA "QURI".

CIFRAS DE INTERÉS

	<p>ÁREA DE VENTAS</p> <p>380 m²</p>
	<p>TRANSACCIONES</p> <p>218.919</p>
	<p>ÍTEMS</p> <p>6.792</p>
	<p>COLABORADORES</p> <p>42</p>

TATOO

Cadena de tiendas especializadas en la distribución y venta de equipo y ropa de montaña, escalada, ciclismo y actividades al aire libre, con locales en el Ecuador, Chile, Colombia y Perú. Nació en 1995 y es parte del grupo desde 2010.



-  [tatooadventuregear](#), [tatooadventuregearcolombia](#), [tatooadventuregearchile](#), [tatooadventuregearperu](#)
-  [@TattooAdventureG](#)
-  [tattoo_ecuador](#), [tattoo_colombia](#), [tattoo_chile](#), [tattoo_peru](#)
-  [tatooadventuregear](#)

La empresa, que inició sus operaciones en Santiago de Chile, ha consolidado su presencia regional, manteniendo una estrategia simultánea en los cuatro países en los que opera.

Inició con la oferta de productos turísticos y pronto se diversificó hasta contar en la actualidad con cerca de 22 mil ítems en su portafolio, gracias a que incursionó en la venta de artículos para actividades al aire libre y deportes.

CIFRAS DE INTERÉS

	<p>ÁREA DE VENTAS</p> <p>3.245 m²</p>
	<p>TRANSACCIONES</p> <p>81.100</p>
	<p>ÍTEMS</p> <p>21.900</p>
	<p>COLABORADORES</p> <p>168</p>



LA PRIMERA TIENDA DE ECUADOR (QUITO) TENÍA 30 M². AHORA, TATOO GRANADOS ES LA TIENDA MÁS GRANDE DE LA MARCA EN LA REGIÓN CON 1.480 M².



Una estrategia fundamental de los últimos años ha sido el lanzamiento de la plataforma digital B2B, para la comercialización de productos al por mayor, con disponibilidad 24 horas y 7 días a la semana, además de *stock* actualizado en línea. Cuenta con una tienda *on line* en cada país.

En los últimos años también fortaleció sus operaciones comerciales y logísticas en Chile y Perú, con nuevas bodegas y almacenes. Perú es el país que mayor crecimiento ha experimentado en ventas, con 21% en los últimos cinco años.

La tienda mantiene un portafolio de clientes especializados, a quienes ofrece permanentemente, una serie de campañas y promociones de descuentos por marcas y por país.



2017

- INCURSIONÓ EN LA FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TÉCNICOS CON MARCA PROPIA: BASTONES DE *TREKKING*, COCINILLAS, AISLANTES, ENTRE OTROS.
- EL SISTEMA VIP DE AFILIACIÓN CUENTA CON 7.162 BENEFICIARIOS.



LOCALES

Ecuador	3
Chile	4
Colombia	1
Perú	3
TOTAL	11





ÁREA INDUSTRIAL

Centro Distribución

Agropesa

Pofasa

Maxipan

Tatoo Fábrica

Enermax

Hidro San Bartolo



CENTRO DE DISTRIBUCIÓN

Complejo de operaciones comerciales en el que se centraliza el abastecimiento de mercadería, para las diferentes cadenas de tiendas y supermercados de Corporación Favorita. Cuenta también con procesos industriales de empaque y transformación de productos como cárnicos, pollos, frutas, vegetales y hielo. Abrió sus puertas en 2002.

El Centro de Distribución es considerado la columna vertebral de un eficiente y complejo sistema logístico de recepción y entrega de productos a nivel nacional, que garantiza el abastecimiento y la calidad de los productos en toda la red.

Es además una operación industrial que agrega valor a productos primarios, con procesos de altos estándares y equipos con tecnología de punta.

CONTROL DE CALIDAD

Una herramienta importante de las operaciones es el sistema de control de calidad, que cuenta además con un laboratorio especializado. Este sistema garantiza la trazabilidad en el procesamiento de todos los productos.



LAS ENTREGAS A LOS SUPERMERCADOS SON *JUST IN TIME*, INCLUSO CON EL PUNTO MÁS ALEJADO DEL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN, A 16 HORAS DE VIAJE.

El Centro de Distribución cuenta en varios de sus procesos con la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

MANEJO ADECUADO

Las centrales de cortes especializados en carnes y pollos en las que se faenan mensualmente miles de reses, cerdos, terneros y borregos, manejan estrictas prácticas de inocuidad y empaques de última tecnología. Esto se complementa con una cadena de frío garantizada, que protege los productos hasta llegar a cada uno de los supermercados.

GESTIÓN DE RIESGOS

Por la magnitud de las operaciones que se manejan en el centro, existen brigadas de evacuación, incendios y primeros auxilios, con alrededor de 100 colaboradores, quienes reciben capacitación continua en manejo de riesgo y respuesta a emergencias.



2017

- SE AMPLIÓ EL ÁREA DE CONGELADOS Y REFRIGERADOS EN 630 M² PARA GARANTIZAR LA CADENA DE FRÍO.
- EL PROMEDIO DE DESPACHOS DIARIOS AUMENTÓ EN 12%.



CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA TOTAL DE ALMACENAMIENTO/ CAPACIDAD 178.984 m²
	ÁREA DE CONGELADOS Y REFRIGERADOS 11.190 m²
	NÚMERO DE FURGONES REFRIGERADOS Y SECOS 431
	EQUIPOS DE MOVILIZACIÓN (TRANSPALLETS, MONTACARGAS Y JACKS) 223
	COLABORADORES 799

	CENTRAL DE CARNES (bultos) 4 ' 331.677
	CENTRAL DE POLLOS (bultos) 5 ' 843.299
	BODEGA DE ABASTOS (bultos) 40 ' 135.789
	BODEGA DE MERCANCÍAS GENERALES (bultos) 7 ' 084.185
	BODEGA DE LEGUMBRES (bultos) 15 ' 370.770
	BODEGA DE LÁCTEOS, EMBUTIDOS, PESCADOS Y MARISCOS (bultos) 7 ' 314.543
	BODEGA DE JUGUETES (bultos) 550.154
	TOTAL DE BULTOS DESPACHADOS 80 ' 630.414
	NÚMERO PROMEDIO DE DESPACHOS DIARIOS 258.430



Empresa dedicada a la producción y faenamiento de cárnicos, que ofrece variedad de productos de garantizada calidad, con estrictos controles sanitarios y responsabilidad ambiental. Creada en 1982.



www.agropesa.com.ec

Desde sus inicios, la empresa se ha manejado con altos índices de innovación. Fue una de las primeras en cambiar la forma de ofertar productos cárnicos, cambiando el ganado en pie, por cortes de ganado faenado en plantas de producción, garantizando la inocuidad de los alimentos.

En el último año, la planta ubicada en Santo Domingo trabajó en la automatización del sistema de despacho de canales, implementando tecnología de punta. Este mecanismo permite evitar las cargas manuales y reduce el tiempo empleado en este proceso.

GESTIÓN AMBIENTAL

Desde hace una década trabaja sostenidamente en gestión ambiental, con políticas y proyectos de producción más limpia, que han sido reconocidos por el Ministerio del Ambiente con la certificación de Eco Eficiencia. Los proyectos ambientales se desarrollan en: manejo integral de residuos orgánicos, reutilización de agua residual, reducción de consumo

de gases refrigerantes y disminución del consumo de plástico.

NUEVOS SUBPRODUCTOS

Desde 2013 se desarrolló una nueva línea de subproductos, que aprovecha los residuos orgánicos en la elaboración de juguetes para mascotas. Este proyecto requirió infraestructura especializada, que cumple con los estándares y exigencias sanitarias.

PROVEEDORES LOCALES

La totalidad de insumos utilizados en los procesos productivos de la planta son de origen nacional.



LA PRIMERA PLANTA FAENADORA SE INAUGURÓ EN 1982 EN LASSO, COTOPAXI, CON 11 COLABORADORES.



CIFRAS DE INTERÉS

	CARNE DE RES (toneladas) 15.688
	CARNE DE CERDO (toneladas) 3.412
	CARNE DE BÚFALO (toneladas) 9
	SUBPRODUCTOS COMESTIBLES (toneladas) 1.988
	SUBPRODUCTOS NO COMESTIBLES (toneladas) 3.511
	SUBPRODUCTOS ELABORADOS (toneladas) 289
	COLABORADORES 106



2017

- TRABAJÓ CON 357 PROVEEDORES Y UN 100% DE COMPRAS LOCALES.
- SE IMPLEMENTÓ UN SISTEMA DE AUTOMATIZACIÓN DE DESPACHO DE CANALES, CON ALTOS ÍNDICES DE EFICIENCIA.



POFASA

Los pilares fundamentales para el desarrollo de la empresa han sido la eficiencia y el aseguramiento de la calidad de los productos, gracias a procesos de inocuidad y seguridad, que cuentan con el certificado de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

La integración de la cadena productiva ha permitido el control sobre cada eslabón, además del faenamiento, la crianza de aves y la producción de alimentos balanceados bajo las normas y estándares más altos para el sector.

En la actualidad la empresa trabaja con 16 granjas avícolas entre propias e integradas y provee el 60%

Empresa dedicada a la producción y procesamiento de productos avícolas con calidad y tecnología de punta y una integración completa de la cadena productiva. Creada en 1976.

del producto demandado por los supermercados del grupo; también cuenta con una planta de alimentos balanceados y una flota de camiones graneleros.

TECNOLOGÍA DE PUNTA

La nueva planta de proceso inaugurada en 2015, tiene una capacidad instalada de 6 mil aves/hora y la mejor tecnología disponible para sus procesos, que garantizan la calidad e inocuidad de los alimentos.

DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS

Desde 2007 también se producen pavos, cuya oferta ha crecido consistentemente, hasta multiplicarse por 11 veces en 10 años.





CIFRAS DE INTERÉS

	CARNE DE POLLO (toneladas) 15.240
	CARNE DE PAVO (toneladas) 1.628
	ALIMENTOS BALANCEADOS (toneladas) 31.288
	COLABORADORES 240

Se implementó una planta procesadora de sub-productos que convierte los sobrantes reutilizables del proceso, en materia prima para alimentos balanceados.

INNOVACIÓN INTERNA

Desde 2016 se mantiene un programa de innovación interna que desarrolla ideas de colaboradores para solucionar desafíos de la empresa. El proyecto se refuerza con procesos de capacitación y motivación.

GESTIÓN AMBIENTAL

La empresa trabaja en seis proyectos ambientales: reciclaje de agua y materiales, producción más limpia, subproductos y reducción de consumo de agua, energía y combustibles.



LA PRIMERA PLANTA FUE CONSTRUIDA EN POMASQUI Y ARRANCÓ CON 11 COLABORADORES. EN LA ACTUALIDAD SON 240.



2017

- LOS PRODUCTOS AVÍCOLAS FORMAN PARTE DE LAS OFERTAS COMERCIALES DE LOS SUPERMERCADOS, CON GRAN ACEPTACIÓN. EXISTEN 22 PRESENTACIONES EN POLLO Y 19 PRESENTACIONES EN PAVO.
- SE IMPLEMENTARON TRES PROYECTOS DE INNOVACIÓN PRESENTADOS POR LOS COLABORADORES.



Industria especializada en panadería y pastelería, con productos de gran variedad, frescura y sabor. Creada en 1980.

www.maxipan.com.ec

 Maxipanecuador



Una clara visión que incluye la innovación, el uso de tecnología de punta y el crecimiento sin perder la calidad del producto, ha logrado que esta empresa industrialice su producción y crezca exponencialmente, desde su creación.

En los últimos años ha desarrollado estrategias de mercadeo y venta propias, con ofertas y descuentos en productos (galletería artesanal, productos para hot dogs y hamburguesas) y por temporadas especiales, con interesantes cifras de crecimiento de período a período.

INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y PROCESOS

La planta de producción, que funciona en Quito desde 1992, permitió desarrollar un portafolio de productos congelados que se distribuyen en los supermercados de la cadena, en todo el país.

La planta ha aumentado su producción, gracias a la adquisición de nueva maquinaria con mayor capacidad y tecnología de punta. Estas mejoras le han permitido ampliar su oferta a otros productos con mayor valor agregado y conseguir la certificación Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y el reconocimiento "Mucho Mejor AA".

CADENA DE VALOR

La empresa cuenta con 119 proveedores y el 70% de los insumos utilizados en los procesos productivos son nacionales.

La empresa mantiene programas de manejo de residuos reciclables y tratamiento de aguas residuales. Colabora con donaciones en seis fundaciones con.



EL PRIMER LOCAL TENÍA 116 M² Y FUNCIONÓ EN EL MULTICENTRO, EN QUITO. LA ACTUAL PLANTA CUENTA CON 3.356 M².



2017

- SE INCORPORARON ESTRATEGIAS EN MEDIOS DIGITALES PARA PROMOCIONES CON CLIENTES.
- SE OBTUVO RECONOCIMIENTO "MUCHO MEJOR AA" A LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS.



CIFRAS DE INTERÉS

	PANADERÍA (toneladas) 2.771
	PASTELERÍA SALADA (toneladas) 81
	PASTELERÍA DULCE (toneladas) 389
	GALLETERÍA (toneladas) 130
	PRODUCTOS VARIOS (toneladas) 347
	ÍTEMS 482
	COLABORADORES 151





www.tatoo.ws

TATOO 

Es una empresa de manufactura dedicada a la producción de ropa para deportes, actividades al aire libre, escalada y otras prendas de vestir, que provee a la cadena internacional Tatoo y a clientes institucionales. Creada en 1997, es parte de Corporación Favorita desde 2011.



LA EMPRESA INICIÓ CON LA PRODUCCIÓN DE CAMISETAS PARA PROMOCIÓN TURÍSTICA; AHORA CUENTA CON MÁS DE 1.300 ARTÍCULOS ESPECIALIZADOS.

La especialización en la producción de prendas para actividades al aire libre fue el primer paso para el crecimiento de la empresa, que ha consolidado un mercado de este tipo de productos no únicamente en el Ecuador, sino en Perú, Chile y Colombia, abasteciendo a la cadena comercial regional.

En los últimos años se han asumido nuevos retos como el diseño y confección de artículos deportivos para ciclismo y *running*. Dada la constante demanda de innovación del sector textil, ha incursionado en la sublimación e impresión de diseños.



DIVERSIFICACIÓN DEL NEGOCIO

Para aprovechar su capacidad instalada, la firma produce uniformes institucionales para empresas públicas y privadas y es un proveedor calificado del sistema de compras públicas. Esta apuesta requirió de estrategias de optimización de procesos con la utilización de nueva tecnología, maquinaria y constante capacitación al personal operativo.

GESTIÓN AMBIENTAL Y COMUNITARIA

Se trabaja en el marco de un plan de buenas prácticas ambientales, con proyectos de manejo de residuos y destrucción de desperdicios textiles.

La empresa ha desarrollado varios programas de apoyo para prácticas estudiantiles y de diseño especializado.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE PRODUCCIÓN	1.200 m ²
	PRENDAS CONFECCIONADAS	87.410
	NUEVOS PRODUCTOS EN PORTAFOLIO	100
	ÍTEMS	1.300
	NÚMERO DE TRANSACCIONES	981
	COLABORADORES	62



2017

- SE IMPLEMENTÓ LA MODALIDAD *OUTLET* PARA VENTAS DE PRODUCTOS DE TEMPORADAS PASADAS.
- CUENTA CON 225 PROVEEDORES Y EL 90% DE LAS COMPRAS QUE REALIZA SON LOCALES.

ENERMAX



La Central Calope, ubicada en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, es un proyecto emblemático del grupo empresarial. Es el primero en producir energía renovable para cubrir las necesidades derivadas de las actividades productivas de la empresa, además de conseguir una considerable reducción de emisión de CO² al ambiente.

Además, trabaja conjuntamente con los gobiernos descentralizados de La Maná y Pangua y con 13 comunidades del sector en proyectos de educación, infraestructura y apoyo al emprendimiento. Con visión a largo plazo, ha desarrollado programas de reforestación en el área de influencia del proyecto.

La central fue declarada como Mecanismo de Desarrollo Limpio (MDL) por las Naciones Unidas, en 2006. En 2013, recibió por primera vez la certificación de Punto Verde otorgada por el Ministerio del Ambiente, la cual se ha renovado en los últimos cinco años.

Proyecto hidroeléctrico privado, parte del Sistema Nacional Interconectado, ubicado en la provincia de Cotopaxi, que provee de energía limpia, autosustentable y de calidad con estrictas prácticas de protección ambiental y manejo comunitario. Inició sus operaciones en 2006.

CIFRAS DE INTERÉS

	POTENCIA (MW) 16,6
	KWH DE ENERGÍA PRODUCIDOS 93'277.210
	REDUCCIÓN DE TONELADAS DE CO ₂ 67.103
	COLABORADORES 57



DESDE DICIEMBRE DEL 2006, FECHA EN QUE SE INAUGURÓ, LA CENTRAL CALOPE NUNCA HA INTERRUMPIDO SUS OPERACIONES.



2017

LA CENTRAL CUENTA CON 60 PROVEEDORES Y EL 100% DE SUS COMPRAS FUERON REALIZADAS LOCALMENTE.

HIDROSANBARTOLO

La central hidroeléctrica, que se encuentra en el cantón Santiago de Méndez, triplicó la producción de energía en 2017 con relación a su año de arranque, así como multiplicó en 2,3 veces la reducción de CO², alcanzando el total de su potencial de generación.

Calificado como Mecanismo de Desarrollo Limpio (MDL), forma parte de la red de proyectos de generación de energía renovable en los que ha invertido Corporación Favorita, en concordancia con sus políticas de desarrollo sostenible y mitigación del cambio climático.

La empresa sufrió tres siniestros importantes durante 2014 y 2016, de los que se recuperó gracias a los planes de contingencia que maneja.

Central hidroeléctrica privada, que cuenta con la participación de Corporación Favorita. Es parte del Sistema Nacional Interconectado, está ubicada en la provincia de Morona Santiago y genera energía limpia con altos estándares de producción sustentable, gestión ambiental y responsabilidad social. Inició sus operaciones en 2015.



CIFRAS DE INTERÉS

	POTENCIA (MW) 49,9
	KWH DE ENERGÍA PRODUCIDOS 417'775.201
	REDUCCIÓN DE TONELADAS DE CO ₂ 231.071
	COLABORADORES 51

En la actualidad, la central cuenta con 150 proveedores y el 95% de sus compras las realiza en el país, dinamizando la economía local.

Mantiene un programa estructurado de trabajo conjunto con siete comunidades del área de influencia a las que apoya en educación, salud, desarrollo de emprendimientos productivos locales y obras de infraestructura. Trabaja además con instituciones académicas para la implementación de pasantías profesionales especializadas.



LA CONSTRUCCIÓN DEL PROYECTO SE INICIÓ EN 2013, CON EL APOYO DE LA CAF Y BID INVEST.



2017

SE COMPLETA EL 80% DE LA CARTERA EN MANOS DE ACCIONISTAS PRIVADOS.





ÁREA INMOBILIARIA

Mall El Jardín

Mall de Los Andes

Mall del Sol

Mall del Sur

Village Plaza

City Mall

Multiplaza

MALL
el jardín

Centro comercial, ubicado en el centro norte de Quito, corazón financiero y comercial de la ciudad. Inaugurado en 1995.

www.mallejardin.com.ec

[f @MalleElJardin](https://www.facebook.com/MalleElJardin)

[i mallejardin](https://www.instagram.com/mallejardin)



Desde el inicio de sus actividades, en la temporada navideña de 1995, el centro comercial ha desarrollado novedosas campañas comerciales y otras iniciativas de impacto social para lograr la fidelización de sus clientes.

Además de las actividades en las fechas importantes del año: Día del Padre, Día de la Madre y Navidad, en los últimos años se posicionó la campaña “*Black Friday*”, con la que inicia la temporada y que crece sostenidamente cada período, llegó a duplicar la afluencia de clientes en 2017.

El centro comercial se ha convertido en un espacio para el arte con exposiciones de fotografía, pintura, manualidades y más actividades como música y ajedrez.

Se ha convertido en un tradicional punto de recolección de materiales para reciclaje: botellas pet,

cartón, envases *Tetrapak* y papel. Este programa se desarrolla con el apoyo del Municipio de Quito y el Ministerio del Ambiente, en beneficio de la Fundación Hermano Miguel.



2017

- LA CAMPAÑA NAVIDEÑA “SANTA ATRAPA MIS SUEÑOS” SUPERÓ EN UN 70% EL CANJE DE CUPONES, COMPARADO CON 2016.

- SE ALBERGARON FERIAS DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS DE EMPRENDEDORES Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN 76.598 m²
	NÚMERO DE LOCALES 165
	NÚMERO DE ISLAS 26
	INSTITUCIONES FINANCIERAS 5
	RESTAURANTES Y CAFETERÍA 8
	PARQUEADEROS 1.000
	VISITAS ANUALES 7'240.000



EL MALL FUE EL PRIMERO EN QUITO EN UTILIZAR EL MODELO DE CONCESIONES PARA ALMACENES.

SERVICIOS

- ✓ ESCALERAS ELÉCTRICAS
- ✓ RAMPAS PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD
- ✓ ASCENSORES
- ✓ SERVICIOS WI-FI
- ✓ CAJEROS AUTOMÁTICOS
- ✓ PATIO DE COMIDAS





[f malldelosandes](#)
[@malldelosandes](#)
[mallandesec](#)



Centro comercial más completo de Ambato, en donde se puede encontrar oferta de productos y servicios para todas las necesidades: moda, accesorios, hogar, tecnología, así como almacenes especializados, gastronomía y entretenimiento. Se inauguró en 2005.

Entretenimiento, oferta de productos, marcas y novedades es lo que el público de este centro comercial está acostumbrado a encontrar. Pionero en la ciudad en la apertura de un lugar donde se pueden encontrar tanto alimentos como productos especializados en grandes tiendas y entretenimiento para la familia.

Desde 2005 que abrió sus puertas, ha duplicado el número de clientes anuales de 204 mil a 480 mil, y de vehículos que registran su entrada, de 68 mil a 134 mil.

NUEVA OFERTA

En 2015 el mall creció y se remodeló con la inclusión de nuevas tiendas ancla como Todohogar y la ampliación de las salas de cine, duplicando su capacidad.

SERVICIOS

- ✓ ESCALERAS ELÉCTRICAS
- ✓ RAMPAS PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD
- ✓ ASCENSORES
- ✓ SERVICIOS WI-FI
- ✓ CAJEROS AUTOMÁTICOS
- ✓ PATIO DE COMIDAS



2017

- LAS CAMPAÑAS MÁS IMPORTANTES DEL AÑO LOGRARON EL CANJE DE MÁS DE 145 MIL CUPONES PARA SORTEOS Y ENTREGA DE PREMIOS.
- LA PROMOCIÓN MÁS EXITOSA DEL AÑO FUE “FELIZ NUEVA NAVIDAD”. EN LA QUE SE ENTREGÓ UN VEHÍCULO.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN 61.692 m²
	NÚMERO DE LOCALES 105
	NÚMERO DE ISLAS 25
	INSTITUCIONES FINANCIERAS 4
	RESTAURANTES Y CAFETERÍA 18
	PARQUEADEROS 1.000
	VISITAS ANUALES 5'700.000

En 2017 se incorporó a la oferta Mr. Joy, centro de entretenimiento infantil, que ha tenido gran acogida del público.

APOYO A EMPRENDEDORES

Existen espacios destinados a emprendedores, donde pueden dar a conocer sus productos y servicios, como apoyo al desarrollo de otros sectores comerciales y productivos.



EL MALL PERMITIÓ AL PÚBLICO DE AMBATO ACCEDER A LOCALES Y MARCAS, QUE ÚNICAMENTE PODÍAN ENCONTRARSE EN QUITO Y GUAYAQUIL.





Centro comercial ubicado en la zona financiera y hotelera de Guayaquil, a pocos minutos del aeropuerto internacional José Joaquín de Olmedo. Cuenta con una amplia y variada oferta de negocios, marcas y franquicias nacionales e internacionales. Corporación Favorita tiene una participación accionaria minoritaria en este centro comercial. Inaugurado en 1997.

A lo largo de los años el centro comercial se ha posicionado como pionero en campañas y aperturas de novedosos negocios, por lo que cuenta con la fidelidad de miles de clientes que lo visitan usualmente. Estas visitas se multiplican en fechas y temporadas importantes, apoyadas por promociones y campañas.

Ha experimentado tres remodelaciones importantes desde su apertura. En 2013 el patio de comidas se amplió con infraestructura con capacidad de atención para 10 mil personas al día.

CAMPAÑAS Y PROMOCIONES

Hace cinco años se implementó la campaña “Al Que Madruga Mall del Sol lo ayuda”, en la que los clientes pueden realizar sus compras con grandes descuentos un día domingo desde las 7h00. Esta iniciativa ha logrado mantenerse con éxito en el transcurso de los años.

www.malldelsol.com.ec

- malldelsol
- @malldelsol_ec
- malldelsol_ec



CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN	160.000 m²
	NÚMERO DE LOCALES	201
	NÚMERO DE ISLAS	95
	INSTITUCIONES FINANCIERAS	5
	RESTAURANTES Y CAFETERÍA	35
	PARQUEADEROS	1.800
	VISITAS ANUALES	19'800.000



LA CONSTRUCCIÓN DE TORRES DEL MALL LOGRÓ TRANSFORMAR EL CENTRO COMERCIAL EN UN CENTRO INTEGRAL DE NEGOCIOS, CON OFICINAS Y SALONES DE EVENTOS.



2017

LAS REDES SOCIALES FACEBOOK, TWITTER E INSTAGRAM REBASARON EL MILLÓN DE SEGUIDORES.



Centro Comercial ubicado en el sur de Guayaquil, considerado uno de los más concurridos de la ciudad. Cuenta con una amplia oferta de locales comerciales, restaurantes y espacios de entretenimiento para toda la familia. Abrió sus puertas en 2004.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN 63.000 m²
	NÚMERO DE LOCALES 138
	NÚMERO DE ISLAS 38
	INSTITUCIONES FINANCIERAS 8
	RESTAURANTES Y CAFETERÍA 25
	PARQUEADEROS 800
	VISITAS ANUALES 16'200.000



2017

LAS REDES SOCIALES FACEBOOK, INSTAGRAM Y TWITTER CUENTAN CON MÁS DE 320 MIL SEGUIDORES.



LA CAMPAÑA "ELIGE LAS 7 MARAVILLAS DE GUAYAQUIL" OBTUVO EL RECONOCIMIENTO DE MARKETING DEL INTERNATIONAL COUNCIL SHOPPING CENTER.

El centro comercial que abrió sus puertas con importantes almacenes ancla, ha consolidado su oferta de productos y servicios, a través de la incorporación de nuevas marcas y cadenas, así como el desarrollo de campañas en temporadas tradicionales del año como entrada a clases, Día del Padre y Día de la Madre.

En los últimos años estas promociones han tenido crecimientos de alto impacto, al llegar a duplicar las ventas de períodos anteriores.

La estrategia comercial se ha fortalecido gracias a la presencia activa en redes sociales y medios alternativos, que permiten crecer y diversificar los clientes, quienes buscan interacción con las marcas.

En 2014 el centro comercial se remodeló, y abrió sus puertas a un nuevo portafolio.



www.malldelsur.com

- malldelsur
- @malldelsur
- malldelsur



www.villageplaza.com.ec

villageplaza

@village_plaza

villageplaza

Centro comercial ubicado en la vía La Puntilla-Samborondón, en las afueras de la ciudad de Guayaquil. Cuenta con locales comerciales, restaurantes y actividades de entretenimiento familiar. Se inauguró en 2010.

El centro comercial se ha convertido en un lugar de encuentro para clientes y comunidad. La variada oferta de almacenes y lugares de entretenimiento, se han conjugado con creativas promociones y otros eventos, ferias y talleres para distintos públicos.

Desde hace cinco años se replica con gran acogida "Village Market", una feria de emprendimiento que convoca a artesanos y emprendedores locales, que cada año alcanzan mayor importancia; en 2017 reunió a 90 expositores en cuatro ediciones.

En conjunto con concesionarios y marcas aliadas, se realizan talleres de diferentes temas de interés como educación, salud, belleza y alimentación. Las obras de teatro que auspicia el centro comercial son parte de la tradición navideña de la zona. Se han presentado obras como "Scrooge", "Peter Pan", "El Mago de Oz", "Pinocho", entre otras.



LOS CONCIERTOS ANUALES DE ARTISTAS INTERNACIONALES EXCLUSIVOS SON UNA TRADICIÓN ENTRE LOS CLIENTES DEL CENTRO COMERCIAL.



2017

LA OBRA DE TEATRO "CENICIENTA", CON CANJE DE BOLETOS POR FACTURAS, CONVOCÓ A MÁS DE 8.500 PERSONAS EN NUEVE FUNCIONES.

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN 40.000 m²
	NÚMERO DE LOCALES 82
	NÚMERO DE ISLAS 13
	INSTITUCIONES FINANCIERAS 2
	RESTAURANTES Y CAFETERÍA 20
	PARQUEADEROS 600
	VISITAS ANUALES 7' 200.000



Centro comercial ubicado en el norte de Guayaquil, sector de infraestructura inmobiliaria y de proyectos empresariales en desarrollo. Inaugurado en 2011.



www.citymall.com.ec

[f citymall.ec](https://www.facebook.com/citymall.ec)

[@CityMall_Gye](https://twitter.com/CityMall_Gye)

[i citymall_gye](https://www.instagram.com/citymall_gye)

CIFRAS DE INTERÉS

	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN 80.000 m²
	NÚMERO DE LOCALES 125
	NÚMERO DE ISLAS 46
	INSTITUCIONES FINANCIERAS 5
	RESTAURANTES Y CAFETERÍA 27
	PARQUEADEROS 1.000
	VISITAS ANUALES 15´120.000

La innovación es una herramienta fundamental en el desarrollo de la estrategia de negocio de este centro comercial, lo que le ha permitido ser el pionero en varios hitos reconocidos por clientes y opinión pública como el *Black Friday*, atracciones novedosas como “Alaska Nieve” y la consolidación de una amplia base de más de 300 mil seguidores en redes sociales.

Las creativas campañas temáticas y las que se desarrollan en tradicionales temporadas de compras han conseguido crecimientos de hasta el 350% año a año.

El emprendimiento también ha encontrado un espacio en ferias como “City Bazaar”, que se realiza entre cuatro y cinco veces al año y otras como “Isla Manabí”, “Feria Ruta Artesanal”, “Yo reactivo Manabí” y “Mi tienda Ecuador”, desarrolladas con el apoyo de organizaciones públicas y privadas.



FUE EL PRIMER CENTRO COMERCIAL EN INCORPORAR LA CAMPAÑA *BLACK FRIDAY* AL CALENDARIO DE OFERTAS, INVOLUCRANDO AL 95% DE LOS CONCESIONARIOS.



2017

LA CAMPAÑA CITY BINGO CRECIÓ EN 50% CON RELACIÓN AL 2016. SE ENTREGARON US\$ 25 MIL EN PREMIOS.



Cadena de centros comerciales de mediano tamaño con ubicaciones estratégicas en las ciudades más importantes del país; cuentan con oferta comercial y de servicios para toda la familia. Se inauguraron: La Pradera en 2005; Miraflores en 2005; Esmeraldas en 2009; Portoviejo en 2010; Tungurahua y Riobamba en 2013.



www.multiplaza.com.ec

- MultiplazaECU
- @Multiplaza EC
- @multiplazaec

MULTIPLAZA ESMERALDAS

	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN	24.989 m²
	NÚMERO DE LOCALES	25
	NÚMERO DE ISLAS	9
	PARQUEADEROS	280
	VISITAS ANUALES	1'042.045
	APERTURAS 2017	CNT

MULTIPLAZA PORTOVIEJO

	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN	20.659 m²
	NÚMERO DE LOCALES	16
	NÚMERO DE ISLAS	5
	PARQUEADEROS	305
	VISITAS ANUALES	1'042.045
	APERTURAS 2017	-

MULTIPLAZA TUNGURAHUA

	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN 15.705 m²
	NÚMERO DE LOCALES 9
	NÚMERO DE ISLAS 5
	PARQUEADEROS 282
	VISITAS ANUALES 2'350.000
	APERTURAS 2017 -

MULTIPLAZA RIOBAMBA

	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN 25.000 m²
	NÚMERO DE LOCALES 12
	NÚMERO DE ISLAS 10
	PARQUEADEROS 450
	VISITAS ANUALES 1'200.000
	APERTURAS 2017 LOTERÍA NACIONAL, DONUT EXPRESS Y PERFUMES EUROPEOS



2017

LAS PRINCIPALES CAMPAÑAS DEL AÑO FUERON: "CARNAVAL 2017", "LA MOCHILA MÁGICA", "LA PLAYA LLEGÓ A MULTIPLAZA" Y "CELEBREMOS NUESTRA NAVIDAD".

MULTIPLAZA MIRAFLORES – CUENCA

	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN 18.970 m²
	NÚMERO DE LOCALES 27
	NÚMERO DE ISLAS 17
	PARQUEADEROS 262
	VISITAS ANUALES 1'790.000
	APERTURAS 2017 TAMI NAILS Y STREET DOGS

MULTIPLAZA LA PRADERA – LOJA

	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN 15.000 m²
	NÚMERO DE LOCALES 25
	NÚMERO DE ISLAS 8
	PARQUEADEROS 238
	VISITAS ANUALES 1'457.338
	APERTURAS 2017 -





VALOR COMPARTIDO

Valor Compartido

Agenda 2030

Colaboradores

Proveedores

Clientes

Ambiente

Comunidad

VALOR COMPARTIDO

Corporación Favorita y sus filiales son actores relevantes en la sociedad ecuatoriana y, por lo tanto, sus actividades tienen un impacto positivo en cada grupo de interés, con el que se relacionan.

Como parte de su filosofía empresarial y en la práctica responsable de los negocios, las empresas que conforman el grupo enmarcan sus actividades en la

oportunidad de generar, no únicamente rentabilidad, sino Valor Compartido, entendiéndose como la creación de oportunidades de bienestar y progreso, con la sociedad que las acoge.

Con la práctica diaria de la filosofía de Valor Compartido, Corporación Favorita se une al desafío de la humanidad entera de contribuir cada uno, desde su ámbito de acción, con la Agenda 2030.

1 

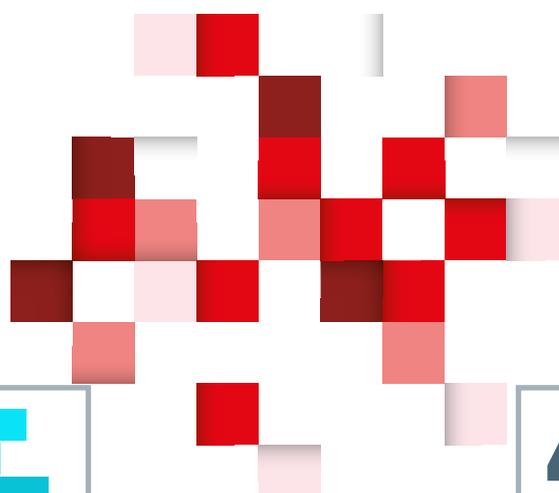
Estricto cumplimiento de la ley

2 

Desarrollo de un negocio rentable y sostenible a largo plazo

7 

Gestión de oportunidades conjuntas con proveedores y clientes



3 

Protección del entorno natural y sus recursos

6 

Generación de crecimiento y desarrollo de colaboradores

5 

Compromiso con las futuras generaciones

4 

Desempeño responsable de cada ámbito de la gestión interna

CORPORACIÓN FAVORITA Y LA AGENDA 2030

Corporación Favorita ha asumido el reto de aportar al cumplimiento de la Agenda 2030, a través de estrategias, planes y actividades de Valor Compartido, que se alinean a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y se enmarcan en su misión institucional de mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos.

Se trata de un trabajo conjunto y responsable con proveedores, accionistas, colaboradores, clientes y la comunidad, de acuerdo a la naturaleza de sus actividades, y con quienes se comparte la visión de un futuro mejor para ésta y las nuevas generaciones.

Desde sus inicios, hace 65 años, en concordancia con su filosofía corporativa, la empresa decidió adoptar al Desarrollo Sostenible como camino y a la construcción de resiliencia como herramienta imprescindible para trajararlo. Ahora, suma a la Agenda 2030 y los ODS, adoptándolos como un marco claro y necesario para recorrer este camino.

Así, la empresa orgullosa de su historia de emprendimiento, visión y fortaleza, le apuesta al futuro con optimismo, responsabilidad y compromiso.



En este primer reporte, en que se incluye a la Agenda 2030, se plantea una alineación general a los ODS, con un importante camino recorrido con las acciones desarrolladas hasta la actualidad.

Los retos para los próximos años son muchos e importantes. Se busca conocer cada vez de forma más exacta, a través de herramientas técnicas, el porcentaje de avance e impacto de las actividades productivas y de Valor Compartido en estos objetivos globales; y, con esta información, adaptar, enfocar y priorizar las estrategias y prácticas para aportar de manera amplia y eficaz a la consecución de los objetivos nacionales, regionales y mundiales.

“NO DEJAR A NADIE ATRÁS”

Ecuador y el resto de los 192 países miembros de las Naciones Unidas se comprometieron, en 2015, a cumplir con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Esta Agenda es la más ambiciosa jamás adoptada por el mundo. Define una hoja de ruta integral de pasos a seguir en temas económicos, sociales y ambientales.

Su principal lema es no dejar a nadie atrás; los beneficios del desarrollo deberán ser para todas las naciones y personas.

Esta Agenda es también la más participativa de la historia de las Naciones Unidas; más de 10 millones de personas contribuyeron a su construcción, durante tres años.



La empresa privada tiene un rol fundamental en el cumplimiento de este desafío global, que no es una mera declaración internacional, ya que toca la vida diaria de las personas, y de su implementación depende la supervivencia de la humanidad en el planeta.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



COLABORADORES



1 Trabajo inclusivo con oportunidades de crecimiento y desarrollo



2 Sistema de comunicación interna, que consolida una red de difusión directa y efectiva



3 Bienestar y calidad de vida



4 Cultura de intra-emprendimiento e innovación

CONTRIBUYE CON:



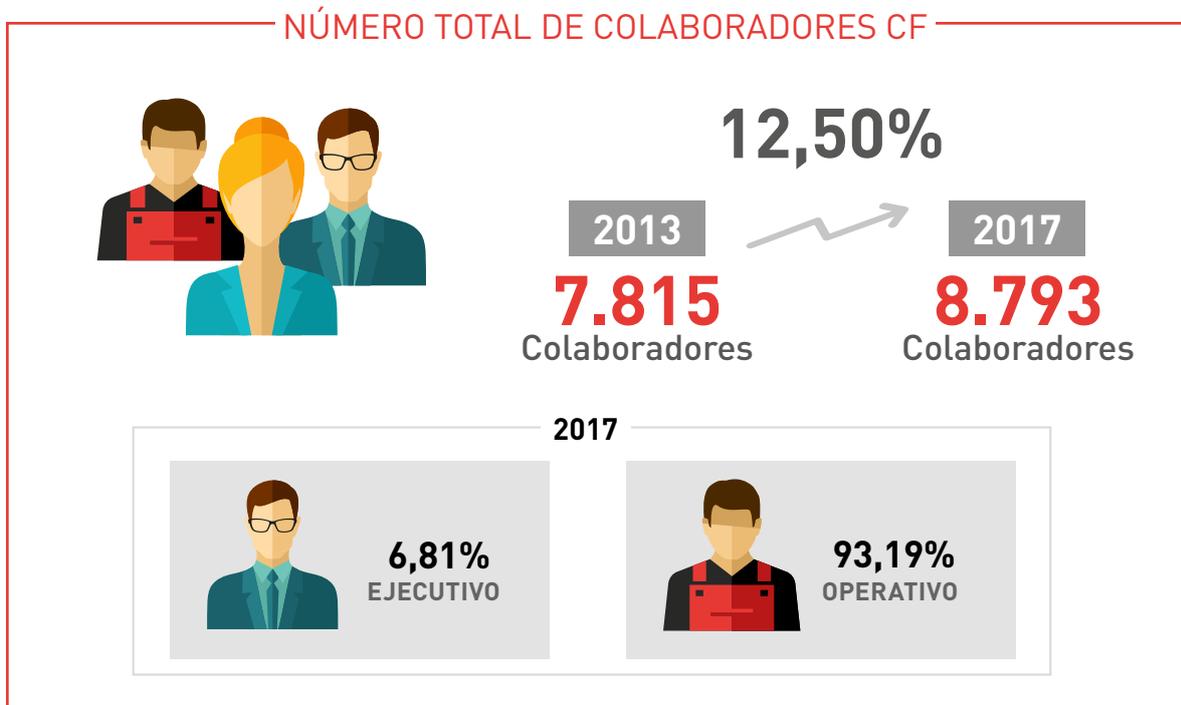
COMPROMISOS FUTUROS:

- Asegurar las oportunidades de crecimiento y desarrollo de todos los colaboradores dentro de Corporación Favorita, con énfasis en mujeres y jóvenes.
- Incrementar el porcentaje de mujeres en cargos de toma de decisión o liderazgo.
- Incentivar procesos internos de innovación, a través de la promoción de ideas.
- Desarrollar programas de prevención, seguridad y prácticas saludables.

1. TRABAJO INCLUSIVO CON OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO

Corporación Favorita es una de las empresas que más empleo genera en el país. Al cierre de 2017 contó con 8.793 colaboradores directos, 12,50% más que en 2013 en niveles ejecutivo y operativo.

A este número se suman 2.962 empleos directos, generados por las empresas filiales comerciales e industriales. Para asegurar el bienestar y la calidad de vida de sus colaboradores, promueve políticas y prácticas de inclusión laboral e igualdad de oportunidades, programas de desarrollo profesional y posibilidad de crecimiento conjunto.





FILIALES: COLABORADORES

EMPRESA	COLABORADORES		
	Total 2017	Ejecutivo %	Operativo %
SUKASA	168	8%	92%
TODOHOGAR	145	19%	81%
SUKOCINA	7	29%	71%
COMOHOGAR ADMINISTRACIÓN Y BODEGA	136	18%	82%
SALÓN DE NAVIDAD	51	25%	75%
MAXITEC	59	5%	95%
TVENTAS	289	7%	93%
TATOO	117	1%	99%
AUTOMAX	13	3%	97%
KYWI-MEGAKYWI	1.030	5%	95%
MR.BOOKS-LIBRIMUNDI	112	6%	94%
BEBEMUNDO	172	6%	94%
TRAVEL STORES	42	5%	95%
MAXIPAN	151	3%	97%
AGROPESA	104	2%	98%
POFASA	240	3%	97%
ENERMAX	57	10%	90%
HIDRO SAN BARTOLO	51	2%	98%
FÁBRICA TATOO	60	3%	97%
TOTAL COLABORADORES	3.004		



Nuestras Metas

Más venta
Más margen
Menos gasto
Menos merma

**ACTITUD
FAVORITA
4 S's**

Sonrisa
Saludo
Servicio
Solución

**Agrega las
4 C's
a tu día**

Compromiso
Control
Caducidad
Cenefas

DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

La igualdad de oportunidades y la no discriminación son ejes transversales de la política laboral de Corporación Favorita. Con esta premisa, el camino se recorre día a día para incorporarlos en la práctica cotidiana de las actividades y alcanzar metas, tanto cuantitativas como cualitativas.

PRINCIPIOS DE EQUIDAD DE GÉNERO*

1. Promover la igualdad de género.
2. Tratar equitativamente a hombres y mujeres, respetar y defender los derechos humanos y promover la inclusión.
3. Velar por la salud, seguridad y bienestar de todos los colaboradores.
4. Promover el desarrollo profesional de las mujeres.
5. Evaluar y difundir los progresos realizados a favor de la igualdad de género.
6. Promover la participación de las mujeres emprendedoras, como proveedoras de productos y servicios.
7. Llevar a cabo prácticas de desarrollo empresarial a favor del empoderamiento de las mujeres.

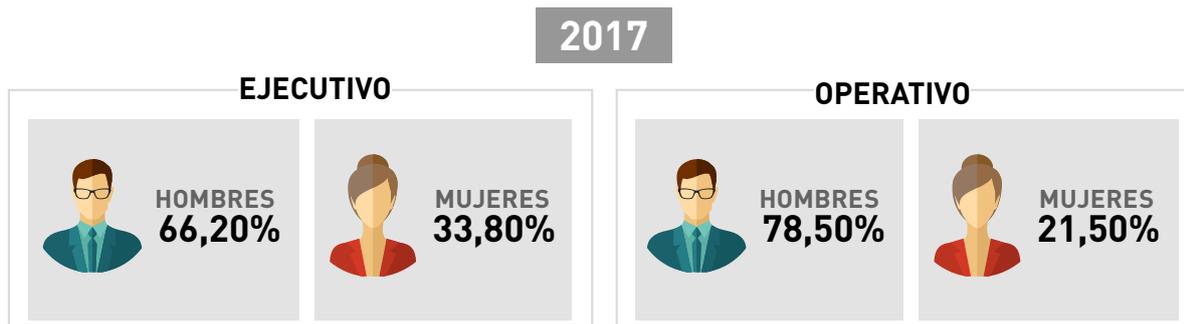


* Se alinean a los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres promulgados por ONU Mujeres.

CORPORACIÓN FAVORITA: PARTICIPACIÓN DE GÉNERO



PARTICIPACIÓN DE GÉNERO POR NIVEL





FILIALES: PARTICIPACIÓN POR GÉNERO

EMPRESA	Hombres %	Mujeres %
SUKASA	52%	48%
TODOHOGAR	51%	49%
SUKOCINA	43%	57%
COMOHOGAR ADMINISTRACIÓN Y BODEGA	68%	32%
SALÓN DE NAVIDAD	37%	63%
MAXITEC	71%	29%
TVENTAS	75%	25%
TATOO	58%	42%
AUTOMAX	92%	8%
KYWI-MEGAKYWI	89%	11%
MR.BOOKS-LIBRIMUNDI	55%	45%
BEBEMUNDO	52%	48%
TRAVEL STORES	33%	67%
MAXIPAN	82%	18%
AGROPESA	94%	6%
POFASA	75%	25%
ENERMAX	80%	20%
HIDRO SAN BARTOLO	90%	10%
FÁBRICA TATOO	21%	79%

LACTARIOS



Para promover el bienestar y apoyar a las colaboradoras, en período de

lactancia, se instaló un lactario en las oficinas centrales, por ser el lugar de mayor concentración femenina. Se prevé la instalación de otras facilidades en diferentes centros de operación.

CAMPAÑA



Se apoyó la campaña Únete para poner fin a la Violencia contra las Mujeres.

En honor a la causa y para sensibilizar al público, se entregaron fundas naranjas en todos los locales de Supermaxi y Megamaxi en el país.

TRABAJO JUVENIL

Como parte de la filosofía corporativa, siempre se ha fomentado la contratación de colaboradores en los inicios de su vida laboral, con el fin de abrir oportunidades de ingreso al mercado formal de empleo, además de la posibilidad de realizar una carrera interna en la empresa.

Esta política aporta a mejorar la competitividad en el mediano y largo plazo y permite que los nuevos colabo-

radores adopten la cultura empresarial, desde edades tempranas. Además, nutre a la empresa con jóvenes dinámicos y comprometidos y con ideas nuevas.

El porcentaje de colaboradores entre 18 y 29 años se ha incrementado consistentemente en los últimos años, alcanzando el 49,10% en 2017.

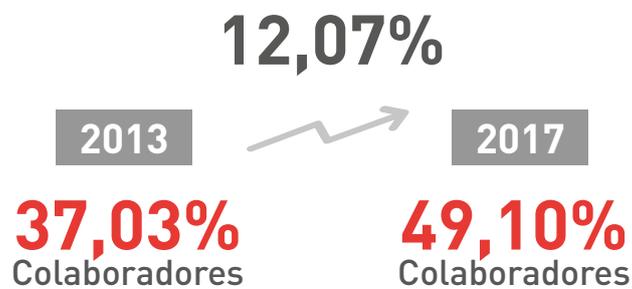


PRÁCTICAS DE FOMENTO DE TRABAJO JUVENIL

- Oferta de empleo formal, salario justo y beneficios de ley.
- Flexibilidad de turnos y horarios de trabajo, que permiten estudios u otras actividades.
- Oportunidades de carrera.
- Fomento de empleo en ciudades pequeñas y provincias, para evitar la migración.
- Espacio para aportar con ideas a programas de innovación e intra-empresarial.



PORCENTAJE DE COLABORADORES ENTRE 18-29 AÑOS



INCLUSIÓN LABORAL

Se promueve la inclusión laboral, a través de la contratación de personas con discapacidad. Al cierre de 2017, un total de 315 personas con discapacidad trabajaron en Corporación Favorita y 118 en las empresas filiales.



FILIALES: TRABAJO JUVENIL

EMPRESA	TRABAJADORES DE 18-29 AÑOS (PORCENTAJE) 2017
SUKASA	17,25%
TODOHOGAR	17,20%
SUKOCINA	71%
COMOHOGAR ADMINISTRACIÓN Y BODEGA	6%
SALÓN DE NAVIDAD	80%
MAXITEC	25%
TVENTAS	16%
TATOO	74%
AUTOMAX	30%
KYWI-MEGAKYWI	35%
MR.BOOKS-LIBRIMUNDI	34%
BEBEMUNDO	41%
TRAVEL STORES	90%
MAXIPAN	36%
AGROPESA	33%
POFASA	30%
ENERMAX	50%
HIDRO SAN BARTOLO	30%
FÁBRICA TATOO	11%



PASANTÍAS



Existen convenios de pasantías con universidades e institutos educativos.

2. SISTEMA DE COMUNICACIÓN INTERNA QUE CONSOLIDA UNA RED DE DIFUSIÓN DIRECTA Y EFECTIVA

La comunicación interna se concibe como un sistema integrado con las distintas áreas de la empresa. Es la herramienta más importante para construir cultura e identidad corporativa.

Esta comunicación se maneja de forma bi-direccional, es decir del área al colaborador y del colaborador al área,

abriendo un espacio de intercambio de información y opiniones, además de directrices.

Los colaboradores conocen y utilizan las herramientas y aprovechan los medios de comunicación, que tienen un alto potencial. En los últimos dos años, el número de usuarios se ha incrementado.

COMUNICACIÓN INTERNA: HERRAMIENTA ESTRATÉGICA

- Es un sistema de difusión directo y efectivo.
- Difunde información de interés y utilidad.
- Unifica la imagen, estilo y contenidos que transmite la empresa a sus colaboradores.
- Funciona como un servicio transversal a las diferentes áreas de la empresa.
- Convoca a los colaboradores alrededor de temas de interés común.



MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

MI PORTAL FAVORITO



2016
8.128
Usuarios

2017
8.617
Usuarios

Intranet corporativa de dominio propio, por la cual los colaboradores pueden acceder a toda la información de la empresa, espacios lúdicos, fotografías.

CARTELERAS DIGITALES INTERNAS



2016
27
Puntos

3.835
Destinatarios

2017
42
Puntos

5.009
Destinatarios

Espacio virtual, donde se despliegan contenidos de interés general e información de la empresa.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

CARTELERA FÍSICA



2016
173
Carteleras
8.128
Usuarios

2017
177
Carteleras
8.617
Usuarios

Espacio virtual, en el que se despliegan contenidos de interés general e información de la empresa.

MAILING



2016
776
Destinatarios

2017
8.617
Destinatarios

Correo directo a las direcciones electrónicas institucionales de los colaboradores.

CORREO ELECTRÓNICO/ SISTEMA FLUX



2016
776
Destinatarios

2017
Flux:
17.250
Destinatarios
Correo:
455
Destinatarios

Comunicaciones de procesos, promociones y otros lineamientos a locales. Usuarios internos y externos.

CULTURA COLABORATIVA



La comunicación interna busca motivar y comprometer, creando una cultura colaborativa. En el futuro se incorporarán más herramientas tecnológicas.

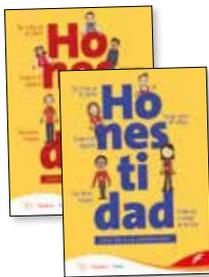
CAMPAÑAS INTERNAS



YO, NOSOTROS, TODOS
YO: Crecimiento personal, te motiva a ser una mejor persona y profesional.
NOSOTROS: Trabajo en equipo, procesos internos de la empresa.
TODOS: Bienestar y respeto a la comunidad, clientes y medio ambiente.



MI MOTIVACIÓN FAVORITA
 Espacio para colocar fotografías o imágenes que les motiven en su vida personal, profesional o familiar (viajes, estudios, familia, hijos).



CAMPAÑA HONESTIDAD
 Campaña de fomento de la honestidad, como uno de los valores y principios fundamentales en el ámbito laboral y personal.



CUPONERAS Y BENÉFICO QUINCENAL
 Beneficios exclusivos a colaboradores con cupones de descuento.



CONCURSO TARJETAS NAVIDEÑAS
 Actividad lúdica en familia, destinada a los hijos de los colaboradores.



CONCURSO MI RECETA FAVORITA
 Concurso de cocina en familia, en distintas categorías.



MI VISITA FAVORITA
 Hijos conocen el lugar de trabajo de papá o mamá.



BENEFICIOS CUPÓN TIEMPO FUERA
 Cupón especial de tiempo libre, en horario laboral, para actividades personales.

PLAN FÁCIL SER ACCIONISTA



Todos los años se realiza una campaña que incentiva a los colaboradores a convertirse en accionistas. El proceso es rápido y sencillo, a través de "Mi Portal Favorito".

3. BIENESTAR Y CALIDAD DE VIDA

Los miles de colaboradores que hacen Corporación Favorita encuentran oportunidades de desarrollo, formación y prácticas que fomentan su bienestar y calidad de vida.

SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

La empresa cuenta con un sistema de gestión para la medición, prevención y control de riesgos, accidentes y enfermedades ocupacionales, con lo que se propone crear una cultura de resiliencia.

EN CIFRAS 2017

- Capacitación en prevención de riesgos, evacuación y rescate y primeros auxilios: 3021 horas.
- Se cuenta con 151 brigadas de prevención de incendios.
- Se realizaron 294 simulacros en cada uno de los locales, Centro de Distribución y oficinas.
- Se dictaron 1.740 charlas de temas de Seguridad y Salud Ocupacional.



FORMACIÓN INTEGRAL Y CONTINUA

La política de formación busca generar oportunidades y el continuo e integral desarrollo de los colaboradores.

La conceptualización e implementación de un programa sistemático y permanente ha permitido aumentar los niveles de satisfacción, compromiso, motivación, además de fomentar la creatividad e innovación.



Un total de 22.628 personas fueron capacitadas en 2017.

CAPACITACIÓN: TALLERES

TALLERES	COLABORADORES CAPACITADOS	EVENTOS
INDUCCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE	1.495	77
IDENTIFICACIÓN DE BILLETES	1.093	58
COMUNICACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO	99	4
PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA	279	15
AJUSTADORES	45	3
CULTURA FINANCIERA	138	8
COACHING TEXTIL	13	1
LIDERAZGO (Dr. Castelblanco)	218	11
LIDERAZGO YPD	341	16
5 PUERTAS	41	2
TRABAJO EN EQUIPO	129	4
MANEJO DE PROYECTOS	20	1
VENTAS Y NEGOCIOS	105	6
FORMACIÓN DE INSTRUCTORES	102	4
SERVIMAX VENTA DE SEGUROS	352	28
MODULACIÓN DE VOZ	19	2
LÍDERES CD	97	4
BOOT CAMP	22	2
CAJEROS SECCIONES	74	9
SISPE	29	1
TEAM WORK TTHH	52	1
INNOVACIÓN	566	4
MEJORA CONTÍNUA	120	4
	5.449	265



CAPACITACIÓN: CHARLAS

CHARLA	COLABORADORES CAPACITADOS	EVENTOS
SISTEMA FLUX	800	40
CNE	56	3
AUDIO Y VIDEO	186	13
MAX	349	19
ESCOLARES	59	5
PRODUCTO DE SEGUROS (SERVIMAX)	469	11
ARCSA BPM	32	2
PLAN DE SEGURIDAD	117	3
CREDIAKÍ	367	22
LEY DE ETIQUETADO	191	7
EQUIDAD DE GÉNERO	29	1
ORIENTACIÓN FAMILIAR	130	4
AGROCALIDAD	19	1
CASA NUEVA	297	8
SERVICIO EN PERCHA	115	6
CHARLAS BIMENSUALES	7.398	6
	10.614	151

PROGRAMAS ESPECIALES DE FORMACIÓN 2017

- Escuela de Formación de Ejecutivos / Fortalecimiento de Competencias
- Herramientas de Liderazgo
- Inducción a Corporación Favorita
- E-Favorita: plataforma virtual





FILIALES: CAPACITACIÓN

EMPRESA	FORMACIÓN: CAPACITACIONES			
	2016	2017		
	Personas Capacitadas	Horas Capacitación	Personas Capacitadas	Horas Capacitación
SUKASA	172	2.783	59	2.178
TODOHOGAR	139	5.126	140	4.157
SUKOCINA	9	199	7	50
COMOHOGAR ADMINISTRACIÓN Y BODEGA	79	315	120	201
SALÓN DE NAVIDAD			51	2.100
MAXITEC	51	3.672	44	1.507
TVENTAS	140	560	250	75
TATOO	64	192	104	350
AUTOMAX	8	20		
KYWI-MEGAKYWI	650	2.000	800	5.000
MR.BOOKS-LIBRIMUNDI	110	2.701	112	1.068
BEBEMUNDO	164	1.312	172	1.443
TRAVEL STORES	32	1.555	33	4.032
MAXIPAN	134	137	147	150
AGROPESA	104	10.400	106	6.616
POFASA	232	1.200	240	5.680
ENERMAX	25	750	20	520
HIDRO SAN BARTOLO			40	1.000
FÁBRICA TATOO	57	100	57	60
TOTAL COLABORADORES	2.994	33.022	2.502	36.187

VIDA ACTIVA Y SALUDABLE



En los centros de operación se promueve la alimentación saludable y balanceada, además de la actividad física. En las oficinas centrales de Quito existe un sendero ecológico para los colaboradores.

RECONOCIMIENTO 2017

El compromiso y arduo trabajo de los colaboradores es reconocido en varios eventos a lo largo del año.



BENEFICIOS PARA LOS COLABORADORES

Los colaboradores de Corporación Favorita tienen acceso a múltiples beneficios laborales y personales.



BENEFICIOS COMPARTIDOS CON FILIALES



- Cuponeras especiales en fechas específicas del año
- Cupo de temporada navideña y escolar
- Promociones exclusivas en productos de marca propia

4. CULTURA DE INTRA-EMPREDIMIENTO E INNOVACIÓN

Corporación Favorita es pionera en programas de innovación e intra-emprendimiento en el Ecuador.

En 2014 nació el programa Favorita Innova, con el objetivo de fomentar la cultura de innovación dentro de la organización.

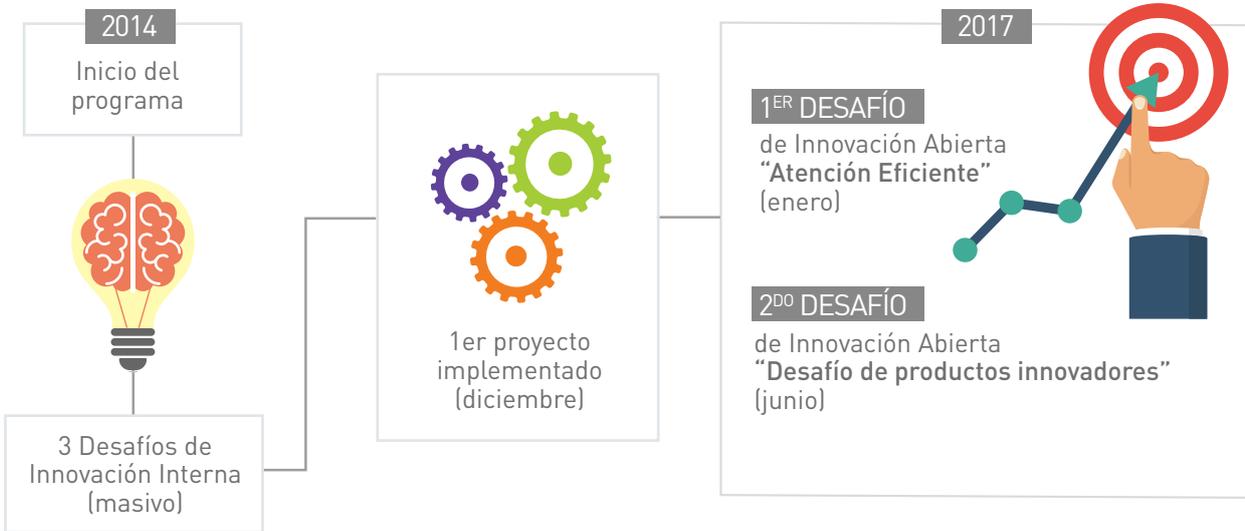


La iniciativa permite optimizar recursos humanos, económicos y tecnológicos, además de transformar en oportunidades problemas que se identifican dentro de las actividades de la empresa. Para implementar el programa se reclutó a los colaboradores con perfil de intra-emprendedores.



La base para el desarrollo del programa es la identificación de problemas o dificultades y la convocatoria a desafíos para solucionarlos. El programa ha logrado implementar una metodología propia y consolidar un equipo de alrededor de 100 intra-emprendedores formados.

EN CIFRAS



RESULTADOS



INNOVATION DAY



El primer *Innovation Day* CF se realizó en septiembre 2017. Participaron más de 300 personas, quienes trabajaron simultáneamente en la identificación de problemas y la construcción de soluciones, en un taller con metodología probada.

PROVEEDORES



1

Incremento y diversificación de proveedores

ESLABÓN FUNDAMENTAL EN LA CADENA DE VALOR

El liderazgo de Corporación Favorita y sus filiales tiene su sustento en el trabajo diario y comprometido de miles de colaboradores en actividades operativas, administrativas y ejecutivas. El talento humano es una prioridad para la empresa, por ello busca constantemente formas de asegurar su desarrollo profesional y personal, así como el bienestar colectivo, a través de una serie de políticas y prácticas.

2

Trabajo conjunto para la provisión de productos de calidad



3

Apoyo a la producción nacional



CONTRIBUYE CON:



COMPROMISOS FUTUROS:

- Consolidar la red de proveedores de productos de calidad.
- Fomentar oportunidades para la inclusión de nuevos proveedores, con énfasis en empresas pequeñas, artesanos y EPS.
- Diseñar programas formales de desarrollo de proveedores.

1. INCREMENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE PROVEEDORES

La cadena de valor inicia con proveedores de calidad, comprometidos con el desarrollo del país, a través del trabajo conjunto con Corporación Favorita.

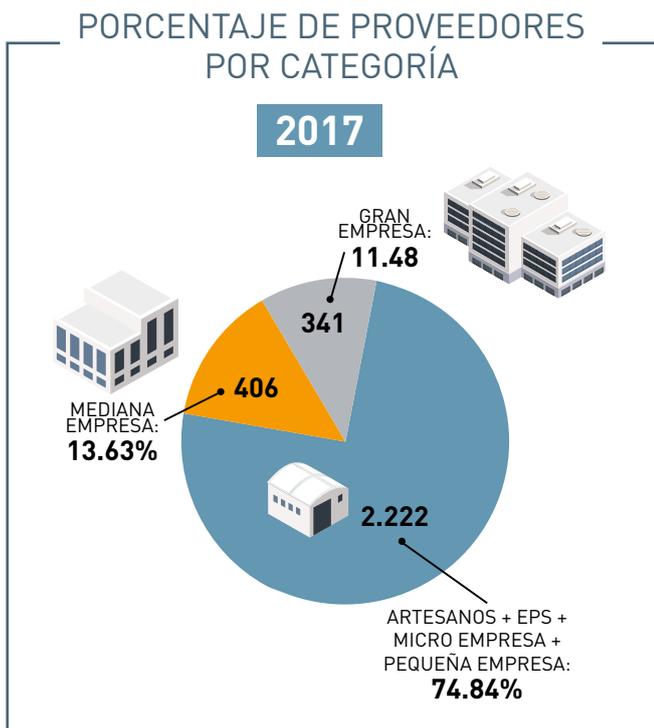
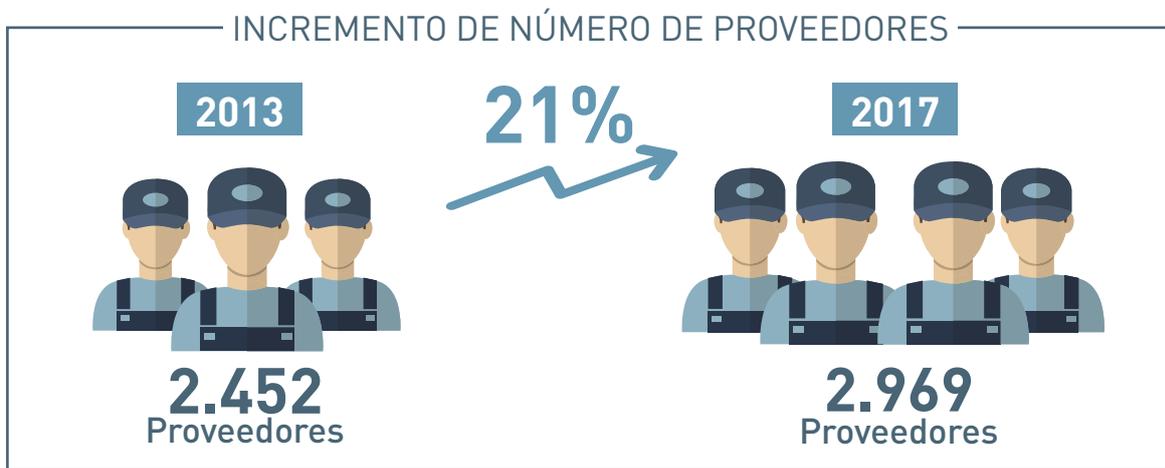
En los últimos años, esta alianza ha incorporado a un mayor número y a más variados actores, contribuyendo así a la generación de empleo y al nacimiento y consolidación de nuevas empresas.

Al cierre del 2017, Corporación Favorita contó con 2.969 proveedores, de los cuales el 74,84% (2.222

proveedores) pertenecen a las categorías de artesanos, EPS, microempresa y pequeña empresa. Esto la convierte en una de las mayores compradoras privadas, a este tipo de empresas.

En los últimos cinco años, se ha incrementado sostenidamente el número de proveedores, en un total de 21%.

De igual forma, se han diversificado las categorías, aumentando el porcentaje de proveedores de menor tamaño y emprendedores.



COMPRAS A CADENAS INCLUSIVAS DE AGRICULTURA Y GANADERÍA



Se apoya el desarrollo de cadenas productivas rurales, a las cuales se compró alrededor de US\$ 1.507 millones en los últimos cinco años (2013-2017). Estas adquisiciones se incrementaron un 16,6% en el mismo período.

FILIALES: NÚMERO DE PROVEEDORES

Las empresas filiales cuentan con sus propias redes de proveedores, según su especialidad. En el 2017, sumaron 5.463 proveedores.

EMPRESA	2017
SUKASA, TODOHOGAR, SUKOCINA, COMOHOGAR ADMINISTRACIÓN Y BODEGA	460
SALÓN DE NAVIDAD	45
MAXITEC	120
TVENTAS	252
TATOO	102
AUTOMAX	87
KYWI-MEGAKYWI	1.646
MR.BOOKS-LIBRIMUNDI	586
BEBEMUNDO	371
TRAVEL STORES	130
MAXIPAN	119
AGROPESA	350
POFASA	760
ENERMAX	60
HIDRO SAN BARTOLO	150
FÁBRICA TATOO	225
TOTAL PROVEEDORES	5.463



2. TRABAJO CONJUNTO PARA LA PROVISIÓN DE PRODUCTOS DE CALIDAD

Para Corporación Favorita y sus filiales, los proveedores son socios estratégicos en atención al cliente; por eso, existe un trabajo conjunto en su desarrollo y formalización de sus actividades.

La empresa cuenta con políticas que enmarcan su relación con proveedores, de acuerdo a su filosofía corporativa. Éstas buscan no únicamente la mayor eficiencia en el proceso de compra, sino la construcción de relaciones de mutuo beneficio, a largo plazo.

BENEFICIOS A LOS PROVEEDORES

- 




Compra centralizada y distribución de productos a nivel nacional
- 

Amplia exhibición en locales comerciales con presencia en todo el país


- 




Procesos formales de innovación, emprendimiento y oportunidades de desarrollo
- 

Perchado y exhibición de productos, sin costo adicional (ahorro en mercaderistas) para el proveedor


- 


Plazos de pago a proveedores, más cortos que los establecidos en la norma

MEJORES PROVEEDORES DEL AÑO

Todos los años, Corporación Favorita reconoce el desempeño de los proveedores más destacados en diferentes categorías. Los reconocimientos son el resultado de un proceso de calificación que mide indicadores en diferentes temas: calidad de producto o servicio, liderazgo en el mercado, rentabilidad, abastecimiento, innovación de productos, promociones, entre otros.

Estos parámetros son evaluados por un Comité de Calificación, conformado por personas de diferentes áreas de la empresa.

RECONOCIMIENTOS



Total de proveedores reconocidos 2013-2016: **80**

2013
19
CATEGORÍAS

2014
19
CATEGORÍAS

2015
20
CATEGORÍAS

2016
22
CATEGORÍAS

En la edición de “Mejor Proveedor del Año 2016”, premiado en abril de 2017, se incorporaron cuatro categorías nuevas: Lencería, Mejor Emprendimiento, Mejor Emprendimiento Liderado por Mujeres y Tarjeta de Crédito.



MEJORES PROVEEDORES 2016

 EMBUTIDOS	SIGMA
 PESCADOS Y MARISCOS	INDUSTRIAL PESQUERA SANTA PRISCILA S.A.
 PANADERÍA	MODERNA ALIMENTOS S.A.
 LENCERÍA	MODERTEX S.A
 COMESTIBLES	ALIMENTOS EL SABOR ALIMENSABOR CÍA. LTDA.
 BEBIDAS	ACQUASPLENDOR S.A.
 AUTOMOTRIZ	TECNOVA S.A.
 LACTEOS	REYBANPAC, REYBANANO DEL PACÍFICO C.A.
 CONGELADOS	JARDÍN VERDE PJV S.A
 FRUTAS Y LEGUMBRES	ALIMENTOS ESPECIALES PROCESADOS C.A
 MEJOR EMPRENDIMIENTO	OVEJA NEGRA OVEGRA CÍA. LTDA.
 MEJOR INNOVACIÓN	COMPAÑÍA AGRÍCOLA DE ALIMENTOS CÍA.LTDA.
 BELLEZA	LABORATORIO FARMACÉUTICO WEIR S.A.
 HOGAR	HANGERS S.A.
 TEXTIL Y CALZADO	INGESA S.A
 LIMPIEZA	DIMABRU CIA.LTDA.
 HIGIENE	BLENASTOR C.A
 CARNES	FABIANACORP S.A.
 MARCA PROPIA	ASTUDILLO GRIJALVA HUGO DANIEL
 IMPORTADOS	VIDRIERA OTUN S.A.
 EMPRENDIMIENTO LIDERADO POR MUJERES	AUDIOELEC S.A.
 TARJETA DE CRÉDITO	DINERS CLUB DEL ECUADOR



3. APOYO A LA PRODUCCIÓN NACIONAL

Corporación Favorita cree e invierte en el Ecuador, fomentando la producción nacional, a través de varias estrategias comerciales.

Asimismo, un alto porcentaje de las compras que realizan la Corporación y sus filiales, son a nivel local, lo que aporta a dinamizar la economía de proveedores nacionales, con pago de impuestos, generación de empleo y otros impactos directos.

MARCA PROPIA: APOYO A LA INDUSTRIA NACIONAL

Como un impulso a la industria nacional, las marcas propias Supermaxi, Akí y La Original, han desarrollado una sociedad estratégica con más de 100 proveedores pequeños, medianos y grandes. Especial impulso se le ha dado al trabajo con emprendedores y pequeños productores.

La empresa trabaja conjuntamente con los proveedores, de los cuales el 96% son nacionales, en el desarrollo de

productos. Se busca ofrecer al cliente un amplio portafolio, con altos estándares de calidad en: alimentos frescos, abarroses, limpieza de hogar y cuidado personal.

Ya sea con empresas consolidadas en el mercado o con emprendedores que inician su camino, el equipo de Corporación Favorita se involucra y guía en el desarrollo del producto y su introducción al mercado en calidad, etiquetado y presentación.



PRODUCTOS DE MARCA PROPIA

NÚMERO DE PROVEEDORES



2013
113
PROVEEDORES

2017
148
PROVEEDORES

PRODUCTOS NACIONALES



2013
94,82%

2017
97,6%

PROVEEDORES PEQUEÑOS Y EMPRENDEDORES

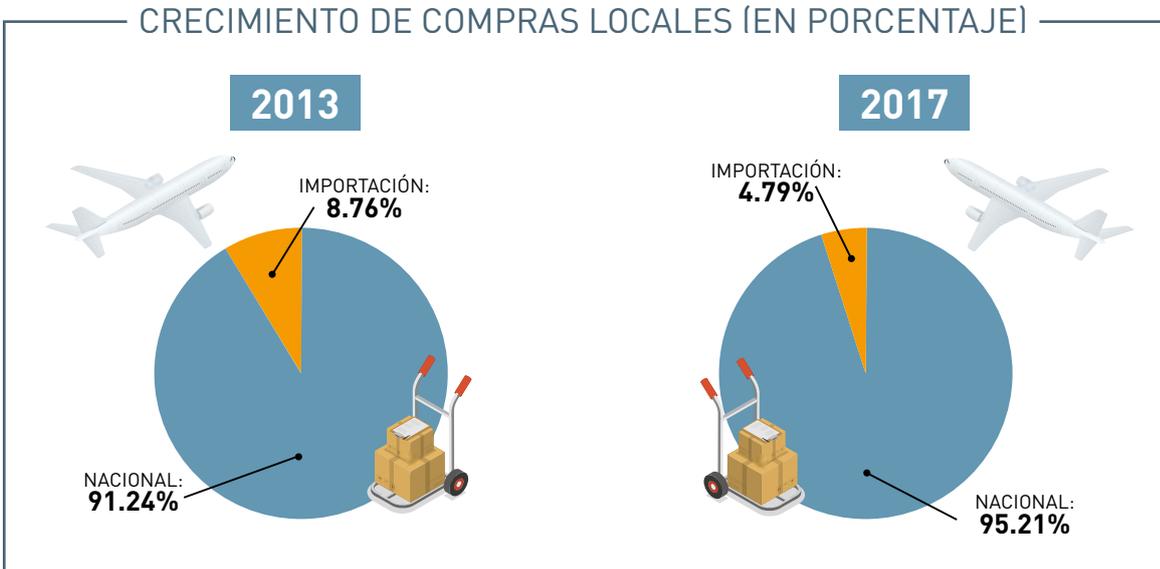
2013
12,61%



2017
26,67%

COMPRAS LOCALES DINAMIZAN LA ECONOMÍA

El 95,21% de las adquisiciones que realiza Corporación Favorita son compras locales. Este porcentaje aumentó en 3,97% desde el 2013.



FILIALES: COMPRAS LOCALES

EMPRESA	2017
SUKASA, TODOHOGAR, SUKOCINA, COMOHOGAR ADMINISTRACIÓN Y BODEGA	42%
SALÓN DE NAVIDAD	26%
MAXITEC	19%
TVENTAS	39%
TATOO	22%
AUTOMAX	37%
KYWI-MEGAKYWI	68%
MR.BOOKS-LIBRIMUNDI	23%
BEBEMUNDO	37%
TRAVEL STORES	100%
MAXIPAN	30%
AGROPESA	100%
POFASA	77%
ENERMAX	100%
HIDRO SAN BARTOLO	95%
FÁBRICA TATOO	90%



FILIALES: PRODUCTOS NACIONALES

EMPRESA	2017
SUKASA, TODOHOGAR, SUKOCINA, COMOHOGAR ADMINISTRACIÓN Y BODEGA	23%
SALÓN DE NAVIDAD	25%
TVENTAS	8%
KYWI-MEGAKYWI	47%
MR.BOOKS-LIBRIMUNDI	12%
BEBEMUNDO	22%
MAXIPAN	70%
AGROPESA	100%
HIDRO SAN BARTOLO	60%
FÁBRICA TATOO	100%



EN BUSCA DE NUEVOS PROVEEDORES

Como parte de su política de desarrollo de proveedores, Corporación Favorita tiene presencia en ferias, ruedas productivas y otros encuentros de negocios, en los que se puede encontrar oferta de nuevos productos y emprendimientos de proveedores de varios tamaños y orígenes.

La empresa asiste periódicamente a ferias organizadas por entidades públicas o privadas y organiza sus propios encuentros a los que asisten posibles nuevos proveedores, con quienes se busca establecer relaciones comerciales de mutuo beneficio.

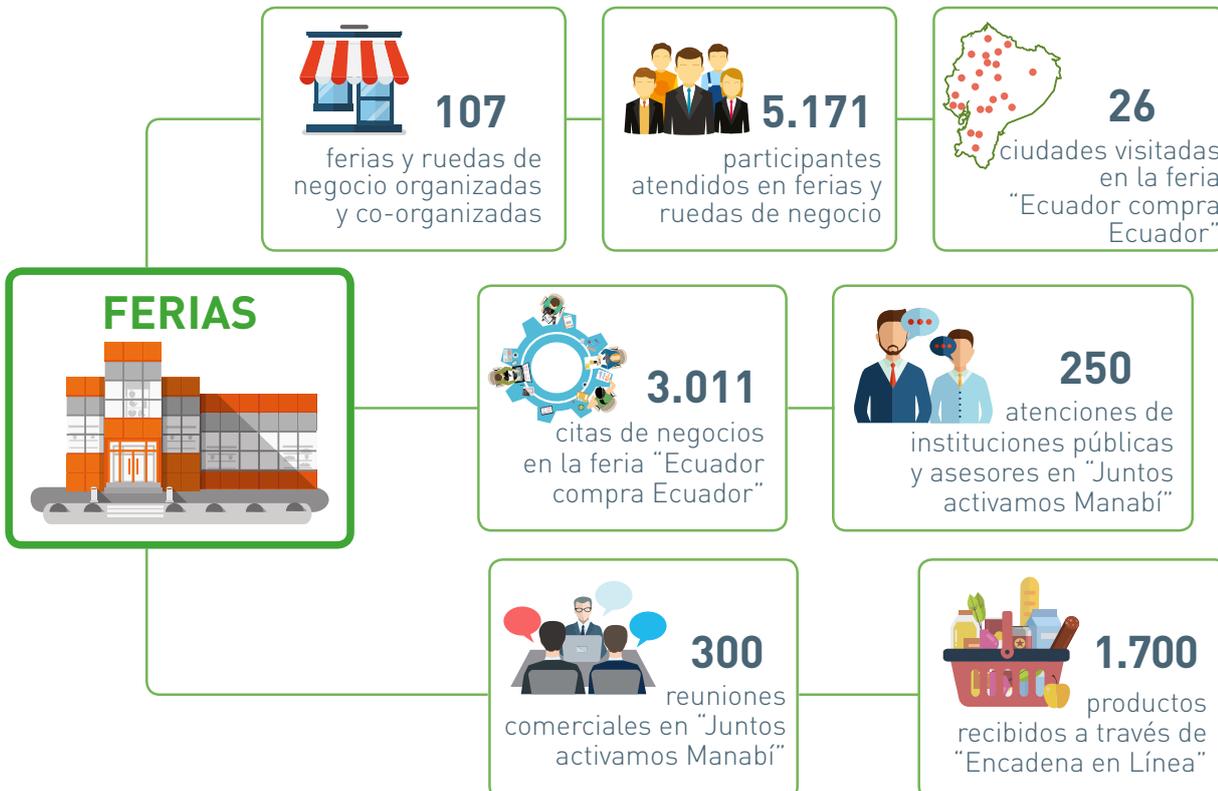
Desde el 2006, la empresa ha asistido a 107 ferias y ha atendido a 5.171 oferentes. Los encuentros han sido temáticos, sectoriales, nacionales, locales y gremiales. Buenos ejemplos de cooperación público-privada se dieron en las ferias “Ecuador compra Ecuador” (2015) y “Juntos Reactivamos Manabí” (2016).



Ecuador Compra Ecuador



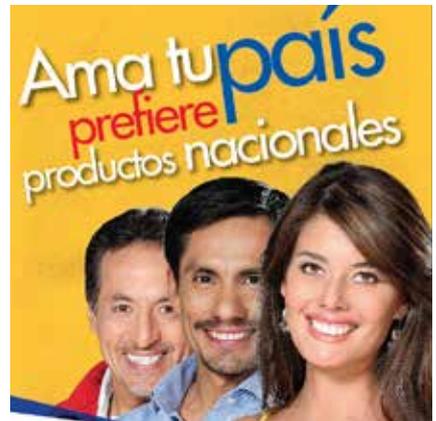
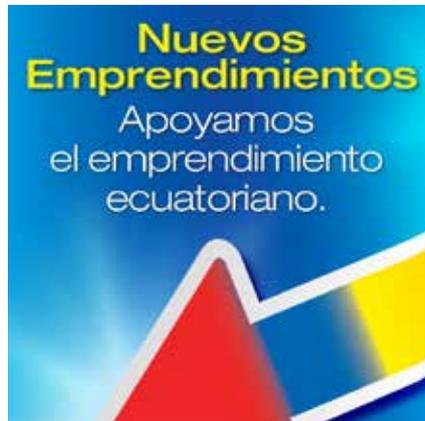
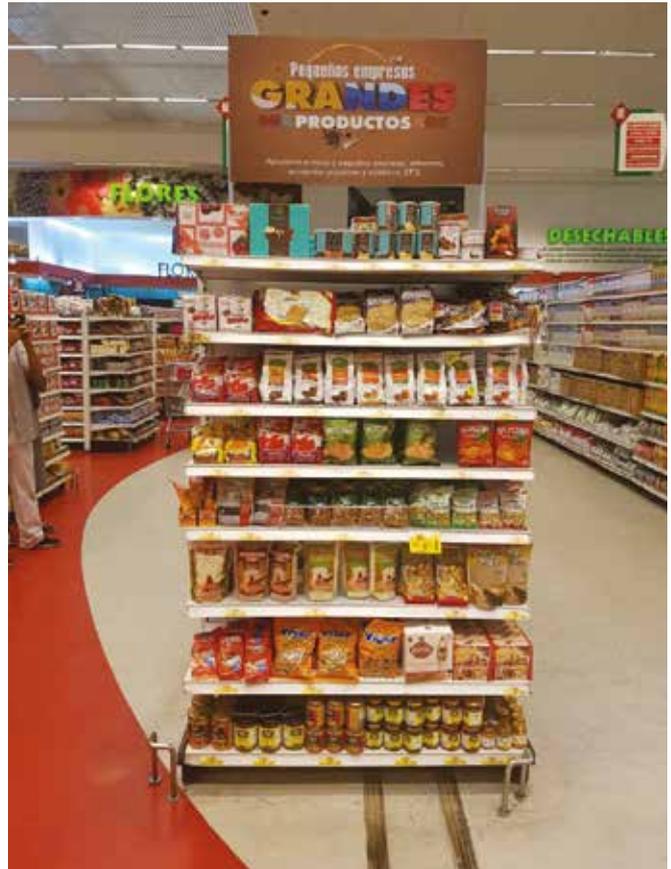
FERIAS Y RUEDAS DE NEGOCIO (2006-2017)





APOYO A NUEVOS PROVEEDORES

La empresa ha desarrollado una estrategia de promoción que se apoya en la ejecución permanente de campañas, despliegue de material POP (*point of purchase*), maquetas, afiches y rompe-tráficos. Se ubican en diferentes lugares de las perchas y permiten la identificación de productos nuevos y productos de pequeñas y micro-empresas.



CAMPAÑAS Y CONVOCATORIAS

PROMOCIÓN



16

convocatorias públicas a nuevos proveedores



10

campañas de promoción de productos en locales



9

campañas de promoción de consumo de productos nacionales

CLIENTES



1

Oferta de servicios de calidad y cadena de beneficios

COMPROMISO DE CALIDAD Y SERVICIO

Para Corporación Favorita y sus filiales, el cliente es una prioridad y la satisfacción de sus necesidades, un objetivo permanente. Por esto, ofrecen productos y servicios de calidad, con amplia variedad, además de precios justos y accesibles. Se han establecido canales y herramientas de comunicación que permiten al cliente acceder a información y a la empresa, atender a demandas e inquietudes.

2

Comunicación interactiva y acceso a información sobre productos y servicios



3

Atención al cliente y sus necesidades

CONTRIBUYE CON:



COMPROMISOS FUTUROS:

- Desarrollar estrategias comerciales que favorezcan a clientes e incentiven la participación de proveedores.
- Implementar programas de mejora continua en las operaciones de Corporación Favorita.

1. OFERTA DE SERVICIOS DE CALIDAD Y CADENA DE BENEFICIOS

Además de la variada oferta de productos de calidad, al alcance de todas las economías, Corporación Favorita busca atender a los clientes con servicios de calidad, una oportuna respuesta a sus requerimientos e inquietudes y una amplia cadena de beneficios.

SERVICIOS DE CALIDAD

En 1976 se ofreció la primera tarjeta de descuento, que buscaba lograr la fidelización del cliente. Esta iniciativa tuvo

mucho éxito y fue imitada por varios negocios de la época. En 2013 se contaba con 1.8 millones de afiliados.

Se amplió la cobertura con alianzas institucionales y se dio impulso al uso de tarjetas de débito. En este año también se lograron otras alianzas con entidades bancarias y sus tarjetas de crédito.

El 2017 cerró con 2,6 millones de afiliados a la tarjeta.

ASISTENTE DE COMPRAS

Desde su lanzamiento en 2013, el aplicativo móvil gratuito Asistente de Compras ha tenido cada vez más acogida en los clientes. Puede ser descargado en todos los dispositivos y para todos los sistemas operativos. Fue la primera tarjeta virtual del país y en la actualidad cuenta con cupones, promociones y lista de compras.

Asistente 
de compras

2013

1.273

Usuarios activos

2017

189.581

Usuarios activos

CONTACT CENTER

El Contact Center y la línea **1800 FAVORITA** se abrió al público en 2015, como una herramienta ágil y oportuna para dar respuesta a los requerimientos y mantener contacto directo con los clientes. Ese primer año se recibieron 12.200 llamadas.

En 2017 se recibieron 253.399 llamadas, con requerimientos de información, de locales y sugerencias. Según los protocolos, estos pedidos fueron re-direccionados a diferentes áreas de la empresa, donde recibieron seguimiento y respuesta.

Asimismo, se recibieron comentarios al correo electrónico favorita@favorita.com, desde las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram y las páginas web institucionales (www.supermaxi.com y www.corporacionfavorita.com).

Los casos que se presentaron en los establecimientos fueron recogidos en el Libro de Novedades. En 2017 se atendieron 3.563 casos.



CUPONERA MENSUAL



Todos los meses se entregan en todos los locales, más de 50 mil cuponeras de descuento, con la participación de cientos de productos.

CADENA DE BENEFICIOS

Los tarjetahabientes Supermaxi cuentan con una cadena de beneficios, tanto en descuentos y promociones en los locales de Corporación Favorita y sus filiales, como en productos y servicios de otros negocios aliados en todo el país.

Inició en 2006, con una alianza con múltiples negocios que se sumaron a la propuesta de ofrecer un valor agregado a los afiliados con promociones, precios especiales y descuentos.

En la actualidad, la red se extiende por 18 ciudades.



2013

170

empresas aliadas

800

establecimientos

2017

207

empresas aliadas

877

establecimientos



FILIALES: PROGRAMAS ESPECIALES

EMPRESA	Programa	Impacto 2017
SUKASA	Tarjeta Socio. Crédito Directo	39.399 beneficiarios
TODOHOGAR	Tarjeta Socio. Crédito Directo	49.396 beneficiarios
TATOO	Afiliación Clientes VIP. Reembolso de 10% de compras anuales.	7.162 beneficiarios
BEBEMUNDO	BabysClub Descuentos y promociones	458.467 beneficiarios
MAXITEC	Tarjeta Socio. Crédito Directo	7.000 beneficiarios

2. COMUNICACIÓN INTERACTIVA Y ACCESO A INFORMACIÓN SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS

La comunicación dinámica y efectiva con clientes ha sido siempre una característica de la empresa. Con varias herramientas, la comunicación se ha ido adaptando a las necesidades, tecnología y demanda de información.

REVISTA MAXI



En 2002 se presentó la primera edición de la publicación, con una circulación de 30 mil ejemplares. Fue pensada como un folleto con consejos e información de estilo de vida. Con los años se incorporaron temas de interés, coyuntura y propuestas a los clientes.

En la actualidad, con 50 mil ejemplares mensuales, su principal objetivo es ser una asesora de compras y consejera, que acompaña la experiencia del cliente en Supermaxi y Megamaxi.



NUEVA MAXI ONLINE

La primera revista diseñada para medios digitales, puede encontrarse con el contenido de siempre en www.maxionline.ec



MEDIOS DIGITALES

Para adaptarse a la nueva dinámica de la comunicación y ampliar le llegada a nuevos grupos de clientes, las cadenas de supermercados han entrado con fuerza a las redes sociales, consolidando líneas directas con los usuarios. Además de ofrecer información, se incursionó con éxito en el lanzamiento de campañas digitales.

El uso y aceptación por parte de los clientes se incrementó sostenidamente en los últimos años.

Además de las páginas comerciales de cada supermercado, se crearon páginas de Facebook exclusivas para ofertas, como un apoyo a la estrategia comercial de la empresa.

Las firmas filiales también han desarrollado varios mecanismos de relacionamiento con clientes e incursionado en nuevos medios.



IMPACTO ESTRATEGIA DIGITAL

RED	2013	2014	2015	2016	2017
SupermaxiEcuador	263.594 fans	331.705 fans	357.808 fans	468.489 fans	621.322 fans
AKIEcu			42.503 fans	123.763 fans	180.246 fan
www.supermaxi.com	91.029 visitas	134.649 visitas	177.610 visitas	206.942 visitas	290.906 visitas
www.aki.com.ec	10.480 visitas	20.896 visitas	38.362 visitas	56.502 visitas	55.901 visitas
@SupermaxiEcu		4.899 seguidores	7.404 seguidores	18.189 seguidores	21.572 seguidores
AkiEcuador			11 seguidores	332 seguidores	463 seguidores
MaxiclubEc			18.012 seguidores	22.430 seguidores	29.837 seguidores
supermaxiecuador				33.276 seguidores	61.782 seguidores

FILIALES: HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN CON CLIENTES 2017

EMPRESA	MEDIO DE COMUNICACIÓN	IMPACTO 2017
TVENTAS	Facebook	220.065 fans
	Twitter	5.348 seguidores
	Página web	970.551 usuarios únicos
	Marketing Directo	65.000 destinatarios
SUKASA	Facebook	54.000 fans
	Mailing	40.000 destinatarios
	Informativo mensual	40.000 destinatarios
TODOHOGAR	Facebook	14.873 fans
	Mailing	35.476 destinatarios
	Informativo mensual	35.476 destinatarios
KYWI-MEGAKYWI	Facebook	80.000 fans
	Página web	660.000 visitas
	Call Center 1700 150 150	36.000 llamadas
LIBRIMUNDI	Facebook	54.721 fans
	Mailing	40.000 destinatarios
MR. BOOKS	Facebook	27.749 fans
	Mailing	40.000 destinatarios
TATOO	Facebook	119.800 fans
	Twitter	3.380 seguidores
	Instagram	9.000 seguidores
	Mailing	26.100 destinatarios
BEBEMUNDO	Facebook	260.000 fans
	Call Center promociones	43.782 llamadas realizadas
	Bebé Catálogo	1' 440.000 impresiones
MAXIPAN	Facebook	1.462 seguidores
	Página web	7.164 visitas



3. ATENCIÓN AL CLIENTE Y SUS NECESIDADES

Corporación Favorita fue la primera empresa en abrir un autoservicio en 1957. Fue la pionera en contar con tarjeta de descuento y también con un aplicativo móvil para expandir su cadena de beneficios.

Se diversificó con filiales especializadas y se expandió por el país. Abrió su capital al público. Lanzó el primer programa de intra-emprendimiento empresarial. Innovó en su modelo logístico y de distribución.

Todos estos pasos tienen un factor común, la satisfacción del cliente, que ha sido la razón de ser de la empresa desde sus inicios.



NUEVOS FORMATOS

En los últimos años, escuchando las necesidades de clientes y consumidores, la empresa incursionó en nuevos formatos de supermercados para ofrecer la mayor cantidad de artículos en un mismo lugar, productos de calidad al alcance de todos los bolsillos y soluciones a la demanda de grandes volúmenes. Así nacieron Megamaxi, Akí, Gran Akí, Super Akí y Titán.

DESCUENTOS Y PROMOCIONES

Los descuentos y promociones que han sido una estrategia permanente, se intensificaron a partir del 2016, buscando el beneficio del cliente. Así, periódicamente y gracias al trabajo conjunto con proveedores y marcas auspiciantes, se desarrollan campañas, eventos, activaciones y promociones en todos los formatos.

Desde el 2016, los supermercados cuentan con promociones que ofrecen las mejores opciones para el cliente, a la vez que dan a conocer los productos de los participantes.

Las promociones son también oportunidades para fortalecer la relación con los consumidores, brindándoles información y asesoría sobre temas de interés, por ejemplo, en campañas de temas específicos como belleza, cocina, nutrición, entre otros.

Se crean además espacios de entretenimiento familiar, con propuestas creativas e innovadoras que cuentan con la activa participación del público.

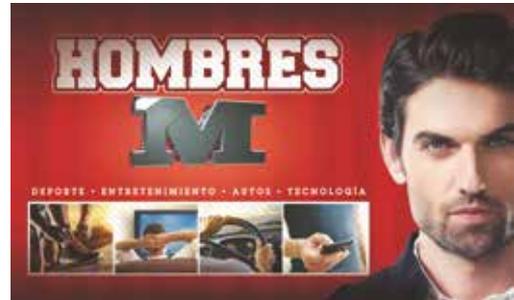
PROMOCIONES MEGAMAXI Y SUPERMAXI 2017

REGRESO AL COLE



Promoción de productos especiales para la temporada y participación en la entrega de regalos, en un espacio divertido que simulaba rincones escolares. Se realizó en nueve locales, con 54 mil participantes.

MEGA AUTOS



Promociones, concursos, ofertas y regalos con todos los productos para autos. Se realizó en cinco locales con 30 mil asistentes.

MEGAMASCOTAS



Concursos, ofertas y regalos para mascotas. Se realizó en un local con 6 mil visitantes.

ESTILO MEGAMAXI



Con el apoyo de marcas de belleza, nutrición, ropa y accesorios se presentó una feria donde los clientes recibieron asesoría en estos temas. Se realizó en dos locales con 12 mil participantes.

MEGAFAMILIA



Se creó un espacio divertido y didáctico para la familia y se promocionaron diferentes productos para todas las edades. El evento fue organizado en seis locales con 36 mil asistentes.

MEGABEBÉS



Oferta de productos para bebés y mamás en espacios lúdicos y divertidos. Se realizó en cuatro locales con 24 mil asistentes.

FLASHMOB

Un show inesperado para sorprender a los clientes con arte y regalos. Se desarrolló en seis locales de Supermaxi.

PROMOCIONES AKI 2017

CAMPAÑAS EN LOCALES



- **Quincenas:** Productos con altos porcentajes de descuento y promociones específicas de cuatro productos por el precio de tres (4x3) y dos productos por el precio de uno (2x1).
- **Rebajazos:** Productos de MG hasta 40% de descuento.
- **Yapas:** Compra un producto y lleva otro gratis.
- **Combos:** Dos productos de marca propia a un precio espectacular.
- **3x2:** Compra dos productos iguales y el tercero completamente gratis.
- **5/5:** Compra cinco productos iguales y obtén el 5% de descuento.
- **Promo llantas:** Llantas con descuentos de hasta un 30% y mecánicas de multiplicadores.
- **La Feria de la Frescura:** Todos los días del 15% al 25% de descuento en productos perecibles: huevos, frutas, legumbres, yogurt, quesos, carnes rojas, pollos, embutidos, congelados, mariscos y panadería. Una categoría por día.

ACTIVACIONES



- **Día Regalón:** Un espacio de exhibición y regalos, con personajes y promociones para los clientes. Apoyo a los locales para reforzar la venta y fidelización de mercado. Se realizó en cuatro locales con 12 mil asistentes.
- **Circo de Akí:** Arte y cultura para toda la familia en un espacio divertido y lúdico, compartiendo obras de teatro. Se realizó en siete locales con 42 mil asistentes.
- **La Gran Sazón del Akí:** Cursos de cocina con recetas fáciles y económicas, degustaciones e ideas para el hogar y negocios. Se realizó en siete locales con 42 mil asistentes.
- **Ferias Akí Regreso a Clases Sierra y Costa:** Feria de productos que ofrece a los clientes los productos de la mochila escolar, premiándolos por sus compras. Se realizó en cinco locales en la Costa y cuatro en la Sierra, con 54 mil asistentes.
- **Feria Akí Navidad.** Feria de productos que ofrece a los clientes adornos navideños, premiándolos por sus compras. Se realizó en 10 locales con 60 mil asistentes.

CAMPAÑAS DIGITALES



- **Campaña Akiles 3x2:** Tres productos por el precio de dos. Impresiones: 8'509.212/Visitas: 32.906.
- **Campaña Maximultiplicador:** Un producto gratis por la compra de dos participantes. Impresiones: 11'468.540/Visitas: 48.918.

AMBIENTE



1

Política Ambiental como eje estratégico de gestión

DESARROLLO CON RESPONSABILIDAD

La Corporación Favorita realiza sus actividades en el marco de políticas y prácticas de Gestión Ambiental y Desarrollo Sostenible, que buscan un equilibrio entre el desarrollo económico y productivo, el manejo adecuado de los recursos naturales y la prevención y control de posibles impactos de las actividades en el entorno natural y social.

2

Manejo eficiente de recursos naturales y optimización de actividades productivas



3

Gestión adecuada de residuos: Reducir, Reutilizar y Reciclar (3Rs)

CONTRIBUYE CON:



COMPROMISOS FUTUROS:

- Implementar un plan de reducción/compensación de la huella de carbono de las actividades de Corporación Favorita.
- Implementar programas de conservación de las fuentes de agua en el área de influencia directa de las actividades de Corporación Favorita.
- Desarrollar fuentes de energía limpia para la demanda de las actividades de Corporación Favorita.
- Minimizar la generación de residuos y fomentar su reuso y reciclaje.

1. POLÍTICA AMBIENTAL COMO EJE ESTRATÉGICO DE GESTIÓN

Para Corporación Favorita, la Gestión Ambiental es un eje estratégico de sus actividades.

Las buenas prácticas ambientales, que fueron incorporándose a las actividades productivas a lo largo de los años, han sido agrupadas y transformadas en una política

institucional, lo que permite un trabajo ordenado, sistemático y prioritario.

La gestión de esta política se desarrolla en el marco del Programa de Gestión Ambiental, el cual cuenta con recursos humanos, técnicos y económicos.



El programa contribuye con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

CUMPLIMIENTO NORMATIVO

El 100% de las actividades industriales de la empresa y sus filiales cuentan con licencias ambientales, según lo exige la normativa.

Hasta el 2017 se ha obtenido el 95% de los registros ambientales para los supermercados (impacto bajo) y el 100% de los certificados ambientales de los establecimientos de la cadena Juguetón (impacto no significativo)

APORTE A LA POLÍTICA PÚBLICA

El equipo técnico y asesor de la empresa participa activamente en espacios gremiales e institucionales, en las propuestas y discusiones de política pública y en el marco regulatorio.

En los últimos años ha participado en reuniones, talleres e iniciativas de diálogo para la elaboración de leyes, ordenanzas, normativas y otros cuerpos legales:



NORMATIVA	AÑO
Código Orgánico Ambiental	2017
Ordenanza No. 138 Sistema de Manejo Ambiental del Distrito Metropolitano	2016
Acuerdo Ministerial No. 061 Reforma del Libro V del Texto Unificado de Legislación Secundaria	2015
Acuerdos Ministeriales sobre Gestión de Residuos Peligrosos y Especiales	2014

2. MANEJO EFICIENTE DE RECURSOS NATURALES Y OPTIMIZACIÓN DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

El uso adecuado de los recursos del planeta es un esfuerzo permanente con el que está comprometida la empresa, a través de estrategias y herramientas. Los esfuerzos están enfocados en la conservación de fuentes de agua, la producción de energía limpia y la reducción de la huella de carbono.

CONSERVACIÓN DE FUENTES DE AGUA

Corporación Favorita, con apoyo del FONAG y *The Nature*

Conservancy, trabaja en la restauración de 44 hectáreas de la cuenca del Río Pita, de donde proviene el 25% del agua que utiliza Quito. Se protegen tres humedales y dos vertientes de agua.

Como parte del programa, 95 voluntarios de “Alza la Mano”, sembraron tres mil árboles en la zona protegida, aportando un total de 720 horas de trabajo.



EN CIFRAS



Área intervenida

44 hectáreas

(3 humedales y 2 vertientes de agua)



Comunidad familias involucradas

99



Árboles sembrados

18 mil



Agua devuelta a la naturaleza

20.400 m³

PRODUCCIÓN DE ENERGÍA LIMPIA

Al concluir el 2017, más del 60% de la energía utilizada por Corporación Favorita en sus locales es de origen renovable.

PROYECTOS

Dentro del Acuerdo de Producción Limpia, firmado entre el MIPRO – ANFAB y que se realizó con el apoyo del Centro Ecuatoriano y Eficiencia de Recursos (CEER), se identificaron proyectos que permiten el ahorro de energía, agua y combustibles.



En el Centro de Distribución y locales se instalaron equipos más eficientes en el sistema de refrigeración y variadores de velocidad; además se cambiaron luminarias incandescentes por luminarias LED. Se logró un ahorro del 5% en el 2017.



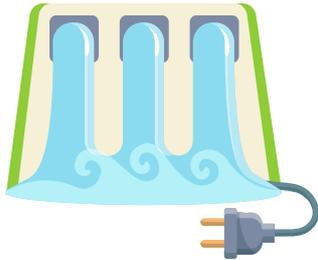
Para disminuir el consumo de combustible gas licuado de petróleo (GLP), que se utiliza en el lavado de jabsas plásticas en la bodega de servicios, se realizaron mejoras operacionales con el uso de productos químicos biodegradables.



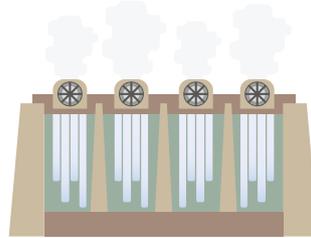
REDUCCIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO

La empresa es una de las mayores contribuyentes privadas a la reducción de la huella de carbono y contaminación ambiental, gracias a los resultados obtenidos en:

RESULTADOS



- Participación en la generación de 130 MW de energía renovable de fuentes hidroeléctricas; con esto se evitó la emisión de 67 mil toneladas de CO₂ al año.



- Reducción en el consumo de gases refrigerantes.



- Con la reforestación de 18 mil árboles en la conservación del Río Pita, se ha iniciado con acciones de compensación en la huella de carbono.



CARBONO NEUTRO

Desde 2015, la empresa mide la huella de carbono en las operaciones del Centro de Distribución y locales. Las medidas implementadas han obtenido una reducción del 3% anual. Se apunta a la certificación Carbono Neutro.



3. GESTIÓN ADECUADA DE RESIDUOS

Corporación Favorita cuenta con proyectos de gestión adecuada de residuos, que se enmarcan en el Programa 3Rs: Reducir, Reutilizar y Reciclar.

Reducir. Se fomenta el uso de fundas reusables en los supermercados, a través de campañas y promociones. Con esto se ha logrado la reducción de fundas plásticas en 10%, en los últimos dos años.

Reutilizar. Se reutilizan 450 toneladas diarias de materiales en actividades de despacho de productos, desde el Centro de Distribución hacia los locales. Estos materiales son jabs plásticas, bins, pallets y cajas de cartón.

Reciclar. Se recopila alrededor de 11.500 toneladas al año en 30 puntos de reciclaje y se entrega a gestores ambientales.

FUNDAS OXO-BIODEGRADABLES

Las fundas plásticas que se entregan a los clientes tienen componentes oxi-biodegradables, lo que permite su descomposición en 36 meses. También pueden ser reusadas en los hogares como fundas para basura.



MANEJO ADECUADO DE RESIDUOS



Los residuos sólidos generados en Corporación Favorita representan cerca de 11.500 toneladas al año, de las cuales el 56% son residuos reciclables, el 29% son residuos comunes y el 15% son residuos orgánicos.

RESIDUOS RECICLABLES (TONELADAS)				
TIPO DE RESIDUO	2014	2015	2016	2017
CARTÓN	9.832	8.916	9.420	10.140
PLÁSTICOS	923	1.042	1.047	1.074
SAQUILLOS		115	128	92
JABAS PLÁSTICAS	103	76	79	83
CHATARRA	235	178	241	137
TOTAL	11.093	10.327	10.915	11.526



FILIALES: BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES 2017

Las empresas filiales mantienen programas de buenas prácticas ambientales, según el ámbito de sus actividades.

EMPRESA	GESTIÓN DE RESIDUOS RECICLABLES	
	PROYECTO	RESULTADOS
TVENTAS	Reciclaje y reutilización de papel	10.000 kilogramos
KYWI-MEGAKYWI	Reciclaje de cartón	50.000 kilogramos
	Reciclaje de plástico	15.000 kilogramos
POFASA	Recolección de material reciclable (entrega a gestores ambientales)	6.190 kilogramos
MAXIPAN	Reciclaje de cartón	11.040 kilogramos
	Reciclaje de plástico	2.160 kilogramos
	Reciclaje de costales	14.400 unidades
FÁBRICA TATOO	Reciclaje de papel	4.800 kilogramos
	Destrucción de desperdicios textiles	2.400 kilogramos
MALL EL JARDÍN	Campaña de reciclaje "Ayúdanos a que esta idea crezca" (cartón, PET, papel, Tetra Pak y periódico)	26.520 kilogramos
MALL DE LOS ANDES	Separación de residuos: cartón	63.910 kilogramos

EMPRESA	MANEJO DE RESIDUOS INDUSTRIALES Y ORGÁNICOS	
	PROYECTO	RESULTADOS 2017
AGROPESA	Tratamiento de aguas residuales, mediante proceso físico-biológico	93.928 m ³
	Agua residual tratada y reutilizada (proveniente de la planta de tratamiento del sistema de compostaje y lavado de equipos)	15.755 m ³ (17%)
	Gestión de residuos orgánicos para elaborar harinas y sebo (sangre, hueso, grasa)	6.734 toneladas
	Gestión de residuos orgánicos para elaborar abono (estiércol, desperdicios de cafetería, contenido ruminal)	5.200 toneladas
POFASA	Manejo de subproductos	2.082 toneladas de subproductos generaron 1.247 toneladas de harina



EMPRESA	MANEJO DE RECURSOS NATURALES, OPTIMIZACIÓN DE MATERIAS PRIMAS Y EFICIENCIA ENERGÉTICA	
	PROYECTO	RESULTADOS 2017
AGROPESA	Ahorro de combustible diésel (eficiencia en procesos)	0,21 galones menos por canal
	Ahorro de energía eléctrica (eficiencia en procesos)	2,88 KWh menos por canal
	Reducción de uso de plásticos en el transporte de residuos del faenamiento	26% de reducción de plástico generado
	Reemplazo del sistema de refrigeración (chiller)	
POFASA	Reconstrucción de producción (optimización de procesos productivos en el área de manejo de aves a faenar)	Optimización h/h, reducción de consumo de KWh de energía, m ³ de agua, kilos de productos químicos
	Producción Más Limpia	2,56% de ahorro en servicios básicos
	Proyecto Tridecarter	13% de ahorro en combustible en planta de subproductos
	Reciclaje de agua (reutilización de agua tratada)	15% de ahorro en consumo de agua en planta de faenamiento
ENERMAX	Reforestación	1.000 árboles
	Reducción de emisiones	67.103 toneladas CO ₂ equivalente
HIDROSANBARTOLO	Mecanismo de Desarrollo Limpio (MDL), Naciones Unidas (2012)	
MALL EL JARDÍN	Cambio a luminarias LED para ahorro de energía	1.000 KW de ahorro en consumo de energía
	Ahorro de energía: cambio de luminarias por LED en exteriores e interiores	2016 → 7'087.280 2017 → 7'024.500 Ahorro → 62.780
MALL DEL SOL	Ahorro de agua potable: cambio de sanitarios ahorradores	2016 → 50.617 2017 → 42.473 Ahorro → 8.143

COMUNIDAD



CONTRIBUYE CON:



COMPROMISOS FUTUROS:

- Liderar procesos conjuntos con varios actores del país, para alcanzar los objetivos de Desarrollo Sostenible, enmarcados en la Agenda 2030.
- Fortalecer el apoyo a proyectos que contribuyan a la educación de calidad.
- Fomentar espacios de trabajo conjunto y la formación de alianzas entre el sector privado, público, academia y sociedad civil.
- Consolidar proyectos con valor compartido en temas que aporten al desarrollo sostenible y la construcción de resiliencia.

1. LIDERAZGO DE UNA RED PÚBLICO-PRIVADA-ACADÉMICA DE FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO Y LA INNOVACIÓN (AEI)

Corporación Favorita es aliada fundadora de la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI), una red de actores públicos, privados y académicos que fomentan el

emprendimiento y la innovación como vías fundamentales y concretas para dinamizar la economía, generar riqueza y crear oportunidades para las nuevas generaciones.

APOYO A EMPRENDEDORES



Cultura Emprendedora y Talento Humano



Apertura de Mercados



Asesoría y Soporte Técnico



Financiamiento y Capital de Riesgos

ESTRATEGIA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN



Estrategia Ecuador 2020



Marco Regulatorio

RED DE ALIADOS



Intercambio de buenas prácticas entre aliados



Reconocimientos Emprendimiento e Innovación



AEI Innova Programas de innovación

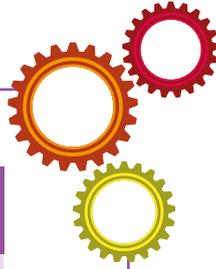
APOYO A EMPRENDEDORES

El corazón y objetivo principal de la AEI es el apoyo a los emprendedores. Todas las estrategias y actividades que realiza la alianza para el mejoramiento del ecosistema en el Ecuador, buscan sobre todo generar las condiciones

óptimas, para que puedan dar forma a sus iniciativas y así aportar al desarrollo del país.

Desde 2013, la AEI ha apoyado a emprendedores, a través de varias actividades:

EMPRENDEDORES APOYADOS EN LAS ACTIVIDADES DE AEI (2013-2017)



ACTIVIDAD	EMPRENDEDORES APOYADOS
SEMANA DEL EMPRENDIMIENTO	1.252
TESTING LAB	90
BOOTCAMP 360°	205
BOOTCAMP JÓVENES Y NIÑOS	766
OLIMPIADAS VIAJE EMPRENDEDOR	900
RED DE MENTORES	594
SELLO EMPRENDEDOR	22
GUAYAQUIL EMPRENDE	100
RETO TURISMO	130
CITI MICROEMPRENDEDOR	519
STARTUP USA	115
RUEDA DE INVERSIÓN GEW	10
RUEDA DE INVERSIÓN ECE	7
RUEDA DE INVERSIÓN YACHAY	25
FIDEICOMISO EMPRENDIMIENTO INNOVACIÓN	4
CAMPEÓN DE CAMPEONES	5
LIGA DE EMPRENDEDORES EXTRAORDINARIOS	340
INTERNACIONALIZACIÓN EXPANSIÓN EMPRESAS	34
CHARLAS EXPORTADORES	90
ECUADOR COMPRA ECUADOR	635
JUNTOS REACTIVAMOS MANABÍ	150
GRAND BAZAAR Y ZOCO	67
RE-EMPRENDE (BENEFICIARIOS DE CRÉDITOS OTORGADOS)	1.893
RE-EMPRENDE (BENEFICIARIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA)	2.582
TOTAL	10.535

Desde 2016 existe la “Red de Mentores”, un programa sin precedentes en el país que busca desarrollar el talento emprendedor e innovador de personas con potencial, a través de compartir experiencias y conocer historias, logros y fracasos de reconocidos empresarios y líderes del país.

Otra de las actividades prioritarias es el apoyo a emprendedores, en el camino de ingreso de sus productos a los

supermercados u otros nuevos mercados. Canaliza además esfuerzos de instituciones para apoyar a los emprendedores en las diferentes etapas del negocio.

La AEI ha creado espacios que convocan a aliados públicos, privados y académicos, quienes gestionan desafíos de innovación y programas de apoyo. El objetivo de facilitar al emprendedor la información necesaria y escoger la iniciativa que más se ajuste a sus expectativas y necesidades.



La AEI, en un esfuerzo con su red de aliados, ha generado espacios que permiten el encuentro de quienes generan las ideas con aquellos que están dispuestos a apoyar su crecimiento y consolidación. Varias iniciativas públicas y privadas han encontrado en la AEI, el escenario para implementar proyectos eficientes de financiamiento.



ECUADOR EMPRENDEDOR E INNOVADOR 2020

Uno de los aportes fundamentales de la alianza al fortalecimiento y fomento del ecosistema ecuatoriano, ha sido construir colaborativamente la Estrategia Ecuador Emprendedor e Innovador 2020 (EEI 2020), que busca institucionalizar y enmarcar todas las acciones e iniciativas con una visión común.

En este marco, la AEI organiza espacios de diálogo público-privados y otros de discusión de estrategias y propuestas de política pública, sobre temas de interés.



LEY DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN



En 2015 la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI), presentó a la Asamblea Nacional la EEI2020 y una agenda concreta, que busca acelerar el ecosistema en el país.

Como segundo paso, la AEI formuló insumos técnicos para una propuesta de Ley de Emprendimiento, que abordan los temas de: financiamiento, fomento emprendedor, marco legal y tramitología e innovación.

Se elabora un articulado para construir una propuesta de Ley que se entregará formalmente a la Comisión del Régimen Económico y Tributario de la Asamblea Nacional.

La AEI también formó parte del Consejo Consultivo Productivo y Tributario, creado en 2017 por el Presidente Lenin Moreno, en el marco del Diálogo Nacional.

PROGRAMA RE-EMPRENDE

Mientras se atendían las necesidades urgentes de la población golpeada por el desastre natural, se hizo indispensable pensar en mediano y largo plazo, la manera de reactivar la economía de las zonas afectadas por el terremoto de abril de 2016.

Varias empresas y personas naturales, lideradas por la AEI, con el propósito de apoyar a los emprendedores ecuatorianos cuyos negocios se vieron afectados por el terremoto, participaron en el diseño del Programa Re-Emprende. La iniciativa buscó acompañar a los afectados en el reinicio de sus actividades productivas de una manera innovadora, a través de dos componentes: financiamiento productivo y asistencia técnica.

El programa maneja recursos de aproximadamente US\$ 10 millones, aportes de organismos internacionales, empresas y personas naturales. Corporación Favorita aportó con US\$ 2 millones al Fideicomiso de Inversión Resiliencia, base del componente de financiamiento.

La asistencia técnica se desarrolla con alianzas estratégicas con organizaciones de experiencia en el tema.



Re-Emprende
Programa de Reactivación Productiva

RESULTADOS

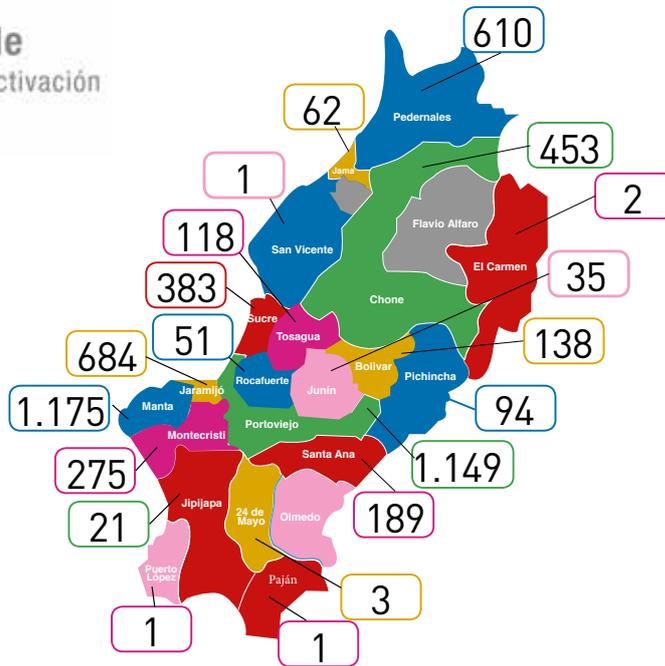
Provincia	Cantón	BENEFICIARIOS ATENDIDOS	
		Asistencia Técnica	Créditos
MANABÍ	24 DE MAYO	1	2
	BOLÍVAR	51	87
	CHONE	397	56
	EL CARMEN	1	1
	JAMA	31	31
	JARAMIJÓ	249	435
	JIPIJAPA	21	0
	JUNÍN	12	23
	MANTA	520	655
	MONTECRISTI	100	175
	PAJÁN	1	0
	PEDERNALES	305	305
	PICHINCHA	33	61
	PORTOVIEJO	507	642
	PTO. LÓPEZ	1	0
	ROCAFUERTE	19	32
	SUCRE	148	235
	SAN VICENTE	1	0
	STA. ANA	70	119
	TOSAGUA	43	75
ESMERALDAS	ESMERALDAS	40	9
	MUISNE	31	17
TOTAL		2.582	2.960

PROGRAMA RE-EMPRENDE

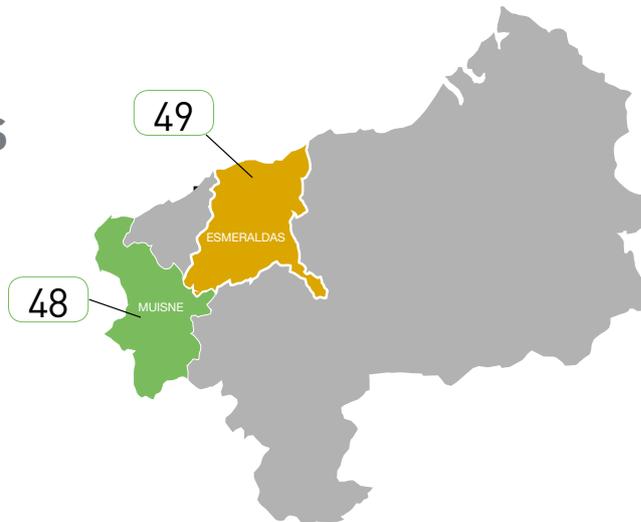


Re-Emprende
Programa de Reactivación Productiva

MANABÍ
Beneficiarios por cantones



ESMERALDAS
Beneficiarios por cantones



RESULTADOS DE LA EJECUCIÓN

Asistencia Técnica



US\$ 536.907
INVERTIDOS



2.582
BENEFICIARIOS

FINANCIAMIENTO



US\$ 3'178.921
INVERTIDOS



2.960
CRÉDITOS OTORGADOS

2. DESARROLLO CONJUNTO CON COMUNIDADES DE ZONAS DE INFLUENCIA DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

Corporación Favorita participa en proyectos de trabajo conjunto con las comunidades del área de influencia de sus operaciones. Los proyectos hidroeléctricos, de la mano de autoridades y población, han definido y priorizado líneas de apoyo para el desarrollo local.

ENERMAX: COTOPAXI

El proyecto hidroeléctrico Enermax trabaja en conjunto con los GADs cantonales de La Maná y Pangua, 11 comunidades del valle de Calope y dos comunidades cercanas a la central, en proyectos de educación, equipamiento de escuelas, capacitación e infraestructura.

Desarrolla también un proyecto de emprendimiento productivo con la Asociación de Mujeres Productoras de Pasta de Cacao “La Montañita”, a quienes otorga equipamiento y asesoramiento técnico.



HIDROSANBARTOLO: MORONA SANTIAGO

El programa de las Relaciones Comunitarias trabaja con siete comunidades en el área de influencia del proyecto y con el GAD cantonal de Santiago. En educación, se desarrollan programas de financiamiento de becas estudiantiles y transporte y se organiza el certamen “Genio Ambiental” entre las unidades educativas del cantón.

También se desarrollan proyectos en salud como terapias y brigadas médicas; y se apoyan planes de infraestructura y mantenimiento vial.



ALZA LA MANO



90 voluntarios del programa “Alza la Mano”, colaboradores de Corporación Favorita, sembraron tres mil árboles en la cuenca del Río Pita, en el suroriente de Quito. Aportaron 720 horas de trabajo de voluntariado en una actividad conjunta con las comunidades de la zona.

Con el apoyo del FONAG y *The Nature Conservancy*, la empresa trabaja en la restauración de 44 hectáreas de esta cuenca, protegiendo tres humedales y dos vertientes de agua. En el marco de este proyecto se realizan diversas actividades con 99 familias de la localidad. Se prevé sembrar 18 mil árboles.

3. APOYO A ORGANIZACIONES QUE TRABAJAN EN EDUCACIÓN DE CALIDAD PARA GRUPOS VULNERABLES

Corporación Favorita ha centrado su apoyo a la comunidad en organizaciones que desarrollan proyectos de educación, en varias zonas del país, con énfasis en grupos vulnerables de la población.

FUNDACIÓN NIÑOS CON FUTURO

-  www.ninosconfuturo.org
-  [fundacion_ninos_con_futuro](https://www.instagram.com/fundacion_ninos_con_futuro)
-  [fninosconfuturo](https://www.facebook.com/fninosconfuturo)
-  [@fninosconfuturo](https://twitter.com/fninosconfuturo)



CIFRAS

2013

400
NIÑOS
BENEFICIADOS



2017

454
NIÑOS
BENEFICIADOS



Dirige la Unidad Educativa Felipe Costa Von Buchwald en Guayaquil, desde hace 20 años. Trabaja con niños y adolescentes, entre 5 y 18 años, en situación de vulnerabilidad. Brinda educación primaria y secundaria.

Dicta talleres técnicos de ebanistería, arte, electrónica, química y peluquería. Cuenta con servicios de alimentación, cuidados médicos, psicológicos y odontológicos, así como programas de mentoría.

Corporación Favorita apoya a esta fundación desde 1996.

EL DATO



En 2014 se graduó la primera promoción de 36 bachilleres técnicos, en Comercio y Administración.

FUNDACIÓN SU CAMBIO POR EL CAMBIO

 www.porelcambio.org



Apoya a grupos vulnerables con alta incidencia de pobreza en áreas rurales y urbano-marginales del país. Trabaja con niños, niñas, adolescentes y adultos mayores, en proyectos en Quito y Guaranda.

En Quito atiende a niños y adolescentes, entre 6 y 18 años, en programas de educación, deportes, nutrición, sicología y trabajo social.

BENEFICIARIOS



FUNDACION
SU CAMBIO
por el cambio

EL DATO

La fundación elabora 300 mil fundas de caramelos para la venta en los supermercados en temporada navideña, empleando a 60 personas, familiares de los beneficiarios del proyecto.



CIFRAS



El proyecto San Simón (Guaranda) desarrolla programas de formación técnica y capacitación. Apoya la implementación de emprendimientos productivos agrícolas y pecuarios.

Corporación Favorita apoya a esta organización, desde su fundación en 1990.

FUNDACIÓN ENSEÑA ECUADOR

-  www.enseñaecuador.org
-  [EnseñaEcuador](#)
-  [EnseñaEcuador](#)
-  [@EnseñaEcuador](#)
-  [EnseñaEcuador](#)



El programa se extiende a Guayas, Los Ríos, Manabí, El Oro, Imbabura, Pichincha, Tungurahua y Azuay y cuenta con una red de egresados, embajadores que impactan el sistema educativo desde diferentes ámbitos.

Corporación Favorita apoya esta iniciativa desde su creación en 2013.



Busca contribuir a la construcción de un Ecuador equitativo, a través de una educación de excelencia para niños y jóvenes. Forma parte de la Red Global de Educación *Teach for All*.

Los Profesionales de Enseña Ecuador (PECs) se convierten en agentes de cambio que impulsan la acción colectiva mediante proyectos o investigación, involucrando a los miembros de la comunidad en cambiar su realidad.

EL DATO

Atrae a los mejores profesionales hacia la educación y les ofrece una experiencia de transformación social, insertándolos como docentes a tiempo completo, dos años, en instituciones educativas vulnerables.

CIFRAS



2014

9
INSTITUCIONES
EDUCATIVAS
BENEFICIADAS

2017

54
INSTITUCIONES
EDUCATIVAS
BENEFICIADAS

CIFRAS

2014

1.122
ESTUDIANTES
BENEFICIADOS



2017

11.655
ESTUDIANTES
BENEFICIADOS



PROFESIONALES
CAPACITADOS

2014

24
PECS ACTIVOS

2017

66
PECS ACTIVOS



FUNDACIÓN DEJEMOS HUELLAS

f fundaciondejemoshuellasdonaciones

Maneja dos programas que promueven la educación para niños y niñas de recursos limitados, a través de becas que auspician personas naturales y aportes empresariales.

El programa Educa, de la Escuela Monte Carmelo en Quito, brinda educación básica con metodología Montessori, a niños entre 1 y 13 años de edad. Además de los temas académicos, el programa se ocupa de alimentación, salud, material didáctico, capacitación docente y otras actividades de los participantes.

El programa Mi Ahijado otorga becas escolares a niños y adolescentes que estudian en diferentes escuelas y colegios fiscales o particulares de Quito.

Corporación Favorita apoya esta iniciativa desde 1999.

BENEFICIARIOS



CIFRAS



EL DATO

El programa Educa, con la metodología Montessori, trabaja con niños y jóvenes en principios de autonomía, independencia, iniciativa, voluntad y autodisciplina.

4. RELACIÓN INSTITUCIONAL Y ALIANZAS CON ACTORES PARA TRABAJAR EN GOBERNANZA Y DESARROLLO SOSTENIBLE DEL ECUADOR

Corporación Favorita cree en el trabajo conjunto con organizaciones, con las que comparte la visión de un país con más oportunidades. Por eso, apoya iniciativas de fortalecimiento al sector público y proyectos del sector privado que fomentan actividades productivas sostenibles; asimismo, participa activamente en gremios y asociaciones que unen esfuerzos para lograrlo.

APOYANDO AL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR PÚBLICO

La Corporación Líderes para Gobernar (CLPG) es una organización civil sin fines de lucro, que trabaja en programas y proyectos de formación, creación de espacios

de diálogo ciudadano y fomento. Reconoce a la gestión pública ejemplar, contribuyendo así a la gobernanza en Ecuador.

Desde hace 12 años, Corporación Favorita ha sido un activo promotor de esta organización, convirtiéndose en un aliado estratégico para sacar adelante cada uno de sus proyectos.



EL APOORTE DE LA CLPG



Programas Académicos:
663 estudiantes

Prácticas Ejemplares Ecuador:
2 ediciones, 167 proyectos postulados,
11 ganadores en 11 categorías,
77 prácticas públicas reconocidas

Revista Diálogos Ciudadanos:
10 ediciones

Programa Diálogos y Debates:
4 programas, 114.747 reproducciones.

Programa Jóvenes:
43 jóvenes, 4 encuentros juveniles

PRÁCTICAS EJEMPLARES ECUADOR



Iniciativa que busca estimular la mejora continua de la gestión pública, mediante el reconocimiento de prácticas eficientes e innovadoras que inciden positivamente en la vida de los ecuatorianos. Se reconocen ganadores en diferentes categorías de las postulaciones, que son evaluadas por dos jurados: técnico y calificador.

DECÁLOGO DEL BUEN ECUATORIANO

DECÁLOGO DE BUEN ECUATORIANO
una guía para ser mejor ciudadano

- Siempre ten objetivos de vida y alcázalos con disciplina.**
- Edúcate y aprende siempre.**
- Cuídate y respeta a los demás.**
- Busca el bien común y sirve a los demás.**
- Lidera e inspira con el ejemplo.**
- Mantén y fortalece la democracia.**
- Cuida tu planeta y el medio ambiente.**
- Trabaja duro, ahorra y genera valor.**
- Sé honesto y exige honestidad.**
- Tú defines el # 10 en base al rol en tu Comunidad.**

Proyecto que define un conjunto de principios y valores mínimos, que son propuestos como una guía para la vida de los ciudadanos. Dirigido a profesores y estudiantes para apoyar su formación en el desarrollo de responsabilidades cívicas.

LA RED DE APOYO A CLPG

NUESTROS BENEFACTORES



ALIADOS ESTRATÉGICOS



APOYO TÉCNICO



Deloitte.

ECUADOR 2030

El proyecto Ecuador 2030 productivo y sostenible es un acuerdo empresarial, que congrega a organizaciones en una agenda de transformación del país.

La meta es ingresar, a través de un pensamiento exponencial, de manera competitiva en la Cuarta Revolución Industrial y avanzar hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), logrando el progreso del sector productivo y la creación de empleo.

El proyecto fue presentado en Quito, por el Comité Empresarial Ecuatoriano y la Federación Nacional de Cámaras de Industrias del Ecuador, en alianza estratégica con la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Corporación Favorita apoya esta iniciativa de la comunidad empresarial que invita a la sociedad civil, emprendedores, academia, trabajadores, organizaciones no gubernamentales, cooperación internacional y autoridades a construir y apoyar conjuntamente proyectos de desarrollo para un Ecuador productivo y sostenible.



ASOCIACIONES

Corporación Favorita es parte de los siguientes gremios y asociaciones:

- Cámara de Industrias y Productividad (CIP)
- Cámara de Comercio de Quito
- Cámara de Comercio de Guayaquil
- Cámara de Comercio de Cuenca
- Cámara de Comercio Ecuatoriano-Americana de Quito (AMCHAM)
- Cámara de Comercio e Industrias Ecuatoriana-Colombiana (CAMECOL)
- Cámara de Industriales de Rumiñahui (ADER)
- Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas (ANFAB)
- Asociación Ecuatoriana de Código de Producto (ECOP-GS1)
- Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI)
- Bolsa de Valores de Quito
- Corporación Mucho Mejor Ecuador
- Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social (CERES)

CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS

SELLOS HACE BIEN, HACE MEJOR



Desde 2013, Corporación Favorita cuenta con la certificación “Hace Bien” y en 2017 obtuvo la certificación “Hace Mejor”, otorgada por el Estado ecuatoriano a organizaciones que cumplen con las cuatro éticas empresariales: con los trabajadores, con la comunidad (clientes, proveedores y accionistas), con el Estado y con el medio ambiente.



Las certificaciones son promovidas por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y se entregan después de una auditoría externa, con altos parámetros de cumplimiento.

CERTIFICACIONES

La política y prácticas corporativas de Corporación Favorita son certificadas por organizaciones técnicas públicas, reconocidas en cada uno de sus ámbitos. La obtención y mantenimiento de estas certificaciones suponen el desarrollo de rigurosos procesos y el cumplimiento de estrictos estándares.

- **Punto Verde.**

Certificación ecuatoriana ambiental, otorgada por el Ministerio del Ambiente, que reconoce las buenas prácticas de producción limpia. Certificadas: Agropesa y Enermax.



- **Empresa Eco-eficiente.**

Certificación otorgada por el Ministerio del Ambiente, como reconocimiento a varios proyectos Punto Verde. Certificada: Agropesa.



- **Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).**

Certificación otorgada por manejo adecuado de procesos industriales. Certificadas: Centro de Distribución (carnes y pollos), Pofasa y Maxipan.



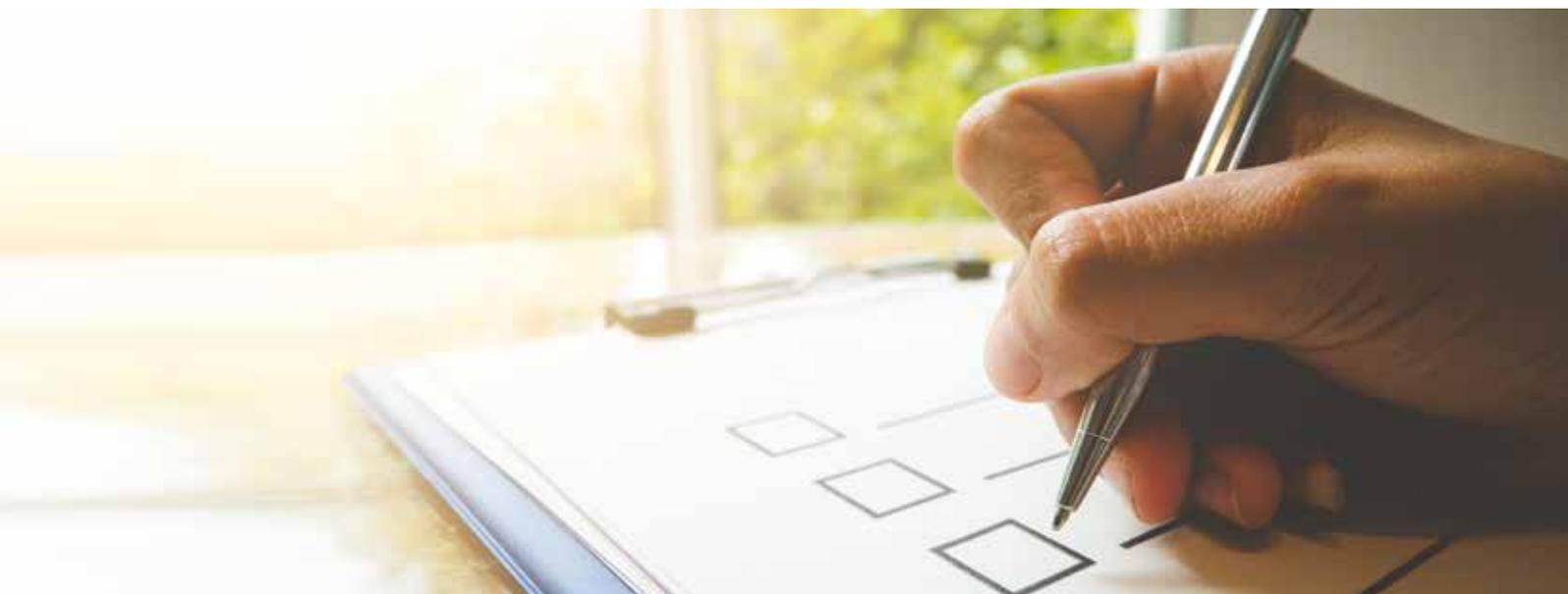
- **Mucho Mejor si es hecho en Ecuador.**

Certificación otorgada por la Corporación Mucho Mejor Ecuador, que califica procesos internos de mejora continua y satisfacción del cliente. Certificada: Corporación Favorita, Maxipan.



- **Certificación Orgánica.**

Certificación otorgada por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad (Agrocalidad) para comercialización de productos orgánicos. Certificada: Corporación Favorita.





RECONOCIMIENTOS 2017

- ★ **Corporación Favorita.**
Reconocimiento Especial Premios Latinoamérica Verde el "Uso de Fundas Reusables en Supermercados".

- ★ **Corporación Favorita.**
Primer Lugar en el Ranking "100 Empresas con Mayor Reputación en el Ecuador".
Revista Vistazo y Merco Ecuador.

- ★ **Corporación Favorita.**
Ekos de Oro. Categoría Supermercados.
Primer lugar.

- ★ **Corporación Favorita.**
Revista Ekos Ranking "Las 1.000 Mayores Empresas".
Primer Lugar.

- ★ **Corporación Favorita.**
Ekos de Oro. "Empresa más Eficiente".
Primer Lugar.

- ★ **Corporación Favorita/Agropesa.**
Reconocimiento Especial Premios Latinoamérica Verde por la "Gestión Integral de Residuos".

- ★ **Supermaxi.**
Ekos de Oro.
"Recordación de Marca". Quinto Lugar.

- ★ **TVentas.**
Ekos Oro.
Categoría Venta de Electrodomésticos.



5. EMPRESA DE CAPITAL ABIERTO

Desde 1976, la empresa abrió su capital accionario al público. En ese año, 85 personas adquirieron paquetes accionarios convirtiéndose en copropietarios de la firma.

En la actualidad, Corporación Favorita cuenta con 15.348 accionistas, entre personas naturales, personas jurídicas, instituciones y fundaciones. En 2017, este número se incrementó en 4,3%, con relación al 2016.

TOTAL: 15.348



CUMPLIMIENTO CON EL FISCO

Corporación Favorita cumple con sus obligaciones con el Estado. Durante 2017, canceló US\$ 219,3 millones. Por su parte, las empresas filiales cancelaron un monto de US\$ 92,4 millones, en el mismo período.

CORPORACIÓN FAVORITA Y SUS FILIALES

IMPUESTO	CORPORACIÓN FAVORITA* EN DÓLARES	FILIALES** EN DÓLARES	TOTAL EN DÓLARES
IVA FACTURADO (COMO AGENTE DE PERCEPCIÓN IVA VENTAS)	136'100.546	56'232.833	192'333.379
IMPUESTO A LA RENTA	37'982.833	16'448.328	54'431.161
1.5 IMPUESTO A LOS ACTIVOS TOTALES	1'749.945	795.080	2'545.025
PATENTES MUNICIPALES Y OTROS	1'608.448	714.293	2'322.741
IMPUESTOS PEDIALES	1'194.264	425.450	1'619.714
CONTRIBUCIÓN A LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS	1'339.333	568.840	1'908.173
ARANCELES POR IMPORTACIONES	33'597.814	13'159.713	46'757.527
IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS (ISD)	5'698.223	4'132.398	9'830.621
TOTAL	US\$ 219'271.406	US\$ 92'476.935	US\$ 311'748.341

* Corporación Favorita: Supermaxi, Megamaxi, Akí, Gran Akí, Súper Akí, Juguetón, Super Saldos y Titán.

** Filiales: Kywi, Comohogar, TVentas, Mr. Books-Librimundi, Bebelandia, Maxitec, Automax, Ecuastock, Enermax, Hidro San Bartolo, Agropesa, Pofasa, Maxipan, Favimatic, Iventte, Marcionelli e Invede.

ÍNDICE DE CALIDAD DE VIDA COMUNIDAD FAVORITA

Como actor relevante en la comunidad y enmarcado en prácticas de transparencia, Corporación Favorita busca medir el impacto de sus actividades en los diferentes grupos con los que se relaciona.

El Índice de Calidad de Vida Comunidad Favorita (ICV-CF) es el resultado de un proceso de varios años, en los que indicadores y parámetros han ido evolucionando, ajustándose a nuevas realidades y temas de interés.

Tuvo su origen en la visión misma de la empresa y en la decisión de medir objetivamente el impacto en la calidad de vida en los diferentes actores, que se desarrollan en su entorno.

A futuro, lo que se busca es contar con una serie de parámetros técnicos, cada vez más rigurosos, que permitan la comparación con otras empresas, con otras organizaciones y que aporten a las mediciones nacionales y globales.

INDICADORES

2017

59,36/100

El ICV-CF está conformado por 55 indicadores, agrupados en ejes y pilares y se reportan a través de grupos de interés. Se trata de una metodología propia, desarrollada con base en estándares internacionales en cada tema. 2017 es el año base de la medición.

COLABORADORES



Se refiere a las oportunidades de empleo, estabilidad y crecimiento laboral de los colaboradores, así como con el ambiente de trabajo, niveles de satisfacción, remuneración, niveles de educación, compromiso con la empresa.

CLIENTES



Está relacionado con parámetros de oferta, variedad y calidad de productos y servicios, experiencia de compra, precios justos y con la posibilidad de acceso de los clientes a los mismos.

COMUNIDAD



Hace referencia al impacto de las actividades productivas y comerciales en la sociedad ecuatoriana, la filosofía de Valor Compartido, la práctica de responsabilidad ambiental y social, la transparencia, la participación y el aporte de la empresa en el desarrollo del área de influencia y, en general, del país.

PROVEEDORES

Tiene relación con el acceso a canales de comercialización y mercado a procesos formales de innovación y emprendimiento, a estandarización y calidad de productos y procesos, a la relación, beneficios y condiciones justas y a oportunidades conjuntas de desarrollo.



ACCIONISTAS



Tiene que ver con la apertura y oportunidad de inversión, la solidez y sostenibilidad en el tiempo, basada en el respaldo institucional, la confianza y transparencia de la información.

AMBIENTE



Consiste en prácticas y políticas de producción responsable, manejo adecuado de recursos naturales y gestión adecuada de residuos.



www.corporacionfavorita.com