

“La mayoría de los proyectos en los que nos hemos involucrado, han sido exitosos porque forman parte de una estrategia”

Hirwin Lobo
Gerente general y accionista

El dulce aroma que emana de calderos hirvientes, rebosantes de melado y frutas, forma parte de la vida cotidiana de las familias de la región andina. En 1961, un merideño, Arturo Lobo Espinoza, guardián celoso de una herencia familiar y entusiasta emprendedor de nuevos proyectos, consigue materializar una idea: crear una fábrica de dulces típicos que respetara los sabores originales y que, a la vez, abriera un mercado prácticamente inexistente. Así nace Industrias La Andina C.A.

De ser una pequeña empresa familiar que comenzó ofreciendo sólo cinco productos, se convirtió en una industria pujante en la región andina, que genera más de cuatrocientos empleos entre directos e indirectos, que ha innovado en la producción agroindustrial, que cuenta con una sólida red de distribuidores y que ofrece en el mercado más de 100 diferentes productos. Siempre bajo la premisa de la rigurosa planificación y del respeto por las recetas tradicionales.

Calidad, planificación, fidelidad y constancia son los ingredientes esenciales en la receta que ha ideado Dulces La Andina para lograr el nivel de excelencia y el desarrollo que hoy ostentan.

Entre sus claves de éxito destacan el establecimiento de alianzas estratégicas con los agricultores, la innovación tecnológica que no ha rivalizado con el esmerado propósito de respetar los sabores originales, y una política de personal que les ha garantizado tener bajos índices de movilidad y reconocida fidelidad por parte de sus trabajadores y empleados quienes comparten con la gerencia el modelo de cumplimiento de las normas y responsabilidades, la orientación al éxito y el compromiso con los retos que se plantean.

El balance que hasta el presente hacen los directivos de Dulces La Andina es satisfactorio. Con el replanteamiento de su visión como empresa, se han abocado hacia el logro de los objetivos, independientemente de lo adverso que hayan sido las circunstancias. Han redefinido metas y estrategias, pero sin perder el rumbo. “Lo que buscamos es que cuando se hable de dulces típicos, el consumidor piense inmediatamente en La Andina. Y creo que lo estamos logrando”.