

LA REVISTA DEL GRUPO **GR** RIQUELME



Reserva Morombi; un legado del Grupo Riquelme a las generaciones futuras

Págs. 10 y 11



Federal: avanzan las obras de la nueva planta a pasos agigantados

Pág. 9

Jugos Kampito Punch

Exitoso lanzamiento
en el mercado.
Pág. 13



Supermercado Real

Dona vehículo a
Asoleu con redondeo
Pág. 8



Emcesa

Inaugura Centros de
Distribución en Alto
Paraná.
Pág. 15





La gran familia del Grupo Riquelme crece unida hacia un nuevo año

Con la gran familia del Grupo Riquelme vamos cerrando otro año donde vemos como siguen creciendo las empresas que día a día construimos junto a cada uno de los trabajadores, desde hace 50 años.

Mi esposo Don Blas, siempre tuvo una gran visión para los negocios y con mucho esfuerzo y dedicación de toda la familia esta visión se convirtió en empresas prósperas que nos permitieron una de las mayores satisfacciones; dar empleo a miles de compatriotas y ayudar al crecimiento de sus familias. Por eso hoy, mucho años después y con el liderazgo de la empresa transmitido a la segunda generación de la familia que son mis hijos, seguimos compartiendo y fortaleciendo esta misión.

Siendo una empresa que nació y creció desde la fuerza de una familia unida, invitamos también a nuestros trabajadores a tomarse un espacio al cierre de este año para reflexionar sobre los desafíos y los logros del año, pero sobre todo les invitamos a pensar cómo pueden volcar el fruto del esfuerzo diario en el trabajo hacia el crecimiento y el fortalecimiento de la calidad de vida de sus familias, que son la base de nuestra vida y nuestra sociedad.

Entendiendo esto, desde la empresa este año también iniciamos una serie de programas sociales que bajo el lema "Oñondive Ikatu, juntos podemos" que apuntan a mejorar la calidad de vida de nuestros trabajadores y sus familias con capacitación en presupuesto familiar, beneficios de esparcimiento, oportunidades de generar ingresos adicionales, entre otros y esperamos poder seguir creciendo juntos en este desafío, en el que nos abocamos desde el 2017, de conocer y aportar a la calidad de vida de nuestra gente y que nos proponemos continuar de aquí en adelante como parte de la filosofía empresarial del Grupo.

Que la navidad y el nuevo año traiga a cada uno de los miembros de la gran familia del Grupo Riquelme prosperidad y alegría y que nos de la fuerza para seguir trabajando con empeño para seguir creciendo juntos en el 2018.

Feliz Navidad y próspero año nuevo para todos!

Licy Stella Yanes de Riquelme
Presidenta
Grupo Riquelme

STAFF

Edición y redacción

Responsabilidad Social Grupo Riquelme

Diseño


Juan Ramírez

Colaboración y agradecimientos

María Elena Riquelme, EMCESA, CCA,
CEREALES S.A., CADENA REAL y
CAMPOS MOROMBI




Misión

A person in a grey business suit is pointing their right index finger towards a digital screen. The screen displays a complex data visualization with a grid background, a yellow line graph, and blue bar charts. The lighting is dramatic, with a bright light source creating a lens flare effect.

Somos un grupo empresarial familiar que opera de forma corporativa con excelencia e innovación en rubros diversificados, comprometidos con la generación de valor compartido con nuestros accionistas, clientes, funcionarios y comunidad, contribuyendo a su calidad de vida y el cuidado del medio ambiente.

Visión

A person in a dark blue business suit and tie is holding a glowing, cyan-colored line graph. The background is a vibrant blue with faint gear icons and a grid pattern. The overall aesthetic is modern and technological.

Ser un grupo empresarial familiar reconocido a nivel local e internacional por la calidad de sus productos y servicios, la excelencia en gestión empresarial y un equipo humano altamente comprometido que nos lleve al liderazgo en todos los rubros en los cuales operamos, de forma rentable y ambientalmente responsable, proyectándonos en el tiempo como una unidad de empresas sostenible a través de las generaciones.

Nuestros Valores



Respeto:

El respeto es la base de nuestro actuar con todas las personas dentro y fuera de la empresa.



Liderazgo:

Mantenemos un liderazgo positivo que motiva a las personas a dar lo mejor de sí mismas.



Honestidad:

Mantenemos una conducta ética y transparente que nos hace dignos de confianza.



Cooperación:

Trabajamos en equipo para lograr nuestras metas, cooperamos para generar soluciones, valoramos el conocimiento colectivo y crecemos juntos.



Humanidad:

Respetamos la dignidad y los derechos de las personas, actuamos con empatía y cordialidad, valorando la diversidad.



Excelencia:

Buscamos la calidad y la mejora continua, generamos oportunidades e innovación.



Pasión:

Estamos altamente comprometidos con nuestro trabajo, nos apasiona lo que hacemos.



Respeto al medio ambiente:

Estamos comprometidos con el cuidado al medio ambiente y la preservación, por lo cual consideramos este compromiso en todas nuestras operaciones.

EMCESA Y CCA DESARROLLARON UN MODELO DE NEGOCIOS CON PRODUCTOS BEBIDAS DE LA FIRMA

Grupo Riquelme lanza "Mini Bodegas" para colaboradores y sus familias



El Grupo Riquelme, a través de sus empresas EMCESA y CCA, lanzó un programa de microfranquicias de bodegas denominado "Mini Bodegas Oñondive", el programa va destinado a fomentar la diversificación de ingresos familiares ofreciendo un ingreso adicional a la familia de los empleados, dando oportunidad a que otro integrante de la familia genere ingresos llevando adelante el negocio.

Este proyecto se desarrolló en alianza con la Fundación Paraguaya en el marco del programa de responsabilidad social de la empresa y tiene como objetivo convertirse en el mediano plazo en un canal más de venta para la empresa y un beneficio para las familias del Grupo.

"A través de este modelo de negocio queremos que los colaboradores y sus familias puedan incrementar el ingreso familiar con la ventas de nuestros productos, dándoles un impulso para emprender, pero desde un modelo de negocio, con soporte técnico y logístico desde la empresa, luego ellos podrán complementar sus negocios con otros productos o venta de alimentos. Con el tiempo esperamos que este modelo se convierta también en un nuevo canal de ventas para la empresa", explicó Marco Galanti, ge-

11

Familias abrirán sus mini bodegas en la primera etapa del proyecto.

rente general de la unidad de bebidas del Grupo Riquelme.

En la primera etapa del proyecto 11 familias inaugurarán mini bodegas en sus domicilios ofreciendo gaseosas de las marcas Niko, gaseosas y aguas De la Costa y jugos Kampito, producidos por la empresa EMCESA y cervezas de las marcas Munich y Polar producidas por la Compañía Cervecera Asunción (CCA).

El proyecto está liderado por el área de RRHH de EMCESA y CCA, con el soporte de las diferentes áreas de la empresa y el objetivo es que en una segunda etapa se abran progresivamente las postulaciones a empleados de otras empresas del grupo. Dentro del modelo, la empresa le ofrece a sus empleados capacitación, financiamiento, promoción y logística de entrega para dar un impulso a sus emprendimientos. El objetivo es que este programa genere beneficios para tanto para el empleado como para la empresa de forma sustentable y pueda replicarse hacia más personas.

MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA.

El Grupo Riquelme lanzó a principios de año un programa de responsabilidad social interna denominado Oñondive Ikatu que busca contribuir a la mejora de la calidad de vida de sus empleados y este proyecto surge como respuesta a la necesidad de incrementar y diversificar las fuentes de ingresos de los empleados.

"A principios de año realizamos una encuesta de calidad de vida y vimos que muchas familias de-

¿Te gustaría incrementar los ingresos de tu familia?

Podés tener tu MINI BODEGA OÑONDIVE

Es una propuesta para abrir un pequeño negocio (microfranquicia) con productos de la empresa, de forma exclusiva para las familias de los empleados de EMCESA y CCA.

Si reunís estos requisitos te podés postular llenando el formulario disponible en RRHH hasta el 25 de octubre

- Antigüedad mínima de 2 años en la empresa
- Nivel máximo de salario mensual G. 3.500.000
- Tener un familiar directo (cónyuge, esposa/o o hijos) que se encuentre sin trabajo fijo y que pueda hacerse cargo del negocio

Serán seleccionadas 10 familias para iniciar sus Mini bodegas este año!

emcesa | COMPAÑÍA CERVECERA ASUNCIÓN S.A. | Con el apoyo de: fundación paraguaya

pendían exclusivamente del ingreso que generan nuestros empleados para subsistir. Con este proyecto vimos la oportunidad de diversificar los ingresos familiares, teniendo un emprendimiento propio atendido por el familiar (esposa, hijos, padres) que queda en el hogar", explica Anahi Britez, gerente de responsabilidad social del Grupo Riquelme.

Colaboradores Beneficiados

EMCESA

Elisa Gonzalez Alvarez – Comercial.
Eusebio Marin Fernandez – Logística.
Mónica Yanes - Servicios Generales.
Diego Zelada. Logística.
Ramón Fariña. Logística.
Vicente Bobadilla. Logística.
Sergio Ariel Rojas. RR.HH.

CCA

Beto Ortiz. RR.HH.
Juan Carlos Martinez. Control de Calidad.
Casto Darío. Logística.
Steven Ubierta. Informática.

SE PROPONE SER UN LOGAR DONDE TODOS SE SIENTAN ORGULLOS DE TRABAJAR

IPS y 5Días entregan a Supermercados Real reconocimiento “Empleador del Año”



Supermercados Real fue reconocido por la iniciativa “Empleador del Año” entre las 80 empresas destacadas por brindar empleo formal en el país. El premio fue otorgado por el Diario 5 Días y el Instituto de Previsión Social, con el apoyo del Ministerio del Trabajo, tomando en cuenta el aporte realizado a IPS por las 1.200 personas que forman parte de la Familia Real.

El gerente General de Supermercados Real, Federico Scavenius indicó que la empresa se sintió honrada de recibir este reconocimiento y aseguró que la formalidad es el primer paso para cumplir un objetivo mucho más grande que se propuso la empresa, este objetivo es el de ser una empresa donde todos sus miembros se sientan orgullosos de trabajar, que inspire a dar lo mejor de uno mismo y que contribuya al crecimiento personal y profesional de los colaboradores y sus familias.

“Queremos generar empleos de calidad y sabemos que este objetivo implica muchos desafíos, estamos dando pasos para avanzar hacia nuestra visión de que la “Gente Real” pueda formarse, crecer y desarrollarse con nosotros, por eso estamos trabajando una política que busca desarrollar el potencial de nuestra gente, ofrecer un plan carrera, impulsar el desarrollo académico y contribuir a su calidad de vida y el de sus familias a través de los años”, enfatizó Scavenius.

CRECER CON NUESTRA GENTE.

Supermercados Real busca crecer con su gente y con este desafío este año ha avanzado en varios aspectos; trabajando por ejemplo un programa de capacitaciones permanente en diferentes niveles, buscando fortalecer las habilidades de liderazgo positivas.

“Nuestra visión es que la “Gente Real” pueda formarse, crecer y desarrollarse con nosotros, por eso estamos trabajando una política que busca desarrollar el potencial de nuestra gente, ofrecer un plan carrera, impulsar el desarrollo académico y contribuir a su calidad de vida y el de sus familias a través de los años”

1.250
Colaboradores tiene Supermercados Real.

“Por otra parte, actualizamos las compensaciones, buscamos también modelos para mejorar los horarios y turnos de algunos puestos claves, relanzamos el área de Gente Real con un enfoque de potenciar el talento humano y lanzamos nuestro programa de Responsabilidad Interna que desde este año impulsa la mejora de indicadores de calidad de vida de los colaboradores y sus familias en aspectos como educación financiera, consultorio financiero para “salir del rojo” y la tarjeta del Club de Clientes para promover el esparcimiento de la familia, entre otros que se van desarrollando durante el año”, agregó Scavenius.

Inclusión laboral y primer empleo. Real se caracteriza por brindar oportunidades de primer empleo en las comunidades donde opera. En este sentido, parte de su misión es la formación de los trabajadores que ingresan a la empresa, con la visión de que puedan adquirir un oficio, desarrollarse y hacer carrera dentro de la empresa.

En este contexto empresa cuenta también con una alianza con la Fundación Saraki para la inclusión de personas con discapacidad desde hace 9 años y a partir de este año se incorporó también la modalidad de pasantías laborales, con buenos resultados.

“Nuestro enfoque está puesto en la satisfacción al cliente, en brindar una atención y productos que sobrepasen sus expectativas y que nos elija siempre. Por eso queremos colaboradores comprometidos, con valores y que se sientan orgullosos de trabajar en Real y quieran de la misma forma dar lo mejor de sí todos los días” afirma Federico Scavenius.

Federal: avanza la construcción de la nueva fábrica y se prepara para liderar el mercado



Cereales; la unidad de alimentos del Grupo Riquelme avanza hacia una nueva etapa de desarrollo con la construcción de una planta de producción con tecnología de última generación, en una ubicación que favorece a una logística más eficiente y la posibilidad de ampliar y potenciar su línea de productos.

Las obras se encuentran avanzadas y se proyecta iniciar la producción en la nueva planta en el 2018. "Tenemos proyectado terminar las obras civiles para diciembre y las maquinarias estarían llegando en el mes de enero para montaje. El plan es que estemos produciendo desde la nueva planta en el segundo semestre del 2018", explica el Sr.

Leonardo Salomón que se incorpora como Gerente General de CEREALES desde el mes de octubre.

APUNTANDO AL LIDERAZGO.

La nueva planta incorpora tecnología de punta para la producción fideos y trae consigo la meta de conquistar el liderazgo del mercado y expandir las posibilidades de producción.

"Buscamos adaptarnos a las nuevas exigencias del mercado, tanto de packaging, como calidad del producto y volúmenes de producción. Tenemos como objetivo comercial para los próximos cinco años lograr definitivamente marcar el lide-

razgo en todas nuestras categorías", resalta el Sr. Salomón.

Si bien la inversión inicial está apuntada a la producción de fideos, la nueva planta brinda también posibilidades de expandir la producción hacia nuevos productos derivados de la harina, pudiendo ofrecer al mercado también nuevas opciones.

Innovación y tradición. La innovación y los nuevos procesos se suman para potenciar un producto lleno de tradición y sabor que acompaña a las familias paraguayas desde hace más de 50 años.

"La tradición y la mística de nuestra empresa es algo que vamos a conservar y potenciar. Incorporando nuevos sistemas de gestión que nos permitan potenciar los negocios, vamos a impulsar una gestión por resultados, apoyada en las gerencias y objetivos y metas claras. Todos tienen la capacidad de adaptarse a los nuevos esquemas de gestión sin importar la edad, la posición o a la experiencia", indica Salomón.

En el marco de los procesos de innovación, el Sr. Leonardo Salomón se suma al liderazgo de la compañía, acompañado por el asesoramiento de la Sra. Marta Riquelme, miembro del directorio del Grupo empresarial quien desarrolló vasta experiencia gerenciando la industria de Cereales, liderando con éxito durante muchos años de trayectoria profesional las industrias de fideos, harina y molinos de trigo.

Cereales da la bienvenida a su nuevo Gerente General: Leonardo Salomón

La empresa CEREALES S.A. da la bienvenida a su nuevo Gerente General Leonardo Salomón, un destacado ejecutivo paraguayo de amplia trayectoria a nivel nacional e internacional, con más de 20 años de experiencia profesional liderando empresas y unidades de negocios de diferentes rubros.

Dentro de su trayectoria empresarial se desempeñó como Gerente General de Babycottons para Argentina, Brasil, Perú y Estados Unidos, también lideró la empresa Adiser Brasil para la marca Burger King, fue gerente de Central de Ventas Multimedia del Grupo Vierci, entre otras unidades de negocios en diferentes rubros, destacándose por su gestión y resultados.



SOLIDARIDAD COMPARTIDA PERMITE AYUDAR A NIÑOS QUE LUCHAN CONTRA EL CÁNCER

Cientes de Real donaron vehículo a la Fundación Asoleu a través del redondeo



114 millones

Se juntaron gracias al aporte de los clientes y el aporte del super hasta septiembre

Con la pregunta ¿Le gustaría redondear su vuelto? nace una campaña de solidaridad compartida entre sus clientes y el Supermercado Real que permitió cumplir el sueño de la Fundación Asoleu de contar con un vehículo propio para transportar a sus tratamientos a los niños que se encuentran luchando contra el cáncer infantil.

"Estamos inmensamente agradecidos con los clientes del Supermercado Real y con la empresa que hizo posible este sueño tan anhelado para los niños

Voluntariado de las cajeras

La campaña se canaliza a través de una acción de voluntariado de las cajeras de los locales que ofrecen a cada cliente la posibilidad de sumarse con el redondeo de sus vueltos.

que son beneficiarios de la fundación. Hoy podemos decirles a todos los clientes que su donación llegó a buen puerto que se cumplió el proyecto y beneficiará a muchos niños", resaltó la Sra. Gloria Espinola, presidenta de la Fundación.

El 20 de octubre el Supermercado Real entregó, en nombre de sus clientes, un a la Fundación Asoleu un

vehículo tipo minivan 0km, con capacidad para transportar a 12 pasajeros como producto del redondeo de vueltos de clientes y el aporte del super que duplicó todas las donaciones.

Esta donación responde a la necesidad de la organización de transportar a los pacientes desde el albergue hasta los hospitales donde se realizan los tratamientos y quimioterapia. La mayoría de los beneficiarios de la Fundación son de escasos recursos, por lo cual debían movilizarse en transporte público, exponiéndolos a un riesgo importante de salud para los pacientes que cuentan con defensas bajas.

LA FUNDACIÓN ASOLEU.

La Fundación Asoleu se encuentra trabajando hace 22 años con el fin de ayudar a disminuir las necesidades de familias afectadas por la Leucemia Infantil, dedicándose a la provisión de medicamentos oncológicos necesarios para un adecuado tratamiento, además de costear tratamientos de radioterapia y un albergue para pacientes del interior.

La campaña inició el 15 de febrero de 2017, y estará vigente por un año. Hasta el mes de setiembre las donaciones sumaron un total de Gs. 144.394.363 y el importe aportado por el Super fue de igual valor, duplicando así el aporte de sus clientes.

En caso que los aportes en este periodo superen el valor del vehículo, serán utilizados para compra de medicamentos y pago de estudios de los pacientes de Asoleu.



400 compañeros ya cuentan con la tarjeta de beneficios

La encuesta de calidad de vida que realizamos a principio de año nos mostró la necesidad de fortalecer y potenciar los espacios de esparcimiento de los colaboradores del grupo, como una forma de ayudar a mejorar este indicador, en alianza con la Fundación Paraguaya, desde el mes de septiembre se puso a disposición de los compañeros el acceso a una tarjeta de beneficios "Club de Clientes".

Esta tarjeta permite acceder a beneficios como funciones de cine gratuitas, hospedaje en el hotel de Cerrito, lugares de pesca y para pasar el día, descuentos en tiendas, beneficios en atenciones odontológicas y sorteos mensuales de electrodomésticos, abonando una tarifa preferencial de G. 55 mil anual gracias al convenio realizado por la empresa con la organización

¿Cómo acceder a la tarjeta?

Podés solicitar tu tarjeta en el área de Recursos Humanos de tu empresa y se paga a través de descuento de salario, incluso con planes de cuotas. Una vez que recibís la tarjeta podés acceder a todos los beneficios simplemente reservando a los números habilitados.

BENEFICIOS PARA LA FAMILIA

La tarjeta del Club de Clientes busca acercar beneficios e incentivar espacios de esparcimiento y



diversión sana para el colaborador y toda su familia, por este motivo los beneficios abarcan a la pareja y a los hijos.

"Muchas veces los recursos son escasos y se tienen otras prioridades, entonces con la tarjeta la empresa busca incentivar a que la familia pueda tener espacios donde compartir y distenderse, sin tener que gastar mucho", señala Anahi Britez, Gerente de Responsabilidad Social del Grupo Riquelme.

La tarjeta es un beneficio y se puede optar por ella de forma voluntaria

Colaboradores del Grupo fortalecen sus finanzas con el "Consultorio Financiero"



La encuesta de calidad de vida nos mostró que detrás de frases como "cuesta llegar a fin de mes", "la plata no alcanza", se presentaban problemas de salud financiera como el sobre endeudamiento, la falta de presupuestos y administración de los ingresos familiares que afectan a un importante porcentaje de los compañeros en las diferentes empresas del Grupo.

Buscando apoyar el fortalecimiento de la gestión de las finanzas se lanzó el "Consultorio Financiero". Un servicio personalizado, donde asesores financieros atienden de forma particular cada caso y ayudan a



mejorar los hábitos de gastos, control de deuda, ahorro e inversión.

Un total de 60 colaboradores de todas las empresas del Grupo se encuentran participando desde el mes de septiembre en este programa con un taller inicial y consultas mensuales para el seguimiento de cada caso con, para lo cual fue contratado el servicio especializado de la empresa Sinergia Positiva.

El "Consultorio Financiero" forma parte del programa de Responsabilidad Social "Oñondive Ikatu" que se



lleva adelante en las empresas del Grupo desde este año.

SALUD FINANCIERA

La Salud Financiera es un concepto que promueve el buen manejo de los ingresos familiares, buscando mantener un equilibrio entre el ingreso, los gastos y el ahorro familiar. Se lo relaciona con la salud porque al igual que los problemas de salud física los problemas de salud financiera pueden afectar física, mental y emocionalmente a las personas, incluso su concentración y rendimiento laboral.



Supermercado Real impulsa el liderazgo positivo con la capacitación de 100 líderes

Con el objetivo de impulsar el liderazgo positivo de los líderes de la familia Real y fortalecer su capacidad de influir en la transformación de su entorno, la empresa lanzó un programa de formación en liderazgo que capacita a 100 líderes influyentes de diferentes áreas.

“Desarrollamos una capacitación sobre Liderazgo Transformador y Transmisión de Estrategia Corporativa. Buscamos con esto empoderar a nuestros líderes, generando en ellos una influencia positiva

que pueda ser transmitida a otros para transformar su entorno con la integración de principios y valores”, explicó Patricia Ortega, Gerente de RRHH de Supermercados Real.

LÍDERES QUE SEAN EJEMPLO.

Supermercados Real apuesta a sus integrantes como un pilar fundamental de su crecimiento y sus líderes deben ser quienes guíen e impulsen a sus equipos, con su ejemplo de honestidad y trabajo eficiente, buscando siempre la mejora continua y la excelencia.

Patricia Ortega señala que en la empresa se buscan líderes con valores que sean el ejemplo para su equipo, “buscamos Líderes de Transformación, que puedan mejorar su entorno y desarrollar a las personas que tienen a su alrededor, que sean ejemplo y puedan dejar una huella en sus lugares de trabajo y en la sociedad”, resaltó.

Así mismo, se compartió con los líderes los pilares de la estrategia de la compañía, empezando por tener a nuestros clientes como prioridad enfocándonos siempre en satisfacer sus necesidades.

El programa de formación de líderes continuará con varias capacitaciones enfocadas a la excelencia operativa y al desarrollo de habilidades gerenciales principalmente. Supermercados Real considera que las capacitaciones son clave para que nuestro equipo sea cada vez mejor en todo sentido.

“Conversando con el gerente” en el Super Real

La unidad de supermercados lanzó un innovador programa denominado “Conversando con el gerente” buscando crear espacios de participación y difusión de la estrategia en todos los niveles de la empresa.

Se trata de reuniones grupales de las áreas operativas con el Gerente General de la empresa, a modo

de compartir las nuevas acciones, las oportunidades de mejora y que todos estén en sintonía con la estrategia.

“El objetivo de esta actividad es estar más cerca de la gente, que la gente se sienta parte y dueña de nuestra compañía y mantenerles conectados con la estrategia a través de la comunicación de nuevas

acciones, oportunidades de mejora, entre otros”, explicó Patricia Ortega, gerente de Recursos Humanos.

La actividad se inició en el mes de julio en los 7 locales del súper con buena aceptación y se replicará cada cuatro meses, fortaleciendo la comunicación con los equipos, “Queremos que cada uno se sienta parte de la Familia Real y promotor de las acciones de mejora. Notamos que nuestros colaboradores están más comprometidos y queremos que estén en conocimiento de lo que estamos haciendo y lo que vamos a hacer en un futuro”, resaltó Patricia Ortega.

EMCESA vuelve a innovar con jugos Kampito Punch

Con el objetivo de introducir siempre al mercado nuevas y diferentes propuestas para los consumidores y clientes, Embotelladora Central S.A. (EMCESA) lanza al mercado una nueva marca que se suma a la gran gama de productos de la empresa; jugos **Kampito Punch**, una bebida con sabor a frutas, fortificada con vitamina C y sin azúcar.

Francisco Palau, gerente de marketing masivo señala que Kampito está disponible en los puntos de venta más importantes a nivel país desde el pasado 4 de octubre en sus tamaños de 500ml y 2 litros, en 3 irresistibles sabores: **Citrus Punch** (mandarina, naranja y limón) **Frutal Punch** (frutilla, piña y naranja) y **Tropical Punch** (mburucuyá, mango y naranja).

“Con Kampito apuntamos a acompañar principalmente a jóvenes de entre 15 a 25 años con un estilo de vida intenso, que practican deportes o realizan actividades al aire libre y comparten buenos momentos con sus amigos. Al mismo tiempo con su presentación de 2 litros quere-

mos convertirnos en una opción de bebida diferente para el consumo familiar”, indica Palau.

SABOR, PRECIO Y CONVENIENCIA

Como principales características se resaltan su sabor, un precio muy conveniente y el hecho de ser un producto sin azúcar y fortificado con vitamina C.

Palau explica que Emcesa incursiona en este nuevo producto considerando que el mercado de bebidas sin alcohol tuvo un importante crecimiento en los últimos años, además el estilo de vida sana también cada vez más practicado motiva a los consumidores a buscar opciones diferentes a la hora de refrescarse.

Entendiendo esto, EMCESA apuesta por competir en un segmento de mercado nuevo para la empresa, convencidos de que podemos satisfacer esa necesidad de mercado con un producto de calidad y sabor a un precio sumamente conveniente.



Se lanza Munich Royal lata con gran aceptación del mercado

Munich Royal alcanzó records históricos de producción y venta en los últimos meses y ahora sorprende al mercado con el lanzamiento de Munich Royal lata, un nuevo calibre que le permite a los consumidores una opción más para disfrutar su cerveza.

“Acompañar este crecimiento con el lanzamiento de un nuevo calibre nos permite competir con más armas en un mercado muy dinámico y peleado. La lata Munich Royal además permite dar a la marca un aire de modernidad y actualidad con un diseño realmente diferenciador para el mercado paraguayo de cervezas”, explicó Francisco Palau, gerente de marketing masivo.

GRAN ACEPTACIÓN.

Munich Royal en su versión lata 350cc está disponible en los principales puntos de venta a nivel país desde la primera semana de octubre, luego de haber estado presente en el Autódromo Rubén Dumot y en el Transchaco Rally a modo de lanzamiento exclusivo. Munich Royal lata se estrena en el mercado con gran aceptación y más de 50.000 latas vendidas en su primer mes.

Actualmente Munich Royal (botellita) representa el 40% de las ventas totales de cervezas de la Compañía Cervecería Asunción, mientras que el año pasado ese número era de solo 27%.

Reserva Morombi; un legado del Grupo Riquelme a las generaciones futuras

El Grupo Riquelme conserva desde hace más de 50 años uno de los últimos remanentes boscosos del Bosque Atlántico del Alto Paraná, preservando más de 24.000 hectáreas de bosques nativos en la Reserva Natural Morombi. Esta acción de conservación nace desde el amor por la naturaleza que tenía el fundador del grupo, Don Blas N. Riquelme quien al adquirir las tierras para explotación agroganadera, decidió voluntariamente conservar los bosques que hoy forman la reserva y que son también hogar de cientos de especies de flora y fauna y del emblemático yaguareté.

A pedido del grupo este territorio fue declarado como Reserva Natural por Decreto del Poder Ejecutivo en el año 2001, consolidando la misión de conservación de los bosques nativos.

UN SANTUARIO PARA LA NATURALEZA.

En la reserva se registran cerca de 300 especies de aves, gran diversidad de mamíferos y más de 60 especies de fauna y flora amenazadas a nivel nacional y global.

Dentro de la reserva se encuentran por ejemplo bosques de helechos arborescentes, los cuales actualmente son de gran importancia ecológica ya que se les considera como indicadores biológicos de lugares poco o nada perturbados por la acción del hombre.

Cuenta además con una gran riqueza hídrica, con innumerables nacientes de agua, cascadas y saltos, redes subterráneas de agua que desde la reserva alimentan al río Jejuí Guazú al norte y al río Acaray al sur.

HOGAR DEL YAGUARETÉ.

La Reserva Morombi es hogar del Yaguareté y, junto con otras reservas como Yvera y del Bosque Mbaracayú, forman un valioso corredor biológico, esencial para su supervivencia.

La Reserva Morombi forma parte de la "Alianza Yaguareté", la cual realiza acciones para la preservación de esta especie, como monitoreo a través de cámara.

Es un hábitat rico en biodiversidad que alberga innumerables especies y plantas únicas en el mundo, muchas de ellas en peligro de extinción, incluyendo emblemático yaguareté (*panthera onca*)



Ing. José Benitez Encargado de la Reserva

Ser parte del equipo que conserva es algo maravilloso, estamos siendo parte de la conservación de una de las reservas naturales más importantes del país y cuidado uno de los últimos bosques nativos. Es importante que todos tomemos conciencia de la importancia del cuidado del medio ambiente y la conservación, porque de esto depende el futuro de nuestras especies, la calidad del agua que consumimos y el aire que respiramos, sobre todo el planeta que heredamos a nuestros hijos.

24.000

Hectáreas de bosques naturales, humedales y campos abiertos arbolados protege la reserva



MOROMBI
RESERVA NATURAL



En la reserva se registran cerca de 300 especies de aves, gran diversidad de mamíferos y más de 60 especies de fauna y flora amenazadas a nivel nacional y global.

mitigar las amenazas constantes de deforestación y caza furtiva. Además se realizan permanentes controles de calidad del agua y el suelo, buscando mantener el equilibrio de las actividades agrícolas y ganaderas de la zona y la preservación de los recursos

Por otra parte, se promueve la investigación científica en colaboración con especialistas e instituciones y se realiza un monitoreo de las especies de fauna de la reserva a través de cámaras trampa.

ras trampa, patrullajes para combatir la caza furtiva, apoyo a investigaciones y preservación de su hábitat.

TRABAJO DE CONSERVACIÓN.

Morombí forma parte de la Red de Conservación de Tierras Privadas de Paraguay y el Grupo Riquelme desarrolla proyectos y acciones para la conservación de la Reserva, sin fines de lucro. En este marco se realiza control y protección de la reserva a través de patrullajes y trabajo de guardabosques que buscan

Para visitar la reserva pueden contactar con el área de Responsabilidad Social anahi.britez@gruporiquelme.com 0985 726 477





AMENAZAS PARA LA RESERVA.

Entre los mayores desafíos para la conservación de la reserva se encuentran las constantes invasiones con el objetivo de deforestar para venta de rollos,



carbón e incluso para plantaciones ilegales y la caza furtiva de especies en peligro de extinción.

De forma preventiva la reserva cuenta con un encargado y guardias que realizan patrullajes de control y se realizan constantemente denuncias a las instituciones del Estado encargadas de realizar los procedimientos de desalojo y control de actividades ilícitas. Sin embargo, muchas veces la demora en la respuesta pone en peligro de extinción a la reserva que es uno de los últimos remanentes boscosos del Bosque Atlántico del Alto Paraná y a las especies que habitan en ella. En este año se ha producido al menos tres desalojos, donde las autoridades pudieron constatar la tala ilegal de añosos árboles, la caza de



animales en peligro de extinción e incluso plantaciones ilegales. Cientos de hectáreas de bosques se pierden en este contexto, causando un daño incalculable al medio ambiente.

COMUNICACIÓN Y CONCIENCIACIÓN.

Para generar conciencia sobre la importancia de los bosques y su conservación la reserva también realiza un trabajo de concientización y comunicación en alianza con instituciones, ONGs, comunidades de la zona y a través de las redes sociales.

Las personas pueden acceder a información actualizada a través de Facebook, twitter e Instagram @ReservaNaturalMorombi y en la página web www.morombi.com.py.

A través del esfuerzo que realiza el Grupo Riquelme para la conservación de la Reserva Morombi está logrando dejar un legado de incalculable valor ambiental para el país y las generaciones futuras.

300.000 árboles plantados

La reserva mantiene un programa de reforestación permanente que en los últimos años permitió la plantación de más 300 mil árboles con fondos propios de la reserva, muchos de los cuales sirven también como barrera ambiental entre las plantaciones agrícolas y los humedales, que son también ecosistemas con gran biodiversidad. La reserva realiza el ciclo completo de la reforestación, cuenta con su propio vivero donde produce los plantines para las reforestaciones, muchos de ellos a partir de las propias semillas del bosque. En una segunda etapa realiza la preparación de suelo, la plantación, control de plagas y raleo hasta los 1,5 años, asegurando así el correcto desarrollo de los árboles.

Esta acción tiene además un impacto social importante, brindando oportunidades de empleo a las comunidades de la zona que realizan los trabajos tanto de preparación, como de plantación y mantenimiento.



EN LA FÁBRICA, CON EL IRRESISTIBLE AROMA DE LA COCCIÓN DE LA CERVEZA Y PRIVILEGIADA VISTA AL RÍO

Compañía Cervecera Asunción reinaugura su emblemático bar



En la punta del silo de malta, a casi 40 metros de altura, con una vista privilegiada del río Paraguay y la ciudad de Asunción, el Piso 12 ofrece un espacio cuyo ambiente pretende transmitir la esencia y la historia de la Compañía Cervecera Asunción. Entre el humo de las calderas y el irresistible aroma del proceso de cocción de la cerveza, en este espacio se llevan a cabo reuniones de diversos tipos vinculadas al negocio de la cerveza y al Grupo Riquelme en general.

Francisco Palau, gerente de marketing masivo de la cervecera nos explica que el Piso 12 fue un lugar de

“El simple hecho de estar ubicado en una fábrica de cerveza de casi 40 años de historia, hace que el Piso 12 sea un lugar único en el país”

encuentros y reuniones de negocios ya en la década de los 80, luego de haber estado en desuso por varios años y tras su acondicionamiento el mismo se encuentra nuevamente operativo desde el mes de Junio de este año para acercar a clientes y otros públicos de interés la historia de la empresa y la esencia de nuestra cerveza.

UN BAR ÚNICO

El simple hecho de estar ubicado en una fábrica de cerveza de casi 40 años de historia, hace que el Piso 12 sea un lugar único en el país, a eso sumamos una decoración netamente cervecera y las comodidades que ofrece podemos hablar de un lugar realmente especial.

“Cuenta con una capacidad para 45 personas cómodamente sentadas, sofás tipo camarote, sistema de luces y sonido de última generación, 3 pantallas led de 32 pulgadas, servicio de tv por cable, internet y pantalla gigante con proyector. Su infraestructura se completa con una barra, dos torres de chopp y heladeras tipo frigobar”, destaca Palau.

El objetivo de contar con un espacio propio con estas características permite a la compañía establecer vínculos más estrechos con referentes de nuestro medio y con socios estratégicos para nuestros negocios. Poder compartir con ellos en un ambiente distendido, disfrutando al mismo tiempo de nuestros productos, es sumamente importante para desarrollar nuestras relaciones como grupo empresarial, transmitiendo la esencia de la compañía.

Polar renueva su imagen y se consolida para seguir conquistando mercado

La cerveza Polar ha logrado consolidarse y conquistar un gran espacio en la preferencia del consumidor paraguayo. Un consumidor que constantemente evoluciona, se actualiza y renueva sus exigencias siendo hoy una persona más moderna, activa, pero siempre con una actitud pujante y positiva y Polar presenta una nueva imagen de marca acorde a la personalidad actual de este consumidor.

“Este cambio se da únicamente en su imagen ya que la calidad, frescura y suavidad del producto se mantienen gracias a sistemas de producción altamente informatizados y de última generación que garantizan un perfecto cocimiento, fermentación, maduración, filtración y envasado”, explica Francisco Palau, Gerente de Marketing Masivo de la Compañía Cervecería Asunción.



SE DISFRUTA IGUAL.

Este cambio se da únicamente en su imagen, ya que la calidad, frescura y suavidad del producto se mantienen gracias a sistemas de producción altamente informatizados y de última generación que garantizan un perfecto cocimiento, fermentación, maduración, filtración y envasado.

“Nuestros clientes merecen una cerveza con la misma calidad todos los días. En Cervecería Asunción trabajamos todos los días con mucha pasión para mantener inalterables los estándares de calidad que hacen de Polar una gran cerveza”, señala Palau.

¡Se la ve mejor, se disfruta igual! Misma Suavidad, misma refrescancia. Polar, lo mejor del día!

Se renueva el Centro de Distribución de Itapúa y se potencia su crecimiento

El 2017 fue un año significativo para el Centro de Distribución Itapúa (CDI) que renovó su infraestructura y se destaca por un importante crecimiento de ventas en todas las líneas de productos.

El potencial del equipo de Itapúa brilló en los resultados de este año, logrando un crecimiento acumulado de ventas del 79% en cervezas y 42% en agua, frente a los resultados del 2016. Mostrando la fuerza y dedicación del equipo y posicionando los productos en el mercado del sur del país.

RENOVACIÓN QUE IMPULSA.

La renovación de infraestructura busca brindar mayor comodidad y herramientas al equipo para alcanzar las metas en esta zona de gran potencial, “Las mejoras contribuyeron a renovar las expectativas de los compañeros, cambiando y mejorando también la percepción de los mismos hacia la

79%

Creció la venta de cervezas a septiembre frente al 2016

empresa”, resalta Oscar Martínez, Gerente del CDI. La mejora integral incluyó pisos, pintura y acondicionadores de aire, adecuaron los baños, nuevos mobiliarios y se adaptaron las oficinas y del sistema de red.

En la actualidad, la empresa se encuentra bien posicionada en la zona y con un importante crecimiento en los últimos dos años. Entre los resultados Martínez destaca unas 17 nuevas torres de Chopp instaladas, y más de 5.700Lts. de producto comercializados durante el mes de setiembre.



Campos Morombi produce alimentos que se exportan al mundo

Campos Morombi, la unidad de agro ganadera del Grupo Riquelme, desde sus establecimientos provee a los frigoríficos animales de alta genética que son exportados a algunos de los mercados más exigentes del mundo como países de la Unión Europea, Chile, países de Asia, entre otros.

“Los novillos que entregamos a faena para exportación son producidos exclusivamente sobre pastura y agua, no utilizamos anabólicos ni modificadores orgánicos que alteren su desarrollo de crecimiento, tampoco suplementaciones para engorde como balanceados o granos, lo que se considera a nivel mundial como carne orgánica o carne verde”

Actualmente la empresa cuenta con cuatro estancias habilitadas para proveer carne de exportación; la estancia Golondrina en la región oriental y las estancias Licy Stella, Elvira y San Marcos desde el Chaco.

“En el 2016 entregamos 2.889 novillos para exportación, esto representa 1,3 millones de kilos en peso vivo y 719 mil kilos en carne, arrojando un rendimiento promedio de 55%, un porcentaje óptimo en cuanto a rendimiento en la relación kilo de carne vs peso vivo”, explica Alfredo Rodríguez, gerente administrativo de Campos Morombi.

Rodríguez señala que este todo el equipo se encuentra trabajando para alcanzar este año un crecimiento del 30% frente al 2016.

TECNOLOGÍA Y ALTA GENÉTICA.

El Dr. Martín Vargas, gerente técnico, resalta que la empresa se encuentra siempre innovando en la producción de terneros de alta genética evolucionando desde las prácticas tradicionales, a las técnicas de inseminación artificial y actualmente con la técnica de trasplante de embrión, producidos in vitro una de las técnicas más innovadoras en tecnología de reproducción.

Varios de los establecimientos cuentan además con un sistema de trazabilidad que es un sistema de información auditable, que permite otorgar garantías satisfactorias a la certificación de exportación a mercados que exijan trazabilidad del ganado, mediante la identificación individual y el registro de las residencias y actividades sanitarias/nutricionales de un animal, explica Vargas. Finalmente



Rodríguez destaca que desde Campos Morombi se sienten orgullosos de aportar alimentos al mundo, exportando carne de calidad y cumpliendo todos los requisitos internacionales en cuanto al bienestar animal.

CCA y EMCESA buscar dar un salto de eficiencia con los proyectos Road Net y Truck

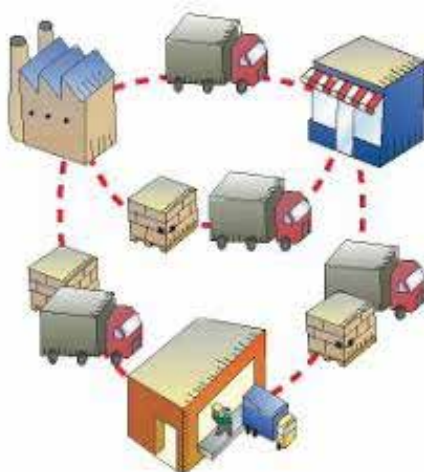
La Unidad de Bebidas del Grupo Riquelme busca dar un salto de eficiencia fortaleciendo procesos de áreas claves a través de dos proyectos; Truck enfocado a sistema transaccional y Road Net orientado a las buenas prácticas de logística.

“En el primer proyecto desarrollamos el cambio del sistema transaccional anterior por uno nuevo llamado “Truck”, que nos ayudará optimizar la gestión en varias áreas de la empresa.

El segundo proyecto es un proceso de optimización de la logística de distribución que incluye soluciones a nivel de software de clase mundial, Road Net y Green Mile, que recogen las mejores prácticas del mercado”, explica José Fleitas de la unidad de bebidas.

EL SISTEMA TRUCK.

Fleitas indica que el sistema incluye varios módulos que consolidan todos los procesos del negocio desde la toma de pedidos, hasta el cierre en cajas, pasando por la administración de políticas de precios, gestión



de créditos y cobranzas, administración de stock, programación y asignación de repartos, entre otros.

“Con la implementación se espera contar con nuevas herramientas que permitan, automatizar la administración stock, trazabilidad de la gestión del vendedor y optimizar la gestión y el control de las cuentas corrientes”, resalta.

ROAD NET.

En el área de distribución se incorporarán tres módulos que abarcan todo el proceso, logrando que las empresas obtengan un control total de su operación logística, desde la planificación de los repartos hasta el seguimiento en tiempo real de la ejecución de las entregas.

Las soluciones que se incluyen son optimización de rutas (Roadnet), armado de la carga (FleetLoader) y control de desempeño de los repartidores (GreenMile).

“Con Road Net y Green Mile esperamos reducir drásticamente en los tiempos actuales dedicados al armado de rutas, reducir el índice de rechazos por entregar en horario y dimensionar la carga de rutas en forma correcta, reducción de costos del transporte y una reducción asociada muy importante en emisiones de CO2”, explica Fleitas.

Ambos proyectos deben aumentar la eficiencia operacional mejorando el nivel de servicio a nuestros clientes.

EMECSA inaugura Centros de Distribución en Ciudad del Este y Santa Rita con buenos resultados



En julio de este año se abrieron las puertas de los nuevos Centros de Distribución de EMCESA en Ciudad del Este y Santa Rita con el objetivo de mejorar la atención y el servicio a los clientes de la zona, llegando a más canales de ventas, y

asegurando una mayor y mejor cobertura de los productos.

La estrategia y el trabajo del equipo de Alto Paraná ha iniciado con muy buenos resultados, logrando un crecimiento del 52% en ventas en su primer mes de actividad. “Estamos llenando todas las expectativas que habíamos tenido inicialmente. Ingresamos al mercado con mucho optimismo y con ganas de posicionar a las marcas en lo más alto posible de cada categoría” señala Victor Ortigoza, Gerente de ambos Centros.

BUEN POTENCIAL.

Ortigoza considera que ambas zonas ofrecerán grandes oportunidades de crecimiento de las distintas marcas, ya que se trata de uno de los segmentos de mercado con mayor proyección, “Hoy

52%

Fue el crecimiento de ventas en el primer trimestre de operación de los Centros de Distribución

los productos ya están compitiendo de cerca con otras marcas en las distintas categorías, buscando asegurar el éxito con la total colaboración de cada miembro del equipo”, enfatiza Victor Ortigoza. Actualmente, ambas oficinas cuentan con un total de 41 colaboradores de forma directa, de los cuales 31 se encuentran en Ciudad del Este y 10 en Santa Rita.

Real apuesta a la inclusión laboral desde hace 7 años

Supermercados Real apuesta a la inclusión laboral de personas con discapacidad desde hace más de 7 años, cuando en alianza con la Fundación Saraki incorporó a los primeros colaboradores en el marco de este programa. Hoy, estos

compañeros están a unos meses de cumplir 8 años de antigüedad, demostrando que la inclusión puede ser una estrategia exitosa para las empresas, en esta edición conocemos un poco más sobre ellos.

Luis García, tiene 35 años y trabaja en el patio de comidas del Real Villa Morra desde el año 1999. Sus jefes lo destacan como uno de los empleados más responsables y con buen desempeño en su puesto.

“Vine a trabajar acá por Saraki, sinceramente me gusta mucho mi trabajo porque me cuesta leer y escribir y acá yo sí puedo trabajar. Mi trabajo es recoger los cubiertos que usan los clientes, lavar y también me preocupa que nuestra heladera esté bien cargada, sobre todo para el fin de semana cuando hay partido, y si falta ya le aviso a mi jefe”, explica Luis.

Nos cuenta con alegría que su familia se siente orgullosa de él porque trabaja, que se lleva bien con sus compañeros y que siempre busca cumplir con su trabajo, “Sinceramente en mi familia están orgullosos de mí, porque ellos llevaron conmigo mi curriculum en la Fundación Saraki y yo estoy trabajando acá.

Lo único que yo no quiero es fallarle a Real porque hace siete años ya estoy acá trabajando. Por eso no quiero pedir mucho permiso, ni faltar y gracias a Dios súper genial me llevo con mis compañeros”, asegura.

Antes de venir a Real, Luis nos cuenta que busca trabajo mucho tiempo por eso una de las cosas que valora de la empresa es que den oportunidad a las personas con discapacidad,

“Me gusta que contraten más personas con discapacidad porque se necesitamos oportunidades, los nuevos pueden venir aca conmigo a aprender y yo le voy a enseñar cómo hacer el trabajo, como desarrollamos con la gente” enfatiza Luis.

Nuestro compañero es también un deportista sobresaliente de Olimpiadas Especiales y este año obtuvo el segundo lugar en tenis, compitiendo en el torneo panamericano donde representó a Paraguay.

Pasantías laborales inclusivas

Este año Supermercados Real llevó adelante un programa de pasantías laborales con la Fundación Saraki, con jóvenes egresados de cursos que llevan en conjunto con el SNPP. A través de este proceso fueron incluidas laboralmente 5 personas con discapacidad a diferentes locales, conoce más sobre este programa en la próxima edición.



Ivan Ramírez, trabaja con alegría en Real San Vicente



Ivan, también se incorporó a Real de la mano de la Fundación Saraki, fue su primer empleo y desde entonces está trabajando en el área de empaque y recepción de bolsos. Nos cuenta que le gusta mucho compartir con sus compañeros y hacer su trabajo para crecer y también ayudar a su familia.

“Yo hago todos estos sobres de papel para los regalos y si la gente trae su bolso yo guardo y le doy un numerito. Me gusta mi trabajo”, nos cuenta Ivan desde su puesto de trabajo.

Una de las cosas que más disfruta es el contacto con la gente, con sus compañeros y los clientes y seña-

la que aprendió muchas cosas en el súper y sigue aprendiendo.

“Todos los días vengo a las 7:30 a trabajar esa es mi hora exacta de entrada y siempre vengo a esa hora. Me llevo bien con mis compañeras y yo aprendí muchas cosas acá, a pasar número a los clientes a hablar con la gente cuando esta apurada y que siempre hay que tratar bien a los clientes”, explica.

Ivan en su tiempo libre también practica lanzamiento de bocha en Olimpiadas Especiales y ayuda a su familia.

CONOCIENDO A NUESTRA GENTE



Don Caniza: 40 años creciendo con CCA

Hace 40 años Pastor Ramón Caniza Osorio, todavía trabajando en otra empresa, realizaba las instalaciones de las maquinarias que dieron vida a la Compañía Cervecería Asunción y un año después, respondiendo a la invitación del fundador Don Blás, pasaba a formar parte del plantel de colaboradores de la empresa.

Hoy con 39 años de antigüedad en la empresa, Don Caniza dice que sigue sintiendo como si fuesen dos meses o tres meses de antigüedad, siempre con predisposición y ganas de aportar soluciones, es un referente de la empresa para sus compañeros y por sus conocimientos y actitud.

¿Cómo empezaste a trabajar en la empresa y cómo fueron tus primeros años?

Yo empecé a trabajar en el predio incluso antes de que fuera Cervecería. En ese entonces, en el año 1977, yo trabajaba en la empresa que hizo el montaje de las máquinas y al final de la obra el Sr. Blas Riquelme me ofreció pasar a trabajar en su empresa y yo acepté. Desde aquel tiempo hasta hoy estoy en la empresa, gracias a la confianza que depositó la familia en mi trabajo.

Fuiste parte del nacimiento de la empresa y la viste crecer con los años ¿Qué sentiste al ser parte de este proceso?

Cuando vimos producir por primera vez fue muy emocionante, cuando empezó a salir la cerveza, las primeras botellas, ahí supe para que fue todo el montaje que habíamos hecho y que valía la pena. Ver como creció la empresa es una cosa maravillosa,

“Ya son 40 años que vengo trabajando acá, y sigo sintiendo como si fuesen dos meses o tres meses de antigüedad, todavía siento esa energía de venir a trabajar y aportar soluciones a los problemas”

yo tuve la oportunidad de ver nacer a Imperial, verle brillar bien arriba como estaba y hoy estoy viendo que están brillando nuestros productos de vuelta.

En la calle la gente le quiere mucho nuestros productos y a uno eso le hace sentir bien. Uno se siente inflado, porque se habla de la Cervecería Asunción y uno cuenta que es de ahí y todo lo que tiene, sus experiencias, los beneficios y uno se siente orgulloso.

¿Cómo fue tu crecimiento personal y profesional?

Yo estudié Electricidad Industrial en Buenos Aires y empecé trabajando como electromecánico. Desde que comencé en la empresa me dieron la oportunidad de aprender sobre electrónica y electroneumática y hasta ahora sigo aprendiendo con los compa-

ñeros más nuevos.

Tengo una esposa muy trabajadora, una hija y tres nietos. Gracias a mi trabajo en la empresa pude comprar un terreno y fabriqué mi casa con un préstamo de la empresa en aquel momento. También mi hija pudo estudiar y terminar la facultad.

Gracias a mi esfuerzo y las oportunidades que me dieron y me siguen dando, mi familia y yo crecimos también.

¿Qué aprendizajes podés destacar de tus años de trabajo en la empresa?

Como yo le digo a muchos compañeros jóvenes, que si tienen la oportunidad de ir mejorando profesionalmente, la empresa le va a dar esa oportunidad. Pero tienen que tener dedicación, respeto hacia su trabajo y fidelidad hacia la empresa. Yo me dediqué mucho para poder crecer.

¿Cómo te sentís hoy trabajando en la empresa?

Ya son 40 años que vengo trabajando acá y sigo sintiendo como si fuesen dos o tres meses de antigüedad, todavía siento esa energía de venir en horario, trabajar, aportar soluciones a los problemas de una máquina, como siempre hice hasta ahora y así fue como logré ganarme la confianza de la empresa.

Lo que me gustaría decir también para aprovechar la entrevista es que gracias a la empresa tengo todo lo que tengo: mi casa y mi familia. Yo quisiera meter todo eso en una sola dos palabras: Muchas gracias! por todos esos años que a mí me dieron la oportunidad de trabajar con ellos y seguir trabajando hasta hoy, eso a mí me emociona.



Don Monzón: 36 años con la camiseta de la empresa puesta



Don Monzón recorre la fábrica con la alegría y el buen ánimo que le caracteriza, resolviendo problemas, regalando enseñanzas a los más jóvenes y dando lo mejor de sí todos los días a la empresa de la cual como el mismo dice "tiene la camiseta puesta" hace 36 años.

En este espacio vamos a conocer un poco más al compañero Félix Alfredo Monzón García, asesor de producción, uno de los colaboradores más antiguos de EMCESA y un ejemplo de dedicación.

¿Cómo fueron tus primeros años en la empresa?

Estoy hace 36 años, comencé con la empresa antes de que fuera adquirida por la familia Riquelme y con el Grupo Riquelme desde 1987. En este año con Don Blás hicimos Arci Cola con botellas de vidrio y Samba que se hacía con botellas de cerveza.

Después, en el año 2001 se creó Niko y se le puso ese nombre porque es el segundo nombre de Don Blás (Nicolás). Yo trabajaba muy de cerca con él porque yo era el jefe de producción en aquel momento.

Fuiste parte del nacimiento de la empresa, las marcas y su crecimiento ¿Qué sentís hoy al ver los frutos de esos años?

Recuerdo que salió Niko al mercado y la venta fue mayor de lo que nosotros producíamos. Tuvimos mucho crecimiento realmente y uno siente una satisfacción, una alegría, una emoción inmensa. Cuando me voy a comprar mercaderías para mi almacén al mercado y veo que Niko se va en carretillas, camiones y a todos los negocios... A mí me da una satisfacción y una alegría enorme, el saber que nosotros somos parte de eso, que nosotros logramos esto haciendo

A los jóvenes que hoy se están incorporando a la empresa yo les quiero dar el mensaje de que tengan confianza en sí mismos y que tengan su proyección hacia la empresa

bien nuestro trabajo.

¿Cómo acompañó tu familia tus años de carrera profesional?

Yo crecí también con la empresa, tanto como profesional como económicamente. Gracias a mi trabajo y a que tengo la oportunidad de seguir trabajando, mis hijos estudiaron y se recibieron, uno de ellos ya tiene una pequeña empresa. Mi hija menor tiene ahora 28 años y es ingeniera comercial, eso le dio un espacio para que ella hoy pueda trabajar en un buen puesto en una cooperativa.

Tengo 3 hijos dos casados y una soltera y mi esposa que me acompaña siempre, somos una familia muy unida.

¿Qué rescatas de tu experiencia en la empresa y tus años de trabajo?

En todos estos años la familia Riquelme me trató como una familia y eso vale más incluso que el dinero que uno pueda recibir.

A los jóvenes que hoy se incorporan yo les quiero dar el mensaje de que tengan confianza en sí mismos y que tengan su proyección hacia la empresa y todos

los días cuando lleguen a su casa por lo menos una hora antes de dormir piense que hoy hizo mal o en qué puede mejorar.

Vos siempre podés crecer mirando tu proyección y visión, ahora si vos mismo no tenés proyección y visión, no hay progreso para nadie. Y a la vez hay que querer a la empresa donde uno trabaja, yo quiero mucho a la empresa y tengo la camiseta puesta.

¿Cómo te sentís hoy trabajando después de 36 años?

Pasé buenas y malas y una de las buenas es que sigo trabajando en una empresa que me da espacio para seguir incluso con la edad que tengo. Yo soy jubilado, pero todavía tengo fuerza y tengo mucho para dar a la gente.

Hoy me siento orgulloso de todos los logros de la empresa y por eso sigo trabajando, formando a mucha gente. Vino gente nueva que vio la posibilidad de producir lo que actualmente pide el mercado y yo estoy involucrado con ellos. Para mí es un orgullo estar siempre en esta empresa.

Hasta hoy cuando llego todos los personales me saludan, me abrazan y me dicen con cariño "Hola Don Monzón ¿Cómo estás?, ¿Qué tal jefe?, Hola papá, y esa es una satisfacción que tengo; el respeto y el cariño que yo gané en esta empresa.





Don Morales: 50 años y cuatro generaciones trabajando en CEREALES

Alberto Morales, cumple 51 años trabajando en la empresa en el mes de diciembre y nos cuenta como su historia vida, desde su infancia, estuvo ligada a la empresa. Su mamá inició la relación con Cereales cuando él aún era un niño, cuando creció empezó a trabajar en la planta y hoy su nieto Ángel es la cuarta generación de la familia que es parte de CEREALES. Don Morales con una actitud jovial, habla de su trabajo con entusiasmo y cuenta como ha sido su paso por la empresa, los valores que sostienen su trayectoria y su familia y como aún tiene ganas de trabajar todos los días y seguir aportando a la empresa que lo vio crecer y con la que él y su familia crecieron.

¿Cómo comenzaste a trabajar en la empresa y que recuerdos tenés de primeros años en CEREALES?

Nosotros éramos vecinos del barrio y mi mamá proveía comida para los empleados de la empresa, veníamos desde chicos con mis hermanos a trabajar con ella y cuando cumplí 17 años Don Blás me propuso quedarme a trabajar en la fábrica.



Cuando empecé la fábrica era chica y en ese entonces se llamaba "Imperial", había una fábrica de galletitas y de fideos, la Sra. Licy era la cajera y Don Blas en ese entonces dirigía todo. La Sra. Marta era una niña y estaba siempre en la fábrica, prácticamente creció acá.

Don Blás siempre hablaba mucho con nosotros, él era muy exigente y gracias a eso la fábrica siempre estaba brillante, él sabía trabajar y nos enseñaba también a nosotros cómo teníamos que hacer las cosas y cumplía con nosotros.

¿Cómo viviste el crecimiento de la empresa?

Nosotros éramos fanáticos de Federal, muchos de los que trabajábamos acá éramos del barrio y vimos como constantemente progresaba la empresa y daba gusto ver eso.

Cuando inició había una fábrica de galletitas, luego la fábrica de fideos fue creciendo y fue la principal, después Don Blás compró otras empresas y así fuimos creciendo y seguimos creciendo.

Increíble era ver como crecía la empresa, al principio más bien se vendía por el interior, los mismos proveedores de la materia prima dejaban su carga y ya llevaban producto hacia el interior como pago. Después ya con las nuevas maquinarias empezamos a vender a la Capital.

Las primeras bolsas eran de papel y se cerraban con alambre, hoy todo es automático y nosotros seguimos trabajando acá.

Más adelante trabajamos con Doña Marta como gerente y también trabajamos muy bien con ella, siempre nos habla, nos pregunta y escucha y así solucionamos los problemas de la fábrica.

¿Cómo vivió y creció tu familia a través de los años que estuviste en la empresa?

Toda mi familia trabajó en Federal, es parte de nuestra familia. Empezamos mi hermano y yo, luego mi esposa, mi hija y hoy mi nieto, tres generaciones de mi familia hoy están en la empresa. Nosotros crecimos gracias a nuestro trabajo acá, gracias a eso pude hacerle estudiar a todos mis hijos y mi nieto.

¿Cómo te sentís trabajando para la empresa a punto de cumplir 51 años de antigüedad?

Yo ya me jubilé y me volvieron a contratar, Doña Marta me dijo que todavía tenía mucho que dar acá y yo estoy contento. En mi casa siempre me dicen que demasiado me gusta mi trabajo, acá estoy en completa actividad todavía, no sé qué va a pasar de mi cuando no venga más acá (comenta entre risas).

¿Cuáles son los aprendizajes o experiencias que rescatas de estos años en la empresa?

Que la honestidad es muy importante, yo agradezco demasiado porque nos dieron oportunidad a todos; a mí, a mi mamá, a mi familia, a todos! y siento que nunca defraudé la confianza que me dieron.

Es importante quererle al trabajo donde uno está. Uno puede hacer un poco más de lo que corresponde, colaborar para que todo salga bien, respetar su trabajo y al compañero y con honestidad. Por eso te valoran los jefes y tu familia se siente orgullosa.

En diciembre cumpla 51 años en la empresa y pasaron volando, todavía tengo ganas de seguir viniendo y ayudando todos los días.

Una instantánea en el trabajo

En esta edición conocemos un poco más a los compañeros de los Centros de Distribución de Ciudad del Este, Santa Rita que abrieron sus puertas en el mes de julio y a los compañeros del Centro de Distribución de Itapúa que inauguró recientemente su renovación integral.

Parte del Equipo de Logística del Centro de Distribución de Alto Paraná.



Equipo del Centro de Distribución de Itapúa en el lanzamiento de Fest Chopp.



Parte del Equipo de ventas del Centro de Distribución de Alto Paraná.



Planificando el trabajo en Itapúa.



Parte del Equipo de Logística del Centro de Distribución de Alto Paraná.



Equipo de ventas del Centro de Distribución de Itapúa en capacitación.

GRUPO  RIQUELME