

LA REVISTA DEL GR Grupo Riquelme



Munich Royal Recibe reconocimiento internacional de calidad

Págs. 14 y 15



Fideos Federal

Etapa final de la nueva planta en Capiatá

Pág. 9

Cadena Real

Lanza el "Desafío Ñemby Verde"

Pág. 8



EMCESA

Inauguran nuevo comedor

Pág. 10



Campos Morombi

Potencian programa de alta genética bovina

Pág. 13



Misión

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

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.

Nuestro Valor

Vivimos nuestros valores

Pasión:



Estamos altamente comprometidos con nuestro trabajo. Nos apasiona lo que hacemos.

Excelencia:



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



Reconocimiento Internacional:

Munich es la primera marca de cerveza paraguaya en recibir la distinción ORO del "Mode Selection", una organización con más de 60 años de experiencia en el mercado que evalúa productos de consumo en áreas como aspecto visual del líquido, la complejidad en los aromas que desprende, el sabor y el "aftertaste" o deajo de sabor, la armonía general del producto e inclusive el packaging.

La familia como pilar de nuestro crecimiento

Avanzamos hacia la segunda mitad del año y junto con los últimos meses aumentan nuestras tareas y vamos poniendo el pie en el acelerador para llegar a las metas. Por eso, en medio de nuestras rutinas y la vorágine de actividades, quiero invitar a nuestros colaboradores a hacer una pausa y pensar en las cosas realmente importantes y que nos dan la fuerza para llevar adelante todos los demás desafíos, les quiero invitar a pensar en uno de nuestros pilares: la familia.

El trabajo con la familia no se mide en metas numéricas, ni nos exige balances o porcentajes de crecimiento. Pero al igual que cualquier otro trabajo lograr una familia sólida y unida implica esfuerzo, dedicación de tiempo, atención, comunicación y trabajar en las relaciones con cada miembro.

Como todo trabajo, este esfuerzo con la familia también tiene retribución; una retribución que es fundamental para la estabilidad y éxito en todos los demás ámbitos de la vida, incluyendo el laboral. La gran retribución que recibimos, del tiempo y la dedicación invertida en la familia, es contar con un cimiento sólido que nos sostendrá en los momentos de dificultad tanto laboral, como económica, de salud... y por otra parte, también será un pilar que nos permitirá crecer y elevarnos teniendo el soporte y apoyo que necesitamos para conquistar todos los desafíos de la vida.

Por todo esto y desde una empresa que nació y se sostiene en la unidad de una familia, les invito a todos a invertir siempre en lo más importante, para que al final del día y del camino no nos falte justamente eso: lo más importante.

Con esta visión, desde la empresa también estamos buscando orientar nuestros programas de responsabilidad y beneficios no solo al colaborador, sino también a sus familias porque queremos que el crecimiento sea para todos.

Sigamos creciendo con nuestras familias!



Licy Stella Yanes de Riquelme
Presidenta
Grupo Riquelme



STAFF

Edición y redacción
Responsabilidad Social Grupo Riquelme

Diseño
Juan Ramírez

Colaboración especial
CAMPOS MOROMBI, ASOLEU, EMCESA,
CCA, CEREALES, CADENA REAL



Se suma al compromiso empresarial para contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

El Grupo Riquelme es miembro del Pacto Global de las Naciones Unidas

El Grupo Riquelme se adhirió como miembro del Pacto Global Paraguay, una red que constituye el brazo de trabajo de las Naciones Unidas con las empresas del sector privado y tiene como fin de contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible que se plantean a nivel mundial, como por ejemplo el fin de la pobreza, el hambre, la igualdad de género, entre otros.

“Cuando una empresa se adhiere al Pacto Global, se compromete a trabajar desde su propio negocio buscando cumplir 10 principios de derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y anticorrupción, inicialmente dentro de su negocio, con sus propios colaboradores



y procesos y luego con su comunidad. Se trata de ser mejores empresas para contribuir a un mundo mejor”, indica Anahí Brites, gerente de Responsabilidad Social del Grupo Riquelme.

Explica que sin importar el nivel desde el cual inicie la empresa

siempre puede trabajar para tener un impacto positivo, mejorar las condiciones laborales y la calidad de vida de sus colaboradores, su cadena de valor con los proveedores, su impacto en el ambiente y de esta forma poner su granito de arena para llegar a los objetivos a

nivel mundial.

TRABAJO INTER-EMPRESARIAL

Además del trabajo dentro de la empresa, también contribuimos a las mesas de trabajo inter empresariales del Pacto Global, donde buscamos unir esfuerzos para incidir en cambios que nos beneficien como sociedad.

Actualmente el Grupo Riquelme se encuentra liderando la Mesa de Medio Ambiente a cargo de la coordinación y participa también activamente de la Mesa de Equidad y prosperidad.

Apoyamos al sostenimiento del Leprocomio Santa Isabel

La “Colonia Santa Isabel” es una institución que ayuda a pacientes de escasos recursos para tratar la enfermedad de la lepra. El leprocomio cuenta con una sede central ubicada a 12km de la ciudad de Sapucaí que atiende a unos 38 pacientes semi dependientes en estado delicado y asiste a “una colonia” donde viven personas que padecen la enfermedad acompañados de sus familiares. La institución alberga a cerca de 95 personas actualmente.

Desde el mes de abril de este año, el Grupo Riquelme apoya al leprocomio realizando un aporte de forma mensual que colabora con el sostenimiento de la institución y es utilizado para

la compra de insumos de limpieza y alimentación de los beneficiarios. Visitamos la Colonia Santa Isabel en el mes de marzo y nos sorprendimos por el buen manejo, el mantenimiento del lugar, limpio, pulcro y el manejo de los pacientes, aun con las necesidades económicas de la organización. Por este motivo el Directorio del Grupo decidió apoyar a esta institución y su sostenimiento.

“Para los pacientes hospedados en la sede central tenemos una cocina que les prepara el almuerzo y la cena diariamente. A los pacientes que tenemos en las casitas les suministramos víveres mensualmente” comenta la



Hna. Juanita Cueto, Encargada Responsable de la Colonia.

LA MISIÓN DE SANTA ISABEL

La Colonia atiende a pacientes de escasos recursos y en situación de abandono, otorgándoles hospedaje, comida diaria, asistencia médica y psicológica con el apoyo del Gobierno, el

Hospital de Paraguari, el Centro de Salud de Sapucaí y los donativos que reciben de instituciones privadas, grupos religiosos y personas individuales. En el marco de su programa de Responsabilidad Social, el Grupo Riquelme cerró un acuerdo de apoyo a la institución hasta diciembre este año, contribuyendo a la calidad de vida de los pacientes.



En el mes de abril se concluyó la plantación de los primeros 10 mil árboles

Elegí Verde: Unilever y Real plantan 20 mil árboles en la Reserva Morombi

“Elegí Verde” fue la invitación que lanzó Unilever en alianza con el Supermercado Real a los clientes, dando la opción de contribuir a la plantación de un árbol con la compra de tres productos de la marca. Los clientes dijeron Sí a la iniciativa e hicieron posible que este año se planten 20 mil árboles en la Reserva Natural Morombí, protegida por el Grupo Riquelme.

Esta alianza que se lleva adelante por segundo año consecutivo con el apoyo de la organización A Todo Pulmón Paraguay Respira y permitió a los clientes del supermercado acercarse a los bosques y tomar conciencia sobre la necesidad de proteger y enriquecer nuestros bosques que se encuentran amenazados por la deforestación.

PRIMERA PLANTACIÓN

Al final del mes de abril se concretó la plantación de los primeros 10 mil árboles que se celebró con una visita de personalidades referentes de la opinión pública, periodistas de medios nacionales, representantes de Unile-



ver, Cadena Real y Campos Morombi y de las organizaciones A Todo Pulmón y WWF.

La comitiva realizó la plantación de los últimos 200 árboles que completaron la plantación y caminó por los senderos a través de parte del Bosque Atlántico del Alto Paraná para conocer el gran ecosistema al que van a enriquecer los árboles plantados.

A partir del mes de septiembre se plantarán los 10 mil árboles restantes.

ALIANZAS PARA EL DESARROLLO

Las alianzas permiten multiplicar impactos y alcanzar objetivos desa-

10.000
Se plantaron en el mes de abril y se plantarán otros 10 mil en septiembre

fiantes, en este sentido el Sr. Rodrigo Sotomayor, country manager de Unilever, quien acompañó la jornada de plantación en Morombí, señaló que “Elegí Verde” se enmarca en el Plan de Vida Sustentable que Unilever promueve a nivel global para generar acciones con propósito social y sustentable y en Paraguay se logró marcar una diferencia gracias al apoyo de aliados

como Real y la aceptación de la ciudadanía. “Con nuestros productos y gracias al apoyo de nuestros aliados y la ciudadanía pudimos marcar la diferencia con una acción tan simple de compra”, finalizó Sotomayor.

Por su parte Federico Scavenius, gerente general de Supermercados Real señaló que desde el Real se promueve el cuidado de la naturaleza e involucran a sus colaboradores y clientes en iniciativas para apoyar la reforestación de nuestros bosques.

A través de la campaña “Elegí Verde” ayudamos al enriquecimiento forestal del Bosque Atlántico del Alto Paraná (BAAPA) en la reserva Morombí y la protección de humedales en su zona de influencia, dejando un legado para las generaciones futuras.





Será un complejo de vanguardia que
brindará confort e innovación para el cliente

Inician las obras de la octava boca

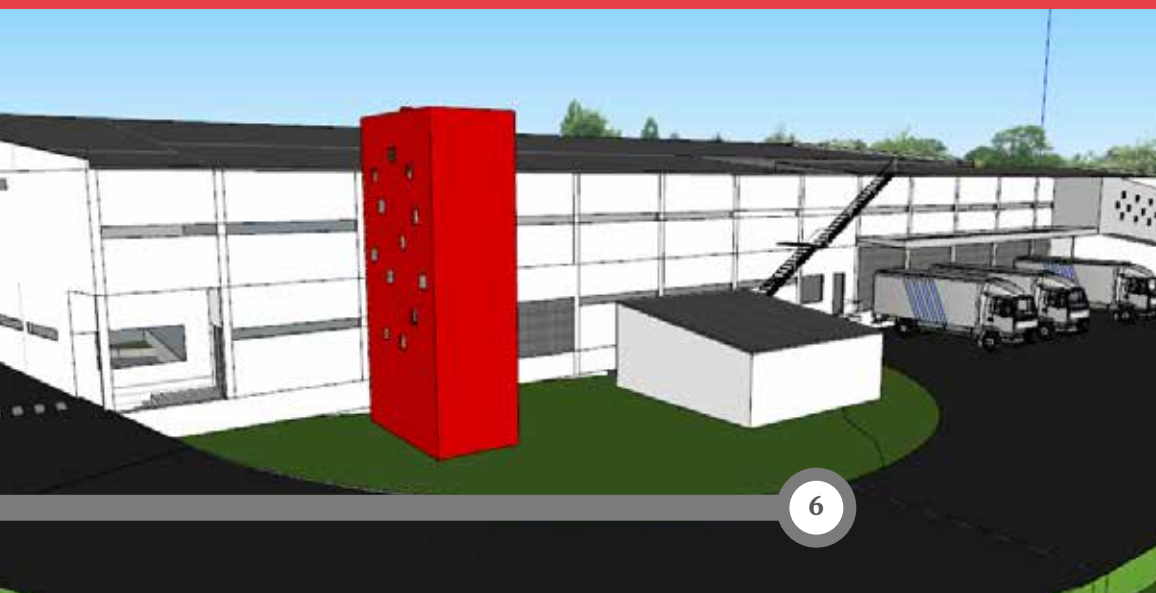
El Supermercado Real sigue creciendo en la ciudad de Ñemby y respondiendo a la preferencia de los clientes, inició las obras de su segundo local que será un complejo de vanguardia que brindará confort y una gran experiencia de compra y encuentro para los clientes y sus familias.

Federico Scavenius, gerente general del Real señala que se trata de un súper complejo con más de 16.000 mts² que apunta a ofrecer todas las comodidades que mejoran la experiencia y confort del cliente; como un patio de comidas, tiendas comerciales, estacionamiento amplio, entre otros, "Sin dudas, estamos apuntando a un supermercado que este a la altura de las expectativas de nuestros clientes en Ñemby", resalta.

Las obras iniciaron en la segunda semana de julio con la etapa de preparación del terreno y movimiento de suelo para dar paso a la construcción de las fundaciones correspondientes. Se estima que durarán alrededor de



"Sentimos parte de esta comunidad y vemos aún muchas oportunidades de ofrecer lo mejor para nuestros clientes. La nueva apertura refuerza nuestro compromiso con la ciudad de Ñemby"



de Supermercado Real en Ñemby



8 meses, previendo su inauguración para marzo del 2019.

BENEFICIOS PARA EL CLIENTE

Scavenius explica que además de estar estratégicamente ubicado al

150
Empleos directos se generarán con la nueva sucursal

otro lado de la ciudad de donde se encuentra la primera sucursal de Ñemby, la nueva infraestructura brindará muchos beneficios a los clientes.

“El beneficio principal es poder brindar un mayor espacio, nuevo y confortable a nuestros clientes, donde puedan recibir una experiencia de compra más satisfactoria. Además de esto abriremos el patio de comidas para ofrecer un nuevo espacio de esparcimiento y entretenimiento en la ciudad. Así como en las demás sucursales, continuaremos con los shows musicales y las promociones

en el supermercado”, explica Federico Scavenius.

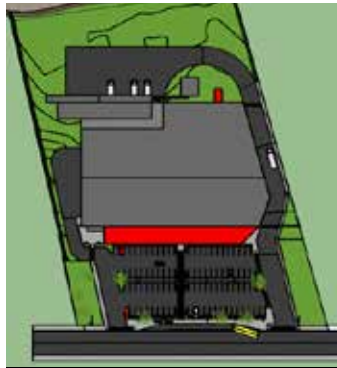
IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL

El nuevo local del Real generará 150 nuevos puestos de trabajo directos para la comunidad, además de promover el desarrollo de la zona.

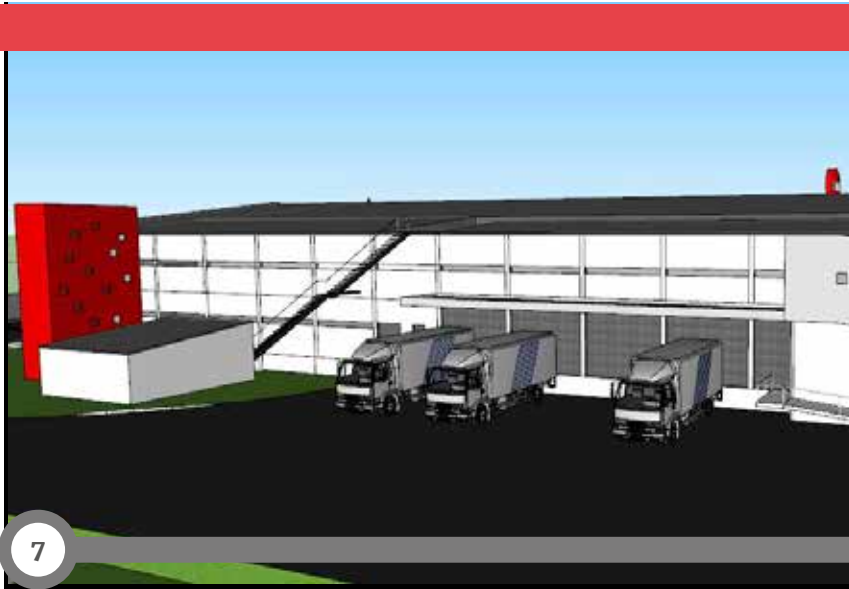
“Sentimos parte de esta comunidad y vemos aún muchas oportunidades de ofrecer lo mejor para nuestros clientes. La nueva apertura refuerza nuestro compromiso con la ciudad de Ñemby y con nuestros clientes, además que nos permite crear más puestos de trabajo y un espacio más de entretenimiento con la familia”, explica Scavenius.

Por otra parte, Real impulsa también un programa ambiental en alianza con la Municipalidad de Ñemby denominado “Desafío Ñemby Verde”, ligado al proyecto de construcción del nuevo súper que tiene como ob-

16.000 mts²
Tendrá el nuevo supermercado Real en Ñemby



jetivo realizar reforestación urbana en la ciudad, plantando 3.000 árboles con colegios secundarios de la ciudad. Conocé más sobre el proyecto en la siguiente página!.





El proyecto permitirá plantar unos 3 mil árboles en zonas urbanas

Cadena Real y la Municipalidad de Ñemby lanzan el desafío “Ñemby Verde”

Supermercados Real lanzó un proyecto de reforestación urbana en alianza con la Municipalidad de Ñemby, buscando plantar 3.000 árboles en la ciudad. El proyecto denominado “Ñemby Verde” busca además la participación de jóvenes de colegios secundarios que serán los encargados de plantar y cuidar los árboles.

El “Desafío Ñemby Verde” invita a los estudiantes de tercer año a participar de un concurso donde cada colegio debe plantar 100 árboles en zonas cercanas al centro educativo y espacios públicos habilitados por la Municipalidad y cuidarlos durante un periodo de 5 meses. Los colegios con mejores resultados tendrán como premio excursiones de fin de año al interior del país para todo el curso.

El proyecto incluye además un módulo de charlas de concienciación sobre la importancia del medio ambiente y el cuidado de los árboles y fue declarado “De interés educativo” por el Ministerio de Educación y Ciencias (MEC).

“En el Supermercado Real nos sentimos parte de las comunidades donde operamos y queremos crecer con ellas, brindando fuentes de trabajo digna y participando activamente de los desafíos que tenemos como sociedad. Por eso con este proyecto buscamos dejar un legado a la naturaleza con 3 mil



nuevos árboles y aportar a la construcción de ciudadanía jóvenes de Ñemby”, aseguró Federico Scavenius, gerente general del Supermercado Real.

ALIANZAS QUE SUMAN

En el marco de su responsabilidad social, Real busca apoyar las instituciones gubernamentales, educativas y de la sociedad civil para conseguir

El proyecto fue declarado “De interés educativo” por el Ministerio de Educación y Ciencias (MEC)

el logro de objetivos en beneficio de la comunidad. En este sentido el desarrollo de una alianza con la Municipalidad de Ñemby nos ha permitido que el sector público y privado puedan trabajar juntos para la comunidad.

“La Municipalidad siempre busca el beneficio de los ñeembyenses y tenemos muchos proyectos, especialmente pensados hacia nuestros jóvenes. Estos proyectos muchas veces no llegan a concretarse por falta de recursos o apoyo y en este caso, gracias al apoyo de empresas comprometidas como el Supermercado Real podemos llevar adelante este proyecto dejando un legado para las generaciones futuras de nuestra ciudad”, destacó el intendente de la ciudad de Ñemby, Sr. Lucas Lanzoni durante el lanzamiento del proyecto.

CRECEMOS CON LA COMUNIDAD

El Supermercado Real se encuentra en pleno proceso de construcción de su segunda sucursal en la ciudad de Ñemby, apostando al crecimiento de la ciudad con una nueva sucursal que generará empleo directo a más de 150 personas, brindando además un espacio de encuentro y esparcimiento para las familias de la zona.

Además del impacto social por la creación de puestos de trabajo, esta obra busca también cuidar su impacto ambiental y dejar un saldo positivo. Por lo cual el proyecto “Ñemby Verde” forma parte de su proyecto de compensación de impacto ambiental, superando ampliamente lo establecido por la Ley y dejando un legado para las generaciones futuras con los árboles plantados.

Este proyecto, así como otros llevados adelante en el marco de la responsabilidad social de la empresa tienen como mandato crecer “en la comunidad” pero también crecer “con la comunidad”, aportando a su desarrollo.

El proyecto tendrá una duración de 5 meses a partir del mes de mayo, dando cierre del mismo y premiando a los ganadores el próximo 21 de septiembre en conmemoración al día de la juventud.

La planta modelo se inaugurará en el segundo semestre del año

Nueva Planta de Fideos Federal se encuentra en etapa final de montaje

Fideos Federal se prepara para inaugurar en el segundo semestre del año su nueva fábrica modelo que le permitirá, luego de 50 años de trayectoria en el mercado nacional, renovarse y proyectarse hacia el futuro para seguir creciendo y generando nuevos productos y oportunidades.

Las obras de infraestructura y montaje de la nueva planta de producción se encuentran en su etapa final y en los próximos meses se iniciará la producción en las nuevas líneas.

“Las obras civiles están concluidas, estamos en la etapa final verifican-

do los detalles finales de terminación de obras con la constructora. Por otro lado, estamos en un 70% del montaje de los equipamientos, poniendo foco en este momento en los silos de harina y la electrificación de las máquinas importadas de Italia”, explica Leonardo Salomón, gerente general de CEREALES S.A.

Salomón explica que la intención y el objetivo del Directorio con esta inversión es la renovación total de Federal, buscando reconquistar el mercado y posicionar a la empresa como líder del mercado nuevamente.

CALIDAD Y UNA MIRADA REGIONAL

Con la nueva fábrica, Federal apunta a producir con niveles de competitividad y estándares de nivel regional para proyectarse a mediano plazo más allá del mercado nacional, “el principal desafío está basado en la competitividad regional de la compañía, siendo capaz de cumplir con los más altos estándares de calidad e inocuidad de alimentos a nivel mundial, para así poder proyectarla no solo hacia el mercado local sino también internacional”, resalta el Sr. Salomón.

La primera meta será incrementar el volumen de producción para poder satisfacer una demanda creciente por los productos en el mercado local, recuperando la participación de mercado y liderazgo histórico de Federal en el mercado paraguayo. En principio la empresa logrará duplicar la capacidad de producción y tendrá la posibilidad de hacer mayores ampliaciones si fuese necesario.

“También hay varias innovaciones en puerta, tanto de nuevas varie-

dades de nuestros productos tradicionales, así como también nuevos productos”, comenta el Sr. Salomón.

Entre los meses de agosto y septiembre se tendrían las primeras producciones desde la nueva fábrica.

CRECIMIENTO PARA CAPIATÁ

Desde el inicio de las obras la fábrica ha generado gran entusiasmo y cambios positivos en la comunidad. Con el apoyo de la Municipalidad de Capiatá, que invirtió con nosotros, se logró el empedrado del acceso vial a la planta, dando también mejor acceso a las familias vecinas. También el entorno de la fábrica ha tenido un cambio notable en los últimos 7 meses, con el desarrollo de pequeños negocios de servicios, líneas de transporte, entre otros que apoyan el crecimiento en la comunidad de Rojas Cañada.





El objetivo es contribuir a su calidad de vida con el cuidado de la salud

EMCESA inaugura nuevo comedor para colaboradores buscando mejorar la alimentación y esparcimiento

En el marco del programa de Responsabilidad Social "Oñondive Ikatu", EMCESA inauguró un nuevo comedor y servicio de comida para sus colaboradores, con el objetivo de contribuir al cuidado de la salud a través de alimentos nutritivos y de mejor calidad.

El comedor se inauguró el 1 de junio, estrenando también reformas de infraestructura que permiten un espacio ameno, donde los compañeros podrán realizar sus comidas y tener un espacio donde compartir y relajarse haciendo una pausa a la jornada laboral.

Aldo Richard, gerente de Recursos Humanos de EMCESA señala que la empresa está creciendo y busca tras-

ladar los resultados a positivos a sus colaboradores que son los protagonistas de estos resultados.

"La empresa va por buen camino y queremos es que la gente se sienta parte de estos resultados que se logran gracias al esfuerzo de todos. Creemos que la mejor manera de hacerlo es trabajar por el bienestar de nuestra gente", resalta Richard.

MEJORES ALIMENTOS, MÁS SALUD

La mejora del comedor implicó también un proceso de selección de un proveedor de servicios que brinde alimentos saludables y de buena calidad, asegurando la higiene, los procesos de pre-

paración y conservación para cuidar la salud de los colaboradores.

El área de Recursos Humanos supervisa periódicamente el menú y las condiciones de los alimentos ofrecidos, tanto en calidad como variedad y sabor.

Aldo Richard explica que el proveedor trabaja y elabora los productos de consumo cuidando siempre la higiene y calidad, "creemos que esa es la principal forma de cuidar la salud de nuestra gente y desde RR.HH. trabajamos juntos con el proveedor cuidando la variedad de comidas. También cuentan con menús saludables, o se adecua a lo que necesita cada uno, que también es un punto importante para la gente", afirma.

Richard indica que los colaboradores recibieron muy bien este avance que es el resultado de un proyecto que se tenía hace varios años y que se logró concretar este año.

CONTRIBUIR A LA CALIDAD DE VIDA

Este proyecto se realizó en el marco del programa de responsabilidad social que lleva adelante la empresa denominado Oñondive Ikatu y que busca mejorar la calidad de vida de los compañeros en diferentes aspectos.

"Queremos ir trabajando fuertemente en mejorar las condiciones laborales y de vida de cada uno de nuestros colaboradores. Tenemos muchos planes que queremos implementar para que los colaboradores de la división de bebidas se sientan cómodos y sientan que la empresa se preocupa por cada uno", afirma Richard.

Actualmente también se están llevando adelante proyectos de mejora de comedores y baños en la Compañía Cervecería Asunción que forman parte de la unidad de bebidas del Grupo Riquelme y que se inaugurarán este año.





En el Día del Ambiente ambas organizaciones obsequiaron 1.600 bolsas ecológicas a los clientes

Pacto Global y Supermercado Real invitan a reemplazar bolsas de plástico por bolsas reutilizables

El plástico se ha convertido en uno de los principales desafíos ambientales de nuestro tiempo. Por eso, este año las Naciones Unidas hizo un llamado a nivel mundial, eligiendo como slogan "Sin Contaminación por Plásticos" para guiar la campaña internacional del 5 de junio Día del Ambiente bajo este lema.

Respondiendo a este llamado la Red del Pacto Global Paraguay que representa el trabajo de las empresas con las Naciones Unidas y el Supermercado Real como empresa miembro de la Red, realizaron una acción por el Día del Ambiente, invitando a los clientes del supermercado a reemplazar sus bolsas de plástico por bolsas ecológicas reutilizables y de esta forma contribuir a la disminución del uso del plástico.

"Con esta acción buscamos hacer un llamado a tomar conciencia sobre nuestro impacto en el medio ambiente. Sabemos que esta acción es pequeña pero creemos que todas las acciones suman y si

todos tomamos conciencia de que con una simple acción como reemplazar las bolsas de plástico en nuestras compras del supermercado podemos crear grandes cambios", señaló Matias Ordeix, presidente de la Red del Pacto Global Paraguay.

UN DESAFÍO COMPARTIDO

Desde el Supermercado Real se han iniciado acciones desde hace varios meses buscando disminuir el uso de bolsas plásticas y ofreciendo a los clientes de

forma permanente la posibilidad de adquirir bolsas ecológicas para reemplazar las bolsas plásticas y contribuir al cuidado del medio ambiente.

"Como Supermercado, uno de nuestros principales desafíos ambientales son las bolsas de plástico, por eso invitamos a nuestros clientes a sumarse y ser parte del cambio, optando por las bolsas reutilizables. Desde hace varios meses, junto con la CAPASU, iniciamos acciones para reducir de forma gradual el uso de bolsas de plástico. Disponemos de forma permanente de bolsas ecológicas a la venta y nos sumamos a esta acción porque creemos que junto con nuestros clientes podemos hacer una diferencia y evitar el uso de miles de bolsas, a través de un pequeño cambio de hábitos en favor del medio ambiente", resaltó Federico Scavenius, gerente general del Supermercado Real

Durante el evento se obsequiaron 1.600 bolsas reutilizables a los clientes que se

sumaban a la acción entregando sus bolsas de plástico y cambiándolas por la bolsa ecológica. Esta acción nos permitió rescatar en una mañana cerca de 2.500 bolsas de plástico.

1.600
Bolsas
ecológicas
fueron
obsequiadas
a los clientes

Contaminación por plásticos en el mundo

Hasta **5 billones** de bolsas plásticas se utilizan cada año

13 millones de toneladas de plástico se vierten en el océano cada año

1 millón de botellas de plástico son compradas cada minuto

100 años deben pasar para que el plástico se degrade en el medio ambiente

83% del agua del grifo contiene partículas de plástico

50% de los plásticos que consumimos son de un solo uso

*Datos proveídos por la ONU

Se inician obras de mejora en el albergue de ASOLEU gracias al redondeo de vueltos

LO QUE LOGAMOS EN EL 2017

Durante el año 2017 se recaudó un total de Gs. 264 millones que fue destinado a la compra de un vehículo tipo miniván 0Km para el traslado de los pacientes desde el albergue hasta sus citas de quimioterapia, consultas y tratamientos. Con el excedente de la compra del vehículo se entregó un total de Gs. 71 millones para la compra de medicamentos oncológicos (para tratamiento de cáncer).



160
Millones suma el redondeo y la duplicación del Real hasta el mes de junio.

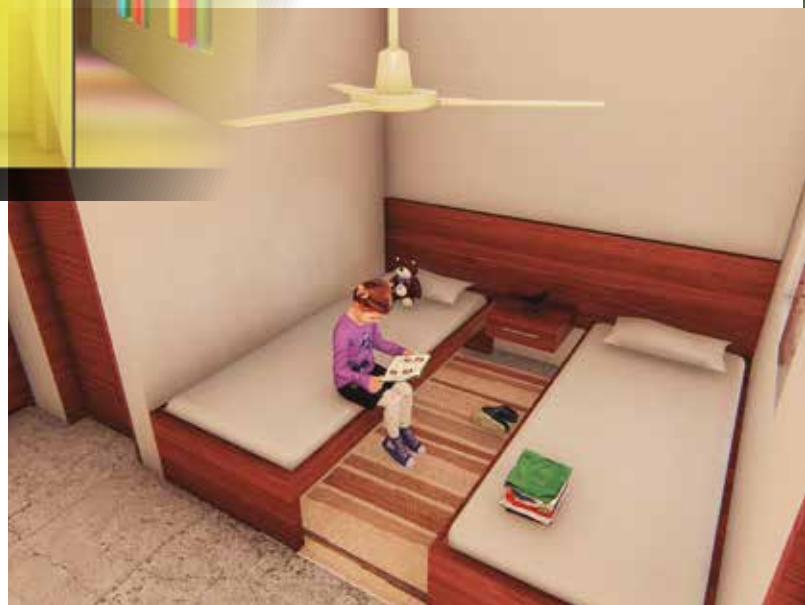
Las moneditas del redondeo de vueltos de los clientes del Real están haciendo posible el sueño de ampliar el Albergue de la Fundación ASOLEU, en la ciudad de San Lorenzo. Iniciamos el mes de julio dando la palada inicial de las obras de ampliación que permitirán que los niños afectados por el cáncer infantil y sus familias puedan contar con más habitaciones y mayo-

res comodidades mientras llevan adelante sus tratamientos.

La ampliación incluye 4 nuevas habitaciones con baños independientes y un salón de juegos para los niños y sus familias. Se prevé la inauguración de estos nuevos espacios para el mes de agosto de este año.

RESULTADOS DEL REDONDEO

La financiación de esta nueva obra se logra gracias al aporte de los clientes de Cadena Real mediante el redondeo



de vueltos en los diferentes locales del Supermercado y la duplicación de los montos otorgada por el Supermercado Real, que en conjunto, suman un total de Gs. 160.834.066 al cierre del mes de junio.

El monto recaudado y la duplicación hasta la fecha se utilizará para el adelanto de inicio de las obras y el Supermercado Real realizará los siguientes pagos de las obras en adelanto a las futuras recaudaciones por redondeo, a modo que se pueda contar con las mejoras en la mayor brevedad posible.

El convenio de redondeo con ASOLEU seguirá recaudando para pagar las obras hasta el mes de febrero del 2019.

VOLUNTARIADO DE LAS CAJERAS

Este proyecto se lleva a cabo gracias al voluntariado de las cajeras de los locales del Supermercado Real, solicitando a cada cliente sumarse a la causa con su redondeo y explicando sobre la alianza con Fundación ASOLEU y la finalidad de beneficiar a los pacientes.



Unidad agroganadera apunta a ser empresa modelo en el rubro

Campos Morombi desarrolla programa de alta genética bovina con trasplante de embriones

Campos Morombi, la unidad agroganadera del Grupo Riquelme, desde el año pasado empezó un programa de mejoramiento genético y reproductivo para poder aumentar la productividad de nuestros campos y la calidad de los animales que ofrecemos al mercado.

“A parte de los programas de inseminación, también apostamos a un programa de Transferencia de Embriones producidos por Fertilización In Vitro (FIV), que en la actualidad es uno de los métodos de reproducción más modernos a nivel mundial”

El Dr. Martín Vargas, gerente técnico de Campos Morombi indica que el objetivo de corto y mediano plazo de este programa es el mejoramiento de la producción de reproductores (toros) para garantizar que las futuras generaciones de terneros sean de una genética superior y mejoradores en todos los aspectos.

“El objetivo a largo plazo es convertir a Campos Morombi en una empresa vendedora de reproductores de alta calidad para que otras empresas ganaderas nacionales también tengan acceso a las mejoras genéticas”, resalta el Dr. Vargas.

TECNOLOGÍA DE REPRODUCCIÓN

Explica que parte de este programa de mejoramiento se basa en la implementación de la técnica de Inseminación Artificial a gran escala a través de programa de Inseminaciones Artificiales tradicionales, así

como programas de Inseminación a Tiempo Fijo (IATF).

Por otra parte, la empresa también está apostando a los procedimientos más innovadores en términos de reproducción, “A parte de los programas de inseminación, también apostamos fuertemente a un programa de Transferencia de Embriones producidos por Fertilización In Vitro (FIV), que en la actualidad es uno de los métodos de reproducción más modernos a nivel mundial.”, indica el Dr. Vargas.

BUENOS RESULTADOS

Los programas de mejoramiento genético y reproductivo ya están arrojando sus primeros resultados positivos y muestran un panorama alentador. Entre los resultados destacados del último año se resalta por ejemplo la mejora en el porcentaje de preñez que paso del 78% al 80%.

“Durante el último año también se introdujeron mejoras a niveles de manejo animal y procedimientos para poder obtener índices productivos mejores a los que teníamos. Con estas mejoras y con la aplicación de tecnología y técnicas modernas se consiguió elevar los niveles de marcación de terneros reduciendo la merma, o diferencia, entre vacas preñadas y terneros logrados, de un -22% a -17% y con el objetivo firme de ir llegando a niveles inferiores a estos en los siguientes años”, señala el Dr. Vargas.

Como desafíos para los próximos años la empresa se plantea seguir mejorando los índices productivos, mantener los niveles de producción año a año para consolidar el crecimiento, aumentar el hato ganadero con el desarrollo de sistemas intensivos de producción y finalmente convertir a Campos Morombi en una empresa productora y proveedora de reproductores mejoradores de nivel genético a nivel nacional.

Calidad



La marca obtuvo reconocimiento internacional

Munich Royal: primera cerveza para “Medalla de Oro Monde Selection”

La onda verde de Munich Royal llegó a los paladares más exigentes a nivel internacional, conquistando con su calidad el premio “Medalla de Oro Monde Selection”, otorgado por el instituto internacional de selecciones de calidad más reconocido a nivel internacional Monde Selection.

Existen 4 rangos de premio, Bronce, Plata, Oro y Grand Oro y Munich recibió el premio ORO, convirtiéndose en la primera marca de cerveza paraguaya en recibir una distinción en este rango por parte del reconocido

Instituto Monde Selection.

Marco Galanti, Gerente General de CCA y Ricardo Steffens, Gerente Industrial, participaron de la ceremonia de premiación en el complejo de la Ciudad de las Artes y Ciencias de Valencia, España.

La organización Monde Selection con más de 60 años de experiencia en el mercado, evalúa productos de consumo de todo el mundo para otorgarles un distintivo según el nivel de calidad que obtenga. Para sus premios 2018 evaluó más de 3 mil marcas de cerveza de todo el mundo, con un panel de 70 jurados internacionales.

Los especialistas en el rubro evalúan varios aspectos de los productos participantes como el aspecto visual del líquido, la complejidad en los aromas que desprende, el sabor y el “after-taste” o dejo de sabor, la armonía general del producto e inclusive el packaging. El puntaje total recibido por la marca es el que determina el tipo de sello de calidad correspondiente.

30%
Crecieron las ventas acumuladas de cerveza frente al 2017



Ricardo Steffens, Gerente Industrial y Marco Galanti, Gerente General de CCA, participaron de la ceremonia de premiación en España.

“Munich recibió el premio ORO, convirtiéndose en la primera marca de cerveza paraguaya en recibir una distinción en este rango por parte del reconocido Instituto Monde Selection”



63%

Es el índice de retornabilidad acumulado a mayo de las botellitas de Munich Royal o Royalito

Paraguay en recibir premio a la calidad



La premiación se realizó en el complejo de la Ciudad de las Artes y Ciencias de Valencia, España.

UNA TRADICIÓN DE CALIDAD

Marco Galanti, gerente general de la Compañía Cervecería Asunción explica que la cervecería se caracteriza por mantener la receta original alemana para su cerveza Munich desde 1978, año en que empezó a fabricarse.

“Desde entonces todos los esfuerzos necesarios por parte de cada uno de los funcionarios, colaboradores y directivos de la compañía son volcados diariamente para que esa receta sea respetada y además elaborada bajo

exigentes estándares de producción que aseguran una muy alta calidad constante, uniforme e inalterable en todos sus productos. Este reconocimiento constituye una evidencia de la alta calidad ofrecida por Munich al consumidor y al mercado paraguayo y es el resultado de un gran equipo de trabajo”, resalta Galanti.

CONQUISTA NUEVOS CONSUMIDORES

En un mercado cervecero altamente competitivo y dinámico Munich supo mantenerse vigente durante 40 años gracias a la preferencia de sus consumidores de siempre. Sin embargo, en los últimos 2 años Munich aumentó sus ventas considerablemente en relación a los números históricos. Esto se da como resultado de su conquista a nuevos consumidores del mercado joven.

Francisco Palau, director de marketing indica que este crecimiento se dio primeramente por una gran gestión enfocada en ganar y recuperar espacios en los puntos de venta, ya que una mayor cercanía de la marca con el consumidor permite que la misma se vuelva

una opción a considerar en el momento de decidir tomar una cerveza.

“Con estas acciones Munich empezó a conquistar a nuevos consumidores, muchos de ellos del segmento joven, que buscan una opción conveniente y al mismo tiempo de calidad. Con el premio obtenido estamos seguros que muchos consumidores se sentirán atraídos a experimentar una cerveza premiada internacionalmente y eso hará que nuestra base de consumidores con seguridad siga aumentando”, señala Palau.

En los primeros meses del año las ventas acumuladas de enero a mayo de este año crecieron 30% sobre las ventas realizadas en el mismo periodo del año pasado y proyecta mantener ese porcentaje de incremento para el cierre del año.

UN GRAN EQUIPO

Marcos Galanti, gerente general de la empresa señala que sin lugar a dudas el principal logro del último año ha sido la consolidación de un equipo de trabajo con muchas ganas de hacer historia en la compañía, poniendo siempre al cliente en primer lugar y priorizando la atención y el servicio que dieron como resultado incrementos también históricos en lo que a producción y ventas se refiere.

“En cuanto a cervezas hemos logrado recuperar espacios en los puntos de venta, aumentando notablemente la distribución física y además garantizando un buen negocio para los clientes con márgenes competitivos”, explica.

Por su parte, Francisco Palau director de marketing señala que en cuanto a la imagen de marcas, hacia fines del 2017 modernizamos la imagen de la marca Polar, desde su packaging hasta su imagen en puntos de venta y vía pública y Munich lanzó su calibre lata 350 cc.

El mayor desafío para Munich es seguir creciendo y compitiendo como lo hizo en los últimos años en un mercado liderado por marcas multinacionales.

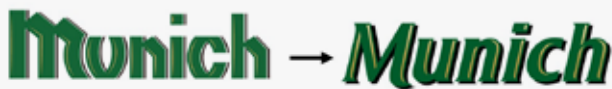
Un refresh a la marca, manteniendo su esencia

Munich cumple 40 años en el mercado paraguayo y renueva su imagen



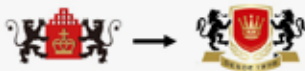
LOGOTIPO

Cambio en la tipografía, se mantienen los colores pero con una letra más estilizada



ISOTIPO

Se mantienen los leones y se actualizan el escudo y la corona



En un momento de éxito en ventas y reconocimiento a su calidad, Munich celebra sus 40 años en el mercado nacional realizando una renovación de marca, poniéndose a tono con las nuevas demandas del mercado, pero siempre manteniendo su esencia que le permitió mantenerse vigente en la preferencia del consumidor a través de las generaciones.

Francisco Palau, director de Marketing de la Compañía Cervecería Asunción (CCA) indica que si bien este año la marca de cerveza Munich cumple 40 años en el mercado paraguayo y supo mantenerse vigente en este mercado tan competitivo, desde su lanzamiento hasta hoy no se han realizado cambios significativos en su logotipo, o en su packaging en general. También resalta que este año Munich recibió una distinción muy importante, una medalla de Oro otorgada por el Instituto Monde Selection que reco-

noce y certifica internacionalmente la calidad del producto siendo Munich la primera cerveza paraguaya en recibir este certificado.

“Por lo tanto, definitivamente el 2018 es un año especial para Munich y entendemos que es un muy buen momento para que la marca acompañe ese momento renovando su imagen buscando lograr una apariencia más moderna y actual”, señala Palau.

CALIDAD E IMAGEN

Esta renovación busca adecuar la imagen de marca en relación al producto, ya que Munich es un producto de altísima calidad en todas sus presentaciones, sea esta lata, botella o chopp y quiere transmitir mejor ese atributo a partir del logotipo y del packaging de la cerveza.

“Lo que se espera con esto es que la

preferencia de los consumidores hacia Munich siga creciendo, seguir conquistando un espacio en la mente de los consumidores de cerveza haciendo que día a día más consumidores la elijan y se sientan atraídos”, resalta Palau.

El logotipo nuevo ya está siendo utilizado hace un par de meses en cierto tipo de comunicación de la marca, pero en el mes de agosto de este año ya estaríamos viendo el nuevo packaging de Munich en las góndolas, con el logotipo nuevo y la inclusión de la medalla de oro obtenida en la etiqueta.

CRECE LA ONDA VERDE

Palau indica que la evolución de las ventas de la marca sigue dándose de manera positiva, los crecimientos son cercanos al 30% en relación al mismo periodo del año 2017, donde ya se había crecido bastante versus el 2016.

“Esto nos muestra que el producto está siendo elegido cada vez por más consumidores, y que tenemos un producto que gusta mucho al mercado cervecero paraguayo. Hemos ampliado notablemente la distribución del producto en el mercado acercándonos más aun a nuestros clientes y consumidores”, resalta.



Molinos Harineros incorpora mejoras a sus procesos y suma calidad a sus productos



Molinos Harineros de Cereales S.A. está incorporando un nuevo proceso de embolsado y tamizado, así como otras mejoras que le permiten dar un impulso a la calidad de sus productos, para proveer materia prima de alta calidad tanto a otras empresas del Grupo como a otros clientes.

“En Molinos incorporamos un proceso nuevo de embolsado que permitirá hacer más precisas las combinaciones de productos, una tamizadora para separar partículas de mayor tamaño y un nuevo silo de operación. También está previsto modernizar el sistema de humectación del trigo

previo a la molienda”, explica Javier Da Silva, gerente técnico de CEREALES S.A.

Las inversiones contemplan la incorporación de maquinarias de la marca suiza Buhler, las cuales ya fueron importadas y serán instaladas en los

próximos meses en la sede de Molinos Harineros de Sajonia, buscando la mejora de la capacidad de embolsado y fundamentalmente la calidad y uniformidad del producto.

MEJORA CONSTANTE

Da Silva indica que este año terminarán esta primera fase de mejoras y luego iniciarán una segunda etapa del proyecto donde se prevé incorporar la carga a granel para poder transportar el producto directamente en camiones, sin necesidad de embolsar, “Esto beneficiará a la operación diaria que tenemos con la fábrica de fideos y otros clientes de gran porte industrial” resalta.

El volumen de producción promedio actual creció 4% frente al año anterior y la expectativa es crecer en conjunto con la mayor demanda que se espera tener con el aumento de capacidad de fideos Federal con la nueva planta de Capiatá.

Cadena Real y DIALSA se capacitan sobre prevención de incendios

Durante el mes de julio se llevó a cabo una capacitación sobre prevención contra incendios dirigida a los compañeros, gerentes y sub-gerentes de los distintos locales de Cadena Real y DIALSA a cargo de los cuerpos de bomberos voluntarios de compañías cercanas a cada local.

Las capacitaciones fueron desarrolladas con la participación de Bomberos Voluntarios y otros profesionales del

Grupo como Oscar Noguera, (jefe de seguridad de CCA) y Cristhian Benítez (Auxiliar de Prevención del Real Acceso Sur).

Las charlas de Prevención Contra Incendios (PCI) tienen como objetivo capacitar al personal a modo que conozca como actuar de forma correcta en caso de incendios “Considero que esta preocupación empresarial se debe poner sobre cada uno de los fun-



cionarios, por más de que esté exento de riesgos, para que cuando existan éstos sepan reaccionar de forma correcta” nos comenta Enrique Verano, Gerente de Prevención de Cadena

Real. Participaron compañeros de diferentes áreas y roles del Supermercado, aprendiendo como actuar y también como manejar extinguidores y otros instrumentos disponibles.

Club Real: se lanza el programa de beneficios para clientes del súper

El Supermercado Real lanzó "Club Real", el programa de beneficios pensado para sus clientes, que busca fortalecer la fidelización de los clientes a través de un mundo de beneficios que irán desde obsequios y descuentos, hasta actividades pensadas para el cliente y su familia de forma personalizada.

"El Club Real es el programa de beneficios de Cadena Real, a través del cual ofreceremos promociones y ofertas personalizadas para los clientes, de acuerdo al histórico de sus hábitos de compra. El programa también ofrecerá más adelante invitaciones a eventos orientados a vida saludable, actividades infantiles y maridaje de vinos, entre otros", resalta Natalia Diaz, gerente de marketing del súper.

Para formar parte del programa los



clientes se registran en las sucursales con las impulsadoras que se encuentran en el súper abordando a los clientes para comentarles más sobre el

programa. Una vez inscripto el cliente recibe un kit de bienvenida y un mail explicando los beneficios del programa.

FORTALECER LA FIDELIZACIÓN

El programa tiene como objetivo fortalecer la preferencia y fidelización de los clientes del Real, buscando otorgarle beneficios que sean realmente valorados por el cliente.

"El objetivo principal del programa es poder identificar qué productos son relevantes para nuestros clientes, de acuerdo a su comportamiento de compra, para poder personalizar la oferta según los segmentos identificados. A partir de una selección apropiada de ofertas que estemos seguros son de interés para cada grupo podemos generar una oportunidad de fidelización con estos clientes", resalta Natalia Diaz.

Los clientes demostraron mucho interés en el programa e incluso manifestaron respuestas muy positivas a través de diferentes canales.

El programa está en fase de inicio con el registro de clientes, el Club Real tendrá una duración indefinida y tiene el objetivo de ir incorporando cada vez más beneficios para el cliente.

La Reserva Morombí fue panelista de la Cumbre de Políticas Públicas

Reserva Morombi, preservada por el Grupo Riquelme, fue invitada y se presentó como panelista en el encuentro bi-nacional de la Cumbre de Políticas Públicas, realizado en la ciudad de Encarnación a finales del mes de julio. Su participación tuvo como objetivo mostrar el trabajo de la reserva y la importancia de la conservación privada.

"La Reserva Morombi es uno de los últimos remanentes del Bosque Atlántico del Alto Paraná (BAAPA) y gracias al trabajo de conservación del Grupo Riquelme se mantiene inalterado desde la década del 70, preservando un

área muy rica en biodiversidad. Esto demuestra la importancia de la conservación privada para proteger los últimos bosques nativos que nos quedan en el país", señaló Anahi Britez, gerente de Responsabilidad Social de Grupo Riquelme.

UNA CAUSA DE TODOS

Britez explica que en el marco de la Cumbre también se presentó la necesidad de contar con el apoyo de los entes del Estado como la Secretaría del Ambiente, la Fiscalía de Delitos Ambientales, SENAD, entre otros con más fuerza, para poder combatir la



amenaza constante de deforestación, caza furtiva y actualmente también plantaciones ilegales que sufre tanto la Reserva Morombi, como otras reservas naturales del país.

La Cumbre Mundial de Políticas Públicas es un espacio entre gobiernos, sector privado, universidades y los or-

ganismos de la sociedad civil. En ella se promueve debate libre de ideas, la innovación y la creatividad, para avanzar en el desarrollo de nuevos modelos de políticas públicas, basadas en el conocimiento de las partes, la tolerancia a las diferencias y la construcción a partir de las coincidencias.

Oñondive Ikatu: inicia la segunda toma de encuestas de Calidad de Vida



900
Colaboradores
capacitados
en Educación
Financiera

En el marco del programa interno de responsabilidad social "Oñondive Ikatu", llevamos adelante la segunda encuesta de calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias.

Esta encuesta nos permite conocer fortalezas y debilidades y nos ayudan a desarrollar los programas de beneficios internos para contribuir a superar los desafíos. La encuesta se realiza de forma anual, de forma a medir los avances y ver los puntos que aun necesitamos seguir fortaleciendo.

Las primeras encuestas fueron tomadas durante el año 2017 a más de 1.200 colaboradores. Gracias a los resultados de estas encuestas nació el programa de Responsabilidad Social Interna denominado "Oñondive Ikatu" que traducido al español significa "Juntos Podemos" con el que se busca trabajar juntos para mejorar la

calidad de vida de nuestros colaboradores. ¡Participá para seguir creciendo juntos!

BENEFICIOS PARA LA FAMILIA

A partir de los resultados de las encuestas se desarrollaron diferentes programas y beneficios como:

21 Familias beneficiadas con las Mini Bodegas Oñondive: las encuestas mostraron que más del 35% de los colaboradores tenían su sueldo como única fuente de ingreso familiar. Con esta iniciativa apoyamos a la generación de ingresos para la familia dando posibilidad de trabajar a miembros de la familia.



21
Familias
beneficiadas
con las Mini
Bodegas
"Oñondive"



600
Colaboradores acceden
a beneficios del Club de
Clientes de Fundación
Paraguaya

Más de 50 colaboradores se asesoran con el Consultorio Financiero y más de 900 colaboradores capacitados en Educación Financiera: los resultados mostraron que el 70% de los colaboradores no cuentan con un presupuesto familiar y cerca del 25% se encontraba sobre endeudado

Más de 600 colaboradores con tarjetas del Club de Clientes: según las encuestas más del 25% de nuestros colaboradores y sus familias no comparte espacios regulares de diversión y esparcimiento.

Compañeros aprendieron sobre autoestima, toma de decisiones, valores, manejo de conflictos, para el éxito laboral

Colaboradores del Real se capacitaron sobre “Habilidades Blandas”



Para lograr el éxito en el trabajo no solo se necesita cumplir bien con la función asignada, también es necesario aprender a trabajar en equipo, tomar decisiones, tener valores y conciencia de la responsabilidad, entre otras habilidades a las que se denomina comúnmente “habilidades blandas”.

Con el fin de contribuir al crecimiento profesional y la productividad de los

colaboradores de Cadena Real, se llevó adelante en alianza con el Ministerio del Trabajo y en colaboración con la organización CIRD, una serie de capacitaciones en “Habilidades Blandas” de las cuales fueron beneficiados 25 compañeros de distintos sectores de Supermercados Real.

“Con el curso de Habilidades Blandas se busca desarrollar en los trabajadores el compromiso, la ética institucio-

nal y empresarial e inclusive el manejo financiero, para crecer dentro de la empresa” comentó la Lic. María Victoria Diesel de SINAFOCAL, durante la entrega de certificados realizada el Patio de Comidas del Real San Vicente.

A través de las capacitaciones los compañeros aprendieron sobre autoestima, integración, toma de decisiones, valores en el trabajo, derechos

Compañeros del Real participan de charla de Liderazgo

El equipo gerencial y compañeros de diferentes áreas de la empresa participaron de la charla “Principios de Asociación”, dictada por el exitoso empresario canadiense Art Schroeder, con el objetivo fue incentivar y potenciar el trabajo en equipo como una herramienta de éxito para el liderazgo.

“Llevamos adelante esta charla en el marco del día del trabajador y creemos que esta es una herramienta muy importante para la motivación del equipo. Ayudó a incentivar el trabajo en equipo, el amor por lo que uno hace y el sentido de pertenencia por la organización” destacó Carla Leiva, Jefa de De-

sarrollo Organizacional de Cadena Real.

LIDERAZGO Y APRENDIZAJE

Durante la capacitación se debatió sobre las características y los ejes principales que un líder debe tener presente a la hora de encabezar un



Mauricio Alvarenga
Encargado de Notas de Crédito (Real Fernando)

“La capacitación, desde mi punto de vista, me dio un gran empuje que me ayuda a sobrellevar mis tareas individuales y con mi grupo de trabajo. Pude encontrar varios enfoques positivos que facilitan la relación entre compañeros con quienes no tengo un contacto muy seguido y principalmente me estimula a crecer dentro de la empresa”

y obligaciones, manejo de conflictos, finanzas personales, entre otros.

Los compañeros participaron del curso exitosamente y recibieron su certificado de finalización en el mes de mayo. Esta capacitación forma parte del programa de formación permanente llevado adelante por el departamento de Gente Real.

proyecto o un equipo de trabajo y como establecer metas a lo largo del año y comprometerse para cumplirlas.

Esta capacitación forma parte del programa de capacitaciones que está llevando adelante el área de Gente Real para todos los niveles y áreas de la empresa.

Vicente y Lilian llevan adelante la mini bodega de mayor venta

Mini Bodega “5 Hermanos”, un ejemplo de micro franquicia que ayuda a crecer a la familia



“Antes el negocio era de terciada nomás y ahora pudimos hacer de material. Gracias al negocio estamos más unidos y nos apoyamos más. Yo voy a trabajar y ella se queda a atender la Bodega”

Vicente Bobadilla es Controllor de Bodega en el área de logística de EMCESA y lleva adelante, junto con su señora Lilian de Bobadilla, la Mini Bodega “5 Hermanos” en la ciudad de Capiatá, una de las mini bodegas más exitosas del programa de responsabilidad social interna de la empresa: “Oñondive Ikatu”.

Con el programa de mini bodega Vicente y Lilian pudieron acceder a productos con precio preferencial, un equipo de frío y cartelería. Con su esfuerzo y la dedicación de Lilian, convirtieron esta oportunidad en un negocio que está creciendo y brinda mayores ingresos y beneficios reales a su familia.

En la visita que realizamos a su Mini Bodega, nos comentan que la Mini Bodega les ayudó a mejorar la situación de un pequeño almacén que te-

nían, las condiciones de su vivienda e incluso ayudó a paliar gastos de salud imprevistos de su familia.

“Antes el negocio era de terciada nomás y ahora pudimos hacer de material. Gracias al negocio estamos más unidos y nos apoyamos más. Yo voy a trabajar y ella se queda a atender la Bodega” nos comenta Vicente, mientras nos recibe en su local junto a su esposa y sus hijos.

CRECER E INVERTIR BIEN

Desde que su emprendimiento inició en noviembre del 2017, hasta hoy, tuvieron buenas ventas y fueron creciendo e invirtiendo el dinero que ganaban en equipamiento para su negocio y mejoras para su vivienda.

“Yo ya mandé a colocar las rejas para más seguridad. También pudimos comprar una plancha para

hacer hamburguesas, una freidora grande para preparar empanadas, una exhibidora para vender la comida y pudimos instalar una tele con cable para poder transmitir el partido a los que vengan a sentarse a comer y tomar”, nos menciona con alegría Lilian, al mostrarnos todo lo que lograron adquirir con las ganancias que les produce el negocio.

COMPLEMENTAR EL NEGOCIO

Vicente y Lilian comentan como que como estrategia para fortalecer las ventas, complementaron las bebidas con otros rubros, “a parte de las bebidas, vendemos hamburguesas, empanadas, carbón y otras cosas que la gente pide y busca. La gente que viene ya espera encontrar todo, no ir a comprar una cosa y después ir a otro lado a comprar lo otro”, explican cuando le

consultamos cuales serían sus estrategias para aumentar las ventas en su negocio.

Lilian nos comenta que gracias a las ganancias de las bebidas que venden, pueden ganar en un mes un poco más del salario mínimo vigente. También indica que vendiendo alimentos se tiene mucha ganancia y se combina muy bien con las bebidas, “yo llego a vender 15 docenas de empanadas solo los fines de semana, y entre semana 30 a 40 unidades entre semana y con las empanadas siempre viene bien una Niko o una Royalito”.

Vicente señala que la oportunidad ha sido muy buena para su familia y recomienda a los compañeros animarse a participar del programa, “la verdad que estoy muy agradecido. Yo le diría a la gente que prueben también, que a nosotros nos va bien y nos ayuda con mucho en la casa y en la familia”, resalta Vicente.

En el Grupo Riquelme crecemos con nuestra gente

Desde el Grupo Riquelme nos proponemos crecer con nuestra gente, aportando a su desarrollo personal y profesional. Valoramos el esfuerzo y la dedicación de cada uno de nuestros colaboradores, por eso estamos felices de poder brindarles oportunidades de crecimiento y formación dentro de cada una de las empresas. Estos son algunos de los compañeros que hoy asumen nuevos desafíos dentro del Grupo:



CADENA REAL

Colaborador	Puesto anterior	Puesto actual
Maura Morel	Asesora de Calidad - Real Fernando	Jefe de Perecederos - Real San Vicente
Myrian Sanabria	Cajera Real - Acceso Sur	Supervisión de Línea de Cajas - Real Acceso Sur
Natividad Fernández	Gente Real - Real Fernando	Asesora de Calidad - Real Fernando
Margarita Sánchez	Supervisión de Línea de Cajas - Real Fernando	Encargada de Sencillo - Real Villa Morra
Francisco Bracho	Sub Gerente de Local - Real Capiatá 2	Gerente de Local - Real Ñemby
Viviana Morínigo	Jefe de Sala - Real Ñemby	Sub Gerente de Local - Real Ñemby
Esteban Fleitas Díaz	2do Jefe de Recep. de Mercadería - Real San Vicente	Asistente de Reportes - Real Fernando
Hugo Valdez Caballero	Tradicional - Real San Vicente	Jefe de Tradicional - Real San Vicente
Edgar Guillen	Depositero - Real San Vicente	2do Jefe de Recep. de Mercadería - Real San Vicente
Joel González Acosta	Tradicional - Real Villa	Jefe de Tradicional - Real Villa Morra
Johana Vera Agüero	Supervisión de Línea de Cajas - Patio de Comidas San Vicente	Encargada de Patio - Patio de Comidas San Vicente
Silvana Aveiro	Cajera - Patio de Comidas - San Vicente	Sup. de Línea de Cajas - Patio de Comidas San Vicente

EMCESA

Colaborador	Puesto anterior	Puesto actual
Cynthia Riquelme	Analista de Créditos y Cobranzas	Supervisor de Créditos y Cobranzas
Jose Luis Coronel	Vendedor Mayorista	Supervisor de Ventas (Canal Minorista)
Juan Sebastián Rodríguez	Vendedor (Canal Cuentas Claves)	Sup. de Ventas OnPremise (Canal Cuentas Claves)
Denise Camila Roa	Analista de Pago a Proveedores	Analista Senior Contable
Gladys Viviana Giménez	Auxiliar de Tesorería	Analista de Pago a Proveedores
Gustavo David Villaalta	Cajero	Analista de Créditos y Cobranzas

CCA

Colaborador	Puesto anterior	Puesto actual
Roque Hernán Santacruz	Analista de Gestión de Costos Industriales	Ejecutivo de Ventas (Canal Supermercados).
Alberto Ariel Medina	Auxiliar de Producción	Analista de Gestión y Costos Industriales



“Yo creo que hay que tratar al empleado como un socio de negocio que tiene que entender que, si él trabaja bien a la empresa le va mejor y en el corto o largo plazo él también va a ganar más”

Darío Duarte: desde empaquetador hasta gerente de sucursal, con esfuerzo, honestidad y disciplina

Darío Duarte: desde empaquetador hasta gerente de sucursal, con esfuerzo, honestidad y disciplina

Darío Duarte, gerente de la sucursal Villamorra nos comparte su testimonio de superación y crecimiento. Inició su paso por Cadena Real a los 15 años como empaquetador y fue creciendo, ocupó casi todos los puestos del supermercado y hoy lidera una de sus principales bocas de atención. ¿Cuál fue la clave? Darío resume todo en tres palabras: honestidad, esfuerzo y disciplina.

¿Cómo fueron tus inicios a trabajar en el Supermercado Real?

Yo empecé como empaquetador cuando tenía 15 años y estuve en ese puesto hasta los 18 años y después ya pasé a otra área. En esa época como empaquetador teníamos un pequeño sueldo y ganábamos también las propinas. Mientras, yo estudiaba también en la escuela y después el colegio. En aquel momento Don Blás estaba al frente del negocio y él vio y apostó a mi potencial y yo supe responder con trabajo honesto. Me apoyó en el transcurso de mi carrera en el super, valoraba mucho mi trabajo.

¿Cómo fue tu crecimiento en el Real a través de los años?

Mi primer trabajo fue el super, yo estuve en casi todos los puestos. Después de ser empaquetador pasé a encargarme de las devoluciones de productos, después pasé a depósito y luego a panadería.

También estuve como pasillero, recepcionista, repositor y después fui encargado de depósito varios años. Recorrí casi todos los puestos del super, menos carnicería, comenta entre risas.

Después pasé a ser gerente de local, Don Blás me tenía muy en cuenta y valoró mi trabajo en ese momento. Estuve como gerente de la sucursal de Villamorra, después estuve en San Vicente y ahora volví a mi primera casa como gerente de la sucursal de Villamorra, hace 10 años que estoy en la gerencia.

En todos los puestos se aprende y todos los días, de los jefes que nos tocan, de los clientes, de las situaciones que se presentan, uno nunca termina de aprender.

Tenés toda una historia de crecimiento en la empresa, ¿Cuáles fueron las actitudes

y los valores que permitieron tu permanencia y desarrollo profesional?

Y yo digo que lo principal fue siempre la honestidad y la responsabilidad. Yo en mis 23 años en empresa nunca falté injustificadamente, nunca me suspendieron, nunca llegué tarde, nunca comí nada por comer nomas.

La honestidad y la responsabilidad me permitieron permanecer tantos años y el esfuerzo en el día a día es lo que me permitió destacarme y crecer.

El esfuerzo y la honestidad tienen su recompensa. Yo de haber empezado de abajo ahora tengo una buena vida gracias a Cadena Real. Le empresa me dio la posibilidad de demostrar mi capacidad y hoy la calidad de vida que yo y mi familia tenemos es gracias a Cadena Real.

Con más de 10 años en la gerencia del súper, ¿Qué aprendiste sobre el liderazgo?

Tenés que conocerle a tu gente, cada uno tiene sus mañas como se dice y hay que llegarle de forma diferente; con uno puedo chocar, mientras que con otro tengo que abrazarle y hablarle. Yo creo que hay que tratar al empleado

como un socio de negocio que tiene que entender que, si él trabaja bien a la empresa le va mejor y en el corto o largo plazo, él también va a ganar más. Como un socio de negocios, que él te respete a vos y vos le respetes a él. Eso yo le digo a la gente.

¿Qué mensaje le das a los jóvenes que hoy están empujando en Real y quieren crecer?

Que tiene que ser responsable, honesto y querer crecer. Querer tener algo, una meta. Si tiene eso, se le va a dar la oportunidad de crecer en Real.

Gracias a Cadena Real casi todos mis hermanos pudieron trabajar, ahora están trabajando en otro lado, pero gracias a Real nuestra familia tuvo esa oportunidad de tener un trabajo digno. Mi hija tiene 13 años, estudia en un buen colegio, gracias a que yo le puedo dar la oportunidad.

Yo realmente le quiero a Real y le agradezco a la empresa y a la familia Riquelme por darme trabajo hasta ahora. Este fue mi primer trabajo y hoy más de 20 años después sigo trabajando y creciendo acá.

“La honestidad lo que ñimportanteterei para trabajar y vivir tranquilo. Yo cuido mi puesto y la estancia”

Don Tomás: una vida de trabajo honesto y dedicación con la familia de Campos Morombi



Con la amabilidad y buena predisposición que lo caracteriza Don Tomás Mello comparte con nosotros su historia de vida y sus años de experiencia en la estancia Golondrina, de Campos Morombi, a la que él llama: su hogar. Con dedicación y trabajo honesto, Don Tomás se ganó el respeto de sus compañeros y el aprecio de sus jefes, sacando adelante a su familia y terminando su carrera con una vida tranquila y alegre.

¿Cómo empezaste a trabajar en Morombi?

Cuando estaba en la escuela ya vine a la estancia, che michí'i guive aime ko'ape (desde chiquitito estoy aca), comenta entre risas. Mi abuelo y mi papá trabajaban acá, y yo vine con mi papá a trabajar también cuando tenía

16 años más o menos, hoy tengo 60 años y sigo trabajando en la estancia, ya es mi casa.

¿Cómo fue tu trabajo en los años que estás en la estancia?

Che akakua akue ko'ape nda cambiaste voi la empresa (yo crecí acá, nunca cambié a la empresa). Yo trabajaba sobre el caballo desde mita'í, después tuve problemas de salud y ya no podía andar a caballo, entonces vine a trabajar en el portón de la estancia.

Yo entre a la empresa cuando estaba Don Blás, ha'e ko che haihueterei (el me quería mucho) y yo no tengo nada que quejarme de la empresa. Yo crie a todos mis hijos en la estancia, acá crecieron.

El siempre venía, recorría todo el

campo y yo le contaba todo el trabajo y él siempre decía que le ponía contento que los antiguos sigamos trabajando en su empresa. “La familia Riquelme entero che aprecia”, comenta orgulloso.

¿Cómo fue para que te quedes tantos años y te ganes el respeto de tus compañeros y el aprecio de Don Blás y su familia?

Yo nunca abandoné mi puesto, me iba a visitar a mi familia en época de navidad y año nuevo y después siempre estaba acá. Che amba'apo ha ndo creai problema (yo trabajo y no creo problemas), me conocen todos y yo cuido la estancia y mi trabajo.

La honestidad lo que ñimportanteterei para trabajar y vivir tranquilo.

¿Cómo te sentís hoy después de tantos años trabajando en Campos Morombi?

Che ahaihueterei los Riquelme kuer, nunca ndarekoi problema. Che amba'apo ko'ape tranquilo (yo le quiero mucho a los Riquelme, nunca tuve problema.

Yo acá trabajo tranquilo). Ko'ape aime che roga (acá estoy en mi casa), yo me voy a mi casa y enseguida ya quiero volver porque acá yo me hallo. Che avyaiterei ko'ape, lo mismo que che roga (Yo estoy contento aca, igual que en mi casa).

Che agradeceiterei a la empresa, porque gracias a mi trabajo amon-gakakua che familia (yo agradezco a la empresa porque gracias a mi trabajo, pude criar a mis hijos).

Ña Ramona: cierra una trayectoria laboral de trabajo y espíritu de familia en Campos Morombi

Ña Ramona Rivas, trabaja en la estancia Golondrina de Campos Morombi, en Curuguaty desde jovencita. Llegó de la mano de su marido y adoptó a la estancia como su familia. Ella se encarga de la cocina de la casa de administración y hasta hoy recibe a todos con una sonrisa que le ilumina los ojos, con sencillez y la calidez de hogar que transmiten su tranquilidad y hospitalidad.

Ña Ramona es una de las colaboradoras más antiguas de la estancia y consideramos que su alegría, dedicación y buena predisposición durante tantos años, son una enseñanza para todos.

¿Cómo fueron tus comienzos en la estancia?

Yo vine con mi marido hace muchos años, cuando yo tenía 25 años. Él trabajó siempre acá y a mí también me dieron trabajo como cocinera. Él falleció hace 5 años y yo seguí en la estancia porque esta es como mi casa, “che apyta ko’ape porque avy’a”, comenta con una sonrisa. Cuando mi marido se enfermó estuve mucho por IPS y la empresa me apoyó también.

¿Cómo fueron los años en la empresa y con tu familia?

Che siempre avy’a ko’ape, (yo siempre estoy contenta aca), me dieron trabajo a mí y a mi marido, nos trataron bien y hay buena comida también, cuenta entre risas. Uno está tranquilo, no nos falta nada.

Yo no tuve hijos, así que todos acá en la estancia fueron como mis hijos. También vimos crecer a los hijos de los patrones y ahora ya tienen hijos

Yo siempre trabajé tranquila acá, es como mi familia, como mi casa. Pronto voy a ir a descansar con mi familia, pero siempre voy a tener buenos recuerdos de la estancia.

también. Don Blás siempre nos trató muy bien, a él le gustaba mucho venir a la estancia y recorrer. Don Jorge, Ña Marta, María Elena, siempre fueron muy amables y yo tengo muchos lindos recuerdos acá.

¿Cuál es tu trabajo en la estancia y por qué decidiste quedarte tantos años?

Yo siempre trabajé acá en la casa de administración, me encargo de la cocina y antes también de la limpieza. Ña Licy, Dr. Jorge sy, omoi vaekue cheve ko’ape y Don Blás siempre tevoi che visita vaekue (Ña Licy, la mamá del Dr. Jorge, me puso en este puesto y Don Blás siempre me visitaba).

“Siempre che trata pora la gente de la estancia ha che avy’a”. El año pasado también arreglaron toda mi casa para que yo tenga más comodidad y me acompañaron en los años que mi marido estuvo enfermo, nos cuenta y se emociona recordando a su marido, a Don Blas y todo lo vivió en Campos Morombi.

¿Cómo te sentís hoy después de tantos años?



Yo le agradezco demasiado a la empresa, a Don Blás, a Ña Licy, al Dr. Jorge, a todos porque siempre me trataron muy bien y a mi marido también. Y yo siempre trabajé tranquila acá, es como mi familia, como mi casa.

Ahora ya soy mayor y pronto voy a ir a descansar a la casa de mis familiares, con mi sobrina y su familia, pero siempre me voy a acordar bien de Morombi y de la gente. Porque acá yo me sentí siempre como en mi casa.

Celebramos el día del trabajador en el Grupo Riquelme

EMCESA y CCA compartieron una fiesta con música y alegría

El gran equipo de EMCESA y CCA celebró su día con una fiesta de alegría y compañerismo en el patio de la cervecería, donde compartieron de un almuerzo, sorteo de premios, torneos deportivos y shows de música en vivo con grupos como "The Kilks", entre otros.



Compañeros de Cereales disfrutaron de fútbol y asado

Para celebrar el Día del Trabajador, los compañeros de Cereales disfrutaron de un día de fútbol, asado, karaoke y baile en el complejo deportivo Los Arrayanes. Disfrutando una noche divertida con el equipo.



En Supermercados Real una jornada con deporte y baile



Con una jornada de actividades deportivas, música en vivo y sorteos, Supermercados Real celebró el día del trabajador. Teniendo como broche de oro música en vivo y baile de la mano de artistas como "Monchi Papá", en el Complejo Checho's.



