

LA REVISTA

DEL **GR** Grupo Riquelme



La Reserva Natural Morombi hace un llamado a las autoridades contra la deforestación ilegal.

Págs. 8 y 9



NIKO 18 años de historia y crecimiento

Págs. 12 - 13

Cadena Real

Acciones para reducir el uso de plásticos.

Págs. 4-5



Medio Ambiente

CONADERNA visita Reserva Morombi

Págs. 16-17



Negocios

Federal obtiene Certificación HACCP

Pág. 6



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.

Valores



Vivimos nuestros valores

Reduzcamos el uso de plásticos

El plástico, actualmente, es uno de los mayores problemas ambientales que existen a nivel mundial. Se necesita trabajar de manera conjunta con todos los actores de la sociedad para poder reducir o eliminar su uso.

Atendiendo a esta necesidad, desde agosto de este año, Cadena Real empezó a implementar un conjunto de iniciativas que busca reducir la cantidad de plástico que se utilizan en los supermercados.



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.



Honestidad:

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

Construyendo empresas con responsabilidad social

Nos encontramos en un momento clave en que el contexto económico, social y ambiental nos interpela y nos empuja a más acción sin dejar atrás la reflexión. Ser parte de un Grupo Empresarial trae consigo desafíos a diario, pero no podemos ignorar el entorno en el cual operamos y las necesidades que tenemos a nivel global.

Es nuestra responsabilidad como empresas generar un ambiente que contribuya a solucionar problemas locales, ser actores intencionales del cambio que queremos ver, construyendo junto con la familia del Grupo Riquelme el Paraguay deseado por todos y en consonancia con nuestros valores.

La Reserva Natural Morombi busca ser un legado a las generaciones futuras, que bajo la amenaza constante puede perderse. Nos toca ser los guardianes de la naturaleza y empujar a los actores necesarios a colaborar con la conservación, a la vez impulsar acciones que nos acerquen más a la reducción de uso de plásticos, a la eficiencia energética y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Sabemos que el camino es largo y sólo estamos empezando a recorrerlo, pero confiamos en que cada una de las empresas del Grupo pueda llevar adelante innovaciones con la mirada en el mismo objetivo: satisfacer a los clientes cada vez más exigentes, a la par que buscar colaborar con la construcción del país que necesitamos.



Jorge Riquelme
Director
Grupo Riquelme

STAFF

Edición y redacción
Responsabilidad Social Grupo Riquelme

Diseño
Juan Ramirez

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



Reducción de uso de plásticos en el Real

El plástico, actualmente, es uno de los mayores problemas ambientales que existen a nivel mundial. Se necesita trabajar de manera conjunta con todos los actores de la sociedad para poder reducir o eliminar su uso. Atendiendo a esta necesidad, desde agosto de este año, Cadena Real empezó a implementar un conjunto de iniciativas que busca reducir la cantidad de plástico que se utilizan en los supermercados.

Como primer paso, se puso a disposición de los clientes cajas de cartón en las 8 sucursales, para aquellos que deseen llevar sus compras a la casa de una manera más ecológica. Esta es una invitación a plantearnos cuánto plástico consumimos y todas las maneras en las que podemos disminuir su uso.

CAMBIO DE PARADIGMA

Esta iniciativa es el inicio de lo que

puede significar un cambio de paradigma, tanto para los representantes de la industria de supermercados, como para los consumidores, que están informados y que necesitan respuestas por parte de las empresas a los problemas mundiales. La búsqueda e implementación de alternativas ecológicas para el consumo es un proyecto a largo plazo que, con la reducción de bolsas de plástico, el Real da sólo el primer paso.

Hasta el momento, la respuesta de los clientes fue positiva; se vio reflejada en la reposición constante que se hace de estas cajas ante la demanda de los clientes. Alrededor de 300 cajas son utilizadas por día, también se sintió la aceptación en el retorno que dan los clientes a las cajeras en forma de felicitaciones por la iniciativa y en las reacciones positivas en las redes sociales del Supermercado.



ACCIONES POR EL MEDIO AMBIENTE

Si bien las acciones empezaron ya desde el año pasado, poniendo bol-

sas reutilizables en cada caja para los clientes que desean adquirirlas, este año ahondamos nuestro compromiso sumando nuevas acciones.



Cajas de cartón disponibles para los clientes.



Bolsas reutilizables en las cajas.



Como primer paso, se puso a disposición de los clientes en las 8 sucursales cajas de cartón, para aquellos que deseen llevar sus compras a la casa de una manera más ecológica.

“Como supermercado, somos responsables de poner a disposición de los clientes todas las opciones posibles que generen el menor impacto negativo en el ambiente, pero la responsabilidad no acaba en nosotros y nos toca expandir las acciones a toda nuestra cadena de valor. Somos parte de un proceso a nivel global y cada día presenta una nueva oportunidad para replantearnos la manera en que hacemos las cosas”. Federico Scavenius, Gerente General de Cadena Real

ción de una sola bolsa para todas las verduras, de pesarlas y ubicarlas en el carrito directamente o de traer sus bolsas reutilizables para el transporte de sus compras.

Además de trabajar al interior de los supermercados, en la ciudad de Ñemby desarrollamos proyectos comunitarios con aliados gubernamentales y privados. Actualmente, se está impulsando el proyecto para colegios “Ñemby Verde” en conjunto con la Municipalidad local, que consiste en plantaciones de árboles y cuidado en zonas urbanas por alumnos de distintos colegios. También, en la sucursal 2 de dicha ciudad se encuentra un Ecopunto instalado desde mayo de este año, a disposición de los ciudadanos para el reciclaje de residuos. Hasta setiembre, se han recolectado más de 194 kilos de residuos entre plásticos, papel, cartón y aluminio.

Es por ello, que además del uso de cajas de cartón para disminuir el uso de bolsas plásticas, también se eliminaron pajitas de plástico dentro de los

Patios de Comidas de todas las sucursales, así como las bandejas de isopor utilizadas anteriormente en el sector de verdulería. Todas las frutas

y verduras están disponibles a granel y se alienta a los clientes a reducir la cantidad de bolsas de plástico a través de varias posibilidades: la utiliza-



300
cajas en promedio son utilizadas por día por los clientes.



Vista aérea de la planta de Federal.

Federal obtiene Certificación HACCP

Para Fideos Federal obtener la certificación HACCP implica tener una cultura enfocada a producir alimentos inocuos; un cambio en la mentalidad de toda la cadena de producción, desde la compra de insumos y materia prima hasta la verificación del vehículo que transportará los alimentos.

El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP por sus siglas en inglés) es una norma internacional que tiene por objeto la producción segura de alimentos con un acercamiento preventivo. Las directrices para su aplicación se establecen en el Codex Alimentarius y tienen como base la implementación de las buenas prácticas de manufactura o BPM.

La auditoría externa fue realizada por SGS Paraguay a través de dos

auditoras que revisaron tanto la parte documental: procedimientos, instructivos, registros, etc. como las instalaciones y procesos productivos.

Para la planta de Fideos Federal, la certificación se consiguió en tiempo record, iniciando el trabajo de implementación in situ en setiembre de 2018 y culminando con la auditoría en el mes de junio de 2019.

La auditoría tuvo resultados excelentes, ya que se obtuvo la certificación sin no conformidades, reconociendo el ente auditor las instalaciones de primer nivel y la solidez del equipo de trabajo como fortaleza de la empresa.

Este sistema de gestión comprende procesos y controles estandarizados, auditorías internas y a proveedores de manera periódicas, entre otros, llevando registros de estas actividades.



Los clientes y consumidores pueden tener la seguridad que el producto que llega a su mesa ha pasado por un proceso de producción controlado, que tiene como respaldo personal que ha sido capacitado para llevar a cabo cada tarea.

Crece la familia del Grupo Riquelme

Durante los últimos meses, celebramos la llegada de nuevos miembros a la familia. Como grupo empresarial familiar, el Grupo Riquelme crece con cada nuevo colaborador que se suma a las empresas, pero también con cada nuevo nacimiento que agranda la familia generación tras generación.

Los padres Maria Paz Sousa Mujica y Atilio Manuel Reguera Riquelme recibieron a Agustina Maria Reguera Sousa el 15 de abril del 2019. Acompañaron el nacimiento sus hermanas Athina y Allegra, su

hermano Atilio Manuel y sus abuelos Atilio Manuel Reguera y Stella Riquelme con Pilar Mujica y Juan José Sousa.

María Lucía llegó el 31 de julio del 2019, le dieron la bienvenida sus padres Emilio Zugasti y Belén Riquelme, su hermanito Facundo de 2 años y sus abuelos Jorge y Rossana Riquelme junto a Carlos y Gilda Zugasti.

¡Felicidades a toda la gran familia del Grupo Riquelme!



Voluntariado de las cajeras del Real para celebración del día del niño

En el Paraguay, celebramos el día del niño en una fecha distinta que el resto del mundo. Conmemoramos a los niños que lucharon en la Batalla de Acosta Ñu, durante la guerra de la Triple Alianza. Hoy, las bata-

llas son distintas, pero los niños las siguen luchando y celebramos cada pequeña victoria por la salud.

la logística de la preparación de la celebración.



Voluntarias del Real junto a Víctor Domínguez, Presidente de Fundación C.E.C.I. durante el festejo.

El sábado 17 de agosto, niños beneficiarios de la Fundación CECI (Centro Especializado de Cardiología Infantil) celebraron su día con sus familias en el Albergue "Niños de Acosta Ñu" del hospital Acosta Ñu, acompañados de una merienda, sorpresas y un show de payasos. Voluntarias del Real pudieron acompañar al festejo y ayudar con

Las compañeras que participaron del festejo fueron Monserrath Rambado y Rosa Valenzuela del Real San Vicente, Daniela Álvarez y Cinthia Martínez del Real de Capiatá 1. Es gracias a la labor voluntaria de los cajeros que desde el Real se puede impulsar la campaña de redondeo de vueltos que beneficia a los niños con afecciones cardíacas que son pacientes de la Fundación CECI.

La Reserva Natural Morombi hace un llamado a las autoridades contra la deforestación ilegal



Los daños ocasionados por la deforestación que está sufriendo la Reserva Morombi representan un ataque directo a la fauna y flora silvestre del Paraguay.

Debido a la tala ilegal se deforestaron casi 3.000 hectáreas de las 25.000 existentes y que llevarán décadas a la naturaleza recuperar. Este territorio equivale a 775.228 árboles medianos y su deforestación representan una pérdida en la producción de oxígeno equivalente a 655.573 m^3 por día. Esto implica que se deja de producir el

oxígeno diario para más de 1.500.000 personas.

Oscar Rodas, director de Cambio Climático y Políticas de WWF, explicó durante una entrevista en setiembre del 2019: "Los incendios y la deforestación están vinculados. Morombi es una selva húmeda, por lo que no debería quemarse ni un metro cuadrado. Sin embargo, estuvimos detectando en las imágenes de los sistemas de monitoreo de calor que en la reserva había como 60 focos, todos concentrados en lugares donde se ha invadido y se ha talado el bosque en contra

de las leyes que protegen esa reserva. Entonces, el incendio provocado y la tala de los bosques húmedos están vinculados íntimamente".

RESERVA DE AGUA AMENAZADA

La deforestación también afecta al Acuífero Guaraní, ya que los árboles de la Reserva Morombi actúan de canales naturales atrayendo lluvias para su recarga. Si el bosque desaparece y avanzan las áreas de cultivo sobre los lugares de recarga, podrán existir factores que contaminen el agua.

El Acuífero Guaraní constituye la principal fuente de suministro de agua potable de la región para abastecimiento urbano-industrial y agrícola, y es el segundo reservorio de agua dulce más grande del mundo, luego de la Gran Cuenca Artesiana de Australia (volumen de agua estimado de 65.000 Km^3). Se estima que el Acuífero Guaraní podría proveer de agua a la población mundial por 200 años.

Este reservorio de agua dulce se extiende por debajo de la superficie de partes transfronterizas del Paraguay,

Argentina, Brasil y Uruguay con un volumen de agua estimado de 37.000 Km³. El acuífero ocupa aproximadamente 840.245km² en Brasil, 225.000 km² en Argentina, 70.000 km² en Paraguay y 45.000 km² en Uruguay.

Además del alto valor que representa el bosque de la Reserva Natural Morombi como zona de recarga del acuífero, en esa zona se genera el 60% del caudal que corresponde al Río Acaray y que alimenta a la represa que lleva su nombre, la única represa sobre la cual el Paraguay tiene soberanía.

NECESIDAD DE MÁS ACCIONES POR PARTE DE LAS AUTORIDADES

Los representantes de la Reserva hicieron un llamado de auxilio a las autoridades que tienen injerencia en la situación de deforestación ilegal y a la ciudadanía, con la intención de que tomen conocimiento de la situación actual y puedan colaborar con la presión a las autoridades.

“Hoy tenemos el desafío de proteger los últimos remanentes del Bosque Atlántico que sufren constantemente bajo la amenaza de tala indiscriminada para rollotráfico, hornos de carbón y plantaciones ilegales así como caza furtiva. La Reserva Morombi se enfrenta a estas situaciones todos los días” indicó Alfredo Rodríguez, gerente administrativo de Campos Morombi. Por otra parte, la titular de Instituto Forestal Nacional (INFONA), Cristina Goralewski manifestó “hemos



Añosos árboles talados para la fabricación de carbón.

visto un aumento de los casos de deforestación, de rollotráfico, asociados a ocupaciones”.

Rodríguez indicó que desde la Reserva Morombi se realizan constantemente las denuncias ante las autoridades correspondientes. Sin embargo, hasta el momento las respuestas de las instituciones oficiales no han sido suficientes para evitar o frenar el avance de la deforestación.

“El Bosque Atlántico del Alto Paraná (BAAPA) es una de las ecorregiones más amenazadas del planeta, su superficie ha disminuido dramáticamente, quedando hoy solamente el 13% de su cobertura original y la Reserva

Morombi es un área núcleo de conservación del BAAPA en Paraguay. Es un patrimonio de nuestro país y el mundo, que debemos proteger y preservar”, explicó también Oscar Rodas.

Estamos siendo testigos de un crimen contra todo el sistema legal paraguayo que protege el sistema nacional de áreas silvestres protegidas y la diversidad biológica. El estado necesita escuchar las advertencias de las organizaciones ambientalistas, locales y foráneas, para tomar las medidas antes de que sea muy tarde. Paraguay tiene compromisos ambientales internacionales que podrían ser cumplidos con la conservación y mantenimiento de las áreas protegidas.

Sobre la Reserva Natural Morombi

La Reserva Natural Morombi es un hábitat rico en biodiversidad que alberga innumerables especies y plantas únicas en el mundo, muchas de ellas en peligro de extinción. Se encuentra en los departamentos de Caaguazú y Canindeyú y es uno de los últimos remanentes del Bosque Atlántico del Alto Paraná (BAAPA).

La Reserva Natural Morombi constituye una muestra representativa de los ecosistemas de BAAPA y de campos cerrados en excelente estado de conservación, demostrado por la presencia de especies de flora y fauna amenazada y endémica, como el emblemático Jaguararé (*Panthera Onca*).

Su ubicación estratégica entre la Reserva Natural del Bosque Mbaracayú y otras áreas protegidas y la presencia de una compleja red de afluentes de los ríos Acaray y Jejui guazú, hacen de este sitio clave para el mantenimiento de corredores biológicos y la protección de cuencas hidrográficas.

-

Contacto

Reserva Natural Morombi: Vivian Cajé, Gerente de Responsabilidad Social

Tel : 0985 726 477 — mail: vivian.caje@gruporiuelme.com



Líderes de distintos sectores del Real.

1ra. Convención de Líderes del Real

El miércoles 28 de agosto se realizó la 1ra. Convención de Líderes “ADN Real”, a la cual asistieron 128 Líderes de diferentes sectores de la empresa, como parte del programa ADN Real, en donde se trabaja la cultura organizacional de la empresa.

El objetivo de esta jornada, que forma parte de un proceso de capacitación constante, es que cada Líder refleje los valores de la empresa y sea capaz de generar en sus equipos un mayor sentido de pertenencia, compromiso e identificación con los valores de Cadena Real.

La jornada estuvo cargada de aprendizaje y diversión, a través de dinámicas grupales con las

que se pudo reflexionar sobre el trabajo en equipo, la toma de decisiones, la comunicación y el relacionamiento interpersonal, entre otros.

“Entendimos que EL ADN REAL, es como somos, lo que nos caracteriza, es nuestra esencia como Empresa, lo que nos hace únicos y excepcionales. Como líderes, debemos asumir la responsabilidad que conlleva este rol y tomar decisiones oportunamente y con foco en los clientes, orientando a los equipos de trabajo no solo a la identificación de los problemas sino también a la resolución de estos con proactividad y sentido de urgencia”. Carla Leiva, Jefa de Gente Real.

Se trabajó la Dinámica del FODA, liderada por Federico Scavenius, Gerente General, donde se analizó qué aporta cada uno como colaborador y de qué manera facilita el logro de objetivos, determinando las fortalezas y las oportunidades que existen de mejorar la gestión, las debilidades y amenazas que se enfrentan en el proceso y que se convierten en desafíos para el cierre del año. Además, se realizó una dinámica llamada “la Balsa” liderado por el equipo de Gente Real, donde se trabajó en equipo para vencer las dificultades que se presentan, se analizó el proceso de toma de decisiones, se ejercitó la argumentación, el poder de convencimiento y el de síntesis, así como también el impacto de la comunicación no verbal.

Los encargados de ampliar cada regla de oro fueron:

- Comunicamos de manera efectiva** – Mauricio Rodríguez y Verónica Piris
- Apreciamos el compromiso y el trabajo duro** – María Gloria Quevedo y Pedro Fretes
- Desarrollamos e impulsamos los talentos de nuestros colaboradores** – Patricia Ortega
- El sentido común y la simplicidad son las mejores guías** – Gabriel Duarte y Natalia Díaz
- Nunca tomamos atajos, la integridad en primer lugar** – Miguel Carabjal y Marcos Paixao
- Actitud de Dueño y sentido de urgencia, aliados de los buenos resultados** – Enrique Verano
- Responsabilidad y Mérito en el Desempeño Laboral** – Raúl Cáceres y Néstor Verón
- Estricto manejo de nuestros costos y búsqueda constante de la eficiencia** – Flora Benítez y Carlos Vargas
- Admiramos la actitud proactiva** – Estela Luraschi y Jennyfer de Souza
- Lideramos con el ejemplo** – Federico Scavenius

Reglas de ORO

- C** omunicamos de manera efectiva
- A** preciamos el compromiso y el trabajo
- D**esarrollamos o impulsamos los talentos de nuestros colaboradores
- E**l sentido común y la simplicidad son las mejores guías
- N**unca tomamos atajos, la integridad en primer lugar
- A**ctitud de dueño y sentido de urgencia, aliados de los buenos resultados
- R**esponsabilidad y méritos en el desempeño laboral
- E**stricto manejo de nuestros costos y búsqueda constante de la eficiencia
- A**dmiramos la actitud proactiva
- L**ideramos con el ejemplo

Plantación del Club de Leones en la Reserva Natural Morombi

Clubes de Leones nos demostraron que no existen obstáculos para ser parte del cambio y sembrar esperanza en la lucha contra la crisis ambiental que se vive en la región del Bosque Atlántico del Alto Paraná.

Por el mes de la primavera, 30 miembros del Club participaron de una jornada de plantación de 1.000 árboles en 3 hectáreas de la Reserva Natural Morombi. La plantación forma parte del Programa de Reforestación para la protección de humedales, además de servir como el futuro corredor natural que conectaría con uno de los montes de la Reserva.

Durante su paso por Morombi, conocieron sobre el trabajo de la Reserva, las acciones de reforestación y conservación y también los peligros de la deforestación, de la mano de la Gerente de Responsabilidad Social del Grupo Riquelme, Vivian Cajé, y el Ing. Forestal José Benítez. El grupo visitó el vivero de la Reserva, que tiene una capacidad de producción de 120.000 plantines, los cuales se logran gracias a las semillas que se colectan del bosque nativo. También visitaron plantaciones de campañas anteriores, como la de



Uno de los miembros del Club de Leones en pleno proceso de plantación.

1.000
árboles
plantados

3
hectáreas
reforestadas

“Elegí Verde 2018” realizada por Unilever, y realizaron la plantación seguida de la inauguración de un monolito distintivo de las actividades del Club de Leones.

Finalmente, los leones hicieron el recorrido por uno de los senderos atravesando el bosque hasta uno de los colosos de la Reserva, además de árboles de yerba mate silvestre y otras especies de gran valor forestal.

Esta plantación se realizó en el marco del convenio firmado con el Club de Leones de Asunción General Bernardino Caballero, y participaron también miembros de los Clubes de Leones: Asunción - Ka'aguy Rory, Asunción - Villa Morra, La Encarnación, Asunción - San Antonio, Asunción - Metropolitano además de Clubes de Santaní, Katuete, Saltos del Guairá, Ciudad del Este y de Caaguazú.



Miembros del Club de Leones junto al monolito conmemorativo de la plantación.

Niko, 18 años de historia y crecimiento

Niko cumplió 18 años en este 2019, tras ser lanzada en mayo del 2001 como una marca nacional y propia de gaseosas fabricadas por Embotelladora Central S.A.C.I., que hasta entonces producía y envasaba productos de otras marcas como RC Cola de los Estados Unidos y Guaraná Brahma de Brasil. Por precio, calidad, accesibilidad y cercanía a los paraguayos se con-

virtió rápidamente en líder de mercado en el segmento de "marcas B", segmento que lidera hasta hoy en día a pesar de contar con una competencia más variada y fuerte que en años anteriores.

Con un gran equipo humano y la premisa de brindar excelencia en calidad y servicio a los clientes, se abrió paso en un mercado que hasta el momento era encabezado por



marcas internacionales, logrando así tomar gran porcentaje de mercado y marcando el inicio de una nueva historia en la industria nacional.

LÍDER EN INNOVACIÓN

Uno de los pilares más importantes de la marca fue siempre destacarse por la innovación y lo logró con gran éxito a lo largo de los años. Entre los años 2009 y 2014 se posicionó introduciendo una gama muy amplia de sabores que, más allá de los tradicionales, incluían otros muy novedosos (frutilla, mburucuyá, gua-



Entre las fortalezas de la marca se destacan su altísima cobertura en puntos de venta a nivel país y un alto nivel de conocimiento y recordación de la marca por los consumidores.



Durante el proceso de llenado.



Planta industrial de Niko en la ciudad de San Lorenzo

ranzana, mix frutal, sandia, bubba, mandarina), lanzando productos con licencias internacionales de personajes o dibujos animados para niños, e incluso innovando en el formato del packaging con una edición especial y muy recordada llamada "Niko Bomba", además del lanzamiento de su línea de sabores en latas de aluminio.

UNA MARCA VIGENTE Y SÓLIDA

En el año 2017, lanzó nuevamente una promo enfocada a dar bene-

ficios y premios a los consumidores, en el 2018 y 2019 volvió a producir comerciales por el día de la madre, un espacio ya ganado por la marca por la cercanía consolidada con ellas.

En el 2019, se relanzó el calibre de 3 litros en los tres principales sabores, completando así su portafolio de productos.

Entre las fortalezas de la marca se destacan su altísima cobertura en puntos de venta a nivel país y un

alto nivel de conocimiento y recordación de la marca por los consumidores.

Niko se mantiene como marca líder del segmento "marcas B" siendo fiel siempre a la premisa de dar las mejores ofertas, calidad, variedad de sabores y calibres, conveniencia, formando parte así del día a día de los consumidores.

NIKO, SIEMPRE TE DA MÁS!

Quedan grandes desafíos para NIKO y aun muchas oportunidades de crecimiento que vendrán como siempre acompañadas de innovación y garantizadas por la mejor calidad haciendo siempre esfuerzo por cumplir con la promesa a sus consumidores: NIKO, SIEMPRE TE DA MÁS!



NIKO festejó el día del niño con actividades y sorpresas

Para NIKO, los niños son lo más valioso de nuestra sociedad, por lo tanto, cada uno merece la plena aplicación de sus derechos y gozar de un hogar feliz con todo el amor de su familia. "Aprendamos más de nuestros niños, aunque sean pequeños, nos dejan grandes enseñanzas"

Es por ello que, para fomentar la unión familiar y llevar alegría, diversión y sor-

presas, el equipo de NIKO celebró el día del niño con 3 municipios de Gran Asunción.

LOS FESTEJOS COMPARTIDOS FUERON:

- El 13 de agosto en la explanada de la Municipalidad de San Lorenzo, con una participación de más de 1.000 niños que disfrutaron de 2 funciones de Tea-

tro y musicales en vivo, por la mañana y por la tarde.

- El 16 de agosto en la plaza Mcal. López de Luque, donde se realizaron bailes, animaciones con payasos y shows de magia. La actividad organizada por la Municipalidad de Luque con una participación de más de 2.000 niños.

- El 17 de agosto en la plaza Fulgencio Yegros de Nemby. Se realizaron shows artísticos de danza, animación con payasos, juegos y sorteos. Actividad organizada por su municipalidad

con una participación de más de 2.500 niños.

Todas las actividades fueron acompañadas por promotoras y el muñeco de NIKO. En Luque y Nemby, se montó un stand donde los niños retiraron kits sorpresa, canjeándolos por tapitas de NIKO.

El equipo entregó más de 5.000 kits sorpresa con gaseosas, galletitas y dulces. También, se entregaron gaseosas para refrescar a los niños durante todos los eventos.



Gran concurrencia durante los festejos.



El muñeco de Niko animó las celebraciones.

Coach certificada de John C. Maxwell en el Real

Patricia Ortega, Gerente de Recursos Humanos de Cadena Real, obtuvo recientemente la certificación internacional de Coach, Orador y Capacitador certificado de John C. Maxwell, en la ciudad de Orlando de los Estados Unidos.

Según el instituto de John C. Maxwell, el coaching es, en esencia, una serie de conversaciones intencionales que permiten a una persona obtener claridad y encarnar su vocación. Es el arte de la influencia que sustenta el liderazgo en el siglo XXI.

Dicha certificación otorga la licencia para utilizar un plan de estudios y programas que consiste en:

- Seamos Personas de Influencia.
- El poder de las Relaciones.
- Como ser un Éxito REAL
- Liderazgo: Principios de Oro
- ¡Vive tu sueño!
- Las 15 Leyes Indispensables del Crecimiento.

¡Felicitamos a Patricia por este gran logro y esperamos que todo el conocimiento pueda ser compartido con la familia Real!



Patricia Ortega, Gerente de RRHH del Real.

Colaboradores del Real se capacitan sobre cortes de carne

Poder conocer en profundidad el espacio de trabajo y detalles sobre cada área son habilidades que suman a la experiencia general de cada colaborador.

Una parte importante dentro del supermercado es el área de carnicería, por lo que se busca impulsar dentro de los colaboradores del Real la habilidad para poder identificar los cortes de carnicería, y de esta manera ofrecer la mejor calidad de productos a los clientes.

Es así que se impulsaron exitosamente las capacitaciones para línea de caja y otros sectores sobre reconocimiento de cortes, llevadas a cabo por el Sr. Mario Coronel, analista de calidad del Departamento de Calidad y Proyectos de Cadena Real, durante el mes de agosto de 2019. Pudieron participar 145 colaboradores, que aprendieron las herramientas y conocimientos para reconocer productos del sector de carnicería, así como también para prevenir hurtos y maniobras tendenciosas.



Equipo del Real durante la capacitación.



CONADERNA visitó la Reserva Natural Morombi para generar plan de acción



Senador Blas Lanzoni, Senador Juan Afara abrazando el coloso de la Reserva.



Miembros de CONADERNA y otros invitados

La Comisión Nacional de Defensa de los Recursos Naturales (CONADERNA) es un organismo del Congreso Nacional, que tiene como misión orientar, coordinar, concienciar, gestionar y monitorear acciones y políticas hacia el desarrollo sostenible. En el marco de su plan 2019/2020, dentro de sus áreas temáticas de monitoreo y educación ambiental, y buscando atender las urgentes necesidades de protección, el titular Blas Lanzoni y el vicepresidente Juan Afara visitaron la Reserva Natural Morombi con el objetivo de interiorizarse acerca de la situación y generar un plan de acción para la erradicación de la deforestación.



Los Senadores verifican zonas deforestadas y reforestadas

Acompañaron a la delegación autoridades de la Asociación Rural del Paraguay (ARP), el Ministerio del Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADES), representantes de la WWF y periodistas de distintos medios.

Los daños ocasionados por la deforestación que hoy está sufriendo la Reserva Morombi representan un ataque directo a la fauna y flora silvestre de nuestro país.

ALERTA EN CÁMARA DE SENADORES

En la sesión ordinaria de la Cámara de Senadores, el titular de la CONADERNA, Blas Lan-

zoni, expuso el grave panorama de la Reserva Morombi y la catalogó como unas de las reservas más importantes del país, que forma parte del Bosque Atlántico del Alto Paraná, y uno de los 200 lugares biológicos más importantes de la tierra.

“La preservación del Bosque Atlántico tiene una importancia mundial por ser fuente invaluable de material genético y por ser agente catalizador de la calidad del aire y del agua en toda la región”. Blas Lanzoni, titular de la CONADERNA

Los representantes de dicho organismo decidieron realizar una visita luego de recibir la denuncia en la Cámara Alta y en la CONADERNA. Durante la misma pudieron constatar un daño ambiental “que debe sorprender a todos”, según lo que se expresó ante el pleno.

El legislador mostró en diapositivas las imágenes aéreas de la reserva. “Personas inescrupulosas están invadiendo y aparte de deforestar y de quitar rollos de madera, están convirtiendo esa zona en uno de los lugares de mejor y mayor plantación de marihuana”, señaló.



Los Senadores visitando el vivero forestal



Eficiencia y calidad de atención en EMCESA

Apuntando a la excelencia en la atención al cliente y al cuidado de la presencia de marca, Embotelladora Central SA – EMCESA implementa desde el 2018 un sistema de medición de eficiencia de la fuerza de ventas.

Esta medición es una herramienta para medir el desempeño del equipo y encontrar los puntos por mejorar a tiempo, reduciendo el impacto final de las problemáticas identificadas. En el proceso de medición se utilizan métricas desde lo macro hasta lo micro, condensadas en tableros dentro de un software de gestión.

MONITOREO LOS ÍTEMS QUE SE MIDEN DIARIAMENTE SON:

Eficiencia de visita: Se verifica que el punto de venta y el lugar

de la toma del pedido no tengan una diferencia geográfica mayor a 200 metros.

Ventas: capacidad de concretar las ventas.

Volumen: cantidad de productos vendidos.

Cobertura: apertura de la métrica de venta en marca o calibre específico.

Índice de rechazo: se analiza el volumen de productos rechazados.

Se mantiene siempre las mismas métricas y en el nivel de apertura donde se va desgranando. La medición macro es el resultado final de las métricas y la apertura por



Realizando las visitas a los comercios.

canales y marcas. La medición micro es el pivoteo de la apertura anterior considerando también aperturas de supervisores, vendedores y calibre.

Uno de los indicadores monitoreados es la eficiencia de visita, con lo que se asegura el 100% de visitas a la cartera de clientes con cada vendedor. En línea a la métrica anterior, se mide la eficiencia de productividad, buscando que la mayor cantidad de clientes ad-

quiera como punto de partida una marca y posteriormente expanda sus compras a otras.

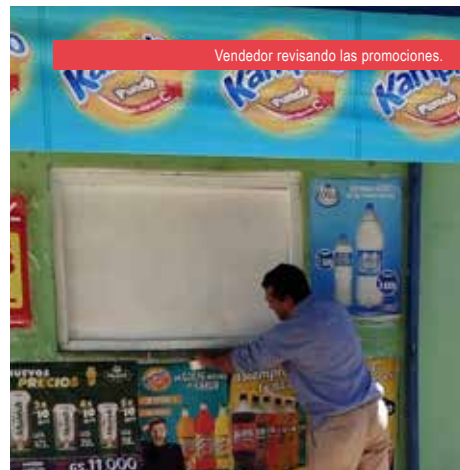
“Es importante medir, es la manera más acertada de saber la situación del equipo y de nuestros clientes para poder tomar decisiones clave en la mejora de los servicios”.
Cristhian González, Gerente Comercial de EMCESA

FUERZA DE VENTAS

Actualmente, esta herramienta ya



Controlando que cada producto esté comunicado.



Vendedor revisando las promociones.



Colocando los carteles.

118
vendedores
conforman el
equipo al que se
aplica la medición.

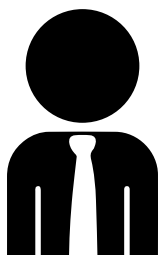
se encuentra dando resultados positivos, cuidando los volúmenes y presencia de la compañía.

La medición se aplica a toda la fuerza de ventas en el departamento central y en capital. El equipo está conformado por 118 vendedores, 12 supervisores y 5 jefes, que al cumplir con la eficiencia de visita y venta suman un 10% a su comisión.

Estas acciones generan un equipo eficaz, que cuida la presencia de la marca con cada cliente y eso es una ganancia para todos. El comercio es dinámico, y requiere adecuaciones constantes a las necesidades del mercado, por lo que el equipo de EMCESA está siempre atento a buscar formas de entender, medir y mejorar.

**Equipo de ventas
Central y Capital**

118 vendedores
12 supervisores
5 jefes



Miembro del equipo revisando los productos en góndola.

Crecimiento sostenido de Campos Morombi

Campos Morombi, como parte del Grupo Riquelme, opera bajo el espíritu de que “al Paraguay lo hacemos crecer entre todos”, es por eso que como empresa sigue invirtiendo y apostando al país. La compra de la nueva unidad productiva, la Estancia Tembiaporenda, es una prueba de que el Grupo lleva sus ideales a la práctica.

La Estancia Tembiaporenda es una unidad productiva de más de 12.000 hectáreas, con más de 6.000 hectáreas de pastura desarrolladas, que a partir del segundo semestre pasó a formar parte de Campos Morombi, que ya se em-

pezó a cargar con animales tanto de producción propia como adquiridos de otros productores para poder hacerla productiva.

En la actualidad cuenta con aproximadamente 5.000 cabezas, pero la meta es llegar a las 7.000 cabezas antes de fin de año, mientras se ponen a punto todos los poteros y la infraestructura necesaria, para llegar a su máximo potencial que sería alrededor de 10.000 cabezas.

La empresa Campos Morombi, viene con un crecimiento sostenido en los últimos 3 años y la adquisición de esta nueva unidad viene

a complementar la capacidad de producción y engorde de animales en una zona del Chaco en la que existe mucha producción de terneros, pero ningún campo destinado exclusivamente a la terminación. A partir de este año, la estancia con ese fin será Tembiaporenda.

Esta incorporación permitirá un ahorro considerable en gastos de fletes y brindará la posibilidad de diversificar la zona en donde se terminan los novillos, que actualmente son la estancia Licy Stella al noroeste del Chaco y Tembiaporenda, al oeste del Chaco, disminuyendo de esa forma el riesgo

a condiciones climáticas desfavorables.

Tembiaporenda es la segunda estancia nueva que pasa a ser productiva dentro de Campos Morombi en los últimos 3 años, demostrando el crecimiento sostenido que viene teniendo la empresa. La primera estancia en incorporarse productivamente fue la Estancia Rosillo. Actualmente, esta estancia cuenta con cerca de 2.000 cabezas y permitirá en los años venideros albergar alrededor de 5.000 cabezas más, lo que asegura el desarrollo esperado de la empresa.



Parte del ganado de Campos Morombi.

Nuevas viviendas construidas en alianza con Hábitat para la Humanidad

Como parte del acuerdo realizado entre la organización Hábitat para la Humanidad y el Grupo Riquelme, Jorge Paredes y Liz Ruíz Díaz pudieron acceder a beneficios de soluciones habitacionales, de acuerdo a sus necesidades. El acceso a estos beneficios está disponible para los colaboradores de todas las empresas del Grupo. En esta ocasión, ambos compañeros son colaboradores de Cadena Real.

Jorge Paredes trabaja en Cadena Real hace 19 años, actualmente como Jefe de Compras de Patios de Comidas y durante el 2019 pudo celebrar dos acontecimientos muy importantes: su boda con Celia Gloria Jara y la construcción y mudanza a su nuevo hogar como familia.

“Yo soñé con tener esta casa y gracias a Dios se me cumplió. Hoy me toca a mí, pero mañana les toca a mis compañeros. Es cuestión de que ellos sueñen, trabajen y se enfoquen en lo que quieren. Yo soñé y lo conseguí”. Jorge Paredes

Liz Ruíz Díaz, Asistente de Marketing desde hace 2 años, también pudo acceder a otro de los beneficios de Hábitat para la Humanidad: la ampliación de su hogar. A punto de ser madre por primera vez, Liz no dudó en tomar la oportu-



Cristhian Prado de Hábitat para la humanidad, Jorge Paredes con su señora y Federico Scavenius, Gerente General del Real durante la inauguración.

unidad de construir una habitación con baño extra para la llegada de la nueva integrante de la familia.

“Construir este espacio es un inicio, es el lugar en donde va a empezar la vida con mi hija y estoy muy agradecida por darnos la oportunidad de crecer”. Liz Ruíz Díaz

El tiempo de construcción de ambos proyectos fue de dos meses. Para más información sobre este beneficio o para aplicar, sólo hace falta contactar con el encargado de Hábitat para la Humanidad de cada empresa. ¡Anímate a cumplir el sueño de la casa propia!

Contactos de Hábitat

- **Para Cadena Real y Cereales S.A.:**
Lorena Speratti - 0984 303 383
- **Para CCA:**
Daisy Torres - 0985 128 094
- **Para EMCESA:**
Marta González - 0986 115 211
- **Para Campos Morombi:**
Anderson Candia - 0981 258 555



Liz Ruíz Díaz, asistente de Marketing del Real.

Nueva línea de pastas nido en Cereales SA

Fideos Federal es una de las marcas de pastas más tradicionales del Paraguay. Buscando siempre satisfacer a los consumidores, cuenta con más de 25 variedades de fideos en distintas presentaciones y se prepara para recibir a una nueva variedad: las pastas nido.

Actualmente la planta de Fideos Federal, ubicada en la ciudad de Capiatá, cuenta con 2 líneas, una para pasta lar-

ga y otra para pasta corta. La nueva línea, para formato de pasta en forma de nidos está en etapa de montaje. Esta línea, al igual que las 2 ya instaladas el año pasado, fue fabricada íntegramente en Italia. La empresa proveedora es referente mundial como fabricante de maquinarias para pastas secas, lo que garantiza estándares de primer nivel para nuestra nueva línea de producción. “La nueva línea cuenta con

estándares de clase mundial”, comentó Javier Da Silva, Gerente Industrial.

Los técnicos italianos que acompañan el montaje son los responsables de la capacitación a los colaboradores que trabajarán directamente con las pastas nido, tanto en la operación como en el mantenimiento. Posteriormente, el Jefe de Producción acompañará la formación de cada operario.

La línea contará con control automático, con monitoreo constante de los parámetros que asegurará la calidad. Se estima que estará funcionando a fines del 2019 y tendrá una capacidad inicial de 600 kg/h y una capacidad de ampliación a futuro de 900 kg/h. Esto significa elevar la capacidad de producción en un 120% para las pastas de ese formato.



Cereales SA implementa nuevo sistema Dynamics 365



Equipo de usuarios clave en el lanzamiento.

Microsoft Dynamics 365 es un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP, Enterprise Resource Planning), que automatiza los procesos operativos del negocio. Este sistema facilita una mayor productividad para la empresa y mejora las formas de trabajo de una manera integral, simplificando y agilizando toda su operativa.

Como principal ventaja de la implementación de este sistema, está la posibilidad de tener una visión global del negocio, con procesos integrados e información consolidada. Esto permite tener procesos más eficientes y controlados, con información exacta y disponible para la toma de decisiones.

“Uno de los principales motivos por el cuál decidimos implementar Microsoft Dynamics 365 como ERP, es que se trata de un sistema Cloud, que nos brinda la posibilidad de impulsar una transformación digital en la empresa”. Gustavo García, Gerente de TI del Grupo Riquelme.

El proceso de implementación del sistema comenzó en febrero del 2018, realizando un relevamiento, análisis y diseño de cada proceso existente dentro de la empresa. Para ello, estuvieron involucrados usuarios que fueron denominados claves para el desarrollo de cada proceso y posterior ajuste dentro del sistema.

El éxito en el proceso de implementación de este sistema se debió, principalmente, al fuerte apoyo del Directorio del Grupo, quienes tuvieron la visión y la convicción de llevar a cabo este proyecto.

Midiendo la calidad en línea de cajas del Real

Como parte del desarrollo de un plan de mejora continua en todos los sectores de Cadena Real, desde el mes de mayo se empezaron a implementar mediciones de productividad, tomando al sector de línea de cajas como primer espacio para esta práctica.

La razón fundamental de estas mediciones es el aseguramiento de la calidad, primeramente organizando, luego dirigiendo y finalmente verificando el desempeño de los colaboradores del sector, con el objetivo de ofrecer al cliente el mejor servicio posible con estándares definidos. Las mediciones se realizan de forma mensual a la totalidad de las cajas y cajeros de todas las sucursales y tienen en cuenta ítems como asistencia, tickets por hora, intervalo entre clientes y cantidad de encuestas.



Aquellos que sobresalgan por su desempeño reciben un certificado y un pin de reconocimiento, destacando los resultados obtenidos en el mes de la medición, además de un reconocimiento en efectivo para la cajera o el cajero con mejor resultado por cada sucursal.

En el mes de julio se destacaron:

Doris Diaz de **Acceso Sur**
 Ana Ruiz de **Capiata 1**
 Junior Coronel de **Capiata 2**
 Claudia Vega de **Fernando de la Mora**
 Verónica Gomez de **Ñemby 1**
 Lilian Moreno de **Ñemby 2**
 Isabel Corrales de **Villa Morra**



Lanzamiento del Club Real, programa para beneficios de los clientes

El 1 de julio se lanzó el CLUB REAL: un programa de beneficios para los clientes de Supermercados Real que trae descuentos importantes en productos seleccionados para los miembros.

El programa pone a disposición de los clientes 2 plataformas para acceder a los cupones de descuento: una aplicación digital y un Kiosko que imprime cupones en cada sucursal.

los beneficios en todos los locales del Real.

PROMO ANIVERSARIO

Octubre es el mes de aniversario de Supermercados Real, y para celebrarlo, se lanzó la campaña de aniversario, con descuentos de hasta el 40% en artículos seleccionados para todos los clientes y descuentos aún mayores para miembros del Club Real.

Además, también están disponibles vales de 10% de descuento en productos comprados, que se pueden utilizar en la próxima visita.



Compromiso con las marcas en la unidad de Bebidas



Para profundizar el conocimiento sobre cada marca y cada producto, se llevaron a cabo una serie de capacitaciones sobre la identificación y el compromiso con las marcas de Embotelladora Central SACI – EMCESA, Compañía Cervecería Asunción – CCA y Frescu-

bo, durante los meses de agosto, septiembre y que finalizaron a principios de octubre. De las mismas participaron 275 colaboradores de las 3 empresas.

El objetivo de las capacitaciones fue lograr la identificación y el compromiso

de los colaboradores con las marcas, para impulsar el sentido de pertenencia y lograr la pasión por cada uno de los productos.

Colaboradores empoderados inician el consumo dentro del entorno familiar y

luego la llevan a otros entornos como las reuniones entre los amigos, festividades entre vecinos y otros ámbitos, porque los mejores vendedores son los más fanáticos de sus marcas, que conocen sus productos y que, sobre todo, los consumen.

Alumnos secundarios investigan sobre la Reserva Morombi

Los alumnos del 9no. grado A del "Colegio Sagrado Corazón de Jesús" - Salesiano - realizaron una investigación sobre el Movimiento Ecológico en Paraguay para su "Feria de Tecnología y Ciencias".

Para poder realizar el trabajo visitaron a varias organizaciones ambientalistas como WWF, Fundación Moisés Bertoni y Guyra Paraguay, con el fin de interiorizarse acerca de su funcionamiento y sobre las

acciones que realizan en favor del ambiente.

En ese contexto, también investigaron acerca de la Reserva Natural Morombi y recibieron una charla de

Vivian Cajé, gerente de Responsabilidad Social de la misma. Toda la información recabada fue expuesta y socializada con la comunidad educativa durante la feria realizada el 8 de octubre en el local del colegio.



Alumnos del Colegio Sagrado Corazón de Jesús durante la feria.



Parte de la exposición de los alumnos.



Real festejó la primavera con sus clientes y aliados



La primavera trajo consigo un ambiente festivo a los locales de los Supermercados Real. Durante el sábado 21 de setiembre, los colabora-

dores posaron con los clientes, que pudieron disfrutar de descuentos especiales del fin de semana, además de ferias en varias sucursales.

FERIA DE PEQUEÑOS PRODUCTORES

Asimismo, de viernes a domingo, los clientes también pudieron disfrutar

de la tradicional feria de pequeños productores en 4 locales, esta vez en una edición especial de flores y plantas.





Nueva línea de latas en CCA

Julio marcó un hito en la Compañía Cervecería Asunción, puesto que fue el mes en el que la nueva línea de latas de la empresa empezó a trabajar, con miras a atender mejor al mercado paraguayo, satisfacer las necesida-

des de los consumidores y también a expandir a países como Uruguay, Argentina y Brasil.

De esta línea se extrae la producción de latas de 269 ml, latas de 350 ml y 473 ml para las marcas Munich y Po-

lar. Para latas de 269 ml, la línea alcanza una producción de 48.000 latas por hora y para las latas de 350, una producción de 44.500 latas por hora, lo que representa una capacidad 2.7 veces mayor.

INNOVACIÓN

La nueva línea funciona con un equipo de 8 personas por turno, y su llegada dará lugar a la utilización de la línea anterior para la elaboración de productos de innovación y segmentados.



Grupo Riquelme se une a SUMMA, la Red de Empresas Amigas de la Inclusión



Anahí Vera, Visión Banco.



Presentación de la red.

SUMMA es el programa de motivación empresarial de la Fundación Saraki que busca empoderar a las empresas mediante estrategias de fortalecimiento sostenidas en la inclusión. SUMMA crea la primera Red Paraguaya de Empresas Amigas de la Inclusión, que nuclea a todas las empresas interesadas en fortalecer sus gestiones corporativas desde la innovación de la mirada inclusiva. Esta Red se sostiene en la Red Global de Empresas Inclusivas de la Organización Internacional del Trabajo – OIT.

El Grupo Riquelme forma parte de

la Red SUMMA desde agosto del 2019, con el objetivo de seguir creciendo e impulsando la inclusión de Personas con Discapacidad en sus empresas.

Como miembro de la Red, colaboradores del Grupo participaron en agosto del taller de Inclusión: Una estrategia que suma a tu empresa, con el objetivo de analizar desde las experiencias nacionales e internacionales los beneficios de aplicar estrategias inclusivas en las empresas y diseñar propuestas de acción a futuro. Durante el taller, se compararon

experiencias positivas y exitosas sobre el enfoque inclusivo entre empresas.

También, participaron del primer Webinar en setiembre, dictado por el Sr. Stefan Tromel, especialista en discapacidad de la OIT, quien presentó el tema: “Análisis

del Impacto de la Inclusión en la Excelencia Empresarial a nivel internacional”.

Formar parte de la Red de Empresas Amigas de la Inclusión ofrece talleres, conversatorios, webinars internacionales y espacios para compartir experiencia y hacer networking entre pares.



Participantes durante la primera charla.

SUMMA
Invita a participar

“ webinar 1
la inclusión y sus impactos en la calidad empresarial”

Análisis de los impactos de la Inclusión en la excelencia Empresarial.

A cargo de **Stefan Tromel**
Especialista en Discapacidad de la OIT

Viernes 13 de setiembre de 11 a 12hs

Se enviarán los links para el ingreso a la plataforma de los webinars vía mail.

RED MUNDIAL DE EMPRESAS Y DISCAPACIDAD

ELECTROLYTE WATER, el nuevo lanzamiento de Agua de la Costa

NUEVA
AGUA MINERALIZADA + ELECTROLITOS

AGUA
De la
costa
AGUA
MINERALIZADA

+ ENERGÍA Y VITALIDAD BAJO EN SODIO
ELECTROLYTE WATER
Agua mineralizada + Electrolitos
Minerales para seguir con tu día
COSTA 960 ml | 100% NATURAL

+MAGNESIO
+POTASIO
+CALCIO

HIDRATACIÓN
SIN CALORÍAS

Tras un trabajo de investigación de tendencias de consumo y demanda de mercado, Agua de la Costa apuesta a la innovación y amplía su portafolio de productos con el lanzamiento de Electrolyte Water.

Electrolyte Water es agua mineralizada con aporte adicional de minerales: magnesio, potasio y calcio. Estos electrolitos ayudan a la rehidratación y balance del cuerpo. Es un producto ligero, que a la vez repone minerales sin azúcar, carbohidratos, colorantes ni saborizantes.

Dentro del mercado nacional es la primera marca en lanzar agua mineralizada con aporte de electrolitos que presenta beneficios funcionales para el consumo diario, así como para el segmento de deportistas. Electrolyte Water espera posicionarse compitiendo con otras marcas de agua y bebidas isotónicas en el país.

Disponible en las presentaciones de 500cc y 960cc con un packaging moderno y atractivo, el lanzamiento contará con amplificación en medios masivos como radio y tv, así como en medios digitales y puntos de venta de todo el país.

Con este nuevo lanzamiento, la compañía ofrece al mercado un producto para satisfacer a los consumidores y fortalecer su portafolio de marcas.



CCA duplica su capacidad de producción de cerveza



Como parte del proceso de ampliación de la Compañía Cerveceras Asunción y siempre con miras a la satisfacción de los clientes, se realizó una fuerte inversión en el sector de la cocina, que permite ampliar la producción. La ampliación busca satisfacer la demanda de los consumidores especialmente en la temporada de verano, en donde una cerveza bien fría ayuda a combatir el calor intenso.

La capacidad de producción anterior era de 6 lotes diarios, y con la inversión aumenta a 12 lotes de produc-

ción diaria, bajo los parámetros de la más alta calidad controlados en laboratorio, que garantizan la salida del producto en su mejor versión posible.

IMPACTO AMBIENTAL

Gracias a esta duplicación, se pueden tener productos de mayor frescura en verano, disminuyendo el tiempo de almacenamiento y mejorando la percepción de calidad. También, con equipos más eficientes, el consumo de energía eléctrica y térmica disminuye, por lo que el impacto ambiental se reduce.

Agua de la Costa comprometida con la conservación de los bosques por tercer año consecutivo

Agua de la Costa lanzó la campaña de reforestación por tercer año consecutivo, renovando así una vez más su compromiso para la conservación de los bosques nativos del Paraguay.

En el marco de su programa de Responsabilidad Social, destinará parte de las ventas de agua a la plantación y cuidado de 70 mil nuevos árboles en la Reserva Morombi, alcanzando así más de 200.000 árboles en ésta tercera edición.

La campaña cuenta con el apoyo de WWF, desde la difusión de mensajes e informaciones a nuestros consumidores y al público en general sobre la importancia de la conservación de nuestros bosques y el seguimiento del ciclo de plantaciones en la reserva.



En el Grupo Riquelme crecemos con nuestra gente

Celebramos el avance en la carrera de los compañeros, reconociendo sus logros y los nuevos roles que asumen dentro de las empresas del Grupo. Cada persona que acepta el desafío de un nuevo puesto de trabajo impulsa el crecimiento de las empresas y con ellas, la posibilidad de expandir la cantidad de puestos de trabajo generados.



Supermercados Real

Colaborador	Puesto anterior	Puesto actual
Ramón Salva Bartomeu Esquibel	Auxiliar de R.M. - Ñemby 2	2do Enc. de R.M. - Ñemby 2
Mateo Isaias Toñanez Maldonado	Cajero/a - Acceso Sur	Supervisor de Cajas - Fernando
Isidro Raul Sanchez Gonzalez	Carnicero/a - Villa Morra	Enc. Carniceria - San Vicente
Juan Ramon Maldonado Benitez	Formulador - Villa Morra	Facturación - Villa Morra
Selmi Esther Gauto Gonzalez	Facturación - Villa Morra	Compras - Fernando
Liz Carina Rojas Amarilla	Cajero/a - Capiatá Ruta 1	Facturación - Fernando
Valeria Martinez Martinez	Facturación - Fernando	Reportes - Administracion Fernando
Gladys Gonzalez Rodas	Repositor No Tradicional - Acceso Sur	Jefe No Tradicional - Acceso Sur
Hugo Ramon Valdez Caballero	Jefe Tradicional - Acceso Sur	Compras - Administracion Fernando
Maria Veronica Barrios	Enc. De Sencillo - Fernando	Jefa Línea de Cajas - Fernando
Norma Beatriz Balenzuela Duarte	Enc. De Sencillo - San Vicente	Jefa Línea de Cajas - Acceso Sur
Richard Isaias Ortiz Medina	Jefe No Tradicional - Acceso Sur	Jefe Tradicional - San Vicente
Gloria Mercedes Alcaraz	Jefa Línea de Cajas - Acceso Sur	Jefe Tradicional - Acceso Sur

Cereales SA

Colaborador	Puesto anterior	Puesto actual
Víctor Aguilera	Operador de máquina	Supervisor de turno
Cristhian Ríos	Vendedor	Supervisor de ventas
Darío López	Repositor	Vendedor





Rodolfo Portillo: trabajando en equipo y formando gente en CCA desde 1979

¿Cómo fueron sus inicios en CCA?

Yo empecé a trabajar en marzo de 1979, en el sector de envasados. Después fui operador de máquinas y luego me promocionaron a control de calidad. De ahí pasé de nuevo a producción como instructor de máquinas y coordinador de línea. Desde 1992 estoy como coordinador, hasta la fecha.

Actualmente manejo 3 equipos de personas, 3 turnos de producción que son rotativos. Entro antes de las 6:00, hago trabajar todas las máquinas: hay máquinas que calentar, mover, y a las 6:00 entra el personal con las máquinas listas ya para arrancar la jornada. Después hago el control de que todo funcione bien. Tengo la máquina de envasado de botellitas, la de barril y la de latas". Una serie de

"Sacar buenos productos de calidad, ese es nuestro objetivo. Cuando uno vende algo, tiene que ser de calidad, y eso es lo que nos caracteriza y posiciona en el mercado"

máquinas que controlar, también personal y que la producción salga bien.

Hay equipos de mecánicos, de electricistas, todo hacemos en equipo, y yo tengo un gerente de operaciones que hace la planificación conmigo, el listado, el horario, qué persona tiene que entrar en qué máquina y organizamos todo, pero el que ejecuta el trabajo soy yo, a primera hora, desde 1992 como coordinador. Ese es mi trabajo, soy el más antiguo en la línea de coordinación de envasado.

¿Cómo vivió el crecimiento de la empresa?

En el inicio empezamos de a poco, después fuimos ganando mercado. En el 1978 arrancamos, entre 1979 y 1980 ya estábamos posicionados y después se fue para arriba, la producción y la venta. Mejoramos bastante.

En 1984 vino la primera ampliación, cocina, fermentación, la parte de envasados, se compró otra línea, y así sucesivamente. En 1989 vinieron 2 líneas de producción nuevas y después vino una línea de latas más, pero ahora tenemos otra línea nueva de producción que está arrancando. Es una línea de producción de 45.000 latas por hora. La anterior era de 18.000 latas por hora nada más.

El crecimiento es vertiginoso. Es muy alentador porque la venta se va para arriba,

especialmente con Royalito, que es nuestro producto estrella, y toda la línea de latas. Con este crecimiento yo veo un futuro muy prometedor, alentador, porque el producto tiene mucha aceptación en todo el país y va en aumento. El futuro es muy bueno para la empresa y para todos nosotros, porque si a la empresa le va bien, también a todos nosotros. Es muy alentador.

Sacar buenos productos de calidad, ese es nuestro objetivo. Cuando uno vende algo, tiene que ser de calidad, y eso es lo que nos caracteriza y posiciona en el mercado.

¿Qué le inspira a seguir trabajando en CCA?

La verdad es que me gusta este trabajo, y la oportunidad que me da la empresa de ir escalando posiciones. Imagínense que me inicié como un personal común y corriente como se dice, después vieron en mí que tenía capacidad y empecé a subir de posición. Le agradezco mucho a la empresa por darme la oportunidad de pertenecer a este grupo maravilloso. Estoy muy contento con ello, de formar parte de este grupo empresarial que apuesta a lo nacional y está invirtiendo cada vez más en puestos de trabajo para la gente.

Con el Dr. Riquelme estamos trabajando muy bien, es un señor que te da tu lugar,

que está muy preparado, muy entendido en la materia y yo desde mi juventud le estoy conociendo a él. Es muy estricto, pero si uno cumple las normas y las disposiciones de la empresa, él está abierto a todo, nunca tuve problemas. Como te digo, agradezco demasiado a la familia y al Grupo Riquelme por darme la oportunidad de pertenecer a este grupo maravilloso.

Pasé momentos buenos y algunos altibajos, pero me siento muy bien. Tengo familia, me casé, me dieron la oportunidad de ir escalando, tengo 3 hijos y gracias a Dios están siendo profesionales porque el Grupo Riquelme me dio esta oportunidad de trabajo.

Para mí, el trabajo es todo. Cuando el deber te llama, tenés que estar. Siempre fue mi prioridad, mi trabajo, y mi deseo es seguir un buen tiempo más con ellos.

¿Qué mensaje quiere dejar a quienes se inician en el Grupo?

El consejo para la gente nueva es que le quieran al trabajo, que le pongan muchas ganas y que tengan dedicación, porque acá hay oportunidades de crecer. Ese es mi mensaje para todas las personas que están ingresando y para la juventud, que aprovechen las oportunidades y que le quieran al trabajo. Que le echen ganas.

Sixto Benítez, cocinando hace más de 20 años el pan de cada día en el Real



La panadería del Real tiene una tradición de calidad que la acompaña desde su apertura. El pan se hace a diario y Sixto Benítez es una pieza fundamental para Cadena Real, porque de sus manos, su experiencia y su conocimiento sale el pan que llega a la mesa de los consumidores del Real Villa Morra todos los días. Sixto se siente a gusto con su trabajo y eso se puede sentir en cada producto que sale a la venta.

¿Cómo empezó tu carrera en el REAL?

Empecé en 1996 acá en Villa Morra, tenía como 26 años y entré como ayudante. Desde entonces trabajo como panadero. Anteriormente trabajé en otros oficios, pero ya antes había hecho pan cuando era jovencito. Estaba en empaque en una panadería y ahí fue donde aprendí un poquito.

Posteriormente trabajé durante 5 años con un brasilero que fue mi maestro. Después él tuvo que volver a su país y

ahí me quedé como encargado, desde el año 2000, hasta ahora. Acá aprendí de todo. Mi especialidad es de todo ya.

¿Cuál es el secreto para hacer el mejor pan?

El Grupo Riquelme empezó con una panadería hace 50 años, por eso la panadería en el Real es tan importante. Don Blás nos decía que él era panadero, entonces él sabía cómo se hacían las cosas. Como él siempre hablaba en guaraní, nos decía "ani chembotavyse, yo fui panadero". Y ahora se sigue manteniendo la calidad y la fama de la panadería.

"Hay que trabajar en equipo, adaptarse y hacer bien el trabajo"

No hay secretos en la panadería, hay que estar a gusto y hacer bien el trabajo. Está en las manos del panadero 100%. Tenemos materia prima de primera, no podemos hacer productos malos porque la materia prima es buena, viene de los molinos harineros del Grupo y se controla mucho la calidad.

Un día normal en la panadería es tranquilo. Entro a las 6:30 y los panaderos a las 5:30. Lo primero que se hace es el pan felipe, que tiene que estar listo para la apertura. Después se hacen las galletas y chipa, todo eso de corrido. Pero el pan felipe no puede faltar.

La producción no para casi todo el día, hasta las 20:00 hs se sigue haciendo el pan. Si venís a las 8 de la noche al súper, el pan es recién hecho también, como el de las 8 de la mañana. Trabajamos en equipo, yo y 7 panaderos más. Entre todos hacemos todo: pan felipe y más de 60 variedades de pan.

¿Por qué elegís seguir trabajando en el Real?

Yo estoy a gusto acá en el trabajo, porque pienso que a lo mejor también a la gente le gusta lo que estamos haciendo, nuestro producto. Estoy a gusto porque estoy tranquilo acá.

Siempre hay compañeros nuevos para enseñar. De acá salieron muchos panaderos para los otros locales. Ahora tengo conmigo 2 nomás que son antiguos, después los otros son todos nuevos y toca enseñarles, así como a mí me enseñaron.

¿Un consejo para los compañeros nuevos?

Yo pienso que hay que trabajar en equipo, adaptarse y hacer bien el trabajo. La panadería es trabajo en equipo, como en todas partes. Se puede hacer sólo, pero cuesta más. Hacer pan, o lo que quieras aprender, nada es difícil y se aprende muy rápido si te gusta lo que hacés.



Arnulfo Aguayo: 38 años asegurando que cada botella de EMCESA llegue a destino

Hace 38 años, Arnulfo Aguayo empezó su carrera en EMCESA. Presenció el cambio de ARCI Cola a Niko y acompañó siempre cuidando que cada botella salga de la fábrica en condiciones óptimas. Se desempeña actualmente como Controller, en el área de logística, donde su responsabilidad y dedicación hicieron posible que sea testigo del desarrollo y crecimiento de la empresa.

¿Cómo inició su trabajo en EMCESA?

Yo empecé en la Embotelladora Central en 1981, cuando eso era allá en Ñemby. Cuando compró Don Blás, nos quedamos un tiempo más ahí y después ya nos mudamos acá (San Lorenzo), en 1986 aproximadamente.

Siempre trabajé en la parte de logística, hasta hoy. Empecé en la parte de botellería. Cuando venían las botellas, nosotros descargábamos los camiones. Recibíamos los envases y después encajonábamos, porque venían en cajas de cartón, y enviábamos a producción para la carga. En ese entonces, todas las botellas eran de vidrio con tapa rosca.

Don Blás siempre venía acá y hacía su recorrido. Siempre nos cruzábamos con él y a veces hablábamos. Generalmente venía los sábados por la tarde cuando la gente de la parte administrativa ya no estaba, sólo estábamos nosotros para la carga y descarga de camiones que son los últimos en llegar. Venía Don Blás llegando y se metía en el depósito y te hacía preguntas que tenías que responder sí o sí. O sino "cómo no vas a saber lo que sucede en tu casa" decía. Y es cierto.

Después trabajamos con la Sra. Stella, que venía y recorría todo. Ahora trabajamos con el Dr., que le conoce a la gente que ya es antigua. A veces hace su recorrido y cuando nos encuentra, siempre nos saluda, como si fuésemos de la familia también.

¿Cómo es un día de trabajo?

Llegamos a la mañana, ya las cargas están todas preparadas para los camioncitos que salen a entregar punto por punto. Nosotros entregamos los pedidos, se cargan los camiones, llegan los choferes, verifican sus cargas y cuando están conformes, ellos se encargan de cargar sus camiones. Los camiones del interior

"Hay que ser responsables, dedicados y amar lo que uno hace".

llegan y hacen sus pedidos. Nos llegan las órdenes de carga y con eso nosotros entregamos.

En productos de gaseosa el sabor cola lo que más sale. La Niko Cola es la más popular. En la cerveza, la Polar lata y la Royal de 330.

¿A qué se debe el crecimiento de la empresa?

Cuando empezamos con Niko éramos muy pocos los que estábamos acá. Don Blás nos reunió cuando eso y nos dijo que iba a invertir en la fábrica. Que le preocupaba la gente que trabajaba acá, entonces dijo que iba a invertir y que tenemos que ayudarnos entre todos para sacar adelante la empresa. Y así fue como empezamos a sacar la nueva gaseosa descartable.

Fue cuando se hizo el cambio, y cuando estaba la señora Stella. Ella le puso mucha dedicación a que salga todo adelante.

La gente empezó a optar más por los productos nacionales y ahí empezamos a crecer, y crecimos muy rápido.

¿Qué es lo que más le impulsa a seguir trabajando?

Yo digo que cuando uno se propone tomar con responsabilidad su trabajo, nadie te puede quitar del lugar donde estás. Hay que ser responsables, dedicados y amar lo que uno hace, porque si no te gusta el trabajo, por más que tengas 100 títulos no te vas a quedar.

Hay que seguir trabajando para poder mantenernos en el mercado porque el mercado no es tan fácil, con la economía que tenemos. Hay que trabajar con todo para hacerlo bien y mantenernos vigentes.

¿Tiene algún consejo para los compañeros?

Que hay que hacer el trabajo con mucha responsabilidad y, sobre todo, con dedicación.

