

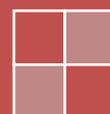
2019

INFORME GERENCIAL



ING. EDISSON GARZON

ANDESFOODS CIA. LTDA



Carta del Gerente General a la Junta General de Socios

Me dirijo a ustedes para poner a consideración los aspectos más importantes desarrollados en el 2019. En una apuesta mancomunada por el desarrollo productivo de la provincia y el país, Grupo BiOALIMENTAR, ahondó esfuerzos para absorber la operación de una multinacional extranjera dedicada a la producción de treats y snacks para mascotas, que cerró sus puertas en el Ecuador a finales del 2019. La firma extranjera habría tomado esta decisión motivada por la crisis económica generalizada del 2018 y 2019 en la región y las condiciones que resultaron producto del paro de octubre pasado en el país. Con todo ello decidimos reaperturar la operaciones en el país, liderando la negociación para la adquisición de la Fábrica, valorada en 2'300,000 dólares. Resultado de esta acción, más de 250 personas de la zona, mayoritariamente madres cabezas de hogar, recuperaron sus plazas de trabajo y otras 80 serán beneficiadas de manera indirecta por la operación.

ANDESFOODS se levanta con capital 100% ecuatoriano y abre sus puertas al mercado nacional en miras a convertirse en empresa líder de la región en el desarrollo y fabricación de productos alimenticios de alta calidad para mascotas. Su modelo de producción versátil e innovador permite el desarrollo de productos bajo la modalidad de maquila, brindándole a reconocidas empresas del sector la posibilidad de incorporar productos únicos y diferenciados en sus portafolios.

Su moderna planta incorpora tecnología de punta y maquinaria especializada que cumple con políticas ambientales y buenas prácticas de manufactura, lo que garantiza una producción sostenible en el tiempo, pues no lena de profundo orgullo pues posiciona a la compañía como líderes en la gestión ambiental sostenible y ejemplo para el sector.

El objetivo de ANDESFOODS más allá de dejar por lo alto el nombre del Ecuador como lo que somos, un país próspero y productivo, es aprovechar la demanda internacional. Nuestra proyección es tener presencia internacional en menos de 5 años y atender las necesidades personalizadas de los clientes a nivel mundial, siendo siempre responsables con el ambiente y garantizando la estabilidad laboral de sus colaboradores.



Ing. Edison Garzón
Gerente General

I. Antecedentes y Aspectos Generales de la Empresa

- I Antecedentes
 - II Reseña Histórica
 - III Filosofía de la Empresa
 - IV Actividad económica
-

I. ANTECEDENTES Y ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA

I. ANTECEDENTES



Somos una empresa ecuatoriana dedicada al desarrollo y fabricación de productos alimenticios de alta calidad para mascotas.

Nuestra moderna planta, ubicada en Ambato-Tungurahua, corazón de los andes, incorpora tecnología de punta y maquinaria especializada que es operada por personal altamente calificado, cumpliendo con políticas ambientales y buenas prácticas de manufactura que garantizan una producción sostenible con estándares internacionales de calidad.

Nuestro modelo de producción, versátil e innovador, nos permite desarrollar productos bajo la modalidad de maquila, brindándole a

importantes y reconocidas empresas del sector la posibilidad de incorporar nuestros productos únicos y diferenciados en sus portafolios.

II. RESEÑA HISTÓRICA

Edisson Garzón, Gerente General de AndesFoods durante el periodo 2019, ahondó esfuerzos para absorber la operación de una multinacional extranjera dedicada a la producción de treats y snacks para mascotas, que cerró sus puertas en el Ecuador a finales del 2019. La firma extranjera habría tomado esta decisión motivada por la crisis económica generalizada del 2018 y 2019 en la región y las condiciones que resultaron producto del paro de octubre pasado en el país.

El ambateño Edison Garzón, Presidente Ejecutivo de Grupo BiOALIMENTAR, decidido en reaperturar la operación en el país, lideró a principios de año, la negociación para la adquisición de la Fábrica, valorada en 2'300,000 dólares. Resultado de esta acción, más de 250 personas de la zona, mayoritariamente madres cabezas de hogar, recuperaron sus plazas de trabajo y otras 80 serán beneficiadas de manera indirecta por la operación.

III. FILOSOFÍA DE LA EMPRESA



Misión

Producimos treats y snacks para mascotas, con innovación y versatilidad, cumpliendo con estándares internacionales.

Visión

En el 2025 seremos el productor de treats y snacks para mascotas preferido en el Ecuador, con la mejor rentabilidad, y presencia en el mercado internacional; satisfaciendo las necesidades personalizadas de nuestros clientes manteniendo nuestro respeto con la comunidad y el ambiente.

IV. ACTIVIDAD ECONÓMICA



Desarrollamos y producimos snacks para mascotas de alta calidad y versátiles, con características específicas en forma, color, olor e ingredientes. Personalizamos atributos de acuerdo al requerimiento del cliente tanto en producto como en diseño de empaque.

Nuestro modelo de producción, versátil e innovador, nos permite desarrollar productos alimenticios para mascotas bajo la modalidad de maquila, brindándole a su empresa la posibilidad de incorporar productos únicos como treats y snacks diferenciados en su portafolio, así como venta al por mayor y soluciones en despacho y entrega.

Lo hacemos con Calidad:

- 

BPM
 - 

FOOD SAFETY
 - 

ECOAMIGABLE
 - 

BIOSEGURIDAD
 - 

EXPERIENCIA
 - 

TECNOLOGÍA
 - 

INNOVACIÓN
- NUESTRO PROCESO DE PRODUCCIÓN CUENTA CON CERTIFICADO DE BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA.**
- PRODUCIMOS BAJO EL SISTEMA DE INOCUIDAD MÁS ESTRICTO PARA LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS HUMANOS.**
- PROCESO DE TRATAMIENTO ENZIMÁTICO PARA DESCARGA DE AGUA DE CARACTERÍSTICAS APROPIADAS CUIDANDO DEL MEDIO AMBIENTE**
- ASEGURAMOS NUESTRA PRODUCCIÓN, PERSONAL Y PROCESOS CON ESTRICTAS MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD CONTRA VIRUS Y RIESGOS BIOLÓGICOS.**
- CADA UNA DE NUESTRAS ÁREAS ES LIDERADA POR PERSONAL CON AMPLIA EXPERIENCIA Y TRAYECTORIA EN EL SECTOR ALIMENTICIO.**
- MAQUINARIA ESPECIALIZADA DISEÑADA ESPECÍFICAMENTE PARA LA PRODUCCIÓN DE SNACKS**
- PROCESO PRODUCTIVO INNOVADOR QUE INCORPORA CARACTERÍSTICAS ÚNICAS Y DIFERENCIADAS EN NUESTROS PRODUCTOS**

II. Análisis Situacional

I Análisis Interno

II Análisis Externo



I. ANÁLISIS SITUACIONAL

I. ANÁLISIS INTERNO

ANDESFOODS CIA LTDA. es una sociedad ecuatoriana, constituida en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, mediante escritura pública celebrada el 12 de diciembre del 2019 e inscrita en el Registro Mercantil el 16 de diciembre del 2019.

Su objeto es la venta, fabricación, importación y exportación, al por mayor y menor de otros productos alimenticios y de consumo animal en establecimientos especializados, canales de distribución masiva o minorista, así también venta al por menor de carne productos cárnicos, subproductos de origen vacuno u animal, incluidos los de aves de corral, en establecimientos especializados, venta al por menor y mayor de huevos en establecimientos; elaboración, comercialización, exportación e importación de alimentos preparados para animales domésticos, servicio de apoyo, para la elaboración de alimentos preparados para animales a cambio de una retribución o por contrato, fabricación de alimentos preparados para todo tipo de animales, incluyendo suplementos, extruidos, concentrados, y aquellos obtenidos con desechos de matadero y otras actividades, investigación y desarrollo de nuevos productos orgánicos, químicos y sintéticos aplicable al desarrollo de la industria animal, Agropecuaria, acuícola, avícola y ganadera.

Las oficinas administrativas principales de la Compañía están ubicadas en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua, Barrio el Pisque, panamericano norte, entrada a Macasto.

El capital de la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América los socios declaran bajo juramento que la inversión es de carácter nacional. Los aportes y cuadro de distribución de capital serán conforme el siguiente detalle:

SOCIOS	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO	PARTICIPACIONES	%
BIOALIMENTAR CIA LTDA	US\$360.00	US\$360.00	360	90%
EDISSON JAVIER GARZON GARZON	US\$40.00	US\$40.00	40	10%
TOTAL	US\$400.00	US\$400.00	400	1

II. ANÁLISIS EXTERNO

Los animales de compañía han estado junto a los seres humanos desde hace miles de años. Según datos de recolección genética realizados por diferentes organizaciones científicas en el mundo se estima que los primeros perros de compañía fueron domesticados por grupos de humanos cazadores en el continente europeo hace más de 18.000 años.

Descendientes de los lobos, hoy por hoy, los perros constituyen uno de los principales animales de compañía de los seres humanos junto a otras especies populares como los gatos, roedores, aves y recientemente cerdos. Las razones para tener una mascota son muchas, pero se destacan la compañía, diversión y reducción del estrés.

En América Latina, las familias con mascotas aumentaron durante la década de los ochentas y hoy por hoy asistimos a una profundización del fenómeno, que no solo implica la tenencia de mascotas, sino un ejercicio responsable de la misma. En Estados Unidos, se estima que el 68% de los hogares tiene una mascota y cerca de un 48% tiene un perro.

El aumento del número de mascotas ha representado un crecimiento en el consumo que realizan las personas y las familias en rubros relacionados con el cuidado y bienestar de éstas. En Estados Unidos durante el 2018 el gasto fue de aproximadamente 75.000 millones de dólares (Estudio de National Pet Owners Association NPOA 2018) y las proyecciones indican que el gasto va en aumento.

En países de la región, como Colombia, la población de mascotas estimada según el Departamento Nacional de Estadísticas y Censos (DANE) es de 5 millones, un número importante para un país con cerca de 40 millones de habitantes. La tendencia es similar a la mundial, 72% de los colombianos encuestados en los últimos censos afirman tener una mascota y los perros son los favoritos con un 69% del total de los animales de compañía.



Aunque el consumo en América Latina relacionado con las mascotas es menor que en Estados Unidos, está aumentando de manera exponencial. Solo en Colombia, este negocio mueve más de mil millones de dólares al año y en la región se estima que el consumo crecerá más del 50% en los próximos años.



En la década de los noventa, el consumo se centraba especialmente en gastos veterinarios y de alimentación. Sin embargo, hoy por hoy, el consumo incluye rubros adicionales como comercio electrónico, seguros, medicamentos, juguetes, ropa y treats y snacks para mascotas. Estos últimos han ganado cada vez más relevancia al ser recomendados por veterinarios pues, entre otros beneficios de lo snacks para perros, los expertos comentan que refuerzan el vínculo entre el amo y la mascota pues pueden ser ofrecidos como muestra de cariño. Este beneficio emocional, para ambas partes, se suma a otros beneficios, pues ayuda a reducir la acumulación de sarro, eliminar la placa, entre otros. Así, los premios para perros, ocupan un lugar importante en los productos relacionados con el bienestar de las mascotas, pues no solo generan beneficios físicos sino que son clave a la hora de mimar y consentir a los perros.

Este fenómeno promete seguir en aumento, pues el segmento de cuidado para mascota, también conocido como PetCare, crece en canales tradicionales y ocupa un espacio cada vez más importantes en plataformas de comercio electrónico. En este último, ha crecido de manera sostenida, alrededor de un 15% anual, mostrando un comportamiento mucho mejor que el de las economías latinoamericanas en su conjunto.

En Ecuador, las cifras reflejan un aumento similar a la tendencia regional y mundial. Por un lado las empresas registradas relacionadas con la producción y servicios para mascotas ha aumentado, pasando de 155 en 2014 a 307 en mayo de 2019. Un crecimiento superior al 100% en solo 5 años (Fuente: AGROCALIDAD).

Mensualmente los ecuatorianos destinan más de 2 millones de dólares en rubros relacionados con el cuidado de sus mascotas. Veterinaria, alimento y guardería son los rubros en los que destinan la mayor cantidad de dinero, seguidos de treats y snacks para perros. En este último no solo se destaca el aumento de consumo sino también de frecuencia de compra, pues ya no solo se regalan snacks para mascotas en fechas especiales, sino que la compra se ha vuelto recurrente y es incluida muchas veces en la canasta mensual.

Esta tendencia sumada a nuevos hábitos de consumo y conformación de familias, que serán tratadas en otro de nuestros blogs, muestran que sin duda estamos ante una gran oportunidad de negocio. Incluir productos como treats y snacks en los portafolios de productos ofrecidos a los tenedores de mascotas, así como en la oferta de servicios y productos en tiendas especializadas, pet shops, veterinarias y canales tradicionales como las tiendas de barrio, es una decisión acertada teniendo en cuenta lo que nos dicen las cifras.