



**2021  
2022**

**MEMORIA DE  
SOSTENIBILIDAD**

## Gracias por la resiliencia y humildad a todos los que nos acompañaron y a quienes siguen liderando con coraje nuestro presente.

Con esta Memoria de Sostenibilidad, buscamos transmitir a nuestros grupos de interés un resumen de nuestros mayores desafíos y aprendizajes; así como los logros que estimamos haber alcanzado dentro de nuestro proceso de evolución.

De inicio a fin, cada momento de nuestra historia incluyendo lo que hemos logrado hasta hoy, es producto del empuje de nuestra gente; un equipo de personas admirables de las que aprendemos cada día, de la que emergerá nuestra siguiente generación de líderes.

Dedicamos este documento a todos los que nos acompañaron y a quienes lideran con coraje nuestro presente. Los invitamos a inspirarse y mantener en alto nuestras aspiraciones, para que el camino hacia la sostenibilidad que anhelamos sea también fuente de nuestro orgullo.

Gracias a todas las personas que conforman el equipo del Grupo La Fabril, por su resiliencia y humildad.

**Familia González Artigas.**



Contenido

# 01

Resiliencia y humildad	<b>02</b>
Nuestra identidad	<b>04</b>
El grupo La Fabril	<b>05</b>

# 02

Desempeño económico	<b>06</b>
---------------------	-----------



# 03

Generaciones contribuyendo al desarrollo de generaciones	<b>10</b>
--	-----------

# 04

Cultura con legado	<b>18</b>
Gestión del cambio hacia la eficiencia	<b>22</b>
El cultivo de palma, sello de sostenibilidad para el Ecuador	<b>26</b>



# 05

Diseñando una hoja de ruta para la Sostenibilidad del Grupo La Fabril	<b>31</b>
---	-----------

# Nuestra Identidad



## MISIÓN

Contribuimos al crecimiento y bienestar de las personas, con marcas y soluciones prácticas que generan experiencias memorables.



## VISIÓN

Ser el referente de la pujante industria ecuatoriana, reconocida por su significativo aporte al progreso de la sociedad.

## NUESTROS VALORES



# El Grupo La Fabril

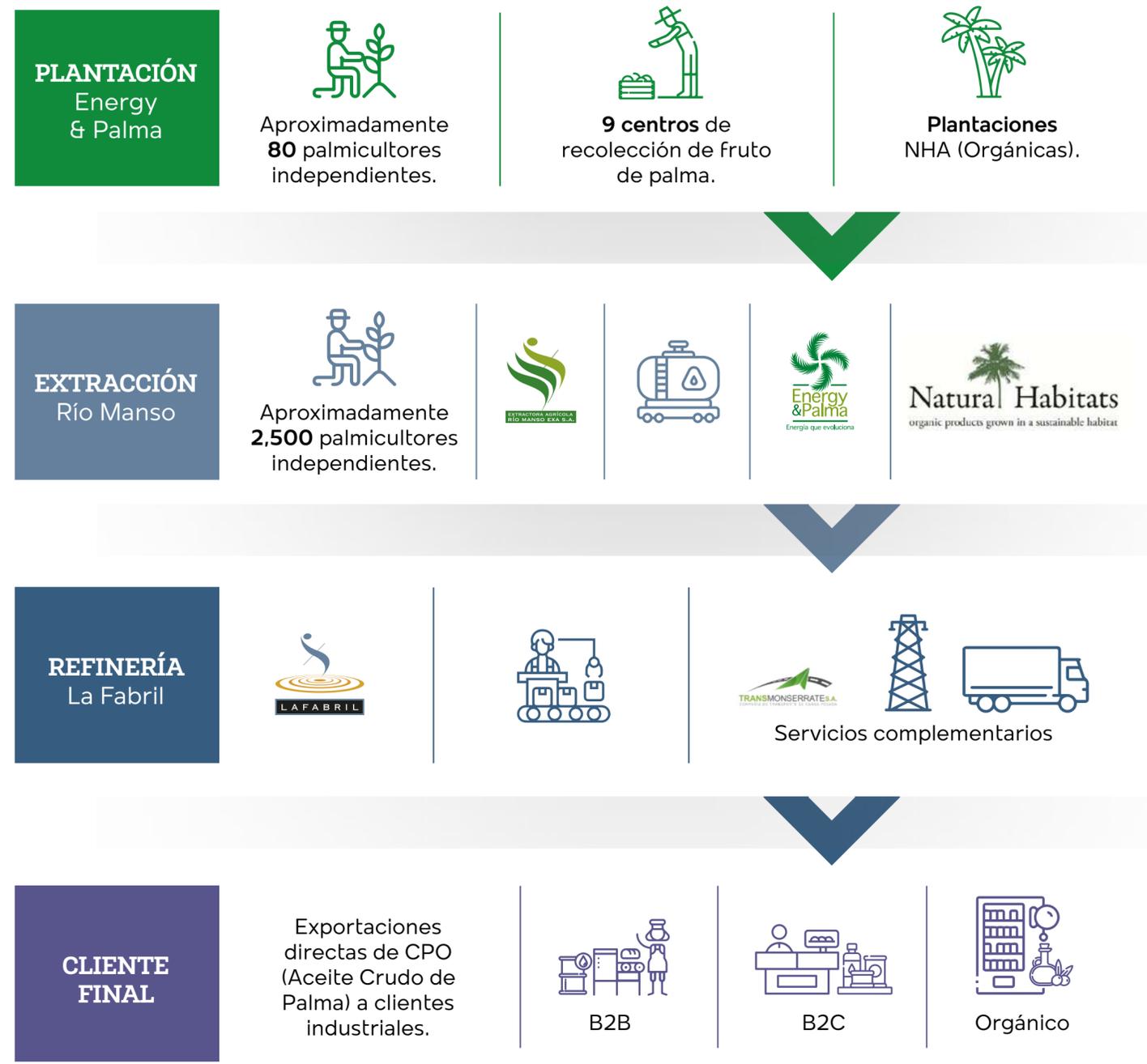
Integrando la plantación, extracción y manufactura de la palma aceitera, para llevar nuestras marcas y servicios a diferentes rincones del mundo; el Grupo La Fabril está conformado por tres unidades de negocio.

**Energy Palma**  
Dedicada al cultivo de palma.

**Río Manso**  
Dedicada a la extracción de fruto de palma.

**La Fabril**  
La industria de las ideas orientada a la innovación y crecimiento del negocio B2C y B2B.

## CADENA DE VALOR



## CIFRAS DE GRUPO

**US\$ 853.262**  
en ventas

**+ 4900**  
empleados

**+ 40,000**  
clientes

Exportaciones a **+ de 20**  
países

Total área de plantación:  
**6 mil Has.** de producción y  
**5,400 Has.** de conservación

Compromiso global de abastecimiento responsable de palma aceitera



# Desempeño económico

- ▲ Crecimiento
- ▼ Decrecimiento
- Energy Palma
- Río Manso
- La Fabril S.A.



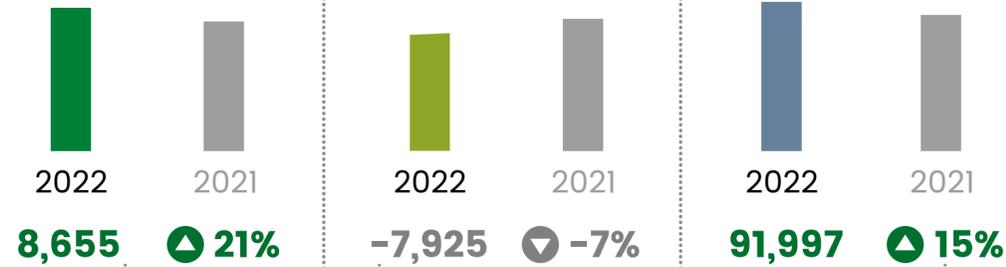
## Ventas totales

49,336 40,681 102,591 110,516 701,335 609,338

**US\$ 853,262**

2021: US\$ 760,535

Variación ABS **92,727**  
Variación % **▲ 12%**



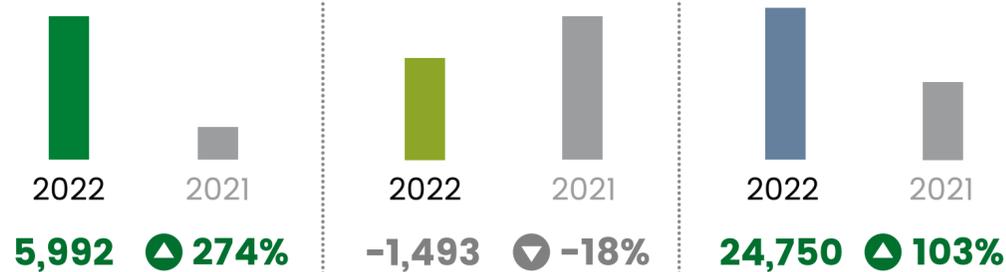
## Ebitda

8,181 2,189 6,613 8,106 48,805 24,055

**US\$ 63,599**

2021: US\$ 34,350

Variación ABS **29,249**  
Variación % **▲ 85%**



# COMPOSICIÓN DE VENTAS



## Energy Palma

**US\$ 49,336**

2021: US\$40,681

Variación ABS  
**8,655**

Variación %  
**▲ 21%**

	2022	2021	Var ABS	Var %
Aceite Rojo de Palma	<b>47,107</b>	37,792	<b>9,315</b>	<b>▲ 25%</b>
Fruta de Palma	<b>2,162</b>	2,580	<b>-418</b>	<b>▼ -16%</b>
Nuez de Palma	<b>-</b>	250	<b>-250</b>	<b>▼ -100%</b>
Otros	<b>67</b>	59	<b>8</b>	<b>▲ 14%</b>



## Río Manso

**US\$ 102,591**

2021: US\$ 110,516

Variación ABS  
**-7,925**

Variación %  
**▼ -7%**

	2022	2021	Var ABS	Var %
Aceite de Palma y Palmiste	<b>99,632</b>	107,613	<b>-7,981</b>	<b>▼ -7%</b>
Pasta de Palmiste	<b>1,613</b>	1,752	<b>-139</b>	<b>▼ -8%</b>
Subproductos y Extracción	<b>1,346</b>	1,151	<b>195</b>	<b>▲ 17%</b>



## La Fabril S.A.

**US\$ 701,335**

2021: US\$ 609,338

Variación ABS  
**91,997**

Variación %  
**▲ 15%**

	2022	2021	Var ABS	Var %
Aceites y Grasas	<b>437,696</b>	380,763	<b>56,933</b>	<b>▲ 15%</b>
Higiene y Cuidado Personal	<b>181,791</b>	155,461	<b>26,330</b>	<b>▲ 17%</b>
Marcas de Terceros	<b>77,162</b>	66,598	<b>10,564</b>	<b>▲ 16%</b>
Maquila	<b>1,961</b>	2,733	<b>-772</b>	<b>▼ -28%</b>
Otros	<b>2,725</b>	3,783	<b>-1,058</b>	<b>▼ -28%</b>

▲ Crecimiento

▼ Decrecimiento

● Energy Palma

● Río Manso

● La Fabril S.A.



## Ventas por Ubicación Geográfica

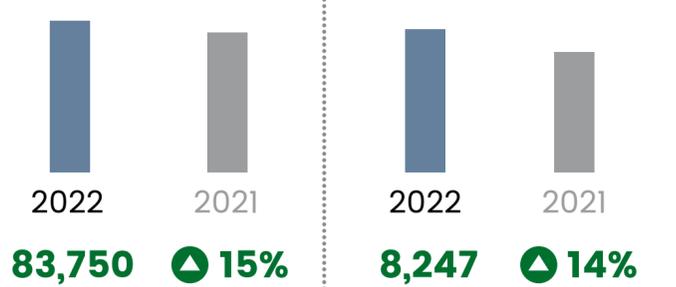
**US\$ 701,335**

2021: US\$ 609,338

Ventas Locales		Exportaciones	
633,196	549,446	68,139	59,892

Variación ABS  
**91,997**

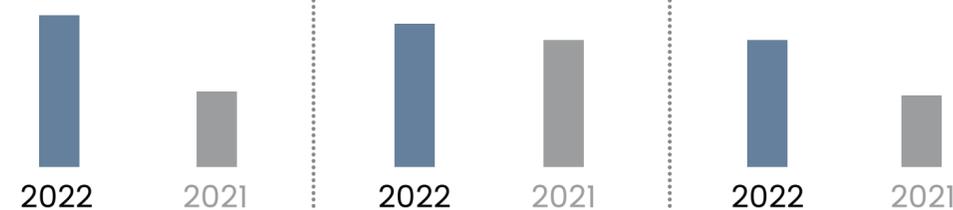
Variación %  
**▲ 15%**



**15%**  
con un crecimiento de  
ventas locales y  
**14%**  
de exportaciones

## Indicadores Financieros

EBITDA / Activos Totales		Indicador de productividad		EBITDA / Deuda Financiera	
10.30%	5.40%	1.07	0.93	8.4	5.12



**10.30%**  
de activos totales y  
**1.07**  
de indicador de  
productividad



# Generaciones contribuyendo al desarrollo de generaciones



**En esta entrevista con el Gerente General de La Fabril, Felipe González-Artigas, podemos conocer su visión y cómo el grupo trabaja con las generaciones presentes y futuras.**

“ Si algo he aprendido de los valores de mi familia, es a ser ambicioso con humildad. Me identifico mucho con esa forma de crecer porque me conecta con la búsqueda de la prosperidad para todos, así como recordar que no somos infalibles.

Llegar hasta donde hemos llegado hasta hoy ya es un mérito. Pero crecer de forma sostenible cuando los vientos están en contra, es un desafío que requiere de humildad y coraje”.

## ¿CUÁL ES TU VISIÓN DE SOSTENIBILIDAD?

En La Fabril creemos que nuestro crecimiento sostenible es el resultado de una evolución o madurez a lo largo de los años. La lograremos a través de la transformación de las personas, quienes forman parte de todo lo que hacemos y para quienes lo hacemos.

**Liderar con conciencia es un acto de servicio y un legado significativo para las futuras generaciones.** Se requiere compromiso para que nuestra evolución ocurra y esta permita generar prosperidad para las personas que conforman la cadena de valor; solo así podremos crear lazos de confianza perdurables y auténticos.

**Felipe perdió a su papá cuando tenía cinco años, proviene de una familia con el ejemplo de una madre trabajadora y esforzada para lograr sacarlos adelante.**

**+100 marcas**

en producción y comercialización  
que hoy están en todos los hogares

**+20 países**

en exportaciones  
a diversas industrias

**FELIPE, ERES UN GERENTE GENERAL JOVEN, CUANDO TOMASTE EL CARGO TENÍAS 35 AÑOS. ¿QUÉ APRENDIZAJES O REFLEXIONES QUISIERAS COMPARTIR CON OTROS JÓVENES QUE BUSCAN TRAZARSE UN FUTURO PROMETEDOR?**

**Que le pongan intención y compromiso a sus sueños.** Este es un aspecto importante de nuestra cultura empresarial, la cual denominamos como "la pujante industria de las ideas".

Desde sus orígenes, las unidades productivas se han construido a través del empuje de su gente, generación tras generación. Todo lo que sabemos hasta hoy ha sido creado por nuestra gente. Es así como hemos heredado el conocimiento de la gestión agroindustrial de la palma aceitera, por ejemplo. Pero el mundo es dinámico y el cambio es la única constante. Los jóvenes tienen la oportunidad de replantear el juego y preservar nuestro legado. La Fabril a través de sus más de 100 marcas en todos los hogares ecuatorianos, no es la excepción.

**¿QUÉ OPORTUNIDADES O DESAFÍOS TE MOTIVAN ANTE UN CONTEXTO CADA VEZ MÁS VULNERABLE POR LAS CRISIS GLOBALES Y CLIMÁTICAS QUE AFECTAN A NUESTROS PAÍSES EN LATAM Y AL ECUADOR?**

Algunos bancos nos han reconocido por nuestra resiliencia y por nuestra forma de haber liderado la organización en medio de tantas tragedias. Eso es motivo de orgullo para nosotros y se lo debemos a todas las personas que hacen posible que mantengamos abastecidos a los hogares a pesar de las adversidades.

Siendo Ecuador el país más biodiverso del mundo, nuestro llamado a cuidar nuestro patrimonio ambiental es intrínseco a todo lo que hagamos. Por eso, desde nuestros orígenes hemos sido conscientes de la relevancia de contar con procesos sostenibles además de ecoeficientes.



## PERO EL CONCEPTO DE SOSTENIBILIDAD SE ENFOCA EN LA GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO TANTO SOCIAL, ECONÓMICO COMO AMBIENTAL. ¿CÓMO COMULGAN ESOS TRES PILARES EN LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO DE LA FABRIL Y DEL GRUPO?

Nuestra visión está **enfocada en el progreso de nuestra sociedad**, y eso pasa por impulsar el progreso de todas las personas que conforman nuestra cadena de valor, pero de manera inseparable a la **preservación de la biodiversidad** que hace único a Ecuador en el mundo. Ahí están las familias de agricultores independientes, los colaboradores de todas nuestras unidades productivas, nuestros clientes y quienes confían en nuestras marcas.

Como Grupo La Fabril, en 2023 venimos esbozando una estrategia de largo plazo que nos permitirá alcanzar la trazabilidad de nuestro impacto en calidad de vida de las personas, conforme evolucionemos como cadena de valor, la mejor evidencia de nuestro impacto estará en el desarrollo de entornos favorables para el progreso de todos.

## ¿QUÉ DESAFÍOS DE SOSTENIBILIDAD TIENE EL ECUADOR?

Ecuador es una geografía multicultural que mantiene brechas de pobreza. Mientras las personas sigan en modo de supervivencia, es complejo pedirles que visualicen el largo plazo.

La calidad de vida está determinada por factores multi dimensionales más allá de los ingresos. **Una economía saludable es aquella que logra trasladar el impacto o valor en la vida real de las personas**, eso implica trabajar estrechamente con los actores del ecosistema: sociedad, estado, empresas, el talento y el entorno.

Por ejemplo, hoy en nuestra sociedad, las niñas crecen con miedo. Esto tiene un impacto directo en nuestra evolución como sociedad y por ende en la sostenibilidad del sector empresarial formal. Contribuir en cerrar las brechas de inequidad de género, no solo pasa por lo que hagamos dentro de nuestra esfera empresarial, sino que también podemos contribuir de forma significativa desde la niñez, **promoviendo que nuestras niñas y próximas lideresas, desarrollen autoconfianza como una habilidad importante para la vida.**



### ¿Y ESO CÓMO SE LOGRA?

Por ejemplo, a través del ADN de nuestras marcas, como el caso de las toallas sanitarias Íntima.

### ¿Y QUÉ ROL BUSCA TENER EL GRUPO LA FABRIL EN LA SOSTENIBILIDAD DEL ECUADOR?

Si bien los retos para la competitividad pasan hoy por superar las crisis de las materias primas esenciales para la alimentación global, en paralelo con los contextos inflacionarios, podemos ver una amplia avenida de oportunidades de innovación, no solo **generando ideas** sino **experiencias significativas** para el crecimiento de las personas.

En ese sentido nuestro rol está en **comprender las mentalidades, necesidades y emociones de todas las generaciones**, para poder brindarles herramientas y conocimientos que contribuyan auténticamente con su **bienestar presente y futuro**. Buscamos ser un aliado permanente de los tomadores de decisiones para garantizar que **Ecuador logre sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) al 2030**.



“**Preservar lo que nos ha llevado a nuestro éxito hasta hoy, es tan relevante como integrar las expectativas de las nuevas generaciones, quienes mañana tendrán la gran labor de liderar nuestras economías y a nuestra sociedad**”.

## Entrevista a Jaime González-Artigas, Gerente General de Energy Palma y Río Manso



### ¿QUÉ LEGADO HA CONSTRUIDO HASTA HOY EL GRUPO LA FABRIL?

Lo más importante para nosotros es hacer las cosas bien generando bienestar y protegiendo el hábitat de la mano con generar eficiencias para la cadena de valor. Desde el nacimiento de Energy Palma como plantación y Río Manso como extractora, hemos impulsado la circularidad. Esta búsqueda es permanente y requiere del cierre de brechas importantes en nuestro país, como son las condiciones sociales de los pequeños agricultores independientes quienes suelen trabajar en tierras con menos de 5 has, aún con nuestra contribución a lo largo de los años, las brechas en acceso a salud básica y educación son latentes. Sumándole a ello la convivencia cercana con los riesgos de inseguridad y el conflicto armado.

A la fecha el

**63% del consumo**

de energía para los procesos industriales del grupo La Fabril, provienen de biomasa.

### AL RESPECTO DE LA ESTRATEGIA FUTURA DEL GRUPO EN EL SECTOR DE LA PALMA, ¿CUÁL ES SU VISIÓN Y QUÉ DESAFÍOS ENFRENTAN?

**Nuestro sueño es lograr que el Ecuador sea un emblema de la Palma aceitera sostenible en el mundo.**

El principal desafío es que todos los actores que integramos la cadena de valor de palma en el Ecuador, seamos conscientes que, el trabajo por lograr la sostenibilidad de todo el ecosistema de la Palma es inseparable del cierre de brechas sociales y el logro de condiciones de vida digna de las personas.



### ¿ESTE ES UN TRABAJO QUE PIENSAN LIDERAR CON EL ESTADO?

Siempre lo hemos buscado así. Años han pasado y la realidad no cambia. **Pero tenemos una perspectiva optimista, porque como en todo ciclo de vida, hay un proceso de madurez.** El Grupo La Fabril también ha venido madurando y afianzando sus procesos en el campo, la extracción y buscando la integración de nuestra propia cadena de valor, desde el abastecimiento hasta la mesa de los hogares y momentos de consumo.

### CONCRETAMENTE ¿QUÉ ESTÁN TRAZANDO PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS?

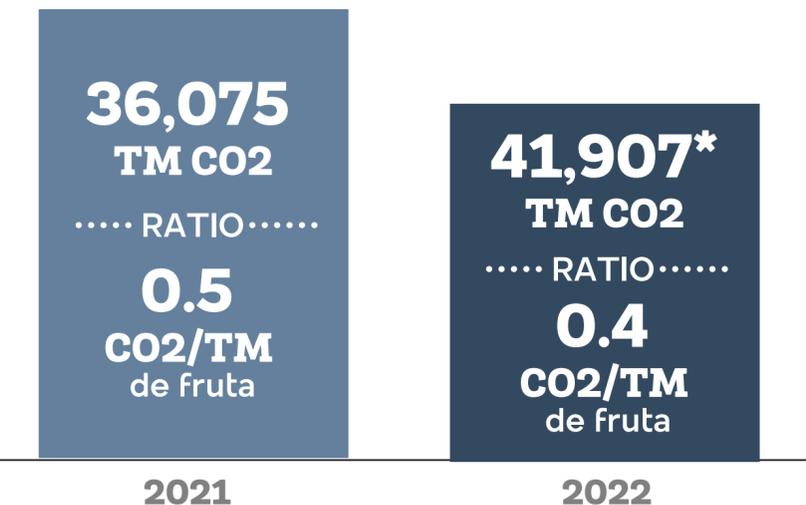
Hacia fines del 2022 decidimos incorporarnos formalmente a los estándares de las Naciones Unidas para el Desarrollo, nos comprometimos en trazar una visión y estrategia de largo plazo que permita a las generaciones de líderes del Grupo La Fabril, sostener el legado que nuestros fundadores nos dejaron.

Durante el 2023 hemos consolidado nuestra gestión por procesos y estamos alineando e integrando nuestra gestión a través de una Hoja de Ruta de Sostenibilidad que divulgaremos a fines de año para ser consistentes con lo que hemos aprendido hasta hoy y sobre todo, con nuestras fortalezas ganadas a lo largo de los años.

**+870 familias**  
de agricultores a las que hemos ayudado a formalizarse y cada semana nos entregan sus frutos. Los hombres y mujeres que conforman estos núcleos familiares tienen derecho a vivir bien.



### EMISIONES GASES EFECTO INVERNADERO



\*Debido al incremento del volumen de producción de fruta. El ratio de CO2 por TM se redujo.

# Estrategia Corporativa



## Personas Ideología & Liderazgo

Contar con el mejor talento para que vivan una **cultura de resultados, valores y ética.**



## Excelencia operacional Maximización

Operar como un ecosistema integrado, asegurando coordinación, **eficiencia y calidad en todos nuestros procesos.**



## Crecimiento sostenible Innovación & Diversificación

Resguardar nuestro liderazgo y rentabilidad de la mano de un **abastecimiento responsable.**

# Cultura con legado

PERSONAS



Atraer, desarrollar y retener al mejor talento para la organización es nuestra prioridad para garantizar el crecimiento sostenible.



Hoy, somos una fuerza laboral que engloba a más de **4500 colaboradores** en el Ecuador



Presentes en el **100% de hogares** ecuatorianos a través de nuestras marcas



En el Grupo La Fabril buscamos que nuestros valores se vivan. La mejor manera de honrar nuestro legado radica en garantizar que todas las personas que somos parte de las empresas tengamos las herramientas necesarias para tomar decisiones que resguarden nuestra cultura. Estamos en constante evolución para alcanzar nuestra visión”

**Jacinto Villavicencio,**  
Gerente Senior de Talento Humano.



Ser parte del Grupo La Fabril me motiva porque aquí puedo contribuir a que la agroindustria ecuatoriana sea un referente de sostenibilidad y de orgullo para mi país.

**Gustavo Vasquez**  
Gerente de Sostenibilidad y Certificaciones de Energy Palma

Los elementos claves sobre los cuales anclamos nuestra estrategia hoy tiene como foco el resguardo de la integridad de nuestra gente en todo sentido: por un lado, garantizando estándares de seguridad y promoviendo una cultura de auto cuidado, así como brindando herramientas para una gestión por valores y ética en todos los niveles de la organización.

Buscamos promover el autocuidado a través del entrenamiento permanente de nuestro personal y nuestros contratistas.

Con motivo al diseño de nuestra hoja de ruta hacia la sostenibilidad, buscaremos trazarnos metas para seguir contribuyendo a la equidad organizacional, así como la promoción de más mujeres en nuestra fuerza laboral.

Para el Grupo La Fabril es clave ser un aliado de la sociedad incrementando los niveles de empleabilidad con foco en donde se encuentran nuestras operaciones y de esa manera contribuir a cerrar brechas de empleo en el Ecuador. Nuestro enfoque de género buscará ir en esa línea. Promover más puestos para mujeres basados en meritocracia y en la representación de nuestros valores organizacionales.

Un líder en el Grupo La Fabril se desarrolla a través del ejemplo, siendo un embajador de nuestros valores y por la calidad de sus decisiones. Promovemos el auto desarrollo de la mano de nuestros programas para fomentar altos índices de compromiso y efectividad en nuestra estrategia.

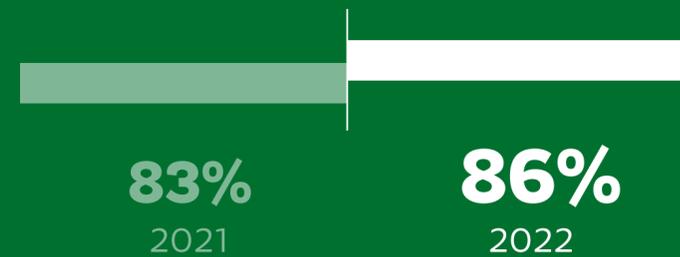
La Encuesta de Compromiso y Efectividad, pulso del entorno que generamos para el éxito de la estrategia pasó de 83% en 2021 a 86% en 2022.

“El Programa Campeones del Compromiso y Efectividad (CyE) contribuye a alinear y homologar las dimensiones relacionadas con el respeto, el reconocimiento, liderazgo y orgullo que buscamos para todas las generaciones de líderes”.

En esa misma línea, el rol de los líderes modelando la gestión de cambios en la organización ha sido clave en estos años en los que el Grupo ha atravesado por momentos desafiantes tanto internos como en el mercado.

El foro Vive La Fabril es el espacio que permite que más de 100 líderes de la organización compartan y reflexionen sobre la dirección estratégica y las prioridades en el enfoque de nuestros equipos.

Encuesta de Compromiso y Efectividad para el éxito de la estrategia



“

A veces se ve a las compañías multinacionales o extranjeras como el referente a seguir y dejamos de ver que estamos sentados en un banco de oro. Aquí en el Grupo uno escribe las reglas y los estándares hacia los que buscamos llegar. Somos responsables por nuestras ambiciones y transformamos la realidad”

**Carola Carbo**

Coordinadora Desarrollo Comercial  
• Trade Marketing



EL PROGRAMA DE EMBAJADORES TIENE COMO OBJETIVO PROMOVER LA VIVENCIA DE LOS VALORES ORGANIZACIONALES EN TODA LA COMPAÑÍA.

El programa de embajadores La Fabril es una iniciativa que nació en el 2022, con la cual **buscamos sentar las bases de la cultura meta** que requería la compañía sobre todo en momentos de incertidumbre y de cambios relevantes en el mercado. Este programa se viene robusteciendo y apuntamos a que sea un pilar para el siguiente nivel en nuestra estrategia: la integración de toda la cadena de valor del Grupo La Fabril. **Así seremos los protagonistas de una cultura de comunicación franca y abierta con la innovación.**





# Gestión del cambio hacia la eficiencia

EXCELENCIA OPERACIONAL

El contexto de alta volatilidad de los precios de materias primas y el incremento de la inflación mundial fueron constantes durante el último año.

Un contexto que puso a prueba nuestra flexibilidad al cambio para conservar la salud financiera.

El foco en eficiencia en los últimos dos años estuvo centrado en mantener niveles de gasto operativo controlados junto con mantener las inversiones para el largo plazo.



**PUSIMOS EN MARCHA MÁS DE 180 PROCESOS OPERATIVOS E IMPLEMENTAREMOS DE SAP 4 HANNA EN 2023.**



Crecimiento moderado, pero con desarrollo. Como lo vemos nosotros, las cifras no son la única medida de nuestro éxito. El éxito para nosotros radica en lograr desarrollar capacidades para sostener nuestro futuro. Eso implica que eficiencia no siempre es gastar menos, si no gastar mejor”.



**Mario Vernaza**  
Gerente Senior de Finanzas y Administración de La Fabril.

## PRINCIPALES INVERSIONES DEL 2021 Y 2022



“No se espera una guerra después de una pandemia. El desafío de seguir abasteciendo a las familias, ser rentables y tratar de minimizar el impacto en la economía familiar fue nuestro enfoque para la gestión eficiente” resalta Mario.

La estructura organizacional requirió moverse ágilmente, para hacer cambios que no necesariamente hubiésemos priorizado hacer en un contexto de bonanza. El **sentido de urgencia** que le dimos a encontrar soluciones propias, con nuestras propias herramientas ha contribuido a generar un músculo importante en la organización en la búsqueda de simplicidad y ahorros.

estas inversiones no deberían de mostrarse enfocadas en la sustentabilidad? doypack para promover los refill y el menor uso de botellas plasticas, envasado de margarina para mejorar productividad, reducir desperdicio, menos plastico en tarrinas y hacerlas reutilizables, pellets para energía más limpia y renovable



## EFICIENCIA EN TIEMPO REAL

TVC (Tiempo x Velocidad x Calidad), es un indicador de eficiencia en la línea productiva. Al cabo de un año, La Fabril logró generar **más de 4 millones de ahorro** en sus líneas productivas, mediante la gestión del TVC.

El líder de esta exitosa implementación nos cuenta la historia:



Este indicador de eficiencia se gestiona en forma simultánea a la producción, por lo que se trata de un indicador ácido. A través de un ejercicio piloto en la planta de detergentes y en solo un

año, logramos un significativo ahorro de la mano con minimizar el consumo de energía.

Adaptarse a los cambios no es fácil, pero si sólo en una línea es posible lograr este progreso, nuestra gente se motiva con lo que puede lograr en las más de 154 líneas de producción con las que cuenta La Fabril. Personalmente haber iniciado este proceso de la mano con nuestro recordado Ingeniero Carlos González Llor, ha sido la mejor manera de aplicar su legado en la organización”

**Manuel León**  
Jefe de Planta



# Proyecto Armonía

El proyecto Armonía, como su nombre lo indica, busca armonizar la gestión de datos y de procesos transversales soportados en tecnología.

“

Siempre se habla de transformación digital, como yo lo veo, nuestras más de 200 personas dedicadas en su día a día a identificar, cuestionar y reescribir nuestros procesos para prepararnos en la adquisición de una tecnología completamente nueva; demuestra que la transformación empieza y termina en las personas”.

**Jose Cedeño**, Gerente Senior de Proyectos.



Nuestros equipos diseñaron un nuevo lenguaje a través de procesos, fue un cambio que desafió a la organización ya que tuvimos que desaprender y aprender nuevas formas de trabajo, en un contexto en el que el negocio venía recuperándose lentamente.



**Nuevo lenguaje**  
a través de procesos



Más de  
**200 personas**  
están preparándose para  
transformar las nuevas tecnologías

# El cultivo de palma, sello de sostenibilidad para el Ecuador

CRECIMIENTO SOSTENIBLE



El cultivo de palma tiene el potencial de generar crecimiento a las familias de agricultores que dependen de ella. Así mismo, su vulnerabilidad a las plagas genera un alto impacto cuando se ven afectas de infecciones como el cogollo, que arrasan con plantaciones completas afectando la sobrevivencia de miles de familias de agricultores y la disponibilidad para la agroindustria.

En el aspecto económico, la industria de la palma aceitera es un importante

contribuyente al PIB de muchos países tropicales como el nuestro y proporciona empleo a miles de personas. Aunque la industria ha sido criticada a nivel global por contribuir a la deforestación, la pérdida del hábitat para determinadas especies y las emisiones de gases de efecto invernadero; **el caso ecuatoriano es diferente.**

**La agroindustria ecuatoriana tiene a la palma aceitera como una de sus principales insignias.**

**Energy Palma** se relaciona con alrededor de 50 familias de agricultores que trabajan este cultivo como subsistencia. También con agricultores independientes, empresarios, que cultivan entre 2,000 y 3,000 hectáreas.

Desde sus inicios, **Energy Palma** cuenta con una política de abastecimiento responsable, integrando la cadena de plantación propia de 6,000 ha, con **5,674**

**mil hectáreas de conservación, con profesionales de Energy Palma.**

El 50% de nuestra producción proviene de familias de agricultores independientes y el otro 50% de nuestra cadena propia ubicada en Santo Domingo y Esmeraldas.



**5,674 mil has.**  
en Energy Palma



**EL ACEITE DE PALMA ES EL ACEITE VEGETAL MÁS UTILIZADO EN EL MUNDO CON UNA AMPLIA GAMA DE PRODUCTOS.**

**EN EL ASPECTO ECONÓMICO, LA INDUSTRIA DE LA PALMA ACEITERA PROPORCIONA EMPLEO A MILES DE PERSONAS.**





**La Palma es uno de los cultivos más formales en Ecuador y cuenta con un marco regulatorio nacional de altos estándares.** Gracias a esta realidad, nuestro país está preparado para contar con una estrategia nacional de preservación y desarrollo sostenible. Sin embargo, gran parte de la industria se guía de los estándares referidos por las certificaciones que los grandes clientes internacionales demandan. Las certificaciones representan un marco de referencia muy importante para alcanzar estándares globales. Desde el grupo La Fabril, consideramos que el Ecuador, siendo el país más biodiverso del mundo y aún en vías de desarrollo, requiere un plan

nacional que pueda garantizar que los pequeños agricultores accedan a medios de vida dignos.

**Siendo el Ecuador el país con la mayor biodiversidad del mundo,** nuestro marco regulatorio ambiental es más exigente en cuanto a la preservación y a evitar la deforestación. Desde el Grupo La Fabril consideramos que, operando en un país en vías de desarrollo, es clave enfocarse en el cierre de brechas sociales y por lo mismo consideramos que las certificaciones internacionales no son suficientes para interpretar la realidad rural en las que viven miles de familias dedicadas al cultivo.

# Energy Palma

El Grupo La Fabril es parte del Comité Interinstitucional de Seguimiento a la Palma Sostenible – CISPS; con el propósito de desarrollar una marca país para la palma ecuatoriana y sea reconocida como palma sostenible a nivel global.

Nuestra visión para construir una ruta sostenible para la Palma ecuatoriana está muy vinculada a la agenda de Propalma, la asociación que promueve su crecimiento y competitividad. Su líder, Oscar Calahorrano, compartió con nosotros su visión para la elaboración de la presente memoria:

## ¿Qué se requiere para la integración y desarrollo de la Palma sostenible ecuatoriana?

“

Para lograr la sostenibilidad de la palma ecuatoriana, debemos cerrar primero las brechas importantes en las condiciones y calidad de vida de las personas, así como inversión en infraestructura y tecnificación. El cumplimiento de estándares de parte de una industria que cuenta con la preparación o espalda financiera y el conocimiento integral del manejo del cultivo es fundamental. Pero no es equivalente a desarrollar una cadena integral para la palma a nivel nacional, ahí radica nuestra oportunidad coordinando y conectando con todos los actores que tenemos un rol desde la agroindustria, el Estado y las organizaciones de base”.

**Oscar Calahorrano**



Ecuador cuenta con más de  
**7 mil familias**  
 de agricultores de Palma y más de  
**210 mil hectáreas**  
 de producción.

# Unidos por la Educación

Unidos por la Educación es una alianza entre instituciones educativas y empresas privadas, que fomentan el desarrollo económico, social-cultural y ambiental, a través de la implementación de la metodología Chango como estrategia pedagógica en las escuelas de las zonas de influencia de Energy Palma y Río Manso.

La metodología busca fomentar la gestión de cambio social desde la experiencia de aprendizaje, desarrollando capacidades en los docentes para orientar su enseñanza en un aprendizaje con enfoque cooperativo y comunitario.



La entrega de una escuela en el sector de La Boca, Jipijapa — Manabí (2022)

 **+100,000 USD**  
de Inversión anual





## Bosques Comestibles Biodiversos

El Bosque Comestible Biodiverso (BCB) más grande del mundo es un modelo de desarrollo sostenible y regenerativo que busca una reconciliación con la naturaleza para vivir en armonía con los ecosistemas.

Científicamente comprobado y catalizado por la gastronomía, un proyecto en expansión a gran escala que permite replicar este modelo de innovación ambiental en todo el planeta.

La Fabril participa de este Bosque a través de 20 hectáreas de bosque, lo que equivale a una captura anual de 5.000 tCO eq.

## Campana Niñas sin miedo de Intima, agentes de cambio para una sociedad más justa y equitativa

La marca Íntima tiene el firme compromiso de empoderar a las niñas en Ecuador a través de herramientas educativas para ganar autoconfianza y autoestima durante la etapa de niñas y adolescentes.

Durante 2021 y 2022, además de acciones de comunicación y sensibilización, se entregaron 50 becas a niñas entre 9 y 15 años, para garantizar la educación por un año lectivo en el sector del Chimborazo.

Además, entregó 250 kits de toallas sanitarias, a niñas y mujeres de sectores vulnerables en la parroquia Juan Gómez Rendon brindando herramientas para el cuidado e higiene durante el ciclo menstrual.



### 250 kits

de toallas sanitarias se entregaron a niñas y mujeres en sectores vulnerables en la parroquia Juan Gómez Rendon



# Diseñando una hoja de ruta para la Sostenibilidad del Grupo La Fabril

En el grupo La Fabril, venimos trabajando en un proceso de integración como cadena de valor en el cual se alinee la gestión económica, social y de gobierno (ESG) de manera transversal a nuestro holding.

### HITOS

---

2022

**NOVIEMBRE**



Nos adherimos al Pacto de las Naciones Unidas

---

2023

**ABRIL**



- Se crea Comité Corporativo de Sostenibilidad
- Trazamos aspiraciones y análisis de riesgos

**AGOSTO**



Memoria de Sostenibilidad 2021-2022

**MAYO - JUNIO**



Análisis de materialidad con grupos de interés (+30 entrevistas)

**NOVIEMBRE**



Divulgación de Hoja de Ruta de Sostenibilidad Grupo La Fabril al 2030

---

2024

**FEBRERO**



- Co-creación de iniciativas e indicadores con grupos de interés
- Desarrollo de alianzas estratégicas
- Divulgación de avances vía canales oficiales de comunicación

2025



**MARZO**

Reporte de Sostenibilidad 2023-2024



## Aspiraciones para la Sostenibilidad del Grupo La Fabril:

Como parte de esta evolución, durante la elaboración del presente informe se ha venido realizando un robusto análisis de materialidad, que contribuya con el diseño de metas e indicadores a reportarse sucesivamente a partir del 2024.

## Gobierno



Trazar una visión de sostenibilidad, una hoja de ruta e indicadores de largo plazo que reúna de forma colaborativa a nuestro ecosistema de grupos de interés en Latinoamérica.



Relanzar la Política de Sostenibilidad para el holding grupo La Fabril conformado principalmente por Energy Palma, Río Manso, Natural Habitats y La Fabril, contando con un modelo de gobernabilidad liderado por nuestro Directorio.



Desplegar nuestro sistema de gestión ética y sus respectivas políticas, con impacto en la gestión interna y externa, integrando a nuestros grupos de interés como proveedores, clientes y comunidad.



Contar con el mejor talento y desarrollar a las próximas generaciones de líderes empresariales para el grupo La Fabril.

## Económico-social



Desarrollar la empleabilidad en nuestra gente a través de modalidades formativas que integren a la comunidad como fuente principal para la fuerza laboral de nuestra cadena de valor.



Liderar el diseño de un plan nacional de Palma sostenible para el Ecuador, generando desarrollo y cierre de brechas sociales en las familias de palmicultores; y las mejores prácticas globales de relacionamiento comunitario.



Gestionar integralmente la trazabilidad de nuestro portafolio. Contar con un pipeline de innovaciones que generen bienestar en la salud y nutrición de nuestros consumidores.



Contribuir en la construcción de una sociedad más equitativa y justa para todos, enfocándonos en las mujeres desde temprana edad, brindando herramientas para la auto confianza de las niñas ecuatorianas como eje transversal a todas nuestras iniciativas.

## Ambiental



Trazar un plan de conversión energética hacia fuentes de energía renovables y contribuir con las metas de carbono neutro en el Ecuador.



Desarrollar un programa de reducción de consumo de agua y gestión responsable del agua con foco en las plantaciones de palma y la zona industrial de Manta.



Trazar metas ambientales en el desarrollo de empaques reciclables en el portafolio actual y futuro; así como un plan de gestión de residuos.



**Si al leer este reporte surgen consultas o identifica oportunidades en las que el Grupo La Fabril puede generar mayor valor, estaremos agradecidos de recibir sus comentarios.**



**Alejandro Maldonado Pachano**  
Gerente de Proyectos y Sostenibilidad  
[ajmaldonado@lafabril.com.ec](mailto:ajmaldonado@lafabril.com.ec)



Producción general: WALDO Comunicaciones  
Diseño gráfico: Core