



I N F O R M E

20
20



INFORME
2020

CONTENIDO

NUESTRA IDENTIDAD

7	Sobre este Informe
8	Carta del Presidente
10	Cifras de interés
11	2020: Año del Somos Uno
12	Nuestra Historia
13	Gobierno Corporativo
14	Quiénes Somos
16	Dónde Estamos
18	Cadena de Valor
20	Nuestra Cultura
21	Valores Corporativos
22	Nuestro Manifiesto

NUESTRAS EMPRESAS

26	ÁREA COMERCIAL
28	Supermaxi
29	Megamaxi
30	Akí
31	Super Akí
32	Gran Akí
33	Akí Vecino
34	Titán
35	Rey
36	Romero
37	Mr. Precio
38	Super Saldos
39	Juguetón Ecuador
40	Juguetón Costa Rica

41	Bebemundo
42	Bebemundo Costa Rica
42	Nuà
43	Möblart
44	Sukasa
45	Todohogar
46	Cemaco
47	Salón de Navidad
48	Kywi
49	MegaKywi
50	Ferrex
51	Mr. Books
52	Libri Mundi
53	TVentas
54	MaxiTec
55	Travel Stores
56	Tatoo
57	Metro Plus
57	Farma Ahorro
58	ZAZ
59	Servimax
60	CTEC
61	Eureka
62	ÁREA INDUSTRIAL
64	Centro de Distribución CF
66	Centro de Distribución Grupo Rey
67	Agropesa
68	Pofasa

69	Maxipan
70	La Reforma
71	Hanaska
72	Tatoo Industrial
73	Gira
74	Enermax
75	Hidrosanbartolo

ÁREA INMOBILIARIA

76	Mall de los Andes
78	Plaza Batán
79	Multiplaza
80	Mall El Jardín
81	Mall del Sur
82	Village
83	CityMall
84	Mall del Sol

VALOR COMPARTIDO

88 VALOR COMPARTIDO

90 COLABORADORES

92	Oportunidades de crecimiento y desarrollo
94	Diversidad e inclusión
96	Comunicación interna
98	Bienestar y calidad de vida
102	Mejora continua e intra-emprendimiento

104 PROVEEDORES

106	Cadena de proveedores de calidad
108	Trabajo conjunto para provisión de productos de calidad
110	Apoyo a la producción nacional

112 CLIENTES

114	Comunicación responsable, interactiva y accesible
118	Fidelización de clientes y programas especiales
120	Experiencia de clientes y atención a sus necesidades

122 AMBIENTE

124	Política ambiental como eje estratégico de gestión
125	Reducción de la huella de carbono
127	Gestión adecuada de residuos

130 COMUNIDAD

132	Voluntariado Corporativo
133	Iniciativas en ejes priorizados de Valor Compartido
139	Comunidad Corporación Favorita

142 ESPECIAL 2020

Dirección

CORPORACIÓN FAVORITA C.A.

Diseño - Diagramación

EDITORIAL TAQUINA

Contenidos - Redacción - Edición

KOMM COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Fotografía

ARCHIVO DE IMÁGENES CF Y FILIALES / SHUTTERSTOCK / JUAN PABLO MERCHÁN / KOMM

Quito • Abril 2021

Nuestra Identidad



- ▶ SOBRE ESTE INFORME
- ▶ CARTA DEL PRESIDENTE
- ▶ CIFRAS DE INTERÉS
- ▶ 2020: AÑO DEL SOMOS UNO
- ▶ NUESTRA HISTORIA
- ▶ GOBIERNO CORPORATIVO
- ▶ QUIÉNES SOMOS
- ▶ DÓNDE ESTAMOS
- ▶ CADENA DE VALOR
- ▶ NUESTRA CULTURA
- ▶ VALORES CORPORATIVOS
- ▶ NUESTRO MANIFIESTO

SOBRE ESTE INFORME

Como todos los años, Corporación Favorita pone a consideración de los diferentes actores con los que se relaciona, los principales hitos de su gestión y la de sus filiales, en los aspectos financiero, comercial, productivo y de las acciones de Valor Compartido.

La información contenida en estas páginas, tanto las cifras como la sistematización cualitativa, corresponden al año 2020. Hacen parte del informe las cifras oficiales, que han sido reportadas por la empresa y auditadas por las instancias pertinentes y entregadas a las autoridades de control, según la normativa vigente.

Esta memoria anual es entregada a los accionistas de la empresa, así como a otros públicos interesados en sus actividades y el impacto de ellas en la sociedad.

Estimados accionistas

El año 2020 pasará a la historia como uno de los más nefastos y difíciles de la historia moderna de la humanidad, debido principalmente a la pandemia causada por el síndrome covid-19, que azotó a todas las regiones del mundo, sin distinción de raza o de situación geográfica y económica.

Debemos lamentar el fallecimiento de más de 2,8 millones de habitantes del planeta, además del deterioro sin precedentes de los mecanismos de producción, distribución y consumo del aparato mundial, lo que ha causado una baja inusitada del PIB en todos los países, empobreciendo a millones de personas.

Lamentablemente, América Latina es una de las regiones más afectadas por esta pandemia, enfrentando posiblemente la peor recesión de las últimas décadas.

Y en nuestro querido país, la situación ha sido especialmente dura por cuanto, para empezar, antes de esta crisis ya teníamos problemas económicos y sociales causados por años de malas decisiones e indisciplina fiscal. A esto se le sumó la caída de precios del petróleo, lo que conformó un panorama sumamente difícil. Pasarán algunos años hasta que nos repongamos de esta malhadada situación.

A pesar de todo esto, nuestra empresa ha sabido manejar con absoluta eficacia la situación desatada, habiendo incluso dado muestras de disciplina y fortaleza, lo cual ha sido ampliamente comentado en varios escenarios nacionales.

Una de las prioridades de la empresa durante el año pasado fue el cuidar la salud y bienestar de nuestros colaboradores.

Tenemos la satisfacción de haber paralizado nuestras operaciones en Ecuador y en Panamá solo cuando las autoridades así lo dispusieron. Pasamos del pánico a la adaptación y de la resignación a la resiliencia. Más adelante tendrán abundante información en relación al manejo de la crisis por parte de Corporación Favorita y Grupo Rey.

No me detendré a tratar exhaustivamente sobre la situación económica y social actual en Ecuador; las perspectivas todavía son inciertas debido a la pandemia. Además, acabamos de concluir un proceso electoral en el que se eligieron nuevas autoridades tanto en el Ejecutivo como el Legislativo, por lo que el futuro inmediato dependerá de las medidas y decisiones que se tomen en los próximos meses.

Me limito a mencionar que nuevamente tuvimos deflación, que la balanza comercial fue positiva debido a la caída de importaciones y al incremento de exportaciones a Europa y Asia, y que el Producto Interno Bruto (PIB) se ubicó en niveles de hace seis años. Esto equivale a decir que retrocedimos esa cantidad de años. En todo este período, el crecimiento del PIB ecuatoriano ha sido el más bajo de la región, con excepción de Venezuela.

En lo que a nuestra empresa concierne, podemos afirmar que los ingresos fueron mayores a los del

año 2019, en 3,4%. De la misma forma los gastos, especialmente por el rubro covid-19, también fueron mayores, por lo que la utilidad neta fue menor. Si sacamos de la sumatoria los costos ocasionados por la pandemia, los cuales sumaron US\$ 18 millones aproximadamente, los gastos fueron mayores en 1,7%, es decir, menos que el incremento en ventas. Los márgenes fueron ligeramente superiores, pero también las mermas se incrementaron levemente.

Muchas cosas quedaron sin hacerse debido a la pandemia y otras se hicieron más de lo previsto; no obstante, nos hemos preocupado principalmente de la experiencia del cliente así como del cuidado del medio ambiente, y pusimos especial énfasis en apoyar solidariamente a la comunidad. Así, hemos puesto en práctica el propósito de la Corporación de mejorar la calidad de vida por medio del equilibrio económico, social y ambiental de las actividades productivas y comerciales.

Además es grato afirmar que, a pesar de lo sucedido con la pandemia, pudimos apoyar en gran medida a nuestra filial de Panamá, y que se incrementaron las exportaciones ecuatorianas nuestras a ese país, conformadas por más de 400 productos fabricados principalmente por pequeñas y medianas empresas.

Una de las consecuencias de la emergencia derivada de la pandemia, ha sido una baja en ventas de rubros como diversión, ropa y artículos suntuarios, mientras que los productos alimenticios de consumo masivo tuvieron un incremento, lo cual se refleja en el valor de cada compra por cliente y número de ítems por canasta.

En el año que culminó pudimos inaugurar cuatro nuevos locales en Ecuador y dos en Panamá, mientras que otros dos quedaron pendientes en nuestro país por la pandemia. Asimismo, se remodelaron tres locales en Ecuador y uno en Panamá.

En lo que respecta a Grupo Rey en Panamá, las ventas también fueron

superiores al año anterior, en este caso en 2% aproximadamente. De la misma forma, debido a la pandemia, los gastos fueron mayores a lo planificado, pero el resultado operacional ya fue positivo, lo cual es satisfactorio, aunque todavía estamos muy lejos de lo que quisiéramos llegar. Asimismo, el EBITDA operativo fue superior al del año 2019. Aquí reafirmamos lo que ya hemos anticipado: esta es una inversión a mediano plazo.

En dicha filial está en plena construcción nuestro nuevo Centro de Distribución, que permitirá una mejoría significativa tanto en distribución a los locales como en operación en general, aumentando eventualmente los ingresos y disminuyendo los gastos. Este centro se construirá por etapas; primero la parte seca y luego la fría. Su culminación está programada para marzo de 2022, momento en el cual 98% de los proveedores estarán centralizados.

En Grupo Rey se ha priorizado la eficiencia con los programas 4M (más venta y margen, menos gasto y merma) y de Mejora Continua, que vienen funcionando desde hace años en la matriz. Por otro lado, se han realizado algunas refacciones en locales y se ha incrementado la venta de marcas propias, siempre en línea con los parámetros de la Corporación en Ecuador.

Para el año que decurre, y al igual que en 2020, se hace muy difícil de proyectar un presupuesto de la Corporación, por las mismas razo-

nes ya enunciadas: la pandemia todavía en desarrollo y el cambio de Gobierno en Ecuador. La nueva administración recibirá déficit fiscal, crisis social y división política, existiendo la posibilidad de que se dicten nuevas medidas y se realicen cambios en la normativa vigente, por lo que nos estamos preparando para un año austero, con disminución del crecimiento y de nuevos locales.

Es indudable que cualquier mejoría en lo social y económico tendrá mucho que ver con las medidas y acciones que se tomen en relación al manejo de la covid-19, especialmente en el cumplimiento de un programa serio y constante de vacunación de la población.

Durante el año pasado, el ritmo normal del negocio fue trastornado y nuestras empresas sufrieron disminución de sus ventas y/o utilidades, pero gracias a la nobleza del principal rubro del negocio, la alimentación, sumado al compromiso, resiliencia y esfuerzo de los equipos de trabajo, seguiremos para adelante, evolucionando y adaptándonos a las nuevas circunstancias, dando señales inequívocas de nuestro compromiso con la comunidad.

Cabe mencionar que para el año 2021 todas nuestras empresas filiales, gracias a la solidez de su patrimonio, la fortaleza de su capital humano y un endeudamiento conservador, están preparadas para subsistir sin mayores contratiempos. Un resumen de sus actividades lo tendrán más adelante.

En lo que tiene que ver con los proyectos de desarrollo social que la empresa promueve o participa, puedo mencionar que tenemos definidos campos de acción enmarcados en nuestra visión estratégica y de sostenibilidad al año 2030, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Los ámbitos son: erradicación de la desnutrición crónica infantil, impulso a la educación de calidad para los estratos socioeconómicos menos favorecidos en zonas rurales, fomento al emprendimiento e innovación en Ecuador y Panamá, e implementación de programas de economía circular y forestación para la protección del medioambiente.

Trabajamos en muchas acciones concretas en torno a todos estos ejes, las que podrán revisar en detalle, más adelante, en este mismo informe de labores.

Al terminar, un agradecimiento muy especial para todos nuestros ejecutivos y colaboradores en general, quienes realmente han demostrado en estas circunstancias tan difíciles y especiales, su calidad humana y compromiso con la sociedad y la empresa.

De la misma forma, agradecemos a nuestros clientes, quienes supieron adaptarse a la situación desatada y cumplir con las nuevas reglas y hábitos.

No podemos dejar de agradecer a los proveedores, quienes indudablemente también colaboraron en gran forma para ayudar a paliar la crisis desatada.

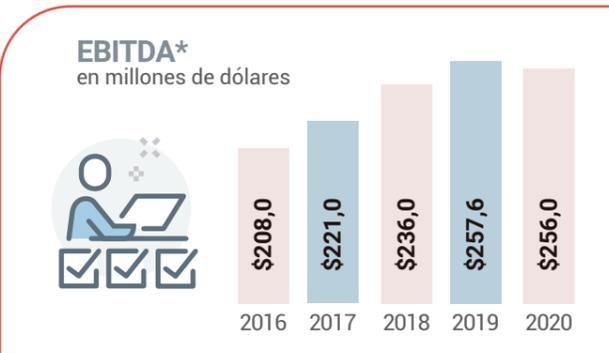
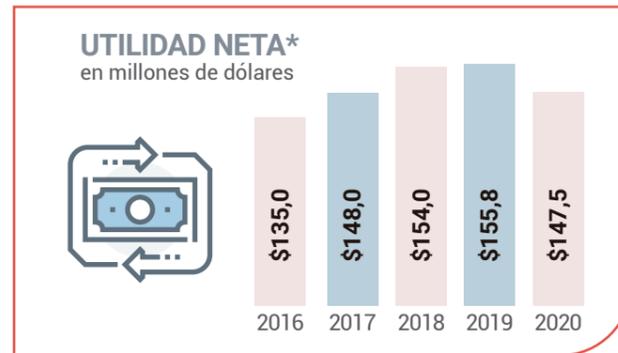
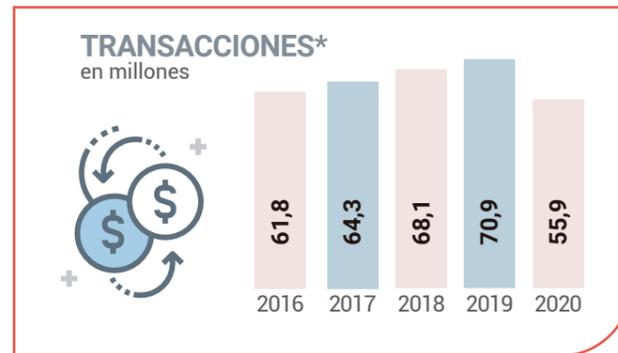
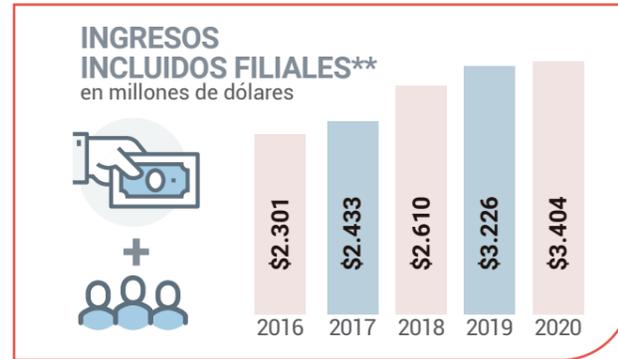
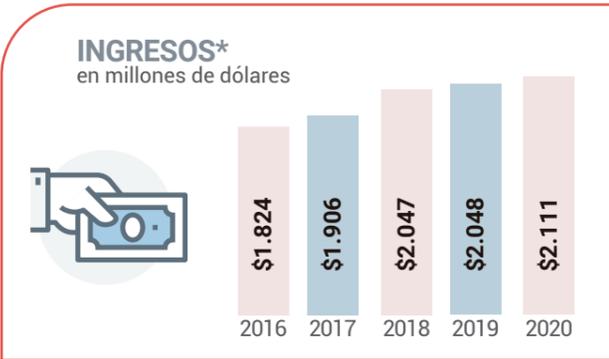
Y a ustedes, queridos accionistas, nuestro homenaje por cuanto han comprendido y aceptado las condiciones irregulares en las que se han desarrollado las actividades relacionadas con dividendos y Juntas Generales, todo lo cual estuvo fuera de nuestro control.

Muchas gracias,

Presidente del Directorio



CIFRAS DE interés



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

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

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



Todos los años, la empresa define un marco estratégico para el desarrollo de sus actividades. El 2020 fue declarado como el año del Somos Uno, concepto que resume la cultura corporativa de Corporación Favorita y materializa la importancia de la relación con todos los actores de su cadena de valor. Como nunca antes, la pandemia puso en juego la capacidad de adaptación y resiliencia en todos los ámbitos, y planteó desafíos que solo se pudieron enfrentar con un trabajo coordinado y una visión conjunta de colaboradores, proveedores, clientes y accionistas.

2020, AÑO DEL SOMOS UNO

Desde sus inicios, Corporación Favorita ha buscado mejorar la calidad de vida de todos los actores con los que se relaciona, de ahí nace su estrategia de Valor Compartido que busca, más allá de la rentabilidad, generar oportunidades de bienestar y progreso para su cadena de valor.

Con esta mirada, el año 2020 comenzó con el objetivo de consolidar la cultura corporativa con todos los públicos, es decir, transmitir la esencia de la empresa, plasmada en sus creencias y valores y enmarcada en el concepto Somos Uno.

La emergencia mundial derivada de la covid-19 cambió muchos de los planes, pero lejos de detener la ejecución de esta estrategia, la volvió más vigente y necesaria. La empresa se adaptó en todos sus ámbitos a las nuevas condiciones, en un año en que el liderazgo, la solidaridad, la empatía, la responsabilidad, la fortaleza y el trabajo conjunto, fueron indispensables para salir adelante. Así, el concepto de Somos Uno representó lo mejor de cada uno.

Somos Uno con los colaboradores que, en primera línea, comprometidos con la empresa y con el país, se adaptan a los cambios y trabajan todos los días para entregar productos y servicios seguros y de calidad; y también con los miles de colaboradores que tuvieron que continuar con sus labores desde el teletrabajo.

Somos Uno con los clientes que acuden con confianza a los loca-

les y siguen las normas que mantienen seguros a todos.

Somos Uno con los proveedores que, pese a las dificultades, logran cumplir con las entregas y mantener abastecidas las perchas.

Somos Uno con los accionistas que, con su confianza, siempre apoyan las decisiones de la empresa y la empujan a crecer.

Somos Uno con la comunidad, con personas, iniciativas y organizaciones con las que se trabaja para llegar con ayuda a quienes son más vulnerables.

Con esta misma fuerza, se plantea que el 2021 sea el año de la consolidación de la filosofía de Somos Uno, vista como la esencia de la empresa que, en este nuevo año, representará la resiliencia, el trabajo en equipo, la recuperación, la sostenibilidad y la reinención.



NUESTRA historia

Corporación Favorita es una empresa ecuatoriana que cree e invierte en el Ecuador. Realiza actividades en las áreas comercial, industrial e inmobiliaria, en siete países de la región.

A lo largo de su historia, ha buscado mejorar la calidad de vida de todos quienes conforman su cadena de valor, en un camino de emprendimiento y compromiso, retos y aprendizajes.

LOS INICIOS

Nace en 1952 como Bodega La Favorita, en el centro de Quito. En 1957 se inaugura Supermercados La Favorita, el primer autoservicio del país. En 1976 es la primera empresa en abrir su capital al público y la primera cadena en ofrecer una tarjeta de descuento. En 1979 se inaugura el local en Policentro, Guayaquil y cambia de nombre a Supermaxi.

LA DIVERSIFICACIÓN

En los 70s y 80s se abre la primera bodega central e inician las actividades industriales con Pofasa, Maxipan y Agropesa. En los 80s, 90s y primera década del siglo XXI se replica el modelo de supermercado en cadenas especializadas como Sukasa, Salón de Navidad, Bebelandia, Salón del Juguete, Todohogar, Mr. Books y Travel Stores.

NUEVAS INVERSIONES

En 1993 se adquiere la franquicia de Radio Shack (hoy Maxitec); entre 2000 y 2015 se incorporan las cadenas Kywi, TVentas, Tatoo y Libri Mundi. En 1995, la primera inversión inmobiliaria es Mall El Jardín en Quito y luego Mall de los Andes en Ambato, Multiplaza en siete ciudades y otros en Guayaquil. En 2019 se incorporan Hanaska y La Reforma.

NUEVOS FORMATOS

En 1997 abre sus puertas el nuevo formato de supermercados, Megamaxi, en Guayaquil. En las siguientes dos décadas se ofrecen nuevas opciones a los clientes con la apertura de Akí, Gran Akí, Super Akí, Akí Vecino, Super Saldos, Titán y Möblart. En 2002 se inaugura el nuevo Centro de Distribución en Amaguaña y nacen los productos de marca propia. Desde 2008, Supermercados La Favorita se transforma en Corporación Favorita.

INTERNACIONALIZACIÓN

Desde 2010 tiene presencia internacional; hoy con tiendas en siete países de la región con las filiales Bebemundo, Nuá, Juguetón, Cemaco, Ferrex y Tatoo. A finales de 2018, adquiere la mayoría accionaria de Grupo Rey, cadena comercial líder en Panamá, con las tiendas Rey, Romero, Mr. Precio, Metro Plus y ZAZ.

INVERSIONES PARA LA SOSTENIBILIDAD

Desde 2006 invierte en las centrales hidroeléctricas Enermax e Hidrosan Bartolo, para generar energía renovable. En 2017 se abre Plaza Batán, el primero con certificación ambiental LEED y modelo de nuevos locales. En 2018 nace Gira, filial para el manejo de residuos con enfoque de economía circular. En alianza con los formatos, existe una red de 80 puntos de recolección de residuos reciclables en todo el país.

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 18 mil accionistas, entre personas naturales y jurídicas, y que se reúne periódicamente en juntas ordinarias y extraordinarias.

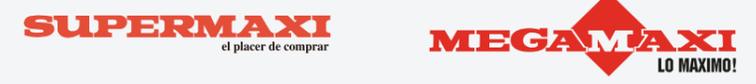
El Directorio de la empresa es nombrado por la Junta General y es el máximo órgano de administración. Está compuesto por accionistas y directores externos, que contribuyen con su visión a la toma de decisiones estratégicas del negocio en temas financieros, administrativos, de gestión y en la definición de lineamientos y políticas de la organización.

El día a día de la empresa se maneja desde el cuerpo directivo, conformado por la Presidencia Ejecutiva, Vicepresidencias y Gerencias, apoyadas por comités técnicos y temáticos, en los que se tratan los temas específicos de cada área de negocio, sus riesgos y oportunidades. La gestión y decisiones estratégicas se respaldan en información relevante y oportuna, objetivos corporativos, estrategias y políticas.

La empresa cuenta con un Código de Ética, que contiene los principales parámetros y límites que rigen las actividades que realiza la compañía, desde el punto de vista de la ética y la convivencia armónica.

Las empresas filiales y las empresas en otros países de la región 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.

QUIÉNES SOMOS



ÁREA COMERCIAL

La empresa ecuatoriana que hoy tiene presencia internacional y ha diversificado su giro de negocio, tuvo su origen en las actividades comerciales. Esta área, conformada principalmente por cadenas de supermercados, oferta desde bienes de primera necesidad hasta productos y servicios especializados para todas las necesidades.



ÁREA INDUSTRIAL

La producción, manufactura, inclusión de valor agregado en alimentos y otros bienes y el modelo centralizado de distribución y logística, se complementa con la generación de energía renovable y la gestión integral de residuos.



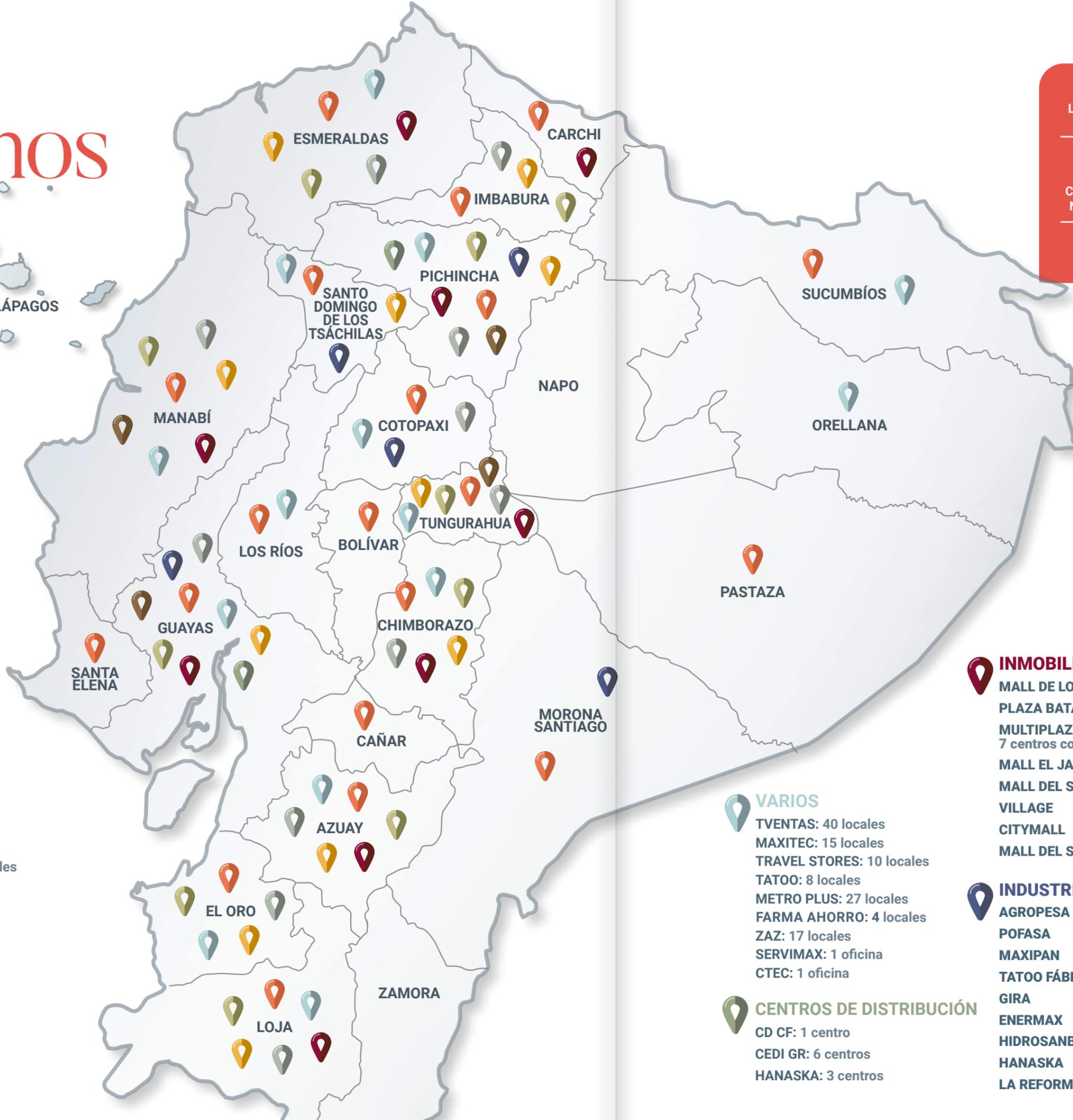
ÁREA INMOBILIARIA

Espacios seguros, cómodos y accesibles, con amplia cobertura, permiten la oferta de productos, servicios y experiencias de calidad para todas las necesidades.



NUESTRA IDENTIDAD | QUIÉNES SOMOS

DÓNDE estamos



SUPERMERCADOS

- SUPERMAXI: 40 locales
- MEGAMAXI: 14 locales
- AKÍ: 43 locales
- GRAN AKÍ: 20 locales
- SUPER AKÍ: 21 locales
- AKÍ VECINO: 4 locales
- TITÁN: 4 locales
- REY: 31 locales
- ROMERO: 10 locales
- MR. PRECIO: 15 locales
- SUPER SALDOS: 6 locales

NIÑOS

- JUGUETÓN: 27 locales
- BEBEMUNDO: 16 locales
- JUGUETÓN CR: 4 locales
- BEBEMUNDO CR: 4 locales
- NUÀ: 2 locales

HOGAR

- MÖBLART: 1 local
- SUKASA: 6 locales
- TODOHOGAR: 15 locales
- SALÓN DE NAVIDAD: 5 locales
- CEMACO: 3 locales

LIBRERÍAS

- MR. BOOKS: 7 locales
- LIBRI MUNDI: 4 locales

FERRETERÍAS

- KYWI: 26 locales
- MEGAKYWI: 5 locales
- FERREX: 3 locales

VARIOS

- TVENTAS: 40 locales
- MAXITEC: 15 locales
- TRAVEL STORES: 10 locales
- TATOO: 8 locales
- METRO PLUS: 27 locales
- FARMA AHORRO: 4 locales
- ZAZ: 17 locales
- SERVIMAX: 1 oficina
- CTEC: 1 oficina

CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

- CD CF: 1 centro
- CEDI GR: 6 centros
- HANASKA: 3 centros

INMOBILIARIOS

- MALL DE LOS ANDES
- PLAZA BATÁN
- MULTIPLAZA: 7 centros comerciales
- MALL EL JARDÍN
- MALL DEL SUR
- VILLAGE
- CITYMALL
- MALL DEL SOL

INDUSTRIALES

- AGROPESA
- POFASA
- MAXIPAN
- TATOO FÁBRICA
- GIRA
- ENERMAX
- HIDROSANBARTOLO
- HANASKA
- LA REFORMA



PRESENCIA internacional



NUESTRA IDENTIDAD | QUIÉNES SOMOS

CADENA de valor

COLABORADORES: 20.642

CORPORACIÓN FAVORITA:
9.754
empleos directos

FILIALES:
5.463
empleos directos

FILIALES INTERNACIONALES:
5.425
empleos directos



PROVEEDORES: 11.643

CORPORACIÓN FAVORITA:
2.477
proveedores

FILIALES:
8.447
proveedores

GRUPO REY:
719
proveedores

CLIENTES: 3'018.707

EMPLEOS INDIRECTOS*: 276.086

CORPORACIÓN FAVORITA:
65.268
empleos indirectos

GRUPO REY:
16.537
empleos indirectos

FILIALES:
194.281
empleos indirectos

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

TOTAL ACCIONISTAS: 18.014

ACCIONISTAS:
13.169

COLABORADORES ACCIONISTAS:
3.780

EX-COLABORADORES / JUBILADOS:
1.065

NUESTRA cultura



VISIÓN

Ser la mejor empresa de América.



MISIÓN

Mejorar la calidad de vida, ofreciendo los mejores productos, servicios y experiencias, de forma eficiente, sostenible y responsable.

VALORES corporativos



CORPORACIÓN FAVORITA

CONFIANZA



Ser fiable y creer en las capacidades propias y de quienes rodean a la empresa. Es la suma de todo el resto de valores y facilita el equilibrio entre la empresa y las personas.



LIDERAZGO



Plantearse objetivos y buscar resultados individuales y colectivos con iniciativa, eficiencia y perseverancia; ser buen ejemplo, motivador y guía, y asumir los desafíos con humildad y responsabilidad. Cada persona es líder de su propia vida.

CONTRIBUCIÓN



Servir y trabajar no solo para el crecimiento personal y de la empresa, sino en búsqueda de un impacto positivo del trabajo individual en la sociedad.



INTEGRIDAD



Practicar y demostrar honestidad, transparencia y ética en cada actividad que se realiza, y enmarcarlas en espíritu de justicia y equidad.

ARMONÍA



Buscar relaciones a largo plazo en todas las facetas de la vida laboral y personal. Practicar el respeto, la empatía y el trabajo en equipo.



FELICIDAD



Mantener una actitud positiva y optimista, concebida como el camino más que la meta. Se basa en la práctica de una visión integral de salud y bienestar, balance, alegría, paz y conciliación de la vida laboral y personal.

NUESTRO manifiesto



Buscamos mejorar la calidad de vida de todos con quienes nos relacionamos.

A través de nuestros productos, servicios, empleo, desarrollo, oportunidades de negocio, contribuimos a la sociedad y creamos Valor Compartido.



El cliente es nuestra pasión.

Es la razón de ser de nuestras actividades; su confianza nos mueve a ser cada día mejores. Escuchamos lo que nos tienen que decir y somos co-creadores de productos, servicios y experiencias.



Ofrecemos productos y servicios de calidad y buscamos mejorar continuamente.

Compartimos con colaboradores y clientes la visión de excelencia, eficiencia y mejora continua.



Creemos en nuestra gente, en su bienestar, felicidad y desarrollo.

Somos un buen lugar para trabajar, inclusivo, lleno de retos, con igualdad de oportunidades para hombres y mujeres.



Apoyamos el emprendimiento y la innovación como base del desarrollo productivo.

Innovamos constantemente y buscamos el aprendizaje continuo. Trabajamos para mejorar las condiciones para el nacimiento de nuevos negocios, procurando desafíos y oportunidades.



Asumimos nuestro liderazgo con humildad y responsabilidad.

Lo entendemos como un reto diario y una oportunidad de impactar positivamente en nuestro sector.



Estamos comprometidos con el país y su desarrollo.

Asumimos nuestra responsabilidad en la sociedad. Si le va bien al país, nos va bien a todos.



Nuestra historia nos inspira y nos mueve cada día.

Somos una historia de visión, emprendimiento y fortaleza, que nos invita a trazarnos nuevas y desafiantes metas todos los días.



La honestidad es siempre un buen negocio.

Respondemos con integridad y transparencia a nuestros accionistas, colaboradores, la sociedad y el Estado, lo que construye relaciones a largo plazo.



Le apostamos a la sostenibilidad y los negocios responsables.

Buscamos el equilibrio económico, social y ambiental y la armonía de todas nuestras actividades productivas y comerciales. Nos involucramos en proyectos e iniciativas de apoyo a la educación, la equidad, la protección ambiental, la nutrición y el emprendimiento.



La resiliencia es parte de nuestra esencia.

Nos recuperamos de situaciones adversas, nos adaptamos y salimos fortalecidos; es parte de nuestra cultura y una herramienta de fortalecimiento del talento humano.



Miramos al futuro con optimismo y compromiso.

Somos corresponsables de construir un mejor lugar para las futuras generaciones con proveedores, clientes, accionistas y colaboradores. Nos sumamos a los objetivos nacionales y globales para alcanzarlo.



NUESTRAS empresas



ÁREA COMERCIAL



ÁREA INDUSTRIAL



ÁREA INMOBILIARIA

ÁREA comercial



ÁREA COMERCIAL

- ▶ SUPERMAXI
- ▶ MEGAMAXI
- ▶ AKÍ
- ▶ SUPER AKÍ
- ▶ GRAN AKÍ
- ▶ AKÍ VECINO
- ▶ TITÁN
- ▶ REY
- ▶ ROMERO
- ▶ MR. PRECIO
- ▶ SUPER SALDOS
- ▶ JUGUETÓN ECUADOR
- ▶ JUGUETÓN COSTA RICA
- ▶ BEBEMUNDO
- ▶ BEBEMUNDO COSTA RICA
- ▶ NUÀ
- ▶ MÖBLART
- ▶ SUKASA
- ▶ TODOHOGAR
- ▶ CEMACO
- ▶ SALÓN DE NAVIDAD
- ▶ KYWI
- ▶ MEGAKYWI
- ▶ FERREX
- ▶ MR. BOOKS
- ▶ LIBRI MUNDI
- ▶ TVENTAS
- ▶ MAXITEC
- ▶ TRAVEL STORES
- ▶ TATOO
- ▶ METRO PLUS
- ▶ FARMA AHORRO
- ▶ ZAZ
- ▶ SERVIMAX
- ▶ CTEC
- ▶ EUREKA

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

- SupermaxiEcuador
- supermaxiecuador
- @SupermaxiEcu
- Supermaxi Ecuador

2020

- Se inauguró el local San Gabriel en el Valle de los Chillos y se remodeló Supermaxi El Vergel, ícono comercial de Cuenca. Ambos con un *layout* innovador bajo el modelo LEED de edificaciones sostenibles.
- Se actualizó la APP Supermaxi con una nueva imagen y funciones, como la organización de compras por pasillos.
- La campaña “Saquemos nuestro lado Super” destacó valores y actividades desarrolladas por familias ecuatorianas durante el confinamiento.
- Se realizó el lanzamiento de MAXIplus, la nueva marca de telefonía de Supermaxi.

Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 77.744 m²
TRANSACCIONES 17'449.001
 ÍTEMS 43.673
 COLABORADORES 2.750



Locales

Santo Domingo	1
Manta	1
Portoviejo	1
Quevedo	1
Daule	1
Milagro	1
Salinas	1
Guayaquil	5
Samborondón	1
Machala	1
Tulcán	1
Ibarra	1
Quito	16
Latacunga	1
Ambato	1
Riobamba	1
Cuenca	4
Loja	1

TOTAL 40



www.megamaxi.com

- MegamaxiEc
- megamaxiec
- @SupermaxiEcu
- MegamaxiEc

MEGAMAXI

LO MAXIMO!

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.

Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 85.287 m²
TRANSACCIONES 10'904.128
 ÍTEMS 101.193
 COLABORADORES 2.135



2020

- Los eventos digitales, como cursos de cocina y belleza, brindaron a los clientes la oportunidad de disfrutar de forma segura desde casa.
- Se reemplazaron los catálogos impresos por catálogos virtuales, un espacio virtual para la variedad de productos que se ofrecen en línea blanca, ropa, calzado, hogar, audio, video, ferretería, entre otros.
- La cadena implementó la facilidad de crédito directo en productos para el hogar.

Locales

Manta	1
Guayaquil	4
Samborondón	1
Quito	6
Sangolquí	1
Ambato	1

TOTAL 14

Locales

Esmeraldas	1
Quinindé	1
Manta	3
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
Otavalo	1
Quito	7
Sangolquí	1
Machachi	1
Latacunga	2
Ambato	1
Riobamba	2
Guaranda	1
Azogues	1
Puyo	1
Pujilí	1

TOTAL 43



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.

Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 29.595 m ²	TRANSACCIONES 10'762.020	ÍTEMS 16.106	COLABORADORES 709
--	------------------------------------	------------------------	-----------------------------

2020

- Se creó la revista digital "Aki ¡Estamos Para Ti!" que se compartió a la comunidad por la página web y por redes sociales.
- Del 30 de julio al 2 de septiembre, se festejó el aniversario número 20 de Aki con más de 1.000 productos en oferta.
- La campaña de mayor impacto en el año fue "Rebajazos" que permitió el crecimiento en ventas en electrodomésticos hasta el 6.000%.
- Se instaló red WI-FI gratuita para clientes en todos los locales.



www.aki.com.ec
 AKIEcua
 aki_ecuador
 @AkiEcuador



Formato de supermercados económicos que combinan 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
 aki_ecuador
 @AkiEcuador

2020

- Se realizó la apertura de un nuevo local en el centro comercial Plaza del Valle en Quito.
- Se realizaron activaciones digitales a manera de *lives* en fechas especiales para generar una conexión diferente con los clientes.
- En la campaña "Quincenazo" se ofreció el tercer producto gratis y tuvo un crecimiento en ventas hasta el 120%.

Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 32.236 m ²	TRANSACCIONES 6'358.487	ÍTEMS 22.993	COLABORADORES 617
--	-----------------------------------	------------------------	-----------------------------

Locales

Esmeraldas	1
Chone	1
Portoviejo	2
Durán	1
Guayaquil	4
La Libertad	1
Machala	1
Quito	5
Ambato	1
Cuenca	1
Lagoagrio	1

TOTAL 20





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.

Locales

Esmeraldas	1
Manta	1
Santo Domingo	1
Babahoyo	1
Guayaquil	4
Durán	1
Ibarra	1
Cayambe	1
Quito	6
Ambato	1
Cuenca	1
Loja	1

TOTAL 20

2020

- Se realizó un catálogo digital de ropa para la temporada navideña con la influencer de marca Karin Barreiro y su familia. Se contó con su participación en otras promociones y ofertas en el año, como AkíMOVIL.
- Se realizó la apertura de un nuevo local en el valle de Los Chillos, que ha tenido buena acogida por parte de los vecinos y clientes.
- Se implementaron carpas en los parqueaderos para ventas con pago a través de CrediAkí.



www.aki.com.ec

- AKIEcua
- aki_ecuador
- @AkiEcuador

Cifras de interés



Cadena de locales ubicados en puntos estratégicos para ofrecer un mix de productos de primera necesidad, similares a los de una tienda, con la calidad y servicio que caracterizan a los formatos Akí. Abrió sus puertas en 2019.

Cifras de interés



2020

- Se presentó la campaña “Los elegidos del ahorro” que ofertó los 6 productos top del “Quincenazo” y permitió un crecimiento en ventas del 320%.
- La campaña de posicionamiento “Akí Estamos para ti” estrenó un comercial de televisión.
- Se realizaron ajustes al portafolio de productos para mejorar la experiencia de compra del cliente.

Locales

Quito	4
TOTAL	4



www.aki.com.ec

- AKIEcua
- aki_ecuador
- @AkiEcuador



www.titanmayorista.com
 titanmayorista
 (02) 299 6500



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.

Locales

Guayaquil	1
Machala	1
Quito	2
TOTAL	4

2020

- Se inauguraron dos nuevos locales, uno en Quito y el otro en Machala.
- Se implementó el nuevo Crédito Directo Titán, para productos de supermercado con 4 meses de plazo; y, el Crédito Directo a Mercancías Generales que tiene hasta 30 meses de plazo.
- En noviembre se lanzó el servicio de *chatbott* para entregar información de promociones a más 8.000 socios con un resultado de 200.000 mensajes en dos meses.



Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 4.288 m² TRANSACCIONES 385.628 ÍTEMS 4.902 COLABORADORES 86



La primera cadena del grupo y de supermercados de la ciudad de Panamá. Se destaca por ser la más innovadora del mercado y la que ha liderado los cambios en el sector. Tiene 30 locales estratégicamente ubicados en la capital y en el interior del país. Una marca con orgullo nacional y la de mayor recordación en el sector.

2020

- Se abrió Rey Dorado con una imagen moderna siguiendo los estándares de Supermaxi Ecuador.
- A lo largo del año, se remodelaron tres locales en las ciudades de Panamá, Santiago y Coclé.
- La cadena incorporó el formato Metro Farmacia en Rey Ponomome para brindar mayores facilidades a los clientes.
- Se incorporó el Servicio Asap, una aplicación que permite hacer compras en línea y recibirlos directamente en el hogar.



www.smrey.com
 supermercadosrey
 @sm_rey
 @sm_rey
 Supermercados Rey

Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 78.404 m² TRANSACCIONES 19'630.175 ÍTEMS 47.507 COLABORADORES 2.665



Locales

Coronado	1
El Valle	1
Penonomé	1
Colón	4
David	1
Ciudad Panamá	18
Santiago	1
La Chorrera	2
Arraiján Cabecera	2
TOTAL	31

TOTAL 31



Cadena de supermercados regional con más de 97 años de presencia en la región de Chiriquí y Bocas del Toro. Se incorporó al portafolio de marcas de Grupo Rey en 2017. Hoy cuenta con 10 sucursales en el área. Es reconocida por la calidad de su servicio, su cercanía al cliente y su tradición.



www.romero.com.pa
 @supermercadosromero
 sm_romero
 @SM_Romero_PA

2020

- Para dar a conocer los nuevos productos de la categoría de cuidado personal se realizó el “Festival de belleza” en agosto, ofreciendo el 20% de descuento en la sección.
- Por Navidad, la promoción jamones tipo picnic tuvo como resultado 22.474 unidades canjeadas por la compra de marcas participantes.
- Se ofrecieron sesiones en vivo con reconocidos chefs para aprender a realizar recetas fáciles durante la emergencia.

Cifras de interés

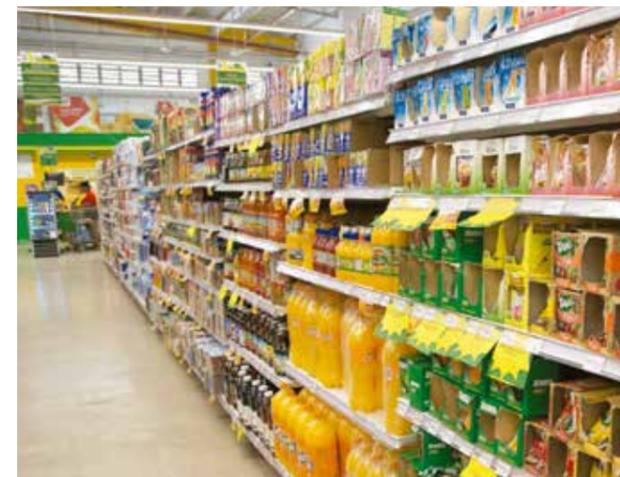
ÁREA DE VENTAS 14.486 m² TRANSACCIONES 5'688.922 ÍTEMS 33.302 COLABORADORES 630



Locales

Changuinola	1
Bugaba	1
Boquete	1
David	5
Puerto Armuelles	1
Volcán	1

TOTAL 10



Cadena de supermercados de descuento. Desde sus inicios, en el 2003, nace para ofrecer una alternativa de productos y servicios de calidad a precios accesibles. Hoy cuenta con 14 sucursales, ubicadas principalmente en zonas populares de la ciudad de Panamá.

Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 6.751 m² TRANSACCIONES 5'051.848 ÍTEMS 15.036 COLABORADORES 357



www.mrpreciopanama.com
 @MrPrecioPanama
 mrpreciopanama

2020

Locales

Bugaba	1
Ciudad Panamá	13
Las Tablas	1

TOTAL 15

- En septiembre se realizó el “Festival de mascotas” con descuentos en la sección. La campaña permitió a los clientes conocer las novedades de la categoría y como resultado hubo un aumento en las ventas.
- El local Mr. Precio Vista Mar en La Chorrera abrió en diciembre después de una remodelación que incluye ofertas de valor como panadería, carnicería y farmacia.



Super Saldos

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.

Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 3.159 m²
TRANSACCIONES 74.816
 ÍTEMS 6.200
 COLABORADORES 45

2020

- En diciembre se realizó la apertura del nuevo local San Gabriel, en el sector del Valle de los Chillos.
- En julio se efectuó un cambio de cenefas en los locales, para mejorar la visualización por parte del cliente.
- En todos los locales a nivel nacional se incorporaron medidas de bioseguridad.

Locales

Quito	1
Itinerantes	
Quito	3
Guayaquil	1
Panamá	
Arraiján	1
TOTAL	6



SuperSaldosEcuador

Jugueton

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



www.jugueton.com.ec
www.juguetonecommerce.com
 JuguetonEc
 juguetonecuador
 @JuguetonEc
 Jugueton Ecuador

2020

- Se estableció un canal de ventas por medio de Tipti y Rappi, para facilitar la atención a los clientes.
- En diciembre se realizó el lanzamiento de venta en línea con la plataforma “Jugueton Online”, con servicio para la ciudad de Quito.
- Por temporada navideña se impulsaron dos campañas con beneficios y promociones para clientes, lo que permitió un crecimiento en ventas desde el 20%.
- Durante los primeros meses de la emergencia, por motivo de cierre de locales, se atendió la demanda de juegos de mesa y otros juguetes en Supermaxi y Megamaxi.

Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 35.294 m²
TRANSACCIONES 1'340.431
 ÍTEMS 6.300
 COLABORADORES 317

Locales

Esmeraldas	1
Manta	1
Portoviejo	1
Guayaquil	5
Samborondón	1
Machala	1
Tulcán	1
Ibarra	1
Quito	8
Sangolquí	1
Latacunga	1
Ambato	1
Riobamba	1
Cuenca	1
Loja	1
TOTAL	26



TOTAL 26



COSTA RICA



www.jugueton.com.cr

@juguetoncr

juguetoncr

2020

- Dio un salto tecnológico en respuesta a la pandemia. En cuestión de 2 meses Juguetón Costa Rica contó con un catálogo en línea con capacidad de venta electrónica y entregas a domicilio.

Locales

San José 1

Alajuela 1

TOTAL 2



Locales

Manta 1

Guayaquil 3

Ibarra 1

Quito 7

Latacunga 1

Ambato 1

Riobamba 1

Cuenca 1

TOTAL 16

Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 16.323 m²

TRANSACCIONES 305.023

ÍTEMS 26.710

COLABORADORES 178



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 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.com

bebemundo.ec

bebemundo.ec

2020

Franquicias El Salvador

San Salvador 2

Rep. Dominicana

Santo Domingo 1

Santiago 1

TOTAL 4

- Se crearon grupos digitales de apoyo, dirigidos por profesionales, para ayudar sin costo a mamás embarazadas y en periodo de lactancia durante la pandemia.
- Se fortaleció la plataforma de e-commerce con más productos y servicios; así como las ventas por WhatsApp y redes sociales. Se implementó entregas a domicilio y retiro en tienda.
- En agosto se realizó la "Gran Lactada Digital" que promueve la lactancia materna.



Cifras de interés



2020

- Se realizó el lanzamiento del portal web para compras en línea, a través de la campaña "Qué lindo comprar en línea" y se agregó WhatsApp como un nuevo canal de ventas.
- Se inauguró Little Bebemundo, una versión adaptada dentro de Cemaco con top sellers y necesidades básicas para mamá.

Costa Rica

San José **3**

TOTAL 3



www.bebemundo.co.cr
 bebemundocr
 bebemundocr



Cifras de interés



2020

- Se implementó un sistema de ventas por medio de redes sociales y WhatsApp, que permitió el incremento de ventas en un 14%.
- Se inició la distribución mayorista de marcas representadas, el primer cliente fue Falabella.

Perú

Lima **2**

TOTAL 2



www.nua.com.pe
 NuaBaby
 nuababyperu



www.moblart.ec

MoblartEc
 mobilart.ec
 (02) 299 6500



Haz de tu hogar un mejor lugar

Formato dedicado a la venta de muebles para el hogar que ofrece soluciones de espacios, nuevas tendencias y diseño, con un servicio personalizado, precios justos y una experiencia de compra única en el país. Abrió sus puertas en 2019.

Cifras de interés



2020

- Se incorporó un chatbot que atendió un total de 3.000 clientes, por medio de una planificación estratégica de redes sociales.
- Se realizó un catálogo virtual con el 40% de los productos en tienda y convenios con revistas especializadas y periódicos de la ciudad para promoción del local.
- La campaña de "Black Friday" generó el mayor número de ventas en el año.

Locales

Quito **1**

TOTAL 1

SUKASA

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

www.sukasa.com

- AlmacenesSukasa
- almacenessukasa
- @AlmacenesSukasa
- Almacenes Sukasa



2020

- A lo largo del año, se realizaron seis campañas para que los clientes puedan beneficiarse de descuentos, promociones, diferidos sin intereses, meses de gracia y premios.
- Se reforzó el uso de medios digitales y redes sociales para lograr mayor interacción con los clientes, un ejemplo de ello fueron los cursos de cocina virtuales y la campaña "Sukasa se transforma en Tukasa".
- "Black Seven" fue una de las promociones más exitosas. En esta promoción se ofertó hasta el 40% en productos seleccionados.

Locales

Guayaquil	2
Quito	3
Cuenca	1
TOTAL	6

Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 21.900 m²
TRANSACCIONES 407.885
 ÍTEMS 46.525
 COLABORADORES 199



todohogar

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.



www.todohogar.com

- AlmacenesTodohogar
- Todohogar.ecu
- @Todohogarec

Locales

Esmeraldas	1
Manta	1
Portoviejo	1
Guayaquil	1
Machala	1
Ibarra	1
Quito	6
Ambato	1
Riobamba	1
Loja	1
TOTAL	15

Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 18.568 m²
TRANSACCIONES 511.094
 ÍTEMS 32.258
 COLABORADORES 167

2020

- En mayo la cadena lanzó su nuevo catálogo virtual www.todohogar.com con el objetivo de facilitar la selección de productos para compra telefónica a sus clientes.
- Se fortaleció la comunicación digital por medio de las redes sociales. Se creó la cuenta de Instagram y se consolidó la presencia en Facebook duplicando en número de seguidores.



Cadena tradicional de artículos para el hogar y decoración de Costa Rica. Con una larga tradición dentro de los hogares costarricenses, Cemaco ofrece la mayor oferta especializada del mercado. Es parte de Corporación Favorita desde 2014.

www.cemaco.co.cr
cemacoregalos.com
f Cemacocr
i Cemacocr



2020

- Por la emergencia, se creó un esquema de venta en línea con artículos de higiene, protección, bioseguridad y esenciales para el hogar.
- Se realizó el lanzamiento de la tienda en línea y servicio de entrega a domicilio.

Locales

San José	2
Alajuela	1
TOTAL	3



SALÓN 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.

Locales

Guayaquil	1
Quito	3
Cuenca	1
TOTAL	5

2020

- El concurso de árboles de Navidad contó con la participación de 200 clientes inscritos y tres ganadores. Este año la campaña de Navidad tuvo como concepto central “Enciende el espíritu de la Navidad. Tu familia, tus hijos lo merecen”.
- La campaña “Black Friday XL”, en donde se ofrecieron descuentos hasta del 40%, fue la que generó más ventas durante la temporada.
- Se realizaron cuatro campañas con descuentos y beneficios para los clientes.

f @SalóndeNavidad
i @salondenavidad



Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 3.128 m ²	TRANSACCIONES 31.780	ÍTEMS 7.522	COLABORADORES 32
--	-------------------------	----------------	---------------------



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 Ecuador y Paraguay.

Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 58.558 m²
TRANSACCIONES 3'921.512
 ÍTEMS 30.000
 COLABORADORES 545

2020

- Se creó y desarrolló la plataforma de comercio electrónico kywitiendaenlinea.com con más de 10.000 productos, acorde a las necesidades del mercado durante el confinamiento.
- A lo largo del año, se realizaron cinco campañas promocionales que permitieron el incremento en ventas entre el 8% y el 15%.

Locales

Esmeraldas	1
Portoviejo	1
Santo Domingo	1
Guayaquil	4
Machala	1
Tulcán	1
Ibarra	1
Cayambe	1
Quito	10
Latacunga	1
Ambato	1
Riobamba	1
Cuenca	1
Loja	1

TOTAL 26

www.kywi.com.ec

kywi.megakywi
 kywimegakywi
 1700 150 150



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.

2020

- Se inició con la construcción de un nuevo local en el sector de Tumbaco.
- La cadena recibió la designación como comercio de insumos especiales para el sector de la construcción durante la emergencia sanitaria.
- Las herramientas de comunicación con clientes se consolidaron con un 30% de aumento en visitas a la página web, más de 3.300 llamadas mensuales al call center y un incremento del 150% en seguidores en Instagram.

Locales

Manta	1
Guayaquil	1
Samborondón	1
Quito	1
Sangolquí	1

TOTAL 5



www.kywi.com.ec

kywi.megakywi
 kywimegakywi
 1700 150 150

Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 35.623 m²
TRANSACCIONES 1'689.565
 ÍTEMS 45.000
 COLABORADORES 296





Empresa paraguaya líder en la comercialización de artículos de ferretería, hogar, acabados y materiales de construcción, con variedad, garantía y calidad. El primer almacén abrió en julio de 2015.

Cifras de interés



2020

- Se puso en marcha la construcción de un centro de distribución propio que contará con 5.000 m² en la primera etapa.
- Obtuvo la designación como comercio de primera necesidad durante la pandemia.
- La campaña “La Gran Ferrex”, que presentó descuentos y promociones por el mes de aniversario, aumentó en un 15% las visitas a las tiendas.

Locales

Asunción	2
San Lorenzo	1
TOTAL	3



www.ferrex.com.py
 FerrexParaguay
 @ferrexparaguay



Cadena de librerías con una amplia oferta en títulos nacionales e internacionales. Busca acercar la cultura a los clientes de todas las edades y gustos literarios para aportar a que se consolide el hábito de la lectura en el país. Abrió sus puertas en 1998.



www.mrbooks.com
 MrBooksEcuador
 mrbooksec
 Mr.Books SA.
 @Mr.Books

2020

- Como parte del compromiso de promover la cultura, se realizaron 94 eventos virtuales y gratuitos entre entrevistas con escritores y talleres literarios e infantiles.
- Se implementaron nuevos canales de venta que permitieron llegar a ciudades en donde no existen tiendas físicas.
- La plataforma de *e-commerce* se actualizó y permite la creación de usuarios brindando un servicio personalizado. El *Call Center* representó el 15% de las ventas globales.

Locales

Manta	1
Guayaquil	2
Quito	3
Ambato	1
TOTAL	7

Cifras de interés





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



www.librimundi.com
 @LibrimundiEC
 libri_mundi
 Libri Mundi

2020

- La participación en las Ferias Internacionales del Libro de Guayaquil y Quito, incluyó stands virtuales, eventos culturales y descuentos en el catálogo.
- Se implementaron nuevos canales de atención al cliente a través de llamadas, mensajes de WhastApp y plataforma e-commerce.
- Con el objetivo de incentivar el cuidado del medio ambiente, se impulsó el uso de bolsas de cambrela con nuevos diseños y materiales.

Locales

Guayaquil	1
Quito	3
TOTAL	4

Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 902 m²
TRANSACCIONES 58.760
 ÍTEMS 47.149
 COLABORADORES 32



www.tventas.com
 TVentas
 TVentasec
 @TVentas
 022-448-850



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.



Locales

Esmeraldas	1
Manta	1
Portoviejo	1
Santo Domingo	1
Guayaquil	8
Milagro	1
La Libertad	1
Quevedo	1
Machala	1
Ibarra	1
Otavalo	1
Quito	13
Latacunga	1
Ambato	1
Riobamba	1
Cuenca	2
Loja	1
Lago Agrio	1
Coca	1
Puyo	1
TOTAL	40

Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS 7.654 m²
TRANSACCIONES 754.035
 ÍTEMS 6.694
 COLABORADORES 343

2020

- Los pedidos por página web crecieron y abarcaron el 10% de las ventas de la empresa. Además, se expandió el servicio de compras por Whatsapp para comodidad de los clientes.
- Se creó un programa semanal en vivo transmitido por Facebook Live.
- Se abrió un nuevo local, uno reinaugurado y dos fueron remodelados.
- La demanda en las categorías de deporte y cuidado de la salud se potenciaron como resultado del tiempo en casa.



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.

Cifras de interés



2020

- Se realizó la apertura de un local en el renovado centro comercial Multiplaza Los Chillos y se abrió una isla en el CCI.
- El comercio electrónico por medio de la página web generó un 6,2% de las ventas anuales y canalizó ventas en los locales.
- En enero se implementó una nueva línea de computadoras y teléfonos celulares, que por la pandemia llegaron a representar el 16,1% de las ventas anuales.

Locales

Guayaquil	4
Quito	11
TOTAL	15



www.maxitec.com.ec

- MaxiTec
- Maxitec_ec
- MaxiTec_Ec

travel stores

get ready to go!

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



www.travel-stores.com
www.thelegendaryhatcompany.com
 @thelegendaryhatcompany
 thelegendaryhatcompany

Cifras de interés



Locales

Quito	10
TOTAL	10



2020

- Se desarrolló el portal web www.thelegendaryhatcompany.com en donde se encuentran productos hechos a mano por artesanos ecuatorianos. La página permite compras en línea y ofrece servicio a domicilio en Quito y los Valles, ampliando así su mercado.
- Por el Día del Padre se realizó una campaña que incluyó un giveaway con otras marcas y atención por nuevos canales como WhatsApp.



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 Ecuador, Chile y Perú.

Cifras de interés



2020

- El local de Cumbayá se cambió a un nuevo espacio en el centro comercial Villa Cumbayá, ampliando su área de ventas.
- En Ecuador se registró un crecimiento del 32% en ventas en relación al 2019 y en Perú, del 21%.
- Se incorporaron nuevas marcas para ciclismo y la oferta de mascarillas Tadoo superó la proyección de ventas.
- Se registró un crecimiento del 301% por medio de los canales de venta digitales establecidos.

Locales Ecuador

Galápagos	1
Quito	2

Chile

Santiago	2
Temuco	1

Perú

Lima	1
Cusco	1

TOTAL 8

ONLINE 3

www.tatoo.ws

- tatooadventuregear
- tatoo_ecuador
- TadooAdventureG
- tatooadventuregear

- tatooadventuregearchile
- tatoo_chile

- Tadooadventuregearperu
- tatoo_peru



METRO Plus

Nace en 1991 con el nombre de Farmacias Metro, ofreciendo un amplio inventario de productos farmacéuticos y un surtido complementario de regalos, útiles escolares, cosméticos, artículos para el cuidado del hogar y de aseo personal. En el año 2011, la cadena se incorpora al grupo y la farmacia evoluciona agregando nuevos productos de conveniencia.

2020

- Se realizaron remodelaciones bajo un nuevo concepto para el área de ventas, en cuatro locales de la ciudad de Panamá.
- Se incorporó el servicio de delivery ASAP para ofrecer facilidad y seguridad a los clientes.

Cifras de interés



www.metroplus.com.pa

@MetroPlusPanama

metropluspanama

@MetroPlusPanama

Locales

Coronado	1
Chitré	1
Ciudad Panamá	25

TOTAL 27

FarmaAhorro

Más salud, menos gasto

Cadena de farmacias con precios de descuento. Nuevo concepto de farmacia dentro de la cadena Grupo Rey que ofrece medicamentos y otros productos de conveniencia a precios accesibles. Creada en 2020.

2020

- Después de la apertura de su primera tienda en la Ciudad de Panamá, se inauguraron tres sucursales más, dos de ellas en áreas hospitalarias.
- Dentro de los servicios que se ofrecen en los locales se encuentran el pago de servicios básicos, toma de presión y asesoría farmacéutica profesional de salud.

Cifras de interés



www.farmaahorro.com.pa

@farmaahorropana

farmaahorropana

Locales

Ciudad Panamá	4
---------------	---

TOTAL 4



Cadena de tiendas de conveniencia que ofrece comidas listas, bebidas y snacks. Abrió sus puertas en 2012; cuenta con sucursales ubicadas dentro de las estaciones de gasolina Delta. En el año 2018, se incorpora al portafolio de formatos del grupo, ampliando significativamente su presencia a nivel nacional.

www.zaz.com.pa

- @zazfoodstore
- zazfoodstore
- @zazfoodstore



Locales

El Valle	1
Ciudad Panamá	13
La Chorrera	2
Arraijan Cabecera	1

TOTAL 17

2020

- La cadena ofreció envíos a domicilio por medio de tres aplicaciones con el objetivo de llegar de forma rápida y segura a los clientes. También realizó ofertas de *delivery* gratuito por compras mínimas.
- En redes sociales se presentaron ideas novedosas para realizar en casa gracias a la variedad de productos que se encuentran los locales.

Cifras de interés

ÁREA DE VENTAS **TRANSACCIONES** **ÍTEMS** **COLABORADORES**
2.479 m² **1'555.299** **2.455** **161**



Empresa que desarrolla dos actividades: prestadora de servicios de administración, análisis, prospección, cobranzas de ventas a crédito y comercializadora de seguros masivos. Tiene presencia a nivel nacional con sus cuatro marcas: CrediAkí, Maxi Seguros, Akí Tranquilo y Möblart Seguros. Creada en 2015.

2020

- Se desarrolló un canal digital para Crédito Directo que ha permitido un aumento del 50% en operaciones, en relación al año anterior.
- Se incorporaron canales digitales para atención al cliente por medio de plataformas web y redes sociales, que han tenido gran acogida.
- Se entregaron más de 106.000 citas médicas, con relevancia en aquellas realizadas por telemedicina, beneficio que se incorporó a todos los planes de asistencia médica.

Cifras de interés

- MARCAS** **6**
- PRODUCTOS** **19**
- TOTAL DE ASEGURADOS** **134.472**
- ASEGURADOS EN 2020** **23.800**
- ATENCIÓNES MÉDICAS** **106.076**
- SERVICIOS EXEQUIALES** **36**
- SERVICIO TÉCNICO EN GARANTÍA ORIGINAL** **1.757**
- INDEMNIZACIONES** **4.029**



www.maxiseguros.ec
www.akitranquilo.ec
 @MaxiSegurosEc
 1700 282828 / 1700 676767 / 1700 778778

Cifras de interés

- VENTAS** **US \$11'093.249**
- CLIENTES** **16.590**
- OPERACIONES** **33.760**



www.maxiplus.ec
 @MAXIplusEc
 maxiplus.ec
 Para clientes MAXIplus *103



www.akimovil.ec
 @AkiMOVIL.Ecu
 akimovil.ec
 Para clientes AkiMOVIL *106

Cifras de interés

- MARCAS COMERCIALES 2
- COMBOS POR MARCA 10
- BONOS POR MARCA 7
- COBERTURA Nacional
- MARCAS DE CELULARES 6
- EQUIPOS CELULARES Y TABLETS VENDIDAS 54.340
- COLABORADORES 6



Empresa dedicada a la prestación de servicios de telecomunicaciones y comercialización de equipos celulares a través de las marcas de telefonía móvil MAXIplus y AKÍMOVIL. Ofrece un beneficio único en el mercado ecuatoriano con presencia en todos los locales de Supermaxi, Megamaxi, Akí, Super Akí y Gran Akí. Creada en 2019.



2020

- Durante el 2020, vendió más de 54.000 celulares y tabletas.
- Se realizaron dos promociones autoliquidables con resultados de venta de casi 16.000 teléfonos.
- Los niveles de servicio al cliente en los call centers tuvo como resultado una satisfacción de más del 95%.
- El monto redimido por clientes por compras en los locales ascendió a US \$ 1'158.562.



Empresa de e-commerce (B2B) que busca, a través de una plataforma robusta e intuitiva, satisfacer los requerimientos de insumos, principalmente del canal HORECA como hoteles, restaurantes, caterings y empresas en general. Creada en 2020.

www.eureka.com.ec
 @eureka.smart.supply
 eureka.smart.supply
 Eureka Smart Supply



Cifras de interés

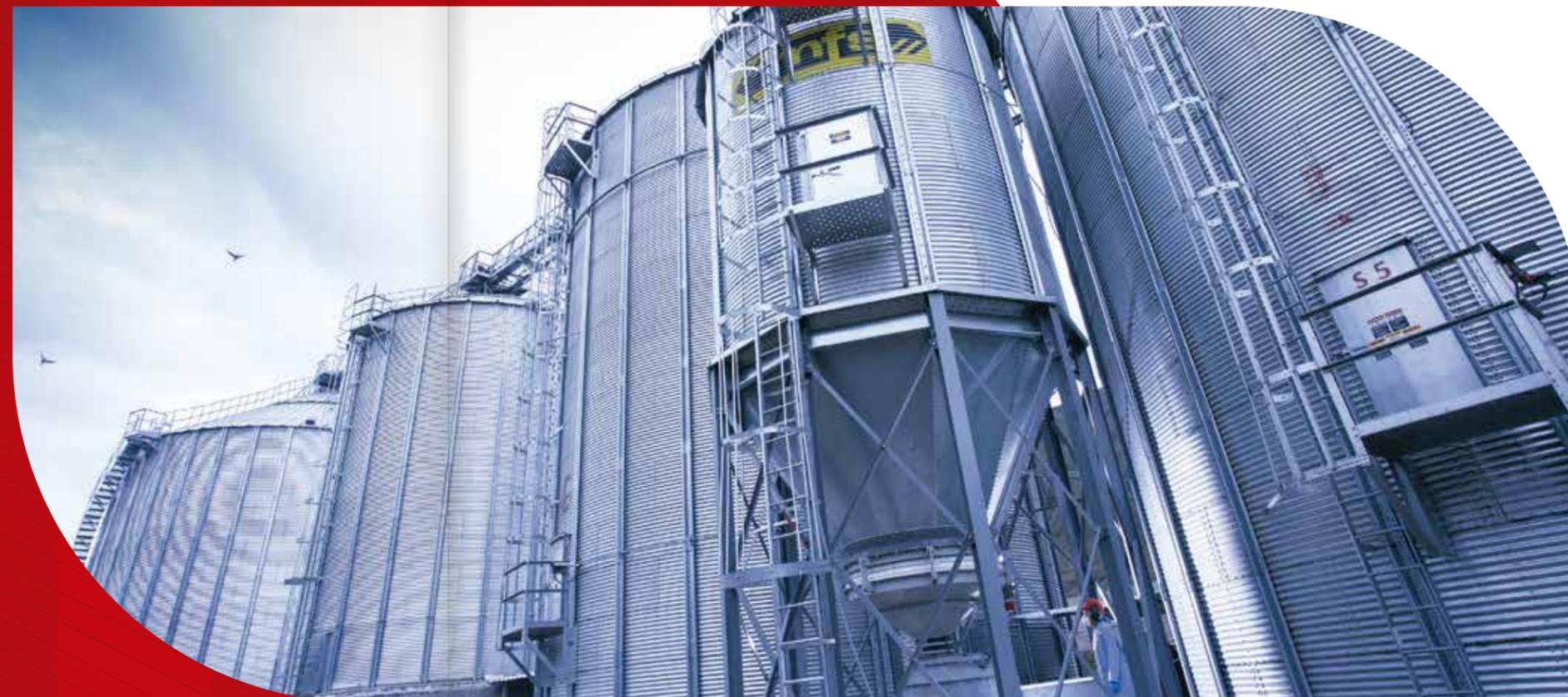
- AFILIADOS INSTITUCIONALES AL E-COMMERCE 190
- RESTAURANTES AFILIADOS 126
- HOTELES AFILIADOS 28
- CATERINGS AFILIADOS 8
- EMPRESAS AFILIADAS 28
- CATEGORÍAS DE PRODUCTOS OFERTADOS 13
- ALCANCE Nacional
- COLABORADORES 13

2020

- Inició sus operaciones en abril en Quito y en septiembre en Guayaquil.
- Se consolidó como el primer e-commerce especializado en el segmento horeca, ofreciendo variedad de categorías y un amplio portafolio de productos.
- Mantuvo un crecimiento sostenido en ventas desde el inicio de las operaciones. En promedio, el crecimiento fue del 30% por mes.



ÁREA industrial



ÁREA INDUSTRIAL

- ▶ CENTRO DE DISTRIBUCIÓN CORPORACIÓN FAVORITA
- ▶ CENTRO DE DISTRIBUCIÓN GRUPO REY
- ▶ AGROPESA
- ▶ POFASA
- ▶ MAXIPAN
- ▶ LA REFORMA
- ▶ HANASKA
- ▶ TATOO INDUSTRIAL
- ▶ GIRA
- ▶ ENERMAX
- ▶ HIDROSANBARTOLO

CENTRO DE DISTRIBUCIÓN AMAGUAÑA

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, granos secos y hielo. Abrió sus puertas en 2001.



2020

- Se implementaron sistemas de control en la bodega de exportaciones bajo la certificación de la Business Alliance for Secure Commerce (BASC), un proceso que garantiza la exportación de productos de forma segura, libre de contaminación, lavado de activos y corrupción.
- Se instaló un nuevo sistema electrónico de sellado de guías y facturación a transportistas.
- La conformación de un equipo interno de gestión de calidad e inocuidad fortaleció los altos estándares de los productos que se manejan en el Centro de Distribución.
- Se llevó a cabo la recertificación en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte (BPA) de las distintas bodegas.
- Siguiendo la tendencia mundial y pensando en los clientes, se invirtió en una nueva termoformadora en donde se empacan cortes de carne.



Cifras de interés

- ÁREA TOTAL DE ALMACENAMIENTO/ CAPACIDAD **254.619 m²**
- ÁREA DE CONGELADOS Y REFRIGERADOS **11.190 m²**
- ÁREA DE COMPRESORES **885 m²**
- NÚMERO DE FURGONES REFRIGERADOS Y SECOS **512**
- EQUIPOS DE MOVILIZACIÓN (TRANSPALLETES, MONTACARGAS Y JACKS) **268**
- NÚMERO DE LOCALES A LOS QUE ABASTECE **183**
- EQUIPOS ELECTRÓNICOS **400**



El Centro de Distribución de Corporación Favorita finalizó la implementación de la planta de tratamiento de aguas residuales con tecnología de punta y una capacidad de procesamiento diario de 466 m³.



Despachos (Bultos)

- CARNES **6'480.129**
- POLLOS **2'357.191**
- ABASTOS **48'333.618**
- MERCANCIAS GENERALES **7'668.775**
- LEGUMBRES **14'345.163**
- LÁCTEOS, EMBUTIDOS, PAVOS, PESCADOS Y MARISCOS **9'030.320**
- JUGUETES **418.163**
- TOTAL DE BULTOS DESPACHADOS **88'633.359**
- NÚMERO PROMEDIO DE DESPACHOS DIARIOS **284.081**

Canastas, despensas y donaciones

- DESPENSAS ARMADAS **234.009**
- CANASTOS ARMADOS **27.721**
- CONTENEDORES ARMADOS **36.309**
- COLABORADORES PARTICIPANTES EN DESPENSAS Y CANASTOS **70**



CENTRO DE DISTRIBUCIÓN GRUPO REY

Conjunto de bodegas donde se centraliza la logística y distribución de mercadería que abastece las cadenas de supermercados, farmacias y tiendas de Grupo Rey.

Cifras de interés

-  CENTROS DE DISTRIBUCIÓN **6**
-  ÁREA TOTAL DE ALMACENAMIENTO/ CAPACIDAD **61.762 m²**
-  ÁREA DE CONGELADOS Y REFRIGERADOS **4.500 m²**
-  EQUIPOS DE MOVILIZACIÓN (TRANSPALLETS, MONTACARGAS Y JACKS) **93**
-  DESPACHOS DE BULTOS **19'069.936**

2020

- En el 2020, se implementó una sexta bodega para productos secos y así completar el 100% de centralización.
- Como parte de las buenas prácticas con el medio ambiente, el Centro de Distribución de Grupo Rey recicla los plásticos que salen de su gestión.
- Al día, se despachan 78 camiones a los distintos puntos de entrega.
- Se realizan estrictos procesos de control de calidad con muestreo en cada uno de los lotes entregados por proveedores.



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



Cifras de interés

-  CARNE DE RES **20.860 t**
-  CARNE DE CERDO **4.370 t**
-  SUBPRODUCTOS COMESTIBLES **2.701 t**
-  SUBPRODUCTOS INDUSTRIALES **5.123 t**
-  SUBPRODUCTOS ELABORADOS **408 t**
-  COLABORADORES **132**

2020

- Se renovó la Certificación Ambiental Punto Verde como empresa eco-eficiente.
- Se obtuvo la Certificación Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) para la Planta de Snacks para Mascotas.
- Se realizó el lanzamiento de una nueva línea de productos embutidos empacados en bandejas PET, que son reutilizables y amigables con el ambiente.



www.agropesa.com.ec



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.



Cifras de interés

	CARNE DE POLLO 16.311 t
	CARNE DE PAVO 1.415 t
	ALIMENTOS BALANCEADOS 40.314 t
	COLABORADORES 289

2020

- Se actualizó la imagen corporativa, con el objetivo de reflejar los valores de Pofasa. La nueva imagen representa desarrollo, eficiencia, confianza, bienestar animal y las exigencias del mercado.
- Se renovó la infraestructura del laboratorio, zona de administración y comedor en la Planta de Nutrición Animal para la certificación de BPM.
- Crecimiento en el área productiva de granjas propias, con la incorporación de alta tecnología.



Cifras de interés

	PANADERÍA 2.510 t
	PASTELERÍA SALADA 43 t
	PASTELERÍA DULCE 222 t
	GALLETERÍA 129 t
	PRODUCTOS VARIOS 403 t
	ÍTEMS 492
	COLABORADORES 160



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

2020

- En el 2020, Maxipan cumplió 40 años en la industria ecuatoriana ofreciendo productos de calidad. Lo celebró ofreciendo el 40% de descuento en tortas seleccionadas.
- Se realizó la adquisición de una propiedad aledaña a la planta en busca de ampliar las líneas de producción a futuro.
- Se implementaron nuevas líneas de producción de pan sin gluten y productos sin azúcar.



www.maxipan.com.ec

Maxipanecuador
 Maxipan_ec



Fábrica de productos absorbentes creada en 2018 en alianza con la tradicional firma procesadora de papel La Reforma. Está dedicada a la conversión de papeles tissue con un portafolio variado que incluye papeles higiénicos domésticos, institucionales, servilletas de papel y papel toalla de cocina.

Cifras de interés

-  PAPEL HIGIÉNICO
4'006.830 kg
-  PAPEL SERVILLETA
938.184 kg
-  BULTOS DESPACHADOS
1'057.336
-  COLABORADORES
84

2020

- Se instaló una máquina ensacadora para hacer bultos, lo cual generó un ahorro en mano de obra y mayor productividad.
- La producción de papel higiénico aumentó en un 55% en comparación con el año 2019.
- Se implementaron estrictas medidas de bioseguridad para mantener la producción en la pandemia.



www.lareforma.com.ec

(04) 280 0096



Hanaska es un grupo empresarial organizado en seis divisiones, dedicadas a la prestación de servicios de alimentación colectiva, procesamiento y empaquetado de alimentos, aprovisionamiento de insumos alimenticios, servicios logísticos y servicios de soporte y mantenimiento a empresas.

www.grupohanaska.com

www.hanaskafood.com

[@hanaskagrupo](https://www.facebook.com/hanaskagrupo) / [@trebolverdefood](https://www.facebook.com/trebolverdefood) / [@vivafood](https://www.facebook.com/vivafood)

[hanaskagrupo](https://www.instagram.com/hanaskagrupo) / [trebolverdefood](https://www.instagram.com/trebolverdefood) / [vivafood_ec](https://www.instagram.com/vivafood_ec)

[@trebolverdefood](https://www.twitter.com/trebolverdefood)

[in Hanaska / Trebol Verde – Grupo Hanaska](https://www.linkedin.com/company/hanaska)



2020

- Se realizó el lanzamiento de la línea de comidas preparadas Vivafood con tecnología de empaques con atmósfera modificada (MAP).
- Se firmó un contrato con Chile para exportación de pulpas de fruta.
- En el 2020, Hanaska fue reconocido entre los 100 empleadores más grandes del país.
- Se desarrollaron auditorías y capacitaciones remotas por medio de plataformas digitales como parte de la estrategia de adaptación y respuesta por la emergencia.



Cifras de interés

-  MENÚS SERVIDOS
17'594.000
-  ADMINISTRACIÓN DE INSTALACIONES Y MANTENIMIENTO TÉCNICO
105.000 m²/día
-  ÁREA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA
564 m²/día
-  MANTENIMIENTO DE ÁREAS VERDES
290.000 m²
-  TONELADAS DE COMIDA PROCESADA
220
-  ÁREA TOTAL DE ALMACENAMIENTO/CAPACIDAD
9.800 m²
-  EQUIPOS DE MOVILIZACIÓN (TRANSPALLETS, MONTACARGAS Y JACKS)
27
-  KILÓMETROS RECORRIDOS
1'051.613
-  FLOTA TOTAL
19 camiones
-  MÁQUINAS DISPENSADORAS
112
-  PUNTOS DE SERVICIO
411
-  COLABORADORES
2.073

TATOO

Empresa ecuatoriana dedicada al diseño, producción y venta de ropa técnica para deportes y actividades al aire libre. Desde el Ecuador exporta a locales en Chile, Perú y Colombia. Creada en 1997, es parte de Corporación Favorita desde 2011.

Cifras de interés

-  **ÁREA DE PRODUCCIÓN**
1.200 m²
-  **PRENDAS CONFECCIONADAS**
150.708
-  **NUEVOS PRODUCTOS EN PORTAFOLIO**
125
-  **ÍTEMS**
51.680
-  **NÚMERO DE TRANSACCIONES**
956
-  **COLABORADORES**
52



www.tatoo.ws

2020

- Se incorporó una nueva línea con la producción de mascarillas y trajes de bioseguridad.
- Se implementó el sistema Kronos de tiempos y movimientos en la planta, lo que impulsa la productividad y compromiso de los colaboradores.
- Se presentó la nueva línea de ropa *lounge wear* para trabajar en casa.



www.gira.com.ec

-  GiraReciclaEC
-  GiraReciclaEC
-  GiraReciclaEC
-  GIRA



Empresa dedicada a la gestión integral de residuos. Brinda soluciones ambientales de una forma innovadora, con enfoque de economía circular. Tiene como propósito buscar un impacto positivo en el mundo, mediante el manejo responsable de los recursos y la creación de valor en las cadenas productivas, la sociedad y el medio ambiente. Trabaja en gestión de residuos, educación e innovación, investigación y desarrollo. Creada en 2019.



Cifras de interés

-  **PUNTOS GIRA EN LOCALES**
84
-  **MATERIAL RECIBIDO EN PUNTOS GIRA**
175 t
-  **ÁREA DE PROCESAMIENTO DE CARTÓN**
470 m²
-  **ÁREA DE PROCESAMIENTO DE PLÁSTICO**
1.400 m²
-  **ÁREA DE PROCESAMIENTO DE OTROS MATERIALES**
500 m²
-  **CARTÓN COMPACTADO**
11.700 t
-  **PLÁSTICO PELETIZADO**
946.000 kg
-  **OTROS MATERIALES RECUPERADOS**
215.800 kg

2020

- Se procesó el 100% de los empaques plásticos, secundarios y terciarios, provenientes de los supermercados de Corporación Favorita, transformados en materia prima reciclada para la fabricación de nuevos productos.
- Se instalaron 84 Puntos de Reciclaje a nivel nacional con monitores capacitados para operación, mantenimiento y apoyo a los usuarios en la separación de diez tipos de residuos.
- Se implementó una tercera línea de clasificación y compactado para el tratamiento de residuos como papel, envases PET, Tetra Pak, entre otros.



ENERMAX

Proyecto hidroeléctrico con inversión privada, 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
16.6 MW

KWH DE ENERGÍA PRODUCIDOS
94'140.549 KWH

REDUCCIÓN DE TONELADAS DE CO₂
67.985 t

COLABORADORES
44

2020

- Se mejoró en la estabilización y drenaje de taludes alrededor del embalse compensador.
- Los colaboradores y obreros son, en un 91%, personas de la zona buscando promover desarrollo en comunidades aledañas.
- Se inició la ejecución de los proyectos definidos en el Programa de Desarrollo Comunitario desarrollado en 2019 y que se financia con el 12% de las utilidades.

HIDROSANBARTOLO

Central hidroeléctrica privada, que cuenta con la participación de Corporación Favorita. Es parte del Sistema Nacional Interconectado, está ubicado 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
49.9 MW

KWH DE ENERGÍA PRODUCIDOS
399'179.506 KWH

REDUCCIÓN DE TONELADAS DE CO₂
220.723 t

COLABORADORES
53

2020

- Luego de cinco años de operaciones ininterrumpidas, en el 2020 se llevó a cabo el mantenimiento mayor de la tubería de conducción.
- A lo largo del año se sembraron 12.000 árboles como parte del programa de reforestación intensiva en la zona de influencia del proyecto. El objetivo es sembrar 30.000 árboles hasta el 2022.



ÁREA inmobiliaria



ÁREA INMOBILIARIA

- ▶ MALL DE LOS ANDES
- ▶ PLAZA BATÁN
- ▶ MULTIPLAZA
- ▶ MALL EL JARDÍN
- ▶ MALL DEL SUR
- ▶ VILLAGE
- ▶ CITYMALL
- ▶ MALL DEL SOL



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.

www.malldelosandes.com

@malldelosandes
mallandesecc



2020

- Se realizó el lanzamiento de la campaña “De vuelta seguros” anunciando las medidas de bioseguridad del centro comercial como cabinas de desinfección, toma de temperatura y sanitización de espacios.
- La activación “Encuentra tu navidad” brindó un espacio para que los visitantes del centro comercial disfruten de la época y el ambiente navideño de forma segura.

Cifras de interés

- ÁREA DE CONSTRUCCIÓN 61.692 m²
- NÚMERO DE LOCALES 105
- NÚMERO DE ISLAS 27
- INSTITUCIONES FINANCIERAS 4
- RESTAURANTES Y CAFETERÍAS 19
- SALAS DE CINE 6
- PARQUEADEROS 1.000
- VISITAS ANUALES 8'000.000



Servicios

- Escaleras eléctricas
- Rampas para Personas con Discapacidad
- Ascensores
- Servicio WI-FI
- Cajeros Automáticos
- Patio de comidas
- Salas de lactancia
- Parqueaderos para autos eficientes y bicicletas
- Bebederos
- Medidas de bioseguridad



Primer centro comercial del grupo con certificación LEED, ubicado en Samborondón. Una nueva experiencia con espacios confortables, saludables y respetuosos del entorno natural. Se inauguró en 2017.

2020

- Se presentó la campaña “Una nueva oportunidad” para que los clientes puedan regresar a un lugar con espacios seguros y medidas de bioseguridad. Esta actividad aumentó el número de visitas.
- A partir de agosto, la propuesta “Batán Sessions” ofreció un espacio semanal para promover música y cultura con la presencia de reconocidos artistas nacionales.

Servicios

- Rampas para Personas con Discapacidad
- Cajeros Automáticos
- Patio de comidas
- Salas de lactancia
- Parqueaderos para autos eficientes y bicicletas
- Medidas de bioseguridad



www.plazabatan.com
@plazabatan
plazabatan

Cifras de interés

- ÁREA DE CONSTRUCCIÓN 21.595 m²
- NÚMERO DE LOCALES 28
- INSTITUCIONES FINANCIERAS 2
- RESTAURANTES Y CAFETERÍAS 9
- PARQUEADEROS 494
- VISITAS ANUALES 500.000



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 y Miraflores en 2005; Esmeraldas en 2009; Portoviejo en 2010; Tungurahua y Riobamba en 2013; Tulcán en 2018.



www.multiplaza.com.ec
 @MultiplazaECU
 @multiplazaec

Cifras de interés

- ÁREA DE CONSTRUCCIÓN**
132.221 m²
- NÚMERO DE LOCALES**
125
- NÚMERO DE ISLAS**
64
- PARQUEADEROS**
1.948
- VISITAS ANUALES**
11'600.000
- NUEVOS LOCALES**
5

Locales

Esmeraldas	1
Portoviejo	1
Cuenca	1
Loja	1
Tulcán	1
Ambato	1
Riobamba	1
TOTAL	7

2020

- Se presentó la campaña “Cuido mi espacio” para retomar las actividades en el centro comercial con todas las medidas de bioseguridad.
- Por primera vez, se presentó la campaña “Días Diners” en todas las provincias donde Multiplaza tiene presencia. Esto permitió un repunte de ventas antes de la temporada de Navidad.

Servicios

Escaleras eléctricas

Rampas para Personas con Discapacidad

Ascensores

Cajeros Automáticos

Instituciones bancarias

Restaurantes y cafeterías

Salas de lactancia

Medidas de bioseguridad



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

Cifras de interés

- ÁREA DE CONSTRUCCIÓN**
76.598 m²
- NÚMERO DE LOCALES**
125
- NÚMERO DE ISLAS**
23
- INSTITUCIONES FINANCIERAS**
5
- RESTAURANTES Y CAFETERÍAS**
14
- PARQUEADEROS**
1.000
- VISITAS ANUALES**
4'500.000

2020

- Se implementaron protocolos de bioseguridad que incluyeron cabinas de ozono en cada acceso, siendo el único centro comercial de Quito que cuenta con esta tecnología.
- Se desarrolló un sistema digital para canje de cupones, lo que evitó aglomeraciones en las campañas de “Regreso a clases” y “Navidad”.
- Por primera vez, se realizó la campaña “Días Diners”, alianza que permitió generar ventas y beneficios a las marcas del centro comercial.



www.malleljardin.com.ec
 f MallelJardin
 @ malleljardin

Servicios

Escaleras eléctricas

Rampas para Personas con Discapacidad

Ascensores

Servicio WI-FI

Cajeros Automáticos

Patio de comidas

Salas de lactancia

Baños familiares

Parqueaderos para autos eficientes y bicicletas

Medidas de bioseguridad

Lavabos portátiles



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.



www.malldelur.com

- malldelur
- @malldelur
- @malldelur

2020

- Se implementó el servicio de *Auto Pick Up* para atender a los clientes con entregas de productos en el parqueadero del centro comercial.
- La campaña “Tu Negocio Propio” entregó a los clientes los medios para comenzar un emprendimiento, con el 39% más de canjes que el año pasado.
- Se realizó la encendida simbólica de la Navidad, con la entrega de canastas de productos básicos a 100 familias, a través de la Sociedad Protectora de la Infancia.

Cifras de interés

- ÁREA DE CONSTRUCCIÓN **63.000 m²**
- NÚMERO DE LOCALES **138**
- NÚMERO DE ISLAS **38**
- INSTITUCIONES FINANCIERAS **8**
- RESTAURANTES Y CAFETERÍAS **25**
- PARQUEADEROS **800**
- VISITAS ANUALES **7'225.461**



Servicios 2020

- Escaleras eléctricas
- Rampas para Personas con Discapacidad
- Ascensores
- Servicio WI-FI
- Cajeros Automáticos
- Patio de comidas
- Medidas de bioseguridad



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.

2020

- Durante la cuarentena, se implementó el servicio de *Parking Pick Up* para que los clientes puedan retirar sus compras realizadas en línea en el parqueadero.
- Se abrieron cinco nuevos locales entre restaurantes, servicios y productos.
- Se realizó el evento “Cine al aire libre” con la proyección de una película en el parqueadero de la zona de restaurantes.
- Se realizaron varias campañas en el año, que ofrecieron beneficios y descuentos a los clientes.

Cifras de interés

- ÁREA DE CONSTRUCCIÓN **40.000 m²**
- NÚMERO DE LOCALES **72**
- NÚMERO DE ISLAS **10**
- INSTITUCIONES FINANCIERAS **2**
- RESTAURANTES Y CAFETERÍAS **24**
- SALAS DE CINE **6**
- PARQUEADEROS **700**
- VISITAS ANUALES **4'500.000**



www.villageplaza.com.ec

- @villageplaza
- village.ec

Servicios

- Escaleras eléctricas
- Rampas para Personas con Discapacidad
- Ascensores
- Servicio WI-FI
- Cajeros Automáticos
- Patio de comidas
- Parqueaderos para bicicletas
- Medidas de bioseguridad



www.citymall.com.ec
 f citymall.ec
 @citymall_gye
 @CityMall_Gye



Inaugurado a finales de octubre del 2011, ya es un punto de referencia comercial por su ubicación estratégica, rodeado de las principales avenidas del norte de la ciudad. Cuenta con locales comerciales, bancos, restaurantes y diversas opciones de entretenimiento familiar.

Cifras de interés

- ÁREA DE CONSTRUCCIÓN 80.000 m²
- NÚMERO DE LOCALES 122
- NÚMERO DE ISLAS 47
- INSTITUCIONES FINANCIERAS 6
- RESTAURANTES Y CAFETERÍAS 27
- SALAS DE CINE 6
- PARQUEADEROS 1.000
- VISITAS ANUALES 9'000.000

2020

- Se incorporó el servicio de *AutoCity Pick Up* para que los clientes puedan hacer compras en línea y retirarlas en el parqueadero.
- Se realizaron dos campañas de descuentos con las tarjetas de crédito Diners y Alia, que mostraron un crecimiento en ventas del 248% y 185% respectivamente.
- La campaña digital “Mamá y Papá: Lecciones memorables” contó con la participación de 890 personas que subieron fotos al micrositio www.leccionesmemorables.com.

Servicios

- Escaleras eléctricas
- Rampas para Personas con Discapacidad
- Ascensores
- Cajeros Automáticos
- Patio de comidas
- Parqueaderos para autos eficientes y bicicletas
- Medidas de bioseguridad



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.



2020

- Se realizó el lanzamiento de la aplicación Mall del Sol que permite participar y canjear las distintas promociones del centro comercial.
- Como parte de las medidas de seguridad se implementó el servicio de *Pick Up*, un botón de servicio en la aplicación Rappi y *Personal Shopper*.
- Durante el 2020 se abrieron nueve nuevos locales, 19 islas y se realizó la ampliación de dos locales.
- Se realizaron ocho campañas con acceso a beneficios, descuentos y promociones para los clientes.

Cifras de interés

- ÁREA DE CONSTRUCCIÓN 170.343 m²
- NÚMERO DE LOCALES 193
- NÚMERO DE ISLAS 71
- INSTITUCIONES FINANCIERAS 6
- RESTAURANTES Y CAFETERÍAS 36
- SALAS DE CINE 9
- PARQUEADEROS 1.800
- VISITAS ANUALES 10'800.000

Servicios

- Escaleras eléctricas, ascensores y rampas
- Servicio WI-FI
- Cajeros Automáticos y punto de pago
- Patio de comidas
- Salas de lactancia
- Baños familiares y cambiadores de bebés
- Parqueaderos para bicicletas
- Isla de información y cargador de celulares
- Pick Up
- Personal Shopper



www.malldelsol.com.ec
 f @MallDelSol
 @malldelsol_ec
 @MALLDELSOL_EC
 @MALLDELSOL_EC

Valor Compartido



- ▶ VALOR COMPARTIDO
- ▶ COLABORADORES
- ▶ PROVEEDORES
- ▶ CLIENTES
- ▶ AMBIENTE
- ▶ COMUNIDAD
- ▶ ESPECIAL 2020

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

La empresa desarrolla sus actividades enmarcadas en una filosofía de valor compartido y una visión de sostenibilidad, ambas alineadas a objetivos nacionales y globales, con un horizonte al 2030.

Estos conceptos son transversales a toda la gestión y se implementan a través de los ejes priorizados, en coherencia con los valores y creencias de la empresa.

Se trata de un trabajo permanente y corresponsable con colaboradores, clientes, proveedores, accionistas y la comunidad, con quienes comparten la visión de un futuro mejor para ésta y las nuevas generaciones.

Valor compartido

La filosofía de Valor Compartido permite a la empresa mirar sus actividades, más allá de la rentabilidad, como la posibilidad de generar oportunidades de bienestar y progreso para los diferentes actores con los que se relaciona, logrando un círculo virtuoso con la sociedad.



Ejes priorizados Corporación Favorita desarrolla y apoya iniciativas que se alinean con su visión de valor compartido, en cinco ejes priorizados.



NUTRICIÓN

Promover alimentación suficiente y equilibrada, combinada con una vida activa y saludable. Desarrollar medios y estrategias para facilitar el acceso a alimentos de calidad.



AMBIENTE

Identificar y entender los problemas y ser parte activa de la solución, de forma responsable con el planeta y la sociedad, liderando un cambio positivo para el mundo. Apoyar y promover iniciativas para la gestión integral de recursos en conjunto con toda la cadena de valor.



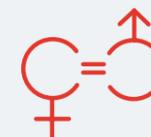
EDUCACIÓN

Crear en la educación como vehículo de desarrollo sostenible y herramienta para mejorar la calidad de vida de la sociedad en su conjunto. Buscar las soluciones innovadoras a los problemas de educación, a través del apoyo a iniciativas con modelos de impacto en sectores priorizados.



EMPRENDIMIENTO

Brindar oportunidades de desarrollo conjunto para ideas innovadoras con potencial de generación de empleo, crecimiento económico y bienestar social y ambiental. Apoyar la innovación, la investigación y el trabajo conjunto de actores.



EQUIDAD

Buscar la igualdad de oportunidades en todas sus formas y para todas las personas. Promover el ejercicio pleno de derechos y la erradicación de la discriminación, con énfasis en los grupos vulnerables.



La empresa cuenta con una visión estratégica de sostenibilidad que define una hoja de ruta al 2030, alineada con los ODS.

Se ha fijado metas en sus ejes priorizados que están relacionadas con: erradicación de la desnutrición crónica infantil; impulso a la educación de calidad en zonas rurales; fomento al emprendimiento e innovación en Ecuador y Panamá; implementación de programas de economía circular y reforestación; y desarrollo de programas de equidad en el ámbito laboral.

Colaboradores

- 1 OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO
- 2 DIVERSIDAD E INCLUSIÓN
- 3 COMUNICACIÓN INTERNA
- 4 BIENESTAR Y CALIDAD DE VIDA
- 5 MEJORA CONTINUA E INTRA-EMPREDIMIENTO



CRECIMIENTO CONJUNTO Y BIENESTAR COLECTIVO

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 lo que busca constantemente formas de asegurar su desarrollo profesional y personal, así como el bienestar colectivo, a través de una serie de políticas y prácticas.





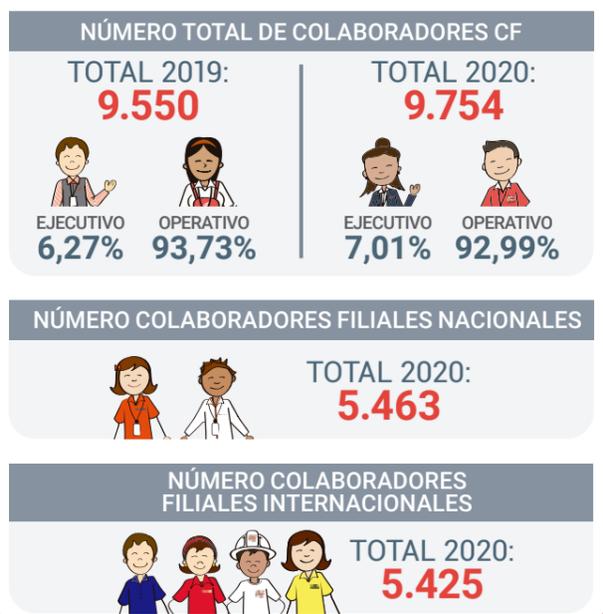
1 OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO

Corporación Favorita apuesta por el crecimiento profesional y personal y por un mejor desempeño de sus colaboradores en sus puestos de trabajo, siempre alineados a sus valores. Su política de desarrollo contempla capacitaciones enfocadas a la mejora continua, innovación y liderazgo, así como temas de conciliación con el ámbito familiar.

En el 2020, Corporación Favorita brindó estabilidad laboral a sus colaboradores e hizo nuevas contrataciones, aumentando en 2% el número de colaboradores, con relación al 2019.

Corporación Favorita y sus filiales en Ecuador y a nivel internacional cuentan con 20.642 colaboradores directos.

NÚMERO TOTAL DE COLABORADORES



FILIALES: NÚMERO DE COLABORADORES

EMPRESA	TOTAL 2020
Bebemundo	195
Nuà	25
Sukasa	199
Todohogar	167
Comohogar administración y bodega	129
Salón de Navidad	32
Kywi-MegaKywi	1.138
Ferrex	85
Mr. Books-Libri Mundi	140
TVentas	343
MaxiTec	56
Travel Stores	17
Tatoo	121
Servimax	47
CTEC	6
Eureka	13
Agropesa	132
Pofasa	289
Maxipan	160
La Reforma	84
Hanaska	2.073
Tatoo Industrial	52
GIRA	45
Enermax	44
Hidosanbartolo	53
Grupo Rey	5.243
TOTAL	10.888



Selección y contratación

Corporación Favorita cuenta con una política de selección y contratación que garantiza que a los puestos de trabajo vacantes lleguen personas con experiencia, conocimientos y méritos para cada caso.

Un alto porcentaje de estos puestos son ocupados por los mismos colaboradores de la Corporación, lo que demuestra la continua preparación y su compromiso con la empresa.

En 2020, 15,94% de los colaboradores cambiaron de ocupación y 6,76% cambiaron de estatus.



2 DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

La inclusión y el respeto a la diversidad es una práctica diaria en Corporación Favorita, donde todos sus colaboradores tienen las mismas oportunidades de desarrollo, sin importar el género, edad o condición.



Equidad de género

Corporación Favorita promueve la igualdad entre hombres y mujeres a través de distintas estrategias y programas. La Corporación cuenta con un Código de Ética que establece claramente su compromiso contra el acoso y la no discriminación.



FILIALES: PARTICIPACIÓN DE GÉNERO 2020

FILIALES	% MUJERES	% HOMBRES
Bebemundo	48%	52%
Sukasa	48%	52%
Todohogar	49%	51%
Comohogar administración y bodega	31%	69%
Salón de Navidad	51%	49%
Kywi-MegaKywi	13%	87%
Ferrex	28%	72%
Mr. Books-Libri Mundi	52%	48%
TVentas	25%	75%
MaxiTec	29%	71%
Travel Stores	80%	20%
Tatoo	35%	65%
Servimax	49%	51%
CTEC	17%	83%
Eureka	46%	54%
Agropesa	4%	96%
Pofasa	23%	77%
Maxipan	19%	81%
La Reforma	32%	68%
Hanaska	28%	72%
Tatoo Industrial	78%	22%
GIRA	9%	91%
Enermax	6%	94%
Hidosanbartolo	20%	80%
Grupo Rey	58%	42%

FILIALES: TRABAJO JUVENIL

FILIALES	TRABAJADORES DE 18-29 AÑOS (%) 2020
Bebemundo	27%
Sukasa	35%
Todohogar	31%
Comohogar administración y bodega	12%
Salón de Navidad	84%
Kywi-MegaKywi	28%
Mr. Books-Libri Mundi	40%
TVentas	30%
MaxiTec	39%
Travel Stores	59%
Tatoo	68%
Servimax	33%
Eureka	62%
Agropesa	41%
Pofasa	34%
Maxipan	39%
La Reforma	29%
Hanaska	25%
Tatoo Industrial	8%
GIRA	93%
Enermax	9%
Hidosanbartolo	45%
Grupo Rey	30%



Trabajo juvenil

Los jóvenes entre 18 y 29 años encuentran en Corporación Favorita una gran oportunidad laboral formal que les permite conciliar sus estudios universitarios con el trabajo, ya sea en jornada parcial o tiempo completo. Al cierre de 2020, 46,30% de los colaboradores de la empresa tenían entre 18 y 29 años.

En este año, Corporación Favorita se unió al proyecto Empleo Joven del Ministerio de Trabajo, que busca promover la inserción laboral de jóvenes entre 18 a 26 años, sin experiencia, en condiciones dignas e igualdad de oportunidades para potenciar sus capacidades y conocimientos.

También inició el proyecto Trainee que busca jóvenes con potencial para desarrollar su carrera laboral en la empresa. En una primera fase, el proyecto consideró a personas que ya laboran en la empresa y a hijos de colaboradores y ex colaboradores.

En alianza con la UDLA, la empresa cuenta con una bolsa de empleo, que permite a jóvenes universitarios aplicar y trabajar como pasantes.

El 96% de las nuevas contrataciones del año, corresponde a jóvenes entre 18 y 29 años.

Inclusión laboral

Las personas con discapacidad encuentran en Corporación Favorita una oportunidad de empleo pleno.

A inicios de 2020, la empresa contaba con 391 colaboradores con algún tipo de discapacidad. Al iniciar la pandemia, dejaron de asistir a sus actividades laborales, cumpliendo los protocolos para grupos de riesgo y priorizando su bienestar.

Este grupo de colaboradores ha recibido seguimiento en temas de salud y otros aspectos contemplados en la normativa emitida por el Ministerio de Salud y el Ministerio de Trabajo para la emergencia.

En las empresas filiales, el número de colaboradores con discapacidad fue de 254 en el 2020.

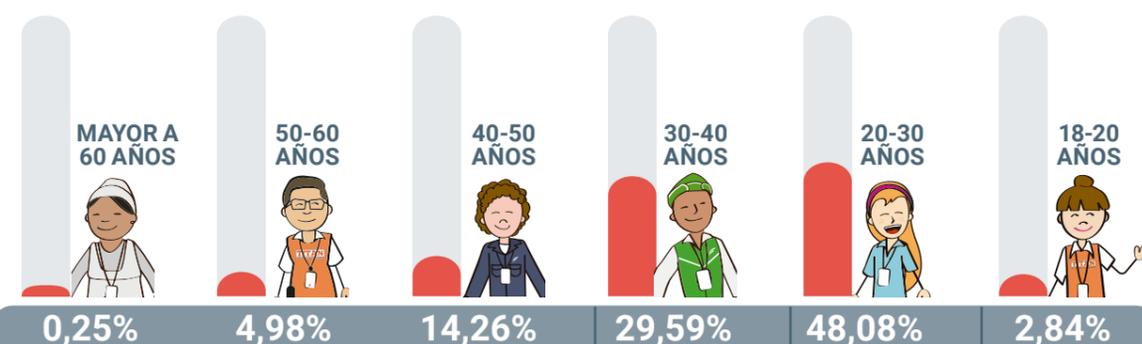
Diversidad generacional

La convivencia de diversas generaciones en las distintas áreas de la empresa, es una gran oportunidad para el intercambio de ideas, perspectivas y aprendizaje mutuo.

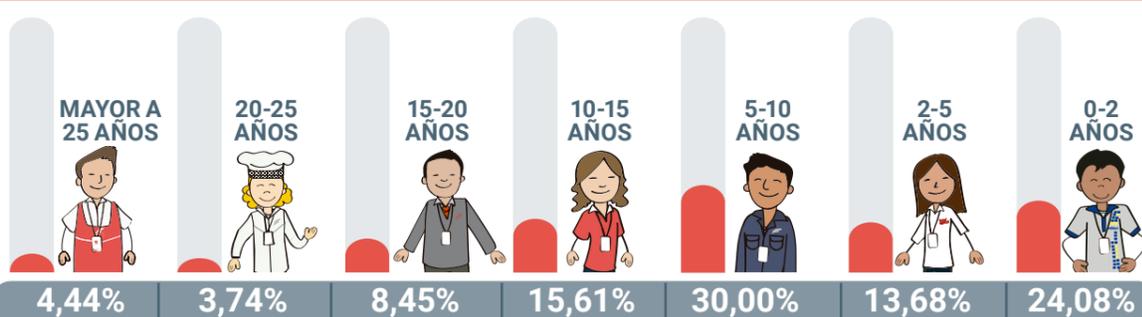
El mayor porcentaje de colaboradores se ubica entre los 20 y 30 años, seguido de los que tienen entre 30 y 40 años.

El 62% de los colaboradores trabajan más de cinco años en la empresa, lo que refleja la estabilidad laboral que brinda la Corporación.

COLABORADORES POR EDAD



COLABORADORES POR ANTIGÜEDAD



3

COMUNICACIÓN INTERNA

La cultura e identidad de Corporación Favorita se fortalecen a través de la comunicación interna. Se apoya en diversas herramientas, facilitando la interacción entre las diferentes áreas de la empresa.

Durante la emergencia sanitaria, la comunicación interna ha sido clave para mantener informados a los colaboradores, así como un importante apoyo en lo laboral y personal.

Herramientas y productos de comunicación interna

MI PORTAL FAVORITO

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

2020: 10.639 USUARIOS

EL 2020 EN MI PORTAL FAVORITO:

- Se activó la nueva ficha socio económica que permite mantener actualizada la información de los colaboradores, como soporte documental para generar planes de acción social.
- Se incluyó de forma virtual el protocolo de jubilación.
- Se actualizó el botón de denuncias de riesgos psicosociales.

SECCIÓN DENUNCIAS



CARTELERAS DIGITALES INTERNAS

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

2020: 9 PUNTOS, 1.341 DESTINATARIOS

Desde mayo se suspendieron las carteleras digitales en los comedores, como parte de las medidas de bioseguridad implementadas a causa de la pandemia.

CARTELERAS FÍSICAS

Espacios donde se publica información de interés general para los colaboradores.

2020: 182 CARTELERAS, 10.629 USUARIOS

MAILING

Correo directo a las direcciones electrónicas personales de los colaboradores.

2020: 10.639 DESTINATARIOS

CUPONERAS

Beneficios exclusivos a colaboradores con cupones de descuento.

2020:

2 CUPONERAS

22.157 BENEFICIARIOS DE LA CUPONERA DE UTILIDADES

15.752 BENEFICIARIOS DE LA CUPONERA NAVIDEÑA

Ambos productos son virtuales y se alojan en la aplicación Supermaxi; la navideña cuenta también con una versión física. Por la emergencia sanitaria, en 2020 la cuponera de utilidades otorgó el beneficio a la tarjeta principal, adicional y extra de todos los colaboradores directos y filiales.

Campañas internas

Además de las campañas "Plan Fácil ser Accionista" y la "De regreso a clases" Costa y Sierra, que se realizan de forma recurrente todos los años, en 2020 se llevaron a cabo otras que se adaptaron a las nuevas condiciones.

Las campañas de bioseguridad para difundir la importancia del cumplimiento de las medidas implementadas interna y externamente, tuvo un gran impacto en 2020.

CAMPAÑA INMOBILIARIA	Difusión en conjunto con el área inmobiliaria que comunica periódicamente a los colaboradores y familiares de locales disponibles de Corporación Favorita a precios preferenciales. Se apoya el emprendimiento nacional y la empresa se convierte en una aliada estratégica para el crecimiento de los negocios de sus colaboradores.
MI MOTIVACIÓN FAVORITA	A inicios de año estuvo activa la campaña que se adaptó a la nueva realidad de la emergencia sanitaria. Se realizaron pequeñas acciones para motivar a los colaboradores a que demuestren su esencia y busquen oportunidades aún en medio de la adversidad.
PORTAL ADAPTABLE	Se renovó e implementó un portal adaptable (<i>responsive</i> , en inglés), que permita su acceso en cualquier dispositivo móvil. Esto permitió potencializar el uso de la herramienta como fuente oficial de información.
PROGRAMA TRAINEE	Nuevo programa interno que brinda oportunidades a los jóvenes profesionales para que profundicen su experiencia laboral en todas las áreas de la empresa, poniendo en práctica sus conocimientos universitarios.
COMPUTADOR MI PORTAL FAVORITO	Repotenciación del equipo de computación de locales para mejorar el acceso de todos los colaboradores y buen uso del dispositivo destinado a los procesos de talento humano.

4 BIENESTAR Y CALIDAD DE VIDA

La calidad de vida y el bienestar de sus colaboradores siempre ha sido un objetivo primordial de Corporación Favorita y más aún en la emergencia sanitaria.

Desde marzo 2020, 371 colaboradores de la empresa cambiaron de modalidad a teletrabajo. La Corporación apoyó a ellos y sus familias en el fomento de una vida activa, hábitos saludables y una buena alimentación, con cursos virtuales sobre nutrición, actividad física e higiene.

Los colaboradores en actividades presenciales recibieron todos los implementos de bioseguridad necesarios para su desempeño y la capacitación en prevención y manejo de cada actividad en la cadena de provisión y venta. Los locales y centro de distribución se adaptaron físicamente a los requerimientos.

Además, brindó soporte psicológico y apoyo emocional a colaboradores contagiados con covid-19 y a aquellos que perdieron a sus seres queridos.

CIFRAS DE INTERÉS

NÚMERO DE PARTICIPANTES EN CHARLAS

	Charlas del seguro médico-presencial	64 colaboradores
	Mi Maternidad Favorita-virtual	993 colaboradores
	Charlas en contra de la violencia de género-virtual	652 colaboradores
	Curso virtual de Vida saludable	7.100 colaboradores

Seguridad y salud ocupacional

En el 2020 se realizaron importantes actividades para la prevención de accidentes y enfermedades laborales:

- Actualización de la matriz de riesgo de los puestos de trabajo.
- Estudios ergonómicos de los puestos de trabajo con riesgo importante.
- Mediciones de riesgos de higiene industrial en las instalaciones del Centro de Distribución (ruido, vibraciones, gases y vapores, térmicos).
- Evaluación de riesgos psicosociales.
- Seguimiento a prevención de accidentes a nivel nacional.
- Estandarización del uso de transpaletas eléctricas y montacargas.
- Señalización de vías de circulación en el Centro de Distribución.

Seguridad y Salud Ocupacional respondió de forma oportuna a los retos de la pandemia con campañas de información y sensibilización y el nuevo programa de Telemedicina dirigido a pacientes con síntomas y diagnóstico de COVID-19. Esto evitó los traslados para la respectiva valoración médica y posibles contagios.

Se registraron 14.051 atenciones presenciales en los dispensarios médicos a nivel nacional y 10.128 atenciones virtuales del programa de Telemedicina.

CHARLAS Y CAPACITACIONES

En el 2020 se dieron:

-  • 800 charlas y capacitaciones sobre primeros auxilios, simulacros de evacuación y prácticas de uso de equipos contra incendios.
-  • 180 charlas sobre puestos críticos y oportunidades de mejora en seguridad y salud ocupacional.
-  • Curso *e-learning* para 2.065 colaboradores en temas de enfermedades de transmisión sexual y VIH.
-  • Curso *e-learning* para 1.472 colaboradores sobre consumo de sustancias.
-  • Pausas activas para 400 colaboradores con teletrabajo.

Formación y desarrollo

Corporación Favorita fomenta el desarrollo profesional de sus colaboradores a través de programas de capacitación en diferentes temas.

En el 2020, se priorizaron las capacitaciones virtuales, con un total de 16.339 capacitados, más del 50% en relación al 2019. Se completó 34.257 horas de capacitación entre talleres, charlas, *webinars*, cursos virtuales y programas de formación.

Los temas más difundidos fueron: inducción, identificación de billetes, productos intangibles y dos módulos del programa de Mejora Continua.

CORPORACIÓN FAVORITA: CAPACITACIONES

	TIPO DE CAPACITACIÓN	NÚMERO DE EVENTOS	COLABORADORES CAPACITADOS	TEMAS
	TALLERES	19	511	7
	CHARLAS	41	389	18
	WEBINAR	400	14.670	35
	CURSOS VIRTUALES	-	11.477	16
	PROGRAMAS DE FORMACIÓN	-	769	5

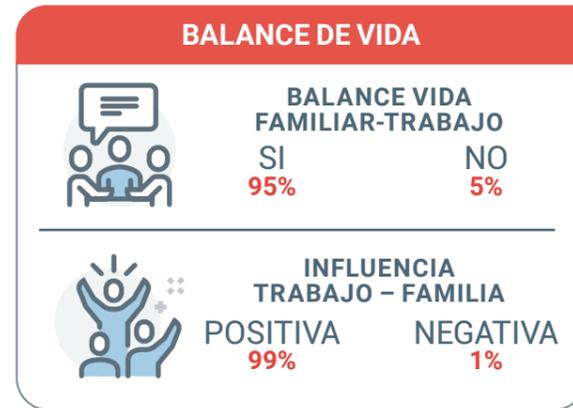


FILIALES: CAPACITACIONES 2020

FILIALES	NÚMERO DE PERSONAS CAPACITADAS	HORAS DE CAPACITACIÓN POR PERSONA
Bebemundo	188	3.568
Sukasa	103	34
Todohogar	153	165
Comohogar administración y bodega	71	37
Salón de Navidad	32	9
Kywi-MegaKywi	1.050	60
Mr. Books Libri Mundi	122	1.032
TVentas	266	45
MaxiTec	42	880
Travel Stores	17	240
Tatoo	49	80
Servimax	20	26
CTEC	5	40
Eureka	13	12
Agropesa	130	2.564
Pofasa	289	22
Maxipan	160	386
Hanaska	2.073	38
Tatoo Industrial	52	25
GIRA	45	10
Enermax	44	14
Hidrosanbartolo	50	25
Grupo Rey	2.876	4
TOTAL	7.850	9.316

Calidad de vida

Anualmente, Corporación Favorita realiza una encuesta de calidad de vida para medir la satisfacción de los colaboradores, el balance entre la familia y el trabajo y el nivel de influencia y relacionamiento.



SATISFACCIÓN LABORAL

El nivel alto de satisfacción laboral creció en cuatro puntos con relación a 2019, alcanzando un 58,32% de colaboradores.

2020		
ALTO	MEDIO	BAJO
58	37	5

95% de los colaboradores declara estar feliz en su trabajo, según la encuesta anual de satisfacción.



Reconocimientos a colaboradores 2020

CLIENTE FANTASMA	Se entrega a quien obtiene 100% de la evaluación de atención y servicio al cliente.	1.452 colaboradores
ACTITUD FAVORITA	Se entrega al colaborador que representa de mejor manera los valores corporativos de la empresa. Es nominado y elegido por sus compañeros.	796 colaboradores
EXPERIENCIA Y AÑOS DE SERVICIO	Se entrega a los colaboradores que han cumplido más de 20 años en la empresa.	96 colaboradores
¡QUÉ BUENA NOTA!	Se premia la excelencia de desempeño laboral de los colaboradores y la excelencia académica de sus hijos e hijas. En el 2020, el sorteo se realizó de forma virtual con un sistema desarrollado exclusivamente para este fin.	747 participantes 146 niñas, niños y adolescentes ganadores
MEJOR LOCAL	Se reconoce el trabajo en procura de eficiencia del negocio y resultados en ventas.	97 colaboradores

Reconocimientos a locales 2020



COCHE DE ORO	458 colaboradores
MONTACARGA DE ORO	264 colaboradores
LOCALES 100% EVALUACIÓN CLIENTE FANTASMA	6 locales ganadores 100% colaboradores

Proyectos implementados en el 2020 para mejorar la calidad de vida de los colaboradores

PROGRAMA CONTENCIÓN EMOCIONAL	Herramientas a ejecutivos para acompañar y orientar en el aspecto emocional a sus equipos de trabajo durante la crisis sanitaria.
PROGRAMA MENTORING	Herramientas a través del conocimiento de la metodología y práctica destinada a desarrollar el potencial de las personas, basada en la transferencia de conocimientos y en el aprendizaje a través de la experiencia.
IMPACTANDO POSITIVAMENTE AL MUNDO	Taller alineado al valor de contribución, para animar a los participantes a fomentar el reciclaje en nuestros puntos GIRA.
APOYO PSICOLÓGICO CIERRE DE DUELO	Brinda a los colaboradores acompañamiento psicológico después de una pérdida.
PROCESO DE COACHING EJECUTIVOS	Gestión del desarrollo de los ejecutivos de Corporación Favorita por medio de un proceso individual y grupal de coaching por valores, para el liderazgo personal y profesional.
MCF CLASS	Charlas impartidas por el Departamento de Mejora Continua, a través de diferentes módulos, que abarcaron conceptos básicos del programa que se implementa a nivel nacional.

Beneficios a los colaboradores

Los principales beneficios laborales y personales que Corporación Favorita brinda a sus colaboradores son:



 Plan de Vivienda	 Uniformes	 Cupón Tiempo Fuera	 Política de Puertas Abierta	 Tarjetas de Afiliación para Titular y Adicional	 Cupo Temporada Navideña y Especiales
 Desarrollo personal y profesional	 Descuento en Productos Marca Propia	 Seguro Médico y de Vida	 Beneficio Cupleañero	 Anticipos	 Alimentación Gratuita y Nutritiva

5 MEJORA CONTINUA E INTRA-EMPREDIMIENTO

Corporación Favorita cuenta, desde el 2014, con el programa Favorita Innova cuyo objetivo es fomentar entre los colaboradores una cultura de innovación e intra-empredimiento, a través del desarrollo de proyectos relacionadas a la mejora del negocio.

El año 2020 fue difícil por la incertidumbre y el temor que se vivía con la llegada de la pandemia. La situación puso a prueba al programa y a los colaboradores quienes tuvieron que repensar las estrategias ya establecidas.

El gran trabajo en equipo, la tenacidad por cumplir con los propósitos, así como la comunicación y el compromiso, fueron claves para fortalecer el liderazgo en los nuevos proyectos que surgieron.

La difusión de la filosofía y cultura de innovación de la Corporación se la hace mediante una serie de capacitaciones para el desarrollo de proyectos.

La emergencia sanitaria sacó a la luz lo mejor del equipo y reflejó el trabajo de todos estos años para potencializar el desarrollo de los colaboradores.

CAPACITACIÓN 2020	
PERSONAS CAPACITADAS	1.984
HORAS DE CAPACITACIÓN	495



Programa de embajadores

La Corporación cuenta, desde el 2019, con el Programa de Embajadores de Mejora Continua, en el que los colaboradores que se certifican como embajadores son los encargados de transmitir y empoderar a otros en la creación de proyectos de alto impacto.

CIFRAS DE INTERÉS



212 áreas impactadas con mejora continua

34 proyectos de alto impacto

102 embajadores certificados

US\$ 3,2 millones en beneficios

AL 2020 CORPORACIÓN FAVORITA CUENTA CON:

EMBAJADORES INTERNOS	68
KAIZEN PRACTITIONER	34
CHAMPIONS	38

Los embajadores internos pusieron a prueba su constancia y determinación y, desde sus diferentes áreas, construyeron juntos 16 proyectos de impacto.



Entre lo más destacado de 2020 está:

- La aplicación del modelo de gestión estratégica Hoshin Kanri, para la construcción de estrategias en cada área y la consolidación del equipo.
- El nacimiento de la MCF Class, un espacio de crecimiento personal y transformación, que durante la emergencia sanitaria acompañó a 919 colaboradores, quienes participaron en 3.676 clases virtuales.
- La Primera Convención Internacional de Mejora Continua "2 países, 1 Misión" se llevó a cabo en junio entre los Embajadores de Ecuador y Panamá. En una jornada de trabajo realizaron un ejercicio para proponer y superar juntos los inconvenientes del negocio provocados por la pandemia.

Innovación

Con la llegada de la pandemia fue necesario analizar, si la estrategia de innovación era la más adecuada por lo que se replanteó la forma de investigar e implementar los proyectos.

Como resultado se logró re-enfocar y volver más eficientes los procesos operativos internos, inclusive más que antes de la pandemia.

Además, se investigó diferentes proyectos para aplicarlos en la post-pandemia, aprovechando las nuevas habilidades desarrolladas por los usuarios en lo que tiene que ver con el uso de dispositivos móviles y el uso de la tecnología en general.

Lo más destacado de Innovación en el 2020 fue la digitalización de procesos como movilización, cobro de productos de peso variable y estudios de mercado.

A futuro, se propone profundizar en tendencias tecnológicas mundiales como una apuesta al supermercado del futuro: economía colaborativa, geolocalización, BYOD (Bring Your Own Device), inteligencia artificial, reconocimiento de objetos, aplicaciones, y el programa IoT (Internet of Things).

Proveedores

- 1 CADENA DE PROVEEDORES DE CALIDAD
- 2 TRABAJO CONJUNTO PARA PROVISIÓN DE PRODUCTOS DE CALIDAD
- 3 APOYO A LA PRODUCCIÓN NACIONAL

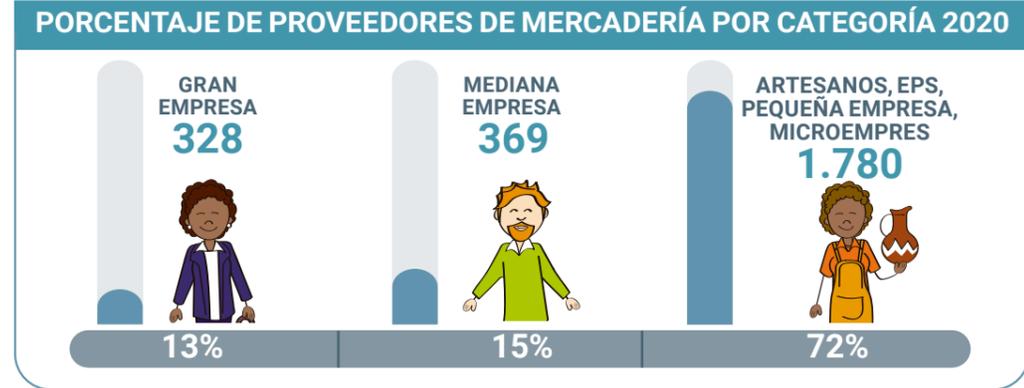


ESLABÓN FUNDAMENTAL EN LA CADENA DE VALOR

Corporación Favorita y sus filiales cuentan con una amplia y sólida red de proveedores, que constituyen una de las piezas fundamentales de la cadena de valor. Esta alianza se consolida cada año, generando desarrollo conjunto tanto para la empresa, como para quienes entregan productos y servicios.

La Corporación y sus filiales cuentan con políticas de relación con proveedores enmarcadas en su filosofía corporativa.

VALOR COMPARTIDO | PROVEEDORES



VALOR COMPARTIDO | PROVEEDORES

1 CADENA DE PROVEEDORES DE CALIDAD

Los proveedores de Corporación Favorita constituyen una red de aliados estratégicos para mantener el abastecimiento seguro y continuo que las familias necesitan. Comparte con ellos valores y visión.

En 2020, la Corporación contó con un total de 2.477 proveedores. Las empresas filiales contaron con 9.166 proveedores.



415 proveedores ecuatorianos exportaron productos a Panamá y estuvieron en las perchas de Grupo Rey.

NÚMERO TOTAL DE ROVEEDORES 2020

PROVEEDORES DE MERCADERÍA
2.477

FILIALES: PROVEEDORES

EMPRESA	TOTAL 2020
Bebemundo	757
Nuà	258
Sukasa - Todohogar	523
Salón de Navidad	34
Kywi - MegaKywi	1.399
Ferrex	297
Mr. Books-Libri Mundi	310
TVentas	285
MaxiTec	65
Travel Stores	80
Tatoo	278
Servimax	30
CTEC	20
Eureka	327
Agropesa	422
Pofasa	880
Maxipan	140
La Reforma	335
Hanaska	1.424
Tatoo Industrial	170
GIRA	138
Enermax	125
Hidrosanbartolo	150
Grupo Rey	719
TOTAL	9.166

Durante la emergencia sanitaria, el trabajo, el esfuerzo y el compromiso de los proveedores de Corporación Favorita, permitieron el abastecimiento de los productos de primera necesidad en todo el país. Como sector estratégico las operaciones nunca pararon.



2 TRABAJO CONJUNTO PARA PROVISIÓN DE PRODUCTOS DE CALIDAD

Corporación Favorita mantiene relaciones a largo plazo y de mutuo beneficio con los proveedores. Como una forma de atender sus necesidades y brindarles herramientas que pueden agregar valor a su gestión, la empresa desarrolló, desde 2019, aplicaciones tecnológicas que han permitido mejorar las operaciones de los proveedores, gestionar oportunamente las demandas de sus productos e incrementar las ventas.

Analitix

En el 2020, Analitix entregó importante información para la toma de decisiones estratégicas y acertadas, basadas en datos reales del negocio. La herramienta proporciona *insights* como hábitos de consumo, participación de mercado y niveles de inventario, lo que les ha permitido entender el comportamiento del mercado y reaccionar de forma inmediata. En algunos casos, facilitó el desarrollo de nuevos productos. Como resultado se han incrementado las ventas, el margen y la rentabilidad de los proveedores.



En percha

<http://www.corporacionfavorita.com/enpercha/>

A través de esta aplicación, cada proveedor puede notificar al personal a cargo las novedades relacionadas a sus productos en percha.

En 2020, los proveedores reportaron temas relacionados a abastecimiento en el piso de venta, error en cenefas y falta de existencia; así como pudieron conocer los datos de ventas e inventario de sus productos, el alcance de los mismos en los locales de la Corporación y el estado de gestión de las alertas generadas.



NÚMERO DE PROVEEDORES SUSCRITOS Y BENEFICIADOS EN EL 2020

ANALITIX	70
EN PERCHA	337

Mejores proveedores del año

Cada año, Corporación Favorita realiza el evento Proveedores del Año, donde se reconoce a los mejores por categoría, tomando en cuenta la calidad de los productos, su rentabilidad, innovación, liderazgo en el mercado, entre otros. La evaluación de proveedores está a cargo de un Comité de Calificación, conformado por miembros de la Corporación.

En 2020, el evento se realizó de manera virtual y contó con la presencia de Farid Dieck, *influencer* y emprendedor social mexicano, quien afianzó el concepto de Somos Uno y abordó temas como la resiliencia y la importancia del trabajo en equipo.

Corporación Favorita en el 2020 premió a 27 proveedores.



EMBUTIDOS	Industria de Alimentos La Europea Cía. Ltda.
PESCADOS Y MARISCOS	Industrial Pesquera Santa Priscila S.A.
PANADERÍA	Bimbo
LÁCTEOS	Kaarufoods
CONGELADOS	Distribuidora importadora Dipor S.A.
POLLOS Y HUEVOS	La pequeña granja
ABARROTES COMESTIBLES	Terrafertil
BEBIDAS	Fuentes San Felipe
MEJOR EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN	Jumandipro
ORGÁNICOS	Hoja Verde
FRUTAS Y VERDURAS	Fabiola Delgado Palacios
CARNES	Rubén Antonio Ferrín Mejía
MARCA PROPIA	Ecuatoriana de Condimentos y Especias Cía Ltda.
TARJETA DE CRÉDITO	Produbanco
ADQUISICIONES - SUMINISTROS	Belt&Service
MANTENIMIENTO	Deffroz
TRANSPORTE	Víctor Ramiro Pulla Sanmartin
TECNOLOGÍA INFORMÁTICA	Visualnet cia. Ltda
HOGAR Y LENCERÍA	Hangers
TEXTIL Y CALZADO	Plasticaucho Industrial
AUDIO Y VIDEO	Sony
ESCOLARES	Bico Internacional S.A.
ASEO Y LIMPIEZA	La Fabril
HIGIENE PERSONAL/BELLEZA	Laboratorios René Chardon
EMPRENDIMIENTO LIDERADO POR MUJERES	Wangda
IMPORTADOS	Mattel
MERCADEO	UM IPG Mediabrands

Clientes

- 1 COMUNICACIÓN RESPONSABLE, INTERACTIVA Y ACCESIBLE
- 2 FIDELIZACIÓN DE CLIENTES Y PROGRAMAS ESPECIALES
- 3 EXPERIENCIA DE CLIENTES Y ATENCIÓN A SUS NECESIDADES



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.

VALOR COMPARTIDO | CLIENTES



1 COMUNICACIÓN RESPONSABLE, INTERACTIVA Y ACCESIBLE

Corporación Favorita siempre buscando marcar una diferencia en la experiencia de compra de sus clientes, emplea la comunicación como un elemento clave para lograrlo. A través de canales digitales y tradicionales, mantiene una relación de confianza con sus clientes.



Comunicación directa y al alcance de todos

REVISTA MAXI Y MAXI ONLINE

La revista Maxi se distribuye de forma gratuita en todos los locales de Supermaxi y Megamaxi a nivel nacional. En el 2020 se entregaron 50 mil ejemplares mensuales hasta abril 2020.

A partir de mayo, debido a la pandemia, dejó de imprimirse y se dio más fuerza a la versión digital con la revista Maxi Online. Se incorporaron secciones y temas con contenidos para afrontar la situación de emergencia, buscando aportar con conceptos prácticos para los clientes.

Se replantearon las estrategias de contenidos y difusión de la revista, logrando un interesante incremento en visitas y suscripciones. Maxi Online se posicionó como la primera revista digital de supermercados del país.

Las secciones más vistas fueron las recetas, nutrición y salud, vida y familia y la de limpieza.

WWW.MAXIONLINE.EC	
VISITAS 2020	1'113.395



REVISTA DIGITAL AKÍ

En agosto del 2020 se lanzó la revista digital Akí como un canal de información práctico, útil e interesante que busca llegar con calidez y positivismo al lector, con un lenguaje sencillo.

Incluye secciones como *tips* para el hogar, recetas, historias, diversión, ahorro y promociones. Las secciones más vistas fueron las recetas, leyendas y Días D ahorra todos los días.

HTTP://AKIESTAMOSPARATI.AKI.COM.EC	
VISITAS DE AGOSTO A DICIEMBRE 2020	193.223



Comunicación interactiva

Corporación Favorita y sus filiales han sabido aprovechar las oportunidades de la era digital con el objetivo de llegar con información de valor a sus clientes.

En el año 2020 se evidenció un cambio en la manera en la que los usuarios consumían medios y plataformas, por lo que fue necesario realizar ajustes a las estrategias de marca y acciones digitales para cumplir con el objetivo de posicionamiento e intención de compra.

A inicios de año se presentó la renovada página web corporativa www.corporacionfavorita.com



VALOR COMPARTIDO | CLIENTES

PÁGINA WEB		
PLATAFORMA	EMPRESA	IMPACTO 2020
 (VISITAS TOTALES)	Corporación Favorita	129.000
	Supermaxi	3'059.728
	Megamaxi	222.359
	Akí	1'820.995

FACEBOOK		
PLATAFORMA	EMPRESA	IMPACTO 2020
 (SEGUIDORES)	Supermaxi	755.439
	Megamaxi	32.825
	Akí	297.536
	Juguetón	66.589
	Super Saldos	12.976
	Titán	28.564
	Möblart	8.179

TWITTER		
PLATAFORMA	EMPRESA	IMPACTO 2020
 (SEGUIDORES)	Corporación Favorita	9.860
	Supermaxi Megamaxi	38.960
	Akí	4.812
	Juguetón	625

INSTAGRAM		
PLATAFORMA	EMPRESA	IMPACTO 2020
 (SEGUIDORES)	Supermaxi	329.077
	Megamaxi	94.220
	Akí	80.027
	Juguetón	30.274
	Möblart	8.795

YOUTUBE		
PLATAFORMA	EMPRESA	IMPACTO 2020
 (SUSCRIPTORES)	Supermaxi Megamaxi	78.200
	Akí	1.566
	Juguetón	1.170

LINKEDIN		
PLATAFORMA	EMPRESA	IMPACTO 2020
 (SEGUIDORES)	Corporación Favorita	204.969

FILIALES: PÁGINA WEB (VISITAS)	
Grupo Rey	38.000
Rey	281.724
Romero	30.984
Mr. Precio	23.493
Kywi - MegaKywi	65.359
TVentas	2'158.310
Metro Plus	173.841
Servimax	50.421
Maxipan	90.240
Hanaska	18.250
GIRA	19.500

FILIALES: TWITTER (SEGUIDORES)	
Rey	54.100
Romero	2.493
TVentas	6.600
Tatoo	3.724
Metro Plus	3.680
ZAZ	365
Servimax	199
GIRA	580
Multiplaza	1.587
Village	29.900
CityMall	43.700
Mall del Sol	410.165

En 2020, las plataformas digitales como Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn tuvieron un crecimiento exponencial en el número de usuarios en relación al 2019.

FILIALES: FACEBOOK (SEGUIDORES)	
Rey	76.093
Romero	8.804
Mr. Precio	5.694
Bebemundo	375.136
Sukasa	107.000
Todohogar	51.841
Salón de Navidad	5.729
Kywi - MegaKywi	188.199
Mr. Books	52.730
Libri Mundi	59.596
TVentas	316.750
Tatoo	128.567
Metro Plus	21.800
Farma Ahorro	307
ZAZ	31.999
Servimax (Maxi Seguros y Akí Tranquilo)	2.455
CTEC (MaxiPLUS y AkíMOVIL)	6.367
Eureka	495
Maxipan	6.625
Hanaska	5.061
GIRA	1.093
Mall de los Andes	46.733
Plaza Batán	15.608
Multiplaza	52.997
Mall El Jardín	89.711
Village	102.100
CityMall	257.456
Mall del Sol	546.759

INSTAGRAM (SEGUIDORES)	
Rey	256.000
Romero	20.200
Mr. Precio	43.900
Bebemundo	79.100
Sukasa	72.000
Todohogar	26.300
Salón de Navidad	806
Kywi - MegaKywi	145.941
Mr. Books	36.000
Libri Mundi	13.300
TVentas	232.000
Tatoo	36.092
Metro Plus	56.400
Farma Ahorro	1.430
ZAZ	8.560
Servimax (Maxi Seguros y Akí Tranquilo)	394
CTEC (MaxiPLUS y AkíMOVIL)	1.502
Eureka	86
Maxipan	3.811
GIRA	244
Mall de los Andes	2.391
Plaza Batán	5.815
Multiplaza	1.014
Mall El Jardín	8.598
Village	36.700
CityMall	108.740
Mall del Sol	142.290



Eventos, campañas y promociones que conectan

Las tradicionales campañas y eventos en piso de venta tuvieron que adaptarse frente a las restricciones de la emergencia. El desafío fue trasladar las experiencias presenciales al formato digital. Los primeros meses de la pandemia la comunicación se concentró en brindar información sobre nuevas prácticas de compra y convivencia.



SUPERMAXI Y MEGAMAXI

Las marcas presentaron campañas relacionadas con la renovación del hogar y su adaptación a trabajo y estudios desde casa por motivos de la pandemia. Además de las activaciones y descuentos con la calidad y variedad de siempre.



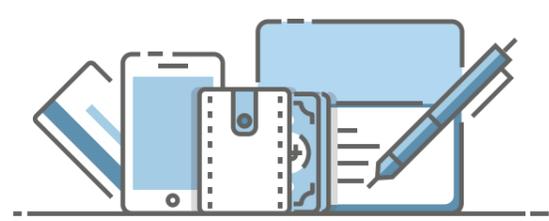
AKÍ 20 AÑOS

La cadena de despensas Akí cumplió 20 años de aniversario. Después de dos décadas, está presente en 39 ciudades del Ecuador con 89 locales. Lo festejó junto a sus clientes con más de mil productos en oferta durante el mes de septiembre.



2 FIDELIZACIÓN DE CLIENTES Y PROGRAMAS ESPECIALES

Corporación Favorita, siempre pensando en innovar y mejorar continuamente el servicio y la experiencia de los clientes, ofrece un sinnúmero de beneficios y programas especiales.



Cadena de Beneficios Supermaxi



Corporación Favorita mantiene alianzas con algunas instituciones y empresas a nivel nacional, así los clientes se pueden beneficiar con descuentos entre el 10% y el 40% en una variedad de establecimientos y servicios.

En 2020, como parte de convenios institucionales, Corporación Favorita entregó beneficios especiales a 37 empresas que recibieron cuponeras de descuento, plazos de pago de créditos institucionales y 5% de descuento en productos Supermaxi y Akí.

NÚMERO DE TARJETAHABIENTES 2020	3'601.228
ESTABLECIMIENTOS ALIADOS	177
CATEGORÍAS DE BENEFICIOS	13
CONVENIOS INSTITUCIONALES	37

Plataformas digitales

Corporación Favorita en convenio con Tipti y Rappi atendieron las necesidades de muchos hogares ecuatorianos ofreciendo productos de supermercado en sus plataformas digitales. Así, se facilitaron las compras online en épocas de pandemia. Del total de ventas por medio de las plataformas, el 95% correspondió a Tipti y el 5% a Rappi.

Las ventas por medio de plataformas digitales aumentaron 11 veces en relación al 2019.

FILIALES: PROGRAMAS ESPECIALES

FILIAL	PROGRAMA	IMPACTO 2020
Bebemundo	BabysClub: promociones, descuentos y garantía	609.427 beneficiarios
Sukasa	Tarjeta socio: crédito directo, descuentos, promociones exclusivas.	41.664 beneficiarios
Todohogar	Crédito directo, promociones y plazos especiales.	53.354 beneficiarios
Kywi MegaKywi	Descuentos tarjeta Supermaxi ISSFA.	12.200 transacciones
Mr. Books	Afiliación para clubes de libros.	55 clubes beneficiados
	Club Celerity: descuentos.	10.000 beneficiarios
TVentas	Plan Reserva: diferido para pago de ofertas.	6.364 beneficiarios
	Garantía extendida.	40.392 beneficiarios
MaxiTec	Crédito directo y descuentos.	3.840 tarjeta habientes
Tattoo	Cliente Active: reembolso del 10% de compras anuales.	9.004 beneficiarios
Servimax	Crédito directo en locales de Corporación Favorita.	33.760 operaciones de crédito
Eureka	Crédito directo.	75 beneficiarios
	Cash back: recompensa por compras. Cupo acumulado para pagos.	8 beneficiarios
Grupo Rey	Punto de Oro: acumulación de puntos por compras realizadas para canje por premios, promociones y descuentos exclusivos.	Grupo Rey: 237.000 Rey: 172.000 Romero: 48.000 Mr. Precio: 20.000 Metro Plus: 37.000 Farma Ahorro: 100.000

3 EXPERIENCIA DE CLIENTES Y ATENCIÓN A SUS NECESIDADES

Ofrecer los mejores productos, servicios y experiencias es parte de la misión de Corporación Favorita. Esta oferta se combina con la mejor atención y respuesta inmediata a inquietudes y requerimientos de los clientes.

App Supermaxi

En mayo se presentó la versión 2.0 de la aplicación digital Supermaxi/Megamaxi, con una nueva imagen, usabilidad y funcionalidades, que fueron definidas con base en un estudio de las necesidades de los clientes.

Contiene video-recetas que inspiran a clientes a cocinar y a compartirlas, además de un carrusel de ofertas donde se destacan las de productos preferidos por el cliente. Incluye productos novedosos y un *banner* de comunicación relevante.

Las nuevas funciones de la aplicación son:

ENCUENTRA UN PRODUCTO. El cliente puede ingresar el producto que busca en un determinado local y la app le indica su ubicación física. Si no hay ese producto en inventario, le comunica al cliente otros locales cercanos donde puede encontrarlo.

TURNOS Y PEDIDOS DELI. Con el fin de disminuir los tiempos de espera y agilizar el servicio del delicatessen, esta función permite al cliente tomar un turno de manera virtual. La app le comunica cuando su turno esté próximo; también da la opción de hacer el pedido de forma digital y el cliente recibe una notificación cuando el pedido esté listo.

LISTAS Y PASILLOS: Esta función brinda al cliente la facilidad de hacer sus compras de manera rápida y sencilla. Ofrece una lista elaborada con los 60 productos preferidos del cliente, y da la opción de crear nuevas listas y organizarlas por local y por pasillos

Aproximadamente 100 mil clientes son usuarios activos de la app Supermaxi.



Programa de experiencia al cliente y centro de soluciones

El Programa de Experiencia al Cliente (PEC) y su Centro de Soluciones brindan atención, seguimiento y respuesta a las inquietudes de los clientes. Permiten identificar los focos de los problemas que surgen en los locales a nivel nacional, así como posibles inconformidades en la calidad de los productos.

El PEC cuenta con un módulo de proyectos con el que cada local identifica las necesidades principales de sus clientes y, con base en esto, desarrolla proyectos para mejorar su atención. Además, las encuestas realizadas mensualmente a los clientes, así como las quejas y sugerencias recibidas, permiten identificar los problemas para realizar los debidos cambios y brindar un mejor servicio.

Desde 2020, el PEC amplió su servicio a los proveedores para conocer de cerca sus requerimientos, lo que permitirá consolidar aún más la relación de este grupo de aliados estratégicos con la empresa.

Programa de experiencia al cliente 2020

FORMATOS CON IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA	Supermaxi, Megamaxi, Akí, Super Akí, Gran Akí, Moblart, Titán, Juguetón
LOCALES EN LOS QUE FUNCIONA	Todos los locales 153 a nivel nacional
PORCENTAJE DE CLIENTES CON SENSACIÓN DE MEJORA DE ATENCIÓN (PEC)	90%
NÚMERO APROXIMADO DE SUGERENCIAS RECIBIDAS AL MES	2.600

A partir de 2020, todos los formatos y locales de la Corporación a nivel nacional forman parte del PEC.



Cifras 2020 centro de soluciones

LLAMADAS RECIBIDAS	400 llamadas diarias
LLAMADAS SOLUCIONADAS DIRECTAMENTE	80%
LLAMADAS TRANSFERIDAS PARA TRATAR TEMAS ESPECIALIZADOS	20%
NUEVOS CAMBIOS COMO RESULTADO DE LOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS	En la pandemia, una percepción de falta de variedad de productos impulsó la implementación de un catálogo digital y una línea de chat en vivo para atender ágilmente a los clientes.



80% de las llamadas recibidas a diario se solucionaron directamente, 15% más en relación al 2020.

Ambiente

- 1 POLÍTICA AMBIENTAL COMO EJE ESTRATÉGICO DE GESTIÓN
- 2 REDUCCIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO
- 3 GESTIÓN ADECUADA DE RESIDUOS



DESARROLLO CON RESPONSABI- LIDAD

Corporación Favorita y sus filiales realizan 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.



1 POLÍTICA AMBIENTAL COMO EJE ESTRATÉGICO DE GESTIÓN

La política ambiental de Corporación Favorita se enmarca en su visión de sostenibilidad al 2030 que se implementa buscando un equilibrio entre la rentabilidad económica, el desarrollo social y la gestión ambiental.

En ese contexto, la empresa desarrolla un Programa de Gestión Ambiental que recoge las metas de la empresa en este ámbito y sus parámetros de autoregulación, así como permite el cumplimiento de las normas ambientales nacionales, locales y las agendas y objetivos internacionales.

Cumplimiento ambiental

Corporación Favorita se rige al Reglamento del Código Orgánico del Ambiente (COA) con el fin de mitigar el posible impacto ambiental de sus operaciones.

Todos los nuevos locales abiertos en el 2020 cumplieron con la obtención del Registro Ambiental. En este año la empresa entregó 111 informes ambientales de cumplimiento a las autoridades

En 2020 se conformaron los equipos ambientales en los locales de supermercados. Serán los encargados de la gestión descentralizada y el monitoreo del plan de manejo ambiental.

Se desarrolló un sistema informático, que se implementará en 2021, para dar seguimiento al cumplimiento del Plan de Manejo Ambiental en cada local. Como una acción paralela se iniciará la operación de equipos ambientales que gestionen el cumplimiento del plan de manejo y los planes de acción, además de desarrollar campañas para la concientización de los colaboradores sobre buenas prácticas ambientales.

2 REDUCCIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO



En el camino de obtener la certificación de carbono neutro, la empresa ha realizado diferentes acciones que se enmarcan en un plan para reducir las toneladas generadas de CO₂ y mitigar el impacto ambiental de sus operaciones, siempre alineada a estándares y agendas internacionales.

RESULTADOS 2020

ENERGÍA RENOVABLE GENERADA EN MW	130 MW
TONELADAS DE CO ₂ EVITADAS	299.722 T

Las centrales hidroeléctricas Enermax e Hidrosanbartolo contribuyeron a la reducción de emisiones de CO₂ en 288.708 toneladas. Por su parte, Gira, la filial dedicada a la gestión de residuos, redujo en 1.634 toneladas de CO₂.

Como parte del compromiso de Corporación Favorita para reducir su huella de carbono, promueve programas de reforestación, cuidado de fuentes de agua, restauración de ecosistemas degradados y programas de eficiencia energética, en coordinación con algunas de las filiales.

Se creó el Comité de Carbono con el objetivo de integrar todos los procesos referentes a la gestión ambiental y cambio climático.

Reforestación

En 2020, Corporación Favorita en conjunto con su filial GIRA, iniciaron un plan de reforestación de 250 mil árboles para los próximos cinco años. La siembra de los primeros 50 mil árboles de especies endémicas y emblemáticas, arrancó en diciembre, en las estribaciones del Cerro Puntas, ubicado al oriente de Quito. Esta siembra contó con el apoyo técnico del Fondo para la Protección del Agua (FONAG) y la participación de colaboradores de Corporación Favorita y GIRA, así como representantes de empresas proveedoras aliadas.

Para alcanzar la meta, cada año se desarrollarán nuevas actividades que pueden involucrar más actores y organizaciones, así como programas de voluntariado corporativo. El plan de reforestación es parte de un proyecto conjunto de Corporación Favorita y GIRA, en una iniciativa sin precedentes en el país, que involucra a toda la cadena de valor.



En 2020 se inició la siembra de los primeros 50 mil árboles de 250 mil que se sembrarán en los próximos cinco años. Corporación Favorita y Gira involucrarán en esta meta a toda su cadena de valor.



FILIALES: REFORESTACIÓN

Hidrosanbartolo sembró 12 mil árboles como parte del programa de reforestación intensiva en la zona de influencia de la hidroeléctrica. CityMall reforestó en cuatro zonas rurales a través del proyecto "Sembrando tu comuna" en convenio con la Fundación Iguana, y Mall del Sol apadrinó bosques nativos mediante convenios municipales. Agropesa reforestó las riveras del Río Pupipe en la parroquia Luz de América con 520 árboles de especies nativas.

Eficiencia energética

Corporación Favorita con el fin de reducir el CO₂ a través del ahorro en el consumo de energía, realizó algunos cambios importantes en la infraestructura de sus locales.

Al cierre del año, un total de 113 supermercados contaron con monitoreo de temperatura de equipos refrigerados. Se incrementaron dos nuevos locales con centrales de refrigeración que utilizan CO₂ como refrigerante. Además, durante el año, se reemplazó la iluminación fluorescente por LED en seis locales.

En cumplimiento con el Programa de Gestión Ambiental, todos los supermercados inaugurados en 2020 cuentan con iluminación LED, centrales de frío con variadores de velocidad para reducir el consumo de energía, y aprovechamiento de luz natural por traslúcidos o ventanales.



FILIALES: EFICIENCIA ENERGÉTICA

Bebemundo, Servimax, Agropesa, Hanaska, Tatoo Industrial, Mall del Sur, Village, CityMall y Mall del Sol realizaron acciones para ahorro en el consumo de energía como cambio de luminarias de fluorescentes a LED, reducción del consumo de diésel e instalación de equipos de aire acondicionado más eficientes.

Enermax produjo más de 94 millones de KWH de energía limpia; GIRA realizó control y reducción de consumo de energía por tonelada de cartón compactado; y Pofasa redujo el 10% en el consumo de energía eléctrica del sistema de enfriamiento por la implementación de dos variadores de frecuencia, además mantiene la reducción del consumo de combustible diésel por la utilización de un deshidratador de lodos.

Gestión adecuada del agua

La nueva planta de tratamiento de aguas residuales (PTAR-CF) inició su operación en agosto de 2020. Esta planta con tecnología de punta, tiene una capacidad de procesamiento diario de 466 m³ de agua y sirve a todo el centro de distribución y edificaciones ubicadas en el complejo matriz de la empresa. También existe un sistema de aprovechamiento de agua lluvia para reutilización en operaciones de lavado. En 2020 se utilizó 1.190 m³ para el lavado de furgones.

Desde agosto a diciembre de 2020, la planta de tratamiento de aguas residuales procesó 71.298 m³ de agua.



FILIALES: GESTIÓN ADECUADA DEL AGUA

GIRA realizó el control y reducción de consumo de agua por tonelada de plástico pelletizado. Agropesa, Pofasa y Hanaska realizaron tratamiento de aguas residuales y reutilización del recurso.

Mall del Sur, CityMall y Mall del Sol implementaron sistemas automáticos en lavamanos y urinarios ecológicos. Mall El Jardín instaló equipos biorreactores en los locales de comida para liberar obstrucciones en tuberías y mejorar la calidad del afluente final de descarga; también instaló una pileta para recoger el agua lluvia.

3 GESTIÓN ADECUADA DE RESIDUOS

Corporación Favorita promueve el reciclaje de residuos, la optimización de materias primas y el correcto manejo de residuos orgánicos e industriales en todos sus procesos.

Reducir, reutilizar y reciclar

La empresa está comprometida con prácticas de reducción, reutilización y reciclaje, así como su implementación que involucre a toda la cadena de valor. Para la ejecución de este eje, la empresa trabaja de la mano de su filial Gira.

El 63% de los desechos que generan los supermercados son reciclados.

RESIDUOS RECICLABLES CORPORACIÓN FAVORITA

TIPO DE RESIDUO	2020
CARTÓN	11'892.000 kg
PLÁSTICOS	1'221.000 kg
CHATARRA	170.000 kg
SAQUILLOS	30.000 kg
JABAS PLÁSTICAS	109.000 kg
ACEITE USADO	7.000 kg
PALLETS DE RECICLAJE	18.000 kg
NEUMÁTICOS	72.000 kg
BATERÍAS	38.000 kg



El 100% del plástico flexible de empaques que se genera en las operaciones de los supermercados son procesados y reciclados en la planta de la filial Gira. El material que se obtiene de este proceso es reutilizado por empresas como materia prima para nuevos productos plásticos.

En el proyecto Puntos Gira participan también 10 firmas proveedoras, aliadas en la meta de reciclar la mayor cantidad posible de empaques de productos comercializados en los supermercados.



A lo largo del año 2020 se instalaron más de 80 puntos de reciclaje, llamados Puntos Gira, en los locales de la empresa a nivel nacional. El resultado de la participación de colaboradores y clientes fue la recolección y procesamiento de 67.370 kg de empaques PET, plástico flexible, plástico rígido, espuma flex, papel, cartón, Tetra Pak®, vidrio, latas y tapas plásticas.

ECO EQUIVALENCIAS GESTIÓN GIRA 2020

El trabajo de Gira incluye procesos de valorización de los materiales provenientes de los puntos de reciclaje.

Estos resultados pueden ser traducidos a eco equivalencias, que son conceptos que permiten explicar el impacto del reciclaje de una forma más simple, al convertirlos en ahorro de recursos a los que equivale la gestión realizada. Es decir, reciclar una cierta cantidad de material evita emitir CO₂ o talar una cantidad determinada de árboles, el consumo de cierto volumen de litros de agua o ahorrar una cantidad específica de energía.



162.000 LITROS DE PETRÓLEO



646.000 KWATT DE ENERGÍA



254.000 KG DE CO₂



4'560.000 LITROS DE AGUA



1.200 ÁRBOLES



FILIALES: GESTIÓN DE RESIDUOS RECICLABLES

MATERIAL	CANTIDAD GESTIONADA
CARTÓN	12'204.358 kg
PAPEL	94.702 kg
PLÁSTICO FLEXIBLE	974.081 kg
VIDRIO	9 kg
BOTELLAS PET	1.139 kg
PLÁSTICO RÍGIDO	7.740 kg
CHATARRA	256.934 kg

Entre las filiales de Corporación Favorita se reciclaron un total de 13'538.963 kg de residuos.



FILIALES: OPTIMIZACIÓN DE MATERIA PRIMA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Bebemundo inició la utilización de fundas con 50% de material reciclado. Mr. Books y Libri Mundi entregaron servidores, CPUs, impresoras, cables y toners a gestores calificados. Tatoo entregó bolsos reusables de compras a sus clientes. Pofasa redujo el 6% del plástico generado en el transporte de residuos del faenamiento. Maxipan procesó 4'880.000 kg de subproductos que generaron una producción de 1'686.000 kg de harina aviar. Tatoo Industrial utilizó en sus procesos telas con certificados internacionales de manufactura sustentable.



FILIALES: GESTIÓN DE RESIDUOS INDUSTRIALES Y ORGÁNICOS

Kywi-MegaKywi gestionó desechos peligrosos para entrega a gestor ambiental. Agropesa, más de 17'000.000 kg de residuos orgánicos para elaborar harinas, sebo y abono. Maxipan, más de 62 mil kilogramos de pan de devolución. Tatoo Industrial, 90 kilos mensuales de desperdicios textiles. Hanaska entregó casi 12 mil litros de aceite quemado a un gestor calificado.



FILIALES: CERTIFICACIONES Y REGISTROS AMBIENTALES

Agropesa y Pofasa cuentan con certificación de Puntos Verdes por el Ministerio del Ambiente como empresas Eco Eficientes en implementación de Medidas de Eficiencia Energética, Optimización del Uso de Agua y Mejora en la Gestión de Residuos Sólidos. Hidrosanbartolo está calificada por Naciones Unidas como Mecanismo de Desarrollo Limpio, desde el 2012. Hanaska y Maxipan cumplieron con certificaciones y registros ambientales. Gira recibió el Registro Ambiental como Centro Tecnificado de Reciclaje de Residuos No Peligrosos del Ministerio del Ambiente y el Certificado Reciclador de Materia Prima para la fabricación de resina reciclada post consumo del Ministerio de Producción.

Comunidad

- 1 VOLUNTARIADO CORPORATIVO
- 2 INICIATIVAS EN EJES PRIORIZADOS DE VALOR COMPARTIDO
- 3 COMUNIDAD CORPORACIÓN FAVORITA



COMPROMISO CON EL DESARROLLO DEL PAÍS

Corporación Favorita y sus filiales son actores relevantes en la sociedad ecuatoriana, por lo que buscan contribuir al desarrollo sostenible del país, desde diferentes frentes, apoyando temas de interés común. El trabajo conjunto se realiza en el marco de los ejes priorizados de Valor Compartido de la empresa.





1 VOLUNTARIADO CORPORATIVO



40 voluntarios de Corporación Favorita completaron 110 horas de voluntariado en el proyecto Mingas por el Mar

El programa de voluntariado corporativo de la empresa, Alza la Mano, junta a colaboradores y sus familias para apoyar a causas y proyectos que se alinean con los ejes priorizados de valor compartido que promueve Corporación Favorita.

En el 2020 Corporación Favorita apoyó al proyecto Mingas por el Mar, participando en actividades en tres zonas de la Costa ecuatoriana. Los colaboradores voluntarios de Alza la Mano recogieron desechos en actividades de limpieza de playas y otras que buscan proteger y apoyar la conservación de los océanos. Los espacios de incidencia fueron la playa Los Esteros en Manta, Parque Samanes en Guayaquil y el Cantón Playas.

CIFRAS 2020:	
PROYECTOS	3
VOLUNTARIOS	40
HORAS DE VOLUNTARIADO	110



2 INICIATIVAS EN EJES PRIORIZADOS DE VALOR COMPARTIDO

Corporación Favorita, en conjunto con varias instituciones y organizaciones, trabaja en distintos programas y proyectos enmarcados en los ejes estratégicos de Valor Compartido.

Nutrición



El Banco de Alimentos recibió el reconocimiento a las Buenas Prácticas de Desarrollo Sostenible por parte de Pacto Global.





www.baq.ec
 Facebook: @baqalimentos
 Instagram: baqalimentos
 Twitter: @baqalimentos

BANCO DE ALIMENTOS

Esta organización a nivel mundial tiene como fin reducir el desperdicio de alimentos, a través de proyectos que redistribuyen y proveen a personas con menos acceso a alimentación de calidad.

En 2020 la empresa entregó 321 toneladas de alimentos, creciendo exponencialmente de las 197 que entregó en 2019. Se trata de frutas y legumbres que no están en perchas, pero que se encuentran en óptimas condiciones de consumo. En total, el Banco de Alimentos de Quito distribuyó 844 toneladas de alimentos a 68 instituciones y 13 mil beneficiarios por mes, duplicando su capacidad operativa respecto al año 2019.



www.redni.ecuador2030.org
 Facebook: @ecuador2030
 Twitter: @Ecuador_2030

REDNI

En 2020 la empresa promovió, en colaboración con otros actores privados, públicos, multilaterales y académicos, la Red Ecuatoriana de Nutrición Infantil (REDNI), una iniciativa que nace del Proyecto Ecuador 2030 Productivo y Sostenible y convoca a todos los actores para la lucha contra la desnutrición crónica infantil en el Ecuador. Esta iniciativa se ha planteado reducir, hasta el 2030, el índice de DCI de un promedio de 27% a 10% en niños menores de dos años. Como parte de esta estrategia, la REDNI promovió la firma de un compromiso para la lucha contra la DIC tanto del Gobierno Nacional como de los candidatos a la Presidencia de la República.



http://www.fao.org/ecuador/es
 Twitter: @FAOEcuador

FAO

En octubre, a propósito de Día Mundial de la Alimentación, se difundieron materiales y mensajes de sensibilización, en redes sociales y locales de supermercados, como apoyo a la campaña de difusión de guías alimentarias promovida por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura (FAO).



La "Cuchara Saludable" contiene los secretos de una alimentación sana, balanceada y culturalmente apropiada.



#GuíasAlimentariasEC



FILIALES: APOYO A INICIATIVAS DE NUTRICIÓN

Agropesa aportó 8.662 kg de productos para distintos programas de nutrición de niños y ancianos de las fundaciones Soñando por un Cambio, Amigos de la Tercera Edad, Cáritas y Hogar Valle Feliz. Hanaska contó con un programa personalizado de nutrición para una alimentación saludable y control de peso con tips nutricionales para el público interno y externo.

Ambiente

PUNTOS DE RECICLAJE GIRA

Durante el 2020, se consolidó el proyecto Puntos de Reciclaje Gira, que involucra a toda la cadena de valor de Corporación Favorita y promueve la corresponsabilidad con clientes, colaboradores, proveedores y todos los ciudadanos quienes pueden depositar empaques de 10 materiales diferentes.

Los puntos de recolección están ubicados en las zonas de parqueo y de libre acceso en locales y centros comerciales de todo el país y cuenta con el apoyo de 10 empresas proveedoras de Corporación Favorita: Alpina, Deja, D´Hoy, Flexiplast, Güitig, Juris, Nature´s Heart, Nestlé, Suavitel y Tetra Pak.

Como parte del lanzamiento del proyecto se realizó una siembra simbólica de 400 árboles para restauración de fuentes hídricas en Palaguillo. Estos son parte de los 50 mil árboles anuales que Corporación Favorita y Gira se han comprometido a sembrar con su programa conjunto de reforestación.



FILIALES: APOYO A INICIATIVAS DE AMBIENTE

Enermax entregó equipamiento a los 8 guardaparques de la reserva ecológica Los Ilinizas. Mall El Jardín en alianza con Electrobike brindó capacitaciones sobre movilidad sostenible dirigidas al personal y empleados del centro comercial; como resultado se incrementó un 35% el uso de bicicleta como medio de transporte al trabajo. Mall del Sur apoyó a la Fundación La Iguana con los proyectos "Tu escuela en el vivero" y "Sembrando en tu comuna".

Educación

Corporación Favorita en alianza con distintas fundaciones a nivel nacional, apoya proyectos de educación para niños, jóvenes y adultos en temas relacionados a innovación educativa, desarrollo de destrezas y desarrollo técnico y profesional.

En el 2020, la educación dio un giro inesperado debido a la pandemia. Los centros educativos se volvieron a las clases online y los alumnos, maestros y padres de familia debieron adecuarse al nuevo estilo de educación. Corporación Favorita continuó con el apoyo económico a las instituciones con las que ha venido trabajando por años para que continúen con el desarrollo de sus actividades.

La Fundación Reina de Quito se sumó a las organizaciones que recibieron aporte económico de la Corporación, para la entrega de tablets a los alumnos de algunos colegios públicos de la ciudad.





FUNDACIÓN NIÑOS CON FUTURO

Se adaptó a los retos de la virtualidad para continuar con la educación de los alumnos de la Unidad Educativa Felipe Costa Von Buchwald.

www.ninosconfuturo.org

Instagram: [ninosconfuturo](#)

Facebook: [Fundacion Niños con Futuro](#)

Twitter: [fninosconfuturo](#)



FUNDACIÓN SU CAMBIO POR EL CAMBIO

Recibió más de 600 kits de alimentos durante la emergencia para apoyar a niños, adolescentes y familias en alto grado de vulnerabilidad.

www.porelcambio.org

Facebook: [sucambioporelcambio](#)



FUNDACIÓN ENSEÑA ECUADOR

Realizó *webinars* formativos bajo la campaña #MásUnidosQueNunca dirigidos a la comunidad educativa.

www.ensenaecuador.org

Facebook: [EnsenaEcuador](#)

Instagram: [EnsenaEcuador](#)

Twitter: [@EnsenaEcuador](#)

Youtube: [EnseñaEcuador](#)



FUNDACIÓN DEJEMOS HUELLAS

Organizó el curso internacional en línea de Orientación para Asistentes Montessori de niños de 3 a 6 años con Certificación la Asociación Montessori Internacional.

www.fdhedu.org

Facebook: [fdhedu.org](#)



ACTIVAOS

Realizó las "Olimpiadas Emprende y Actúa" con la campaña "La basura en su lugar", que busca impulsar buenas prácticas de reciclaje con la participación de 190 estudiantes de 32 colegios.

Facebook: [Activaos](#)

Twitter: [@activaosecuador](#)

Instagram: [@activaosecuador](#)

LinkedIn: [Activaos](#)



LAB XXI

Implementó los programas "Colegios XXI" en 49 ciudades y "Comunidad XXI" en 24 ciudades del país, logrando impactar a 3.860 estudiantes, 850 jóvenes, 134 docentes y 94 colegios. Su objetivo es desarrollar las habilidades y destrezas de los beneficiarios para el emprendimiento y la empleabilidad aprendiendo a través de la experiencia, de forma lúdica y participativa.

www.lab-xxi.com

Facebook: [LAB XXI](#)

Instagram: [lab_xxi](#)

LinkedIn: [LAB-XXI](#)

YouTube: [Lab XXI](#)



CORPORACIÓN LÍDERES PARA GOBERNAR

Generó programas y becas para que líderes de gobiernos locales puedan dar respuesta efectiva a los impactos del covid-19 y continuar con su formación. Aprovechó la virtualidad de la educación para difundir los 10 principios ciudadanos en escuelas y colegios.

www.lideresparagobernar.org

Twitter: [@CLPG_ec](#)

Facebook: [@lideresparagobernarecuador](#)

LinkedIn: [Líderes para Gobernar](#)



UNIDOS POR LA EDUCACIÓN

Inició el trabajo con Unidos por la Educación, una iniciativa que articula organizaciones, empresas y personas que buscan mejorar la calidad de educación en las zonas rurales del país. El proyecto tiene proyectado acompañar a 8 escuelas referentes y 40 escuelas aliadas en cinco provincias de la zona sierra centro del país.

www.unidosporlaeducacionec.org

Facebook: [@unidos.porlaeducacionecuador](#)

Instagram: [unidos.porlaeducacion](#)

LinkedIn: [Unidos por la Educación](#)



FILIALES: APOYO A INICIATIVAS DE EDUCACIÓN

La filial Agropesa realizó un aporte educativo para la Fundación Dejemos Huellas con el cual se beneficiaron 80 niños.



Emprendimiento

ALIANZA PARA EL EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

Es una red de conformada por 143 aliados públicos, privados y académicos que fomentan el emprendimiento y la innovación en el Ecuador. Corporación Favorita es aliada fundadora y miembro activo de esta Alianza.

La AEI está comprometida a mejorar la vida de los pequeños y medianos comerciantes y productores del Ecuador. Durante el 2020 lo hizo principalmente a través de dos programas de inclusión productiva.

• **RE-EMPRENDE**

Gracias a la asistencia técnica, vinculación y financiamiento del programa, se fortaleció a 14 asociaciones productivas en Esmeraldas y a nueve en Manabí, beneficiando a 1.284 personas. Las asociaciones incrementaron un 8% sus ventas y un 6% sus utilidades con un total de 651 mil dólares en créditos.

• **SE PUEDE**

Es un programa de inclusión productiva dirigido a agricultores que busca crear oportunidades de negocio en las zonas rurales del país. Este año, desarrolló la plataforma de formación en línea www.sepuede.org.ec, que tiene el aval académico de la UDLA y ha beneficiado a 2.000 emprendedores de la ruralidad en 20 provincias del país.

A lo largo del año impulsó varios proyectos que generen oportunidades, tanto para los aliados como para los emprendedores innovadores, en el marco de la nueva realidad global por el impacto de la pandemia. Uno de ellos fue el proyecto de AEI Innova "Innovando post covid-19" que resultó uno de los siete ganadores del Fondo de Innovación de GIZ Ecuador (Sociedad Alemana para la Cooperación Internacional).



FILIALES: APOYO A INICIATIVAS DE EMPRENDIMIENTO

TVentas en alianza con Junior Achievement apoyó a los alumnos de colegios con proyectos de emprendimiento.

Equidad

CAMPAÑA ÚNETE

La campaña Únete es promovida por ONU Mujeres para sensibilizar a la comunidad en contra de la violencia a la mujer. Como todos los años, en noviembre, Corporación Favorita se unió a esta iniciativa pintando de color naranja las fundas de Supermaxi y Megamaxi como un símbolo que busca eliminar la violencia contra las mujeres y niñas.

Casa adentro se impulsaron actividades positivas para reconocer las virtudes y capacidades de las mujeres que día a día contribuyen con su trabajo e incalculable aporte a la Corporación.



3 COMUNIDAD CORPORACIÓN FAVORITA

Empresa de capital abierto

Corporación Favorita es una empresa con capital accionario abierto al público que brinda apertura, oportunidades de inversión y respaldo institucional a personas que buscan ser accionistas entre los que están personas naturales, jurídicas y fundaciones.

Desde el 2013, cuenta con el Plan Ser Fácil Ser Accionista dirigido a sus colaboradores, excolaboradores y jubilados para que compren acciones a un precio preferencial. El 2020 cerró con 3.780 colaboradores accionistas y 1.065 excolaboradores y jubilados accionistas.



ACCIONISTAS 2020	18.014
------------------	---------------



Cumplimiento de obligaciones

Corporación Favorita y sus filiales cumplen con los pagos al Fisco y a colaboradores en concordancia con sus políticas y valores y conforme el marco legal vigente.



PAGO A COLABORADORES 2020

US \$ 362 millones

Sueldos

Sobre sueldos

Utilidades

Bonificaciones



PAGO DE IMPUESTOS

IMPUESTO	CORPORACIÓN FAVORITA	FILIALES	TOTAL EN DÓLARES
IVA FACTURADO (COMO AGENTE DE PERCEPCIÓN IVA VENTAS)	139'733.807	48'905.236	188'639.043
IMPUESTO RENTA	41'971.212	16'456.902	58'428.114
1.5 IMPUESTO A LOS ACTIVOS TOTALES	2'273.666	913.409	3'187.075
PATENTE MUNICIPIOS Y OTROS	2'111.020	895.594	3'006.614
IMPUESTOS PREDIALES	1'233.888	403.275	1'637.163
CONTRIBUCIÓN A LA SUPER DE COMPAÑIAS	1'928.374	646.449	2'574.823
ARANCELES POR IMPORTACIONES	27'736.658	9'824.349	37'561.007
IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS (ISD)	5'335.282	3'425.689	8'760.971
CONTRIBUCIÓN ÚNICA TEMPORAL	4'119.631	1'141.527	5'261.158
TOTAL	226'443.538	82'612.430	309'055.969

Comparte con orgullo Lo mejor del Ecuador

Esta iniciativa impulsada por la Corporación Mucho Mejor Ecuador, de la cual Corporación Favorita es parte, reconoce el talento de los ecuatorianos, apoyando la producción nacional y el emprendimiento local.

Este año, Mucho Mejor Ecuador promovió encuentros online con representantes de empresas ecuatorianas. Uno de estos fue "Prácticas efectivas frente a la crisis" donde participó un representante de la empresa como ponente.

En julio, la Corporación y sus supermercados se sumaron a la campaña #OrgullososDeNuestraGente, realizada en el marco de la emergencia, para promover el orgullo ecuatoriano al momento de elegir un producto o servicio.

Adicionalmente y como todos los años, Corporación Favorita y sus colaboradores celebraron el Día del Orgullo Ecuatoriano. Este día establecido desde el 2019 el último viernes de septiembre busca celebrar, compartir y apoyar lo mejor del Ecuador.



Los ecuatorianos somos gente de esfuerzo, valientes, solidarios y alegres. ¡Vivamos con la emoción de sentirnos parte de esta tierra generosa!



PARA MI, LO ECUATORIANO ES PRIORIDAD

#OrgullososDeNuestraGente



Especial 2020



UNIÓN,
FORTALEZA Y
RESILIENCIA

1 2020: UNIÓN, FORTALEZA Y RESILIENCIA

Una tarde de marzo de 2020 la vida de todos cambió totalmente. Dejamos de vernos, de reunirnos. Todas nuestras rutinas cambiaron; se cerraron las escuelas, los parques, las oficinas, los almacenes, las fábricas. Y todos tuvimos que quedarnos en casa. Un mal desconocido y peligroso nos obligó a cambiar nuestro día a día, la forma en la que hacíamos las cosas. No sabíamos que ese día era también el inicio de un gran desafío que nos haría jugar un papel histórico.

La declaración de emergencia del país desconcertó a todos. La orden de confinamiento total para la mayoría de ecuatorianos, trajo para nosotros la declaratoria de sector estratégico. Los ecuatorianos nos encargaban la misión de mantener abastecidos a todos con los bienes de primera necesidad, misión que la enfrentamos con mucho compromiso y fortaleza.

Estar en la primera línea traía consigo una responsabilidad enorme. Al principio muchas cosas fueron confusas, no podemos negar que teníamos temor, pero las ganas de ayudar y salir adelante pudieron más. Y ahí estábamos en el centro de distribución, locales, furgones y puestos de seguridad, haciendo lo que sabíamos hacer, pero esta vez con un encargo importantísimo.

La empresa siempre ha tenido protocolos claros de manejo de mercadería, de limpieza y de seguridad y todos estábamos acostumbrados a cumplirlos. No obstante, necesitábamos más protocolos y más estrictos, debíamos protegernos y proteger a proveedores y clientes. Así, implementamos cambios en cada fase de nuestro proceso de distribución, desde la recepción de mercadería hasta las perchas y las cajas.

Muchas cosas las aprendimos en el camino, no podíamos parar ni un segundo. Mientras encontrábamos la

mejor manera de seguir operando con más seguridad para todos, cambiaban los horarios, las restricciones, las necesidades. Nuestra cultura de servicio y mejora continua nos permitió adaptarnos a cada uno de nosotros tan pronto como pudimos, y apoyarnos entre todos.

El liderazgo en los directivos, en las regionales, en los locales, en los servicios centrales fue fundamental para lograrlo. Ellos nos guiaron por este desafiante camino, resolviendo las inquietudes y solucionando los problemas; pero en esta ocasión, más que nunca, sentimos que todos fuimos líderes, pues cada uno en nuestro espacio nos convertimos en replicadores de los valores que compartimos con la empresa.

También hubo momentos duros en los que compañeros o familiares se contagiaron, también eso lo vivimos juntos.

Nos llamaron héroes, porque nunca paramos y porque dejábamos nuestras familias, nuestras casas, para que otros pudieran quedarse en la suya. Y nos llegaron miles de mensajes, notas, dibujos y videos de agradecimiento, de apoyo, de esperanza... Hasta nos dibujaron con unas capas. Hubo días más difíciles que otros, pero salimos adelante. Y lo seguimos haciendo.

No sabemos cuándo terminará la pandemia ni si volveremos a hacer las cosas como antes. Probablemente no. Lo que sí sabemos es que nosotros no somos los mismos, nos sentimos diferentes, mejores. Más unidos, más fuertes. Orgullosos de la empresa y de nosotros. El año 2020 nos marcó para siempre; fue un honor asumir este papel que la vida, el país y la empresa nos encargó.



ADAPTACIÓN



Muchos de nosotros fuimos a teletrabajo y ahí los retos fueron otros, pero igual de importantes. Trabajar en contabilidad, talento humano, mercadeo, servicios corporativos, proyectos, mejora continua, todo mientras los niños iban a la escuela de forma virtual y las labores del hogar debían completarse. También ahí nos adaptamos a un proceso de trabajo remoto que ya había comenzado en la empresa con varios proyectos piloto, pero que tuvo que acelerarse y, también en la marcha, perfeccionarse.

COMPROMISO



En este gran reto no estuvimos solos. Los proveedores fueron fundamentales. Sin importar las dificultades que cada uno pasaba en su empresa, cumplieron con las entregas, el tiempo y las cantidades que se requería, sobre todo de los bienes de primera necesidad. Gracias a ellos pudimos seguir abasteciendo a todo el país a tiempo, tener productos disponibles y llegar a los hogares. Aprendimos juntos a cumplir los nuevos protocolos y a cuidarnos mutuamente.

CONFIANZA



Los clientes y sus necesidades han sido en mucho el foco y la inspiración de nuestro trabajo. Ellos también pusieron de su parte. Aprendieron nuevos hábitos, como muchas otras veces en nuestros locales. Lo que antes era un paseo familiar, tuvo que cambiar también. Y aprendieron a comprar lo necesario, a usar mascarilla, a mantener la distancia, a delegar a una persona por familia, a tomar el lugar de los más vulnerables para asegurarse que tengan todo lo que hacía falta. Entendimos juntos que, cuidándonos, cuidábamos a todos.

SOLIDARIDAD



Adaptamos nuestro día a día, la logística, la cadena de provisiones, nuestras manos, todo lo que estuvo en cada uno para armar cientos de miles de kits de alimentos que llegaron a todos los rincones del Ecuador. Lo hicimos desde nuestro centro de abastecimiento y también desde los locales. La misión que emprendimos no la logramos en solitario, fue una cadena que juntó a colaboradores del centro de distribución, a nuevos colaboradores y a otros de filiales, a proveedores, a accionistas y a clientes; desde la línea de producción, desde los hogares, desde la coordinación y la distribución, fueron miles de horas invertidas.

* Este texto fue redactado con base en testimonios de colaboradores de la empresa. No pertenece a una sola persona.

2 EL AÑO 2020 EN CIFRAS

La emergencia que paralizó el mundo como nunca antes, nos recordó nuevamente que la única forma de salir delante de cualquier dificultad es ayudándonos unos a otros. Primero nos fortalecimos hacia adentro y luego nos pusimos manos a la obra para apoyar a quienes más necesitaban.

Colaboramos con 300 instituciones gubernamentales nacionales, provinciales y municipales, así como con 110 fundaciones y 71 instituciones de sectores estratégicos. Con aportes económicos nos sumamos a iniciativas de apoyo a poblaciones vulnerables.

Como empresa, también destinamos recursos para enfrentar la emergencia de forma apropiada. Además de sueldos e incentivos, se invirtió en equipamiento especializado, dotaciones especiales y otros servicios e implementos.

RECURSOS DESTINADOS A ENFRENTAR LA EMERGENCIA POR COVID-19	
RUBRO	VALOR
SUELDOS PERMANENTES	US \$ 2'000.000
TRANSPORTE Y MOVILIZACIÓN	US \$ 1'200.000
INCENTIVOS ESPECIALES COVID-19	US \$ 2'566.000
REFRIGERIOS Y ALIMENTACIÓN	US \$ 500.000
ATENCIÓN MÉDICA COVID-19	US \$ 3'076.000
ASEO Y LIMPIEZA	US \$ 300.000
SUMINISTROS COVID-19	US \$ 2'736.000
IMPLEMENTOS DE SEGURIDAD	US \$ 200.000
COVID-19 MANTENIMIENTO	US \$ 350.000
SERVICIOS POR COVID-19	US \$ 573.000
VIGILANCIA COVID-19	US \$ 192.000
ASESORÍA POR COVID-19	US \$ 95.000
DONACIONES COVID-19	US \$ 3'045.000
OTROS GASTOS	US \$ 1'000.000
TOTAL RECURSOS DESTINADOS	US \$ 17'833.000



AYUDA HUMANITARIA 2020

• PRODUCTOS		• APORTES ECONÓMICOS	
• INSUMOS MÉDICOS Y MEDICINAS		• INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES APOYADAS (nacionales, provinciales y municipales)	
US \$ 187.818		300	
• FUNDACIONES APOYADAS		• INSTITUCIONES DE SECTORES ESTRATÉGICOS APOYADAS	
110		71	
• TOTAL KITS ENTREGADOS (kits de ayuda humanitaria y navidad)		VALOR TOTAL DONADO	
472.744		US \$ 3'045.000	

Estas cifras fueron auditadas por la firma Deloitte. Fueron notarizadas las actas de entrega y los documentos habilitantes y entregados formalmente al SRI para dar de baja del inventario.

3 CULTURA DE SERVICIO: SUPERHÉROES EN ACCIÓN



Nuestras actividades fueron declaradas estratégicas por estar en la cadena de abastecimiento de bienes y servicios de primera necesidad, y por lo tanto, nunca pararon.

Apenas se decretó la emergencia se pusieron en marcha restricciones de movilidad y medidas de aislamiento para todos los ecuatorianos. No obstante, miles de nosotros continuamos nuestras labores en centro de distribución y locales, con compromiso y conscientes del papel histórico que nos tocaba desempeñar.

El abastecimiento debía estar asegurado, porque los clientes confiaban en ello. Y nos aseguramos de lograrlo con los ajustes requeridos para cumplir las disposiciones y medidas preventivas.

Sixto Leiva

Gerente
Centro de Distribución
Abril 2020

"Para nosotros continuidad de negocio es no parar bajo ninguna circunstancia, sea un caso como este, que jamás imaginamos vivir o un desastre natural. Hemos aprendido que tenemos que hacer las cosas para garantizar las operaciones, la empresa no se basa en una cabeza, se basa en un sistema."

Buscamos el bien común, sabemos que, al estar en una empresa estratégica, si no suministramos mercadería a los puntos de venta la gente no podría abastecerse y se puede llegar a desesperar. Estamos haciendo esto pensando en el país, por el país. Lo que nos mueve es, pensar en la seguridad de todo el pueblo ecuatoriano."



El papel de los proveedores fue vital para garantizar la cadena de abastecimiento a los locales. Agradecemos su esfuerzo y compromiso que demostró que existe una sólida alianza estratégica basada en una visión conjunta.



Asimismo, muchos de nosotros nos dedicamos a armar kits de apoyo humanitario que serían enviados a otras familias ecuatorianas que así lo requerían.

Durante todos esos meses, las medidas cambiaron muchas veces, en horarios, en restricciones, pero supimos acomodarnos rápido y bien, gracias al liderazgo a todo nivel y a que siempre tuvimos el apoyo de la empresa para lograrlo.

Muchos días comenzaban muy temprano y había que hacer muchas cosas antes de abrir las puertas, por eso fue importante que la empresa se asegure de darnos todo lo que necesitamos para nuestra seguridad y la de los clientes.

Cientos de nosotros cambiamos las oficinas por el teletrabajo. No fue fácil conciliar la vida familiar y las responsabilidades laborales, pero poco a poco conseguimos hacerlo. Contar con nuestros compañeros, aunque sea de forma virtual, fue muy importante durante esos meses. Y lo sigue siendo porque la emergencia no ha terminado.

Muchos de nuestros compañeros enfermaron o perdieron a familiares. Fueron tiempos duros, pero estuvimos ahí para apoyarnos.

**Soporte a colaboradores**

Nuestro principal objetivo durante la pandemia fue cuidar la salud física y emocional de nuestros colaboradores,

Los colaboradores en actividades presenciales recibieron todos los implementos de bioseguridad necesarios para su desempeño y la capacitación en prevención y manejo de cada actividad en la cadena de provisión y venta. Los locales y centro de distribución se adaptaron físicamente a los requerimientos.

Elis Catota

Operador de Planta
Centro de Distribución
Abril 2020

"Me siento tranquilo, pues estoy respaldado en esta emergencia. Las medidas de bioseguridad son bastante estrictas y todos las acatamos, usamos mascarilla todo el tiempo, es obligatorio el uso de gafas. En todo lugar hay señalización para mantener la distancia."



La empresa puso en marcha algunos beneficios especiales que pudieran, de alguna manera, ayudarlos a sobrellevar momentos de incertidumbre y preocupación:



- Ampliamos la cobertura del seguro médico con crédito hospitalario del servicio de emergencia y habilitamos los reclamos para reembolso vía digital.
- Otorgamos bono del día de trabajo, créditos para compra de equipos y mobiliarios para educación virtual y teletrabajo, tarjeta de compras de emergencias y crédito especial para la compra de productos de canasta básica.
- Brindamos descuentos especiales en artículos de bioseguridad y en productos para reforzar el sistema inmunológico como multivitamínicos y suplementos alimenticios.
- Brindamos apoyo y consejos de manejo emocional a través de sesiones de apoyo psicológico para colaboradores que dieron positivo a covid-19, a aquellos que sufrieron pérdidas de familiares y otros trastornos psicológicos.
- Se entregó vitaminas y equipos de protección personal y se desarrollaron estrictos protocolos de bioseguridad.

Además, realizamos algunas acciones que sirvieron de apoyo y soporte tanto en el plano familiar como laboral. Adaptamos la campaña Mi Motivación Favorita a la realidad de la emergencia sanitaria. Se realizaron pequeñas acciones para motivar a los colaboradores a que demuestren su esencia y busquen oportunidades aún en medio de la adversidad

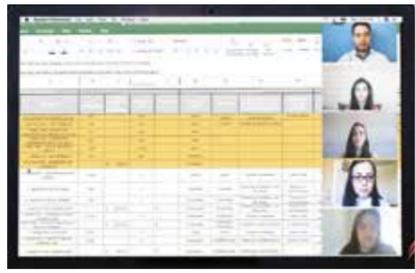
También desarrollamos un Programa de Contención Emocional dirigido a ejecutivos con herramientas para que puedan acompañar y orientar en el aspecto emocional a sus equipos de trabajo durante la crisis sanitaria.

Teletrabajo

Con el confinamiento, la empresa apoyó a sus colaboradores en teletrabajo en el fomento de una vida activa, hábitos saludables y una buena alimentación, a través de cursos virtuales donde se abordaron temas como nutrición, actividad física e higiene.

Los programas, la gestión oportuna, el seguimiento, así como el apoyo brindado, no solo fueron dirigidos a sus colaboradores sino también a sus familias.

Además, brindó soporte psicológico y apoyo emocional a colaboradores contagiados con covid-19 y a aquellos que perdieron a sus seres queridos.



Telemedicina

El programa de Telemedicina se desarrolló para evitar los traslados de los pacientes con síntomas y diagnóstico de covid-19 a los dispensarios médicos para la respectiva valoración. El programa brindó respuesta oportuna a los retos de la pandemia con campañas de información y ayuda inmediata.



El programa tuvo gran acogida entre nuestros colaboradores. De marzo a diciembre, registramos más de 10 mil atenciones virtuales a nivel nacional en Telemedicina.

GENERACIÓN DE EMPLEO

Como parte de la primera línea en la provisión de alimentos y artículos de primera necesidad, nunca dejamos de trabajar y requerimos de más gente que se involucre a las actividades diarias.

Durante 2020, se realizaron 1.200 nuevas contrataciones, entre temporales y fijas, siendo una de las pocas empresas en el país que realizó nuevas contrataciones en la crisis sanitaria.

4 LÍDERES EN PRÁCTICAS DE BIOSEGURIDAD



Desde nuestros inicios, los locales de supermercados se han destacado por ser lugares seguros para nuestros clientes, así como espacios de aprendizaje mutuo. Son lugares donde se pueden comunicar cosas, cambiar hábitos, enseñar y aprender.

En la pandemia, reafirmamos esta idea con la implementación de políticas y protocolos de bioseguridad que incluyeron inversión en insumos de bioseguridad, medición de temperatura, control de aforo, desinfección de coches, implementación de señalética, re direccionamiento de flujos y normas de seguridad y de buena convivencia en medio de una situación anormal, que poco a poco se ha ido transformando en habitual.

Juan Pablo Valverde

Administrador
Akí Conocoto
Mayo 2020

"Este ha sido un aprendizaje diario, tenemos protocolos para todo. Para bioseguridad, para cajeros, para la sanitización del local.

Los clientes están muy contentos, pues nosotros hemos dejado un poco el tema del negocio para preocuparnos aún más por su seguridad. Como lo hemos venido haciendo toda la vida, es uno de nuestros principales valores velar por su bienestar, pero ahora es mucho más. En el manejo de un supermercado, somos profesionales, y en el manejo de esta crisis vamos aprendiendo día a día para convertirnos en profesionales.

En mi equipo están 32 personas, 32 familias. Hacemos el trabajo con todo el cariño y responsabilidad, pues sabemos que nuestras familias también pueden estar en la cola. Todo lo hacemos con cariño, todos hacemos esfuerzos para colaborar con un granito de arena que nos ayude a superar esta crisis juntos."



Varias encuestas a lo largo del año demostraron que los locales cumplieron con las expectativas de los clientes en lo relacionado a las condiciones de higiene y protocolos de bioseguridad, lo que sin duda les dio confianza al momento de hacer sus compras. Del mismo modo, todos los locales a nivel nacional aprobaron controles, verificaciones y requerimientos de entrega de información por parte de las autoridades.



Cuidar de todos está en nuestras manos



En cada local pedimos a los clientes que cumplan medidas de seguridad como son el uso de mascarilla y guantes, la desinfección personal, que acuda únicamente una persona por familia, que mantenga distancia entre clientes y con los colaboradores y otras medidas de precaución. Si todos cumplimos nuestra parte, minimizamos la posibilidad de contagio.



Queremos agradecer a cada uno de nuestros clientes por colaborar en la implementación de las normas, por acoplarse y cumplir los horarios, facilitar el trabajo de colaboradores y proteger la salud de ustedes y el resto de clientes. Gracias también por ratificar su confianza en nosotros y por sus palabras de respaldo y aliento.



Evelyn Ramírez
 Cliente
 Akí Conocoto
 Mayo 2020



"Todos respetan el espacio de cada persona, todo está señalado y hay un procedimiento. Nada es exageración, todo hay que hacerlo, para seguridad de nosotros mismos y de nuestros hijos."



FILIALES: PROTOCOLOS

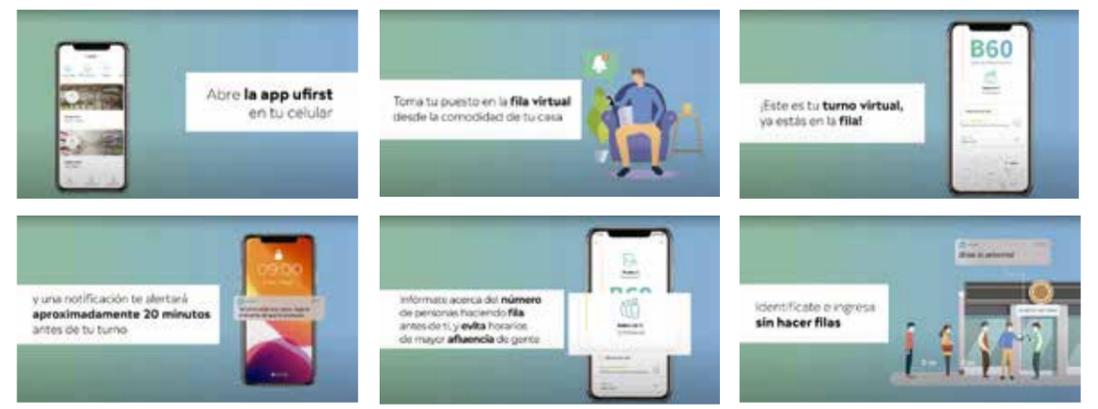
Todas las filiales incluyeron en sus locales protocolos de bioseguridad para protección de sus colaboradores y clientes.

Todos los centros comerciales destinaron recursos para adecuar espacios seguros y realizar sanitización de espacios, algunos como el Mall de Los Andes incorporaron cabinas de desinfección; Mall El Jardín cuenta con cabinas de ozono para desinfección en cada acceso.

5 INNOVACIÓN: HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

Al inicio de la pandemia y debido a las restricciones de acceso a los locales por el límite en el aforo, los clientes debieron hacer hasta dos horas de fila para poder hacer compras. Con el fin de facilitar el acceso y brindar seguridad a los clientes, implementamos la aplicación Ufirst, a través de la que se podía solicitar un turno y recibir notificaciones para evitar la fila, aglomeraciones y contacto con otras personas. Alrededor de 50 mil clientes hicieron uso de esta aplicación con éxito.

En momentos de incertidumbre, a través de nuestro Centro de Soluciones, gestionamos las quejas y sugerencias de clientes en menos de 24 horas, lo que dio como resultado un alto grado de satisfacción por parte de nuestros clientes, a pesar de las circunstancias.





FILIALES Y SERVICIOS TECNOLÓGICOS

City Mall, Village y Mall del Sur, con el objetivo de brindar seguridad a los clientes y fomentar la reactivación del comercio, implementaron el sistema de Parking Pick-Up para que los locales puedan hacer entregas de compras hechas en línea en espacios destinados para este fin en el parqueadero del centro comercial.

Mall El Jardín desarrolló un sistema digital para canje de cupones para las campañas de regreso a clases y Navidad, con lo cual se evitó aglomeraciones y contacto físico y los clientes pudieron registrar sus facturas en línea para participar en los sorteos.

6 IMPULSO DIGITAL: SISTEMAS DIGITALES EFICIENTES

En el 2020, tuvimos un crecimiento exponencial en el número de usuarios en relación al 2019 en nuestras cuentas de Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn.

Replanteamos las estrategias de contenidos y difusión de nuestra revista Maxi Online con nuevas secciones y contenidos relacionados a nutrición y salud, vida y familia y limpieza. Más de un millón de personas visitaron la página www.maxionline.ec en el 2020.

Se destaca lo realizado en Möblart donde se implementó, en menos de un mes, una estrategia de compras por WhatsApp, a través de un catálogo digital y un *ChatBot* para la conexión entre cliente y asesor. Como resultado, se aceleraron las ventas de forma considerable.

Por otro lado, en Megamaxi se implementó una estrategia para visualización de productos y reservas por WhatsApp para generar demanda y llevar tráfico al punto de venta.

En respuesta a los desafíos de la pandemia, las filiales fortalecieron su manejo de redes sociales y medios digitales.



FILIALES Y OFERTA DIGITAL

TVentas amplió su servicio y comercialización a través de WhatsApp y creó su programa semanal para redes sociales en vivo transmitido por Facebook Live. Pofasa implementó campañas de comunicación interna y capacitaciones con medios digitales.

Alrededor de 15 mil clientes ingresaron a las plataformas de *e-commerce* de Mr. Books y Libri Mundi durante los días de feria virtual de libros.

Cambio de hábitos de consumo

Con la llegada de la pandemia, tuvimos que cambiar nuestros hábitos de trabajo y estudio en casa, así como la manera de relacionarnos y cuidarnos fuera de casa.

En el año 2020, a raíz de la pandemia, se evidenció un cambio en la manera en la que los usuarios consumían medios y plataformas por lo que fue necesario realizar ajustes a las estrategias de marcas y acciones digitales para cumplir con el objetivo de posicionamiento e intención de compra.

Corporación Favorita en convenio con Tipti y Rappi ofrecieron alternativas a los clientes y atendieron sus demandas con la oferta de productos de supermercado en dichas plataformas digitales facilitando las compras online y el servicio a domicilio en épocas de pandemia. Las ventas de Tipti y Rappi aumentaron 11 veces en relación al 2019.

La pandemia y el confinamiento obligaron a cambiar los hábitos de consumo de los ecuatorianos. Alianzas con plataformas permitieron servir a los clientes y muchas de las filiales desarrollaron mecanismos de compras en línea.



7 TIEMPO SEGURO EN FAMILIA

CAMPAÑA SACA TU LADO SUPER

Al inicio de la pandemia se grabaron tres comerciales en los que familias fueron las protagonistas y productores de los videos con la guía remota de una productora.

La campaña buscó recordar que pese a las dificultades, con el confinamiento se pudo invertir tiempo de calidad en familia y retomar actividades que, por la rutina y falta de tiempo, habíamos dejado a un lado. El buen hábito de la lectura, el ejercitarse en casa y cuidar de la salud fueron actividades que se destacaron en esta campaña.





FILIALES Y EL DESAFÍO VIRTUAL

Sukasa promocionó cursos virtuales de cocina. TVentas tuvo un incremento de ventas en las categorías de deporte y cuidado de la salud. MaxiTec ofreció descuentos en productos relacionados a teletrabajo y clases virtuales.

Mr. Books y Libri Mundi promovieron campañas de lectura en los hogares y ofrecieron talleres virtuales gratuitos; realizaron ferias internacionales de libros de forma virtual, con la participación de las editoriales más representativas del mundo y escritores nacionales e internacionales. Más de 14 mil personas visitaron los stands virtuales y pudieron acceder a descuentos. Durante el verano, se hicieron talleres virtuales de lectura para chicos.

Tatoo sacó una nueva línea de lounge wear para realizar trabajo en casa y elaboró mascarillas. Además, promocionó la campaña navideña "El mundo es tu regalo", como una forma de valorar lo que representa estar sanos y poder disfrutar de la naturaleza. Village ofreció cine al aire libre a sus clientes en el parqueadero de la zona de restaurantes, con distanciamiento y servicio a la mesa de los restaurantes del centro comercial.

8 DONACIONES: JUNTOS LOGRAMOS MÁS

Durante la pandemia, realizamos la entrega de 472.744 kits de alimentos a nivel nacional a través de las organizaciones internacionales Banco de Alimentos, Plan Internacional, Care Ecuador y en colaboración con instituciones gubernamentales, fundaciones e instituciones de sectores estratégicos.



Fuimos parte del grupo de empresas que lideraron la iniciativa "Juntos por la Solidaridad" con un aporte económico de 200 mil dólares en medicinas donadas a hospitales, además de campañas de concienciación para la prevención de contagios por covid-19. Realizamos un aporte al Hospital del IESS Los Ceibos de un monto de US\$187.878 en medicinas e insumos médicos.



Apoyamos con aportes económicos a otras iniciativas que buscaron sumar esfuerzos como Dar una Mano sin dar la Mano, Sumar Juntos, Por Todos, Salvar Vidas, Juntos por la Solidaridad y Reto COVID-19 AEI, entre otros.

David Proaño
Subadministrador de Bodega
Responsable de la elaboración de kits
Abril 2020

"Armamos una bodega especial para elaborar los kits de alimentos y de implementos de limpieza, lo hicimos en tres días y ahora trabajamos alrededor de 80 personas en esta misión. No es la primera vez que lo hacemos, lo hicimos anteriormente en el terremoto. Estamos elaborando kits no solo por ponernos la camiseta de Corporación, sino por como se ve la situación en el país. Tenemos puesta la camiseta del Ecuador."



FILIALES Y SOLIDARIDAD

Tatoo industrial donó trajes y mascarillas de bioseguridad a personal de primera línea. Mall del Sur lanzó la campaña "Tu Negocio Propio" para entregar a sus clientes los medios para comenzar un emprendimiento. También realizó la entrega de canastas de productos básicos a 100 familias a través de la Sociedad Protectora de la Infancia.

Nuevos proyectos para enfrentar la crisis y reactivar la economía

De la mano de la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI), participamos en el diseño en implementación de varios proyectos que buscaron brindar soluciones inmediatas a la emergencia y, por otro lado, enfrentar el desafío de la reactivación del país para los próximos años.

Además de apoyar en la solución de problemas específicos, la AEI buscó generar oportunidades, tanto para los aliados como para los emprendedores innovadores, en el marco de una nueva realidad global por el impacto de la pandemia, con soluciones inmediatas y a largo plazo.

La AEI desarrolló iniciativas para enfrentar los desafíos de salud pública, económicos y de producción y, junto con sus aliados, trabajó en tres programas: Mercado Emprendedor, Reto COVID-19 y Reinventa Ecuador.



MERCADO EMPRENDEDOR

www.mercadoempendedor.ec



Es una vitrina para impulsar las ventas de productos de emprendedores innovadores ecuatorianos a través de una plataforma digital optimizada, de difusión y posicionamiento, para activar el consumo y reactivar la economía. Agrupa productos ecuatorianos innovadores, sostenibles y de calidad con experiencia en el mercado nacional. Apoya negocios que atraviesan dificultades derivadas de la emergencia sanitaria.

Los 37 emprendedores-innovadores que recibieron apoyo, incrementaron sus ventas en un 65%.

RETO COVID-19



Buscó soluciones para los sectores de comercio y salud como una forma de afrontar el impacto de la pandemia a nivel nacional. AEI donó 10 mil mascarillas con protección facial a hospitales y otras instituciones, con el apoyo del COE local de 6 ciudades.

Se planteó un reto para el desarrollo de ventiladores de cuidados intensivos e intrahospitalarios; hubo dos iniciativas ganadoras que recibieron capital semilla.

Otra iniciativa trabajó en reparar ventiladores con tecnología probada. Con la participación de varias entidades y el financiamiento de CRISFE y Banco Pichincha, se han reparado 100 ventiladores valorados en 5 millones de dólares.

REINVENTA ECUADOR



Su objetivo es que la comunidad participe con soluciones para fortalecer el emprendimiento, la innovación y la economía del país, a través de mesas de participación y cocreación. Es promovida por la AEI, el Programa de Naciones Unidas en Ecuador, Corporación Líderes para Gobernar y EDES Business School.

La comunidad se formó con

1. Búsqueda de ideas
2. Desarrollo de soluciones
3. Convocatoria a los procesos
4. Participación de documentos
5. Participación en mesas

AEI PANAMÁ



En Panamá se impulsó el Challenge COVID-19. Se identificó productores locales de mascarillas que fueron donadas a médicos del sistema de salud panameño. En un segundo momento se identificaron productos con demanda insatisfecha, relacionados a la salud, para introducirlos en el mercado por medio de emprendimientos y pymes locales.

También se dieron CEO Talks entre los más altos directivos de las empresas en la Red de Panamá y AEI webinars donde los aliados de la red compartieron consejos prácticos y útiles para afrontar la crisis.





WWW.CORPORACIONFAVORITA.COM
