

la revista

la revista del Grupo Riquelme | edición: 12 | año: 5 | Junio 2021

TERCERA MEDALLA DE ORO



Un año más,
Munich
demuestra
ser un orgullo
nacional



Compromiso con la comunidad

Donativos a INERAM para pacientes con COVID-19

Pág. 12



Seguimos Creciendo

Presentación del Reporte de Sostenibilidad 2020

Pág. 15



Compromiso con la comunidad

Redondeo FUPADI 2021

Pág. 16



Nuestra Filosofía

NUESTRA 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.

NUESTRA 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.

NUESTROS VALORES



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



Honestidad:
mantenemos una conducta ética y transparente que nos hace dignos de confianza.



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



Pasión:
estamos altamente comprometidos con nuestro trabajo, nos apasiona lo que hacemos.



Liderazgo:
mantenemos un liderazgo positivo que motiva a las personas a dar lo mejor de sí mismas.



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



Excelencia:
buscamos la calidad y la mejora continua, generamos oportunidades e innovación.



Respeto al medio ambiente:
estamos comprometidos con el cuidado y la preservación del medio ambiente y lo consideramos en todas nuestras operaciones.

STAFF

Edición y Redacción: Responsabilidad Social – Grupo Riquelme. **Diseño:** Oscar Canabal.
Colaboradores: EMCESA - CCA - Cadena Real -CEREALES S.A.- Campos Morombi.

Un nuevo año para estar más unidos y Firmes como empresa 100% nacional

En estos primeros meses del año 2021, hemos iniciado con nuevos desafíos y metas que nos impulsan para seguir fortaleciéndonos como Grupo Empresarial, con el objetivo de salir adelante juntos ante la pandemia que sigue latente en el país. Las nuevas medidas de protocolo sanitarias son implementadas estrictamente en nuestras instalaciones para dar las mejores condiciones de seguridad a nuestros clientes, colaboradores y la comunidad.

En este contexto y en apoyo a los compatriotas que se encuentran internados en diversos puntos del país a consecuencia del virus Covid-19, acercamos nuestros aportes a instituciones de salud, entidades públicas, colectas solidarias, entre otras acciones que beneficien a las familias de los pacientes, en el marco de nuestro compromiso con la comunidad.

Además, con el valioso aporte de los clientes de Supermercados Real y la campaña Redondeo de Vuelto con la Fundación Unidos Contra el Cáncer (FUNCA), llegamos a más de 100 mujeres con cáncer de mama, quienes reciben hoy insumos para sus tratamientos preventivos, medicamentos y movilidad segura.

Creemos que la salud es lo más importante que podemos tener en la vida, por eso, este año habilitamos nuestro Redondeo Solidario 2021-2022 a favor de pacientes con Diabetes a través de la alianza con Fundación Paraguaya de Diabetes que beneficiará a más de 1.200 personas que sufren de esta enfermedad, como así también se logrará apadrinar a diez niños/as con la provisión de insumos de forma mensual.

Es importante destacar el trabajos de los colaboradores y colaboradoras de las diversas empresas del Grupo, que hasta hoy día siguen brindando un excelente servicio con profesionalismo y responsabilidad desde el inicio de la pandemia. Han implementado nuevos métodos de trabajo y se han adaptado para poder cuidarnos entre todos, y eso es un gesto de admiración y compromiso.

Por otra parte, y con mucho orgullo presentamos nuestro tercer Reporte de Sostenibilidad 2020, el cual contiene todos los detalles de nuestra gestión en el ámbito económico, social y ambiental. El mismo está disponible en todas nuestras redes sociales y página web, para que puedan conocer nuestro trabajo en pos de un mundo más sostenible.

Y dando continuidad a las acciones realizadas bajo el compromiso firme en el cuidado del medio ambiente, el Departamento de Gestión Ambiental se adhiere con más fuerza, para optimizar los recursos con los que cuenta el Grupo, para generar productos de calidad, con eficiencia en los procesos, servicios mejorados para todos los clientes, logrando así una sociedad incluyente.

Por último, estamos muy orgullosos de obtener por tercera vez la medalla de oro de Monde Selection 2021, convirtiendo a la cerveza Munich en una bebida paraguaya que cumple el más alto estándar de calidad y que llega hasta las manos de nuestros consumidores de mano de la Compañía Cervecera Asunción.

Con estas premiaciones, estamos seguros de que estamos yendo por el camino correcto, brindando la mejor calidad en todos nuestros productos (bebidas, alimentos, agroganadera y supermercados) que llegan hasta la mesa paraguaya.

Desde todas las unidades de negocio del Grupo, agradecemos siempre la preferencia de nuestros clientes, seguros de que este año nuevamente daremos calidad, buen precio y variedad de productos 100% nacional.

Jorge Riquelme
Director Grupo Riquelme



4

Central de Minut

Un servicio que bu hasta t

La Central de Minutas de Supermercados Real se encuentra sobre la avenida Perón esquina Calle Porã de Asunción, donde próximamente ofreceremos a nuestros clientes la posibilidad de acceder a los deliciosos productos congelados preparados en Cadena Real, con la finalidad de llevarlos a tu hogar.

Los trabajos de remodelación de la Central de Minutas iniciaron en agosto y culminaron en noviembre

del 2020, con nuevas innovaciones en maquinarias e infraestructuras. Este espacio ofrece producción exclusiva para las áreas de rotisería de los Supermercados Real, pero próximamente plantea sacar al público directo.

La producción se centra en tres gustos de empanadas fritas y nueve gustos de empanadas al horno. El envío mensual de productos para salones es de aproximada-



as de Cadena Real: sca acercar sabor u hogar

mente 6.500 paquetes de discos en sus tres presentaciones: estándar, bocaditos, chilenas; para las rotiserías, 4.300 kg de discos para empanadas, 2.100 paquetes de tapas para pascualinas y 400 kg de tapas para tartas.

Está previsto ampliar nuestra producción a tartas envasadas al vacío, bocaditos, entre otras minutas. Además de que cada año se logre agregar nuevas líneas de productos congelados como: mezcla de sopa para-

guaya, chipa guazú, milanesas de carne y pollo congeladas, etc.

“Buscamos en un futuro no muy lejano concretar las ventas desde la misma Central a otras empresas, como estaciones de servicios, copetines, supermercados, etc.”

Estela Luraschi, gerente de Producción y Costos de Cadena Real.

Grupo Riquelme incorpora nuevos responsables del área de Marketing e Industrial

6

Con el objetivo de seguir brindando una mejor calidad en atención y preferencia del público, desde marzo y abril de este año, se suman al equipo de trabajo del Grupo el señor **David Velilla en la Compañía Cervecera Asunción (CCA) y Embotelladora Central SACI (EMCE-SA)**, la señora **Alejandra Machuca en Cadena Real** y el señor **Hugo Pineda en la empresa Cereales S.A.**

En esta nota conocerás sobre sus aspiraciones y objetivos para el 2021.

David Velilla - Gerente de Marketing de la Unidad de Bebidas del Grupo

Soy Licenciado en Marketing egresado de la UCA y MBA en la universidad Torcuato DI Tella de Buenos Aires, Argentina. Estuve en una empresa nacional desde el 2007 al 2018 como Brand Manager y como Gerente de Marketing y Trade Marketing desde 2013 al inicio de 2021 en otra empresa nacional de gran importancia en consumo masivo.

Mi principal objetivo en el área de Marketing de las empresas Compañía Cervecera Asunción y Embotelladora Central es crear valor para los consumidores, a

mayor valor, mayor predisposición de compra.

Estamos trabajando en reforzar y potenciar el equity de nuestras marcas para continuar ganando participación de mercado a través de acciones tácticas y estratégicas, con planes a corto, mediano y largo plazo. Tenemos un equipo sólido y motivado para llevar adelante los desafíos que nos depare el futuro y estamos convencidos de contar con las herramientas necesarias para continuar potenciando la imagen de una empresa nacional, con reconocimiento local e internacional por su calidad y gestión sustentable.

Alejandra Machuca - Gerenta de Marketing de Cadena Real

Me recibí de Licenciada en Estrategia de Marketing e inicié en esta área como ejecutiva de cuentas en una reconocida red mundial de agencias. En esta agencia obtuve el conocimiento base de todo marketero, es decir, desarrollo y definición de una identidad, lenguaje y comunicación visual e identificación de los públicos objetivos de una marca.

Mi siguiente paso fue brindar apoyo en el desarrollo de



David Velilla



Hugo Pineda



Alejandra Machuca

una marca nacional de jugos. Luego me uní al departamento TRADE marketing ON premise ocupándome de la presencia y desarrollo de imagen de la totalidad de las marcas que conforman el portafolio de la empresa dentro de este canal.

También estuve en el área de Marketing de una empresa internacional lo cual me ayudó bastante para conocer los parámetros, directrices y exigencia del manejo de una marca internacional. Concluyendo, podría decir que a mi corta edad tuve la oportunidad de iniciarme en el mundo del marketing desde varias perspectivas permitiéndome conocer el rubro y a mí misma en diferentes facetas.

Hoy día, ya formando parte del equipo de la cadena Supermercados Real, tengo el compromiso de búsqueda de la mejora e innovación continua en el departamento de marketing, apuntado a la excelencia de marca.

Si bien tenemos sólidas fortalezas que nos caracterizan, también presentamos puntos con oportunidad de crecimiento a los cuales apunto y pretendo direccionar la mayoría de nuestros esfuerzos como departamento de

marketing. Teniendo esto en cuenta, establecimos nuestra metodología de trabajo en equipo para poder alcanzar dicho objetivo.

Hugo Pineda – Gerente Industrial de Cereales S.A.

Mi formación académica parte como licenciado en Análisis de Sistemas y técnico electromecánico. Llegué a Cereales a inicios de marzo en el área industrial. Anteriormente estuve en una multinacional durante 24 años donde aprendí muchísimo.

Mi objetivo principal para la Unidad de alimentos del Grupo es trabajar más con la gente, desarrollar los talentos dentro de la compañía (dentro del área industrial), intentar que el in the house quede dentro de esta compañía con los valores que tenemos a fin de iniciar este proceso dentro de la compañía.

Considero que la base fundamental para el éxito es la gente, por eso quiero trabajar mucho con la gente, poniendo por sobre todo la seguridad y calidad por delante. Agradecido por estar aquí e iniciar el proceso de crecimiento con los compañeros y la compañía.



Gestión Ambiental: Más comprometidos con el medio ambiente

El eje ambiental ocupa hoy un lugar primordial en el lenguaje empresarial y como Grupo estamos comprometidos a apoyar y edificar nuestras bases sobre el respeto, el equilibrio y la equidad en el medio ambiente.

Por este motivo, dándole continuidad a las acciones realizadas bajo el compromiso firme del cuidado en nuestro impacto como Industria, el Departamento de Gestión Ambiental busca tomar decisiones conscientes sobre el medio ambiente para optimizar los recursos con los que cuenta el Grupo, generando productos de calidad, eficiencia en los procesos y servicios mejorados para el cliente; logrando así, una sociedad incluyente y más sana.

El equipo de Gestión ambiental se conforma por profesionales capacitados en materia ambiental, agrícola y forestal, quienes trabajan en pos de cumplir con el objetivo de regularizar el cumplimiento de la normativa ambiental, logrando identificar, prevenir y controlar el impacto ambiental del Grupo en sus clientes, colaboradores, proveedores y comunidad lindante.

“Para este 2021, buscaremos incorporar con mayor firmeza la dimensión ambiental en la toma de decisiones de cada una de las empresas del Grupo acercándonos en cada paso a la meta de ser referentes en sostenibilidad, entendiendo a la sostenibilidad como un trinomio de equilibrio entre: economía, ambiente y sociedad” agregó Karina Fretes, encargada de Gestión Ambiental del Grupo.

El Grupo (Compañía Cervecera de Asunción, Embotelladora Central S.A.C.I., Cereales S.A., Cadena Real y Campos Morombi) apuesta a mejorar sus procesos a fin de alcanzar el objetivo claro de una Economía Circular, de manera a que todas las empresas, que respondan al emblema del Grupo, se ayuden e impulsen, logrando introducir el concepto de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en todas las aristas de las metas trazadas y apuntando al aprovechamiento de los recursos con los que cuentan desde su generación hasta su disposición final.



¡Nos sumamos a las actividades de la Hora del Planeta 2021!

El Grupo Riquelme se unió a las actividades de La Hora del Planeta -una iniciativa global de WWF Paraguay- realizada cada año, la cual busca generar conciencia acerca del cambio climático, sus causales y las medidas que debemos adoptar para preservar el medio ambiente. En el contexto de la pandemia del COVID-19 se realizó por segundo año consecutivo en formato digital.

Con evidencias que apuntan a una estrecha relación entre la destrucción de la naturaleza y la creciente incidencia de brotes de enfermedades infecciosas como el COVID-19, La Hora del Planeta 2021 buscó unir de forma digital a las personas invitándolas a sumar su voz por la naturaleza. Este suceso global se adelantó a los momentos clave de este año, en los que los líderes del mundo tomaron decisiones críticas en cuanto a la naturaleza, al cambio climático y al desarrollo sustentable, lo que establecerá el rumbo del futuro del planeta.

El 2021 es un año crucial para la humanidad. Mientras el mundo intenta cambiar el rumbo y recuperarse de los estragos de la pandemia de COVID-19 y reconstruirse, se busca poner a la naturaleza en el centro de nuestros esfuerzos de recuperación con el fin de que las economías y sociedades estén preparadas en el futuro.

La Hora del Planeta es un momento crítico de unión de todos los sectores de la sociedad para hacer un llamado urgente a realizar acciones que reviertan la pérdida de la biodiversidad y garanticen un mundo positivo para la naturaleza en el 2030.



En la década pasada, este evento ha inspirado iniciativas globales de protección a la naturaleza, el clima y el medio ambiente, al impulsar la concientización, acciones y cambios en distintas políticas.

El mismo se originó en el 2007 en Sídney, Australia, cuando 2.2 millones de personas apagaron sus luces durante 60 minutos como un llamado de atención ante el daño que está sufriendo nuestro planeta. Hoy en día el evento se realiza en más de 180 países.

Desde el 2009, Paraguay participa de esta acción mundial, enfocada en la participación ciudadana, gracias al gran apoyo de instituciones del Estado, empresas privadas, organizaciones, voluntarios y medios de comunicación.

Las actividades en el marco de La Hora del Planeta 2021 incluyeron una serie de webinars internacionales sobre educación ambiental denominados EarthHour Talks, talleres de reciclaje, concurso de artes sobre temas ambientales con premios, feria de eco-emprendedores, compilado de contenidos de actividades generadas por escuelas y voluntarios.

Entre ellas, el ya conocido apagado simbólico de los edificios y monumentos históricos más importantes de la capital y varios sitios del país que se sumaron a la causa.

Los lemas de esta edición fueron #ConsumoResponsable y #PorLaNaturalezaYLasPersonas, mensajes con los cuales se busca motivar a toda la ciudadanía a impulsar acciones positivas para el país y el mundo.



Cesar Martinez - Gerente Comercial de Minorista Capital

Soy licenciado en Administración de Empresas y cuento con un postgrado en Dirección Comercial. Mi área está conformada por canales minoristas, mayoristas y cadenas de suministros.

Mi mejor trayectoria profesional fue en una empresa nacional reconocida en las áreas de analista, trend marketing, supervisor y encargado de ventas.

Desde el año pasado, vine a formar parte de la gran familia del Grupo Riquelme. Cuando ingresé lo vi como un gran desafío teniendo en cuenta la pandemia, pero me propuse derribar todos esos retos, que me llenaron de orgullo y satisfacción.

Comercial de Minorista Capital: Cierre de un año con crecimiento y motivados para un 2021 más productivo

La Gerencia Comercial de Minorista Capital es dirigida por Cesar Martinez, quien se desempeña desde el año pasado en el área comercial para la Unidad de Bebidas del Grupo Riquelme. Esta área estratégica es conformada por un gran equipo de recursos humanos de calidad y responsabilidad. En esta ocasión, conoceremos más sobre este equipo de trabajo, los desafíos derribados el año pasado y los objetivos para este 2021.

Cesar Martinez - Gerente Comercial de Minorista Capital.

Cuando ingresamos en marzo del 2020, empezamos con un cuadro negativo por la situación de la pandemia, entonces decidimos con el equipo levantar todos los resultados. A mediados del 2020, logramos dar la vuelta los resultados y obtuvimos crecimientos favorables. Pero para ello, reestructuramos todos nuestros procesos y analizamos cada paso para poder empezar con otra visión y objetivo.

Nos focalizamos en los procesos que sabíamos que nos iban a llevar por mejores caminos, lo mejor que pudimos tener fue el apoyo del gerente general, Gabriel

Rubbini que con su gran experiencia en la temática nos guió durante la pandemia, ayudándonos así a superar cada barrera con el equipo.

Empezamos a cambiarle el foco a las cosas, mejorando de esa manera los resultados, avanzando con aquellos procesos que creíamos mejor, y por sobre todo, reforzando nuestro compromiso para llegar a cada meta trazada. A pesar de toda la situación complicada por la que atraviesa el país, decidimos lanzar **MUNICH ORIGINAL** y trabajamos muchísimo para poder posicionarla.

Siempre resalto que logramos avanzar a pesar de todo



lo que representaba el mercado nacional en el 2020 y eso gracias al equipo de trabajo.

La esencia de vender es el trato que tiene directamente uno con el cliente, y con las restricciones y protocolos de seguridad, prácticamente dejamos de interactuar como antes. Y todas esas complicaciones las fuimos derribando. Una gran enseñanza para mí es que la pandemia nos permitió valorar más lo que tenemos, por ejemplo, esa interacción con la sociedad, las familias que no podemos más visitar y abrazar como antes, todo esto hoy nos muestra la importancia de lo que tenemos.

El cambio, es algo a lo que siempre le tenemos una resistencia, pero siempre resulta ser positivo. Si vos no cambias, no evolucionas, y, por ende, no existe. Otro punto que resalto es de como la tecnología se volvió una herramienta principal para todos, tanto en el hogar, como en el trabajo, y cada vez te das más cuenta de todo lo que teníamos a mano y no aprovechábamos.

Finalizamos el año 2020, no solo retomando los resultados positivos sobre lo que normalmente se llegaba cada año, sino que los sobrepasamos en plena pandemia.

Después de todo lo que pasamos aprendimos mucho y ahora vemos el futuro como algo prometedor porque ya superamos tormentas más difíciles. Ahora estamos muy bien encaminados, terminamos bien el año 2020 y

empezamos este año con resultados positivos.

Nosotros trabajamos con todos los productos de la Compañía Cervecería Asunción y la Embotelladora Central. En el Canal Minoristas estamos 84 vendedores, 4 vendedores canal mayorista y otros 4 en Supermercados Independientes, 2 jefes de ventas canal minorista, 1 jefe de canal mayorista y 1 jefe del Supermercado Independiente.

Nos organizamos trabajando con planificaciones diarias, somos bastantes celosos de ese proceso, ya que sabemos que el primer paso que tenemos que dar debe ser un paso pensado, no podemos equivocarnos. Solemos tener reuniones mensuales y semanales con todo el equipo. Pero los jefes tienen nuevamente reuniones diarias para fijar bien las acciones diarias. Además, realizamos capacitaciones constantes.

Mi objetivo principal es seguir creciendo en el área profesional de ventas. Creo que, si nosotros logramos la transformación de cada vendedor, lograremos mejores avances.

Es importante no temer a los cambios, a tomar cada desafío como personal y, sobre todo, hacer con mucha pasión nuestras funciones, porque así garantizamos que el trabajo saldrá bien.

Grupo Riquelme dona insumos de primera necesidad para pacientes del INERAM



12

El equipo de Responsabilidad Social del Grupo Riquelme llegó el pasado lunes 22 de febrero, hasta las instalaciones del Instituto de Nacional de Enfermedades Respiratorias y del Ambiente (INERAM) para hacer entrega de un importante lote de medicamentos e insumos que serán utilizados en las diferentes áreas de atención a pacientes con COVID-19.

El director del INERAM, doctor Felipe González recibió los insumos y agradeció la solidaridad de la comunidad en general, que con sus donaciones suman más posibilidades de dar una buena atención a los numerosos pacientes con problemas respiratorios y síntomas de COVID que llegan hasta el Instituto.

“Estamos actualmente en una condición difícil, por la complejidad y cantidad de pacientes que estamos teniendo en el instituto, lo cual genera una gran demanda de medicamentos que son utilizados de forma diaria; por ende, esta acción del Grupo Riquelme nos viene de maravilla, ya que nos permite extender una mano a la comunidad que lo necesita” enfatizó el doctor González.

Los insumos médicos donados por el Grupo consisten en 159 unidades de sondas (NASG/EST, Enfotraqueal y Foley)

y 27 catéter; además de medicamentos (enoxapatina, tricolan, biokacin, Doxatar, Marsin y Febrin) y que hoy forman parte de los insumos del INERAM.

Todas las donaciones que actualmente recibe el INERAM se están manejando de forma organizada y a través de registros canalizados por una oficina a cargo, a fin de mantener la transparencia sobre los insumos recepcionados en caso de que la comunidad necesite de alguna información.

El **doctor González** agregó que las medidas de protección personal, distanciamiento, uso de tapabocas y lavado frecuente de manos permitirán que la libertad actual (de los diferentes grupos económicamente activos y ahora escolar) continúe de forma segura; además de evitar que los contagios no sean en un volumen importante, ya que el sistema de salud se encuentra bastante exigido en la asistencia a la comunidad.

“Con conductas sencillas como esas, podremos seguir avanzando a la espera que los procesos de vacunación se estén dando en los grupos más vulnerables, y que estos permitan volver a la normalidad lo más pronto posible.” finalizó el director de INERAM.



Grupo Riquelme Firme en su compromiso con la comunidad ante el impacto del COVID19 en el país

JUNTOS CONTRA EL COVID19

La situación por la que atraviesan miles de familias paraguayas a causa del COVID19, es algo que nos afecta a todos. Como apoyo a estas familias y en el marco del compromiso con la comunidad, el Grupo Riquelme -a través de todas sus Unidades de Negocios- realizó la donación de insumos médicos al Instituto Nacional de Enfermedades Respiratorias y del Ambiente (INERAM) y se sumó a la campaña de recolección de alimentos de la Subsecretaría de Estado de Tributación (SET), a fin de contribuir con las familias de los pacientes afectados por el virus.

El pasado lunes 29 de marzo, el equipo de Responsabilidad Social del Grupo llegó hasta las instalaciones del INERAM, para hacer entrega de 500 unidades de Sets Descartables para infundir drogas fotosensibles, que serán destinados a los pacientes internados en la Unidad de Terapia Intensiva del instituto.

“Tomando la fuerte crisis por la que estamos atravesando, producto de las complicaciones generadas por la pandemia del COVID-19; como Grupo Empresarial nos sentimos comprometidos con poder colaborar con los sectores más afectados de la comunidad, para que juntos podamos superar las dificultades que nos golpean como sociedad”, manifestó el Encargado de Responsabilidad Social del Grupo Riquelme, Guillermo Cino *“Instamos a las demás Empresas y Entidades del sector privado a también sumar sus aportes, para que ésta lucha la podamos ganar de forma conjunta”.*

La donación fue recepcionada por el Director Médico del INERAM, Dr. Luis Carlos Báez, quien agradeció al Grupo por la importantísima adquisición por parte del instituto, teniendo en cuenta que están pasando por un colapso

sanitario actualmente. *“Los insumos donados son bombas de infusión para suministrar medicamentos de distintos tipos que son usados frecuentemente en el área de terapia intensiva. A veces no nos alcanzan los insumos/medicamentos y las donaciones son valiosísimas para nosotros”* añadió el director.

Además, insta a la ciudadanía a que continúe con los protocolos sanitarios, evitar aglomeraciones, la distancia físico-social, entre otras acciones de prevención. Estas acciones hacen la diferencia, teniendo en cuenta que estamos pasando por una etapa muy crítica de la pandemia, y esta semana es clave para seguir cuidándonos, para evitar más contagios en el país.

Alimentos no perecederos para familias de pacientes

Además, nos sumamos a la colecta de alimentos no perecederos impulsada por la Sub-Secretaría de Estado de Tributación (SET) del Ministerio de Hacienda, con la donación de más de 350 paquetes de Fideos Federal -a través de nuestra unidad de alimentos, Cereales S.A.- los cuales serán destinados a familiares de enfermos internados por cuadros respiratorios a causa del COVID-19 en los distintos Hospitales Públicos.

Asimismo, dicha acción es realizada en memoria del exfuncionario de la SET, Carlos María Caballero, quien lamentablemente fue víctima de este virus. Finalmente, la SET agradece el aporte realizado por el Grupo Riquelme e insta a la ciudadanía en general a solidarizarse con los familiares que se encuentran atravesando tal situación.



Gracias a la solidaridad de los clientes de Cadena Real serán beneficiadas más de 100 pacientes del Programa Nacional de Control del Cáncer

En el marco del Redondeo Solidario a favor de mujeres con cáncer de mama, la Fundación Unidos Contra el Cáncer (FUNCA) y Supermercados Real realizaron el pasado miércoles 7 de abril, la entrega de Sets para Biopsia y Batas para pacientes al Programa Nacional de Control del Cáncer (PRONAC) del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, los cuales serán distribuidos en todas las regiones sanitarias del país.

La recepción de la donación estuvo a cargo de la directora del PRONAC, doctora Alicia Pomata, en el Instituto Nacional del Cáncer (INCAN) en presencia de la directora ejecutiva de la **Fundación Unidos Contra el Cáncer (FUNCA)**, Norah Gimenez, el encargado de Responsabilidad Social de Cadena Real, Guillermo Cino y cajeras de los Supermercados Real, quienes fueron protagonistas para llegar al objetivo de ayudar a más de 100 pacientes con cáncer de mama.

“Esta donación es sumamente importante y de utilidad para el PRONAC. Estas agujas automáticas de tensión para biopsia mamaria serán distribuidas en las 18 regiones sanitarias del país y sirven para detectar el cáncer de mama. Esta aguja toma una muestra del tejido mamario que es sospechoso de tener una lesión precancerosa o cancerosa

sa para su análisis y posterior resultado, de esa manera se inicia el tratamiento de curación o mejorar de sus sobrevividas, en caso de detectarse la enfermedad. Por su parte, las batas de mamografías serán utilizadas por las pacientes para los estudios que deben realizarse de una manera cómoda” manifestó la doctora Pomata.

Cabe recordar que esta campaña solidaria se llevó a cabo desde el **19 de octubre del 2020** -fecha en la cual se celebra el **Día Mundial de la lucha contra el cáncer de mama**- tras la alianza entre **Cadena Real y FUNCA**, que tenía como objetivo apoyar a cientos de mujeres que hoy se ven afectadas por esta enfermedad, a través de movilidad, medicamentos y tratamientos preventivos.

Para ello, las cajeras de las ocho sucursales del Supermercado Real fueron capacitadas e informadas sobre los servicios que brinda la Fundación, a fin de entender y comprender la importancia del **“Redondeo Solidario: Por vos, por ella, por todas”** a favor del tratamiento y prevención del cáncer de mama en mujeres paraguayas. Con este conocimiento, las cajeras informan a los clientes sobre el Redondeo Solidario y a quienes ayudan con esa acción solidaria. Con la Campaña, se logró recaudar la suma de **Gs. 24.827.957** gracias al valioso aporte de los clientes de

Cadena Real que, sumando también el aporte voluntario de parte de Real de **Gs. 6.000.000**, totalizaron **Gs. 30.827.957**, con lo que hoy se cumple con el objetivo de hacer entrega de 100 Sets para Biopsia de cáncer de mama y 15 batas para pacientes de mamografías.

“El Redondeo de vueltos es un canal de solidaridad voluntario que, desde hace cuatro años, viene beneficiando a numerosas familias gracias a la generosidad de nuestros clientes y el aporte de Supermercados Real. En esta oportunidad realizamos la entrega de insumos al PRONAC a fin de que podamos apoyar a cientos de mujeres en la prevención y el tratamiento del cáncer de mama” manifestó Federico Scavenius, gerente general de Cadena Real.

Durante la campaña activa -desde octubre a diciembre del año 2020- también se realizaron otras actividades como la Charla denominada **“Lo que toda mujer debe saber del Cáncer de Mama”** dirigida por el especialista en Mastología, Dr. Roberto López, anterior presidente de la Asociación Paraguaya de Mastología, quien comentó a los participantes sobre los métodos de prevención, las estadísticas que hoy apuntan a un aumento en casos de mujeres con esta enfermedad, y la importancia del autocontrol en casa.

Finalmente, también las cajeras, jefes/as, subgerentes y gerentes de local de Supermercados Real fueron homenajeados por su excelente labor y mayor recaudo durante la campaña de Redondeo Solidario, a favor de cientos de mujeres.



Grupo Riquelme presenta su tercer Reporte de Sostenibilidad

Con el objetivo de contribuir a un mundo más sostenible de forma transparente en las áreas sociales, económicas y ambientales, el Grupo Riquelme presenta su Reporte de Sostenibilidad 2020. La misma expone los resultados obtenidos durante el año pasado, sobre acciones que benefician y aportan a la triple línea de resultados, como empresa comprometida con la sostenibilidad.

Este documento es un compromiso asumido por el Grupo que se adhirió al Pacto Global en el año 2017, para comunicar los avances y la rendición de cuentas de forma transparente al país y el mundo. El primer Reporte fue lanzado hace dos años atrás, con todos los detalles de las gestiones del 2017 y 2018. En esta tercera edición presentamos los detalles y las acciones de Responsabilidad Social implementadas durante el 2020.

En el mismo, se puede encontrar el perfil del Grupo, las acciones de Responsabilidad Social Interna, el Compromiso con la Comunidad, el Impacto económico, social y ambiental de las unidades Bebidas, Alimentos, Supermercados, Agroganadera y Reserva

Morombi, los hitos alcanzados durante el mencionado año, así como los desafíos para este 2021.

“Desde el Grupo Riquelme nos complace presentarles con mucho orgullo nuestro tercer Reporte de Sostenibilidad, con el firme compromiso de consolidar nuestra gestión hacia un futuro más sostenible, creando prácticas y buscando innovación en todos nuestros procesos productivos para el cuidado del planeta”, Jorge Riquelme, director del Grupo Riquelme.

El Reporte estará próximamente disponible en la web www.gruporiquelme.com en la sección LA EMPRESA para poder acceder desde tu celular o notebook.





FUPADI y Supermercados Real invitan a participar del redondeo solidario a Favor de miles de pacientes con diabetes

La Cadena de Supermercados Real y la Fundación Paraguaya de Diabetes (FUPADI) presentan la alianza 2021-2022 de la Campaña de Redondeo de Vuelos, que tiene como objetivo apoyar a más de 1.200 pacientes con diabetes a través de consultas especializadas en Endocrinología y Nutrición, además de beneficiar a 10 niños con la provisión mensual de sensores y lectores de glucemia.

Los fondos donados por los clientes y el aporte de Cadena Real buscan hacer posible el contrato de una especialista en Endocrinología para la atención de 48 horas mensuales, equivalente a 10 a 12 consultas semanales; como así, de una nutricionista con atención de 72 horas mensuales, llegando a un total de 18 consultas semanales. Sumado a estas atenciones especializadas, se logrará apoyar a 10 niños con diabetes de forma mensual con la provisión de lectores y sensores que permitirán medir la glucemia.

promiso con la comunidad, a través del Redondeo Solidario que busca seguir apoyando a las áreas más carenciadas dentro del sector de la salud. Para ello, tenemos la esperanza de que con el valioso aporte de nuestros clientes llegaremos a beneficiar a más de 1.200 pacientes, además de apadrinar a 10 niños y niñas que sufren de esta enfermedad, para demostrar que juntos todo es posible” Federico Scavenius, gerente general de Cadena Real.

Por su parte, el presidente de FUPADI comentó que hace 32 años la fundación brinda asistencia integral para las personas con diabetes y para sus familias. Son una organización sin fines de lucro, lo cual, muchas veces impide que lleguen a las metas que son fijadas. *“Estamos agradecidos que a través del Redondeo de Vuelto por parte de los clientes de Cadena Real podremos apoyar a varios pacientes que hoy en día necesitan de asistencia.”* agregó.

“Desde Cadena Real seguimos firmes en nuestro com- Todo lo recaudado durante la campaña habilitada desde

el lunes 17 de mayo del 2021 hasta el 17 de mayo del 2022, será entregado a FUPADI para las gestiones correspondientes a favor de los pacientes con diabetes.

Fundación Paraguaya de Diabetes

La misma es una entidad civil sin fines de lucro al servicio y atención de las personas con diabetes y sus familias, de manera integral y trabajando de manera coordinada con organizaciones, empresas y el gobierno en mecanismos de educación, prevención y detección temprana de la enfermedad, la cual está activa hace 30 años en el país.

En el Día Mundial de la Diabetes recordado cada 14 de noviembre- FUPADI participa de innumerables acciones de prevención en todo el país, realizando control de glicemia, además de concienciar a la población en general sobre los riesgos que representa esta enfermedad y la forma de evitarla, para obtener y poder disfrutar una mejor calidad de vida.

Cuatro años de activación solidaria

El Redondeo Solidario es un programa de Responsabilidad Social del Grupo Riquelme que se encuentra activo desde el 2017 hasta la actualidad, con el firme compromiso de brindar apoyo a la comunidad desde acciones solidarias con apoyo de sus clientes del Supermercados Real.

Redondeo 2017 y 2018 - Fundación Asoleu

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

El Supermercado Real entregó en octubre del 2018, en nombre de sus clientes, un vehículo tipo miniván 0km -con capacidad para transportar a 12 pasajeros- como producto del redondeo de vueltos de clientes y el aporte del super que duplicó todas las donaciones.

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

Redondeo 2019 - Fundación CECI

Como resultado de la Campaña de Redondeo 2019, el

Supermercado Real entregó a la Fundación CECI (Centro Especializado de Cardiología Infantil) todo lo recaudado en nombre de los clientes quienes con su vuelto ayudaron a niñas y niños de escasos recursos afectados por cardiopatías.

Los fondos donados por los clientes hicieron posibles más de 200 atenciones entre consultas, estudios especializados, cateterismos y operaciones del corazón para niños de escasos recursos con cardiopatías atendidos por el Hospital Pediátrico Acosta Ñu. El aporte también fue destinado a la compra de insumos para las operaciones y de medicamentos para tratamientos pre y post operatorios.

Redondeo 2020 - Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Paraguay

El 100% de lo recaudado durante los quince días de la campaña solidaria a favor del Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Paraguay, más el aporte adicional de Supermercados Real en concepto de donación, fue destinado en concepto de apoyo para los héroes forestales durante la ola de quema de pastizal en el país.

Esta campaña fue activada desde el 3 al 18 de octubre en sus diferentes locales, en el marco del Bombetón 2020 (Recaudación nacional para bomberos voluntarios) a fin de que los clientes del Supermercado puedan contribuir con esta causa y así apoyar a los bomberos voluntarios para el abastecimiento de Cuarteles de Bomberos del Paraguay, priorizando a aquellos necesarios para incendios forestales, urbanos, y otros.

Redondeo Solidario 2020 - Fundación Unidos Contra el Cáncer (FUNCA)

En el marco del Día Mundial de la lucha contra el Cáncer de Mama, la Fundación Unidos contra el Cáncer (FUNCA) y Supermercados Real lanzaron la alianza 2020 de Redondeo de Vueltos, que tuvo como objetivo apoyar a cientos de mujeres que se ven afectadas por esta enfermedad, a través de movilidad, medicamentos y tratamientos preventivos.

Los fondos donados por los clientes y el aporte del Supermercado Real hicieron posible la provisión de insumos médicos para tratamientos y procedimientos de detección temprana; además de contribuir con el Programa "Movilizados por la Vida" para el traslado de mujeres de escasos recursos hasta los Centros Asistenciales de referencias.



Ofertas
fin de semana

Del viernes
al domingo

La promoción termina en:

2 Días	4 Horas	18 Min.	30 Seg.
-----------	------------	------------	------------

AHORA PODES COMPRAR DESDE TU CASA!

www.realonline.com.py
INGRESA YA!

REAL ONLINE

A UN CLIC DE TU FAMILIA

A UN CLIC D Compra fácil y rápido desde

REAL ONLINE nace con el objetivo de ampliar los servicios de Cadena Real al mundo digital, con el enfoque de captar nuevos clientes y poner a disposición de nuestros clientes recurrentes una nueva experiencia de compra. Con esta innovación, los clientes pueden realizar sus compras de manera cómoda desde su hogar.

Este proyecto nace a mediados del 2020, trabajando tanto en el desarrollo web como en las adecuaciones físicas de los locales para la logística necesaria a fin de lograr su exitosa implementación. Además, se generó un equipo humano capacitado para llevar el rol de asistentes de compra de los clientes de REAL, con el fin de otorgar un servicio personalizado a cada cliente.

“En el mes de octubre del año pasado lanzamos nuestra

primera beta enfocada en identificar oportunidades de mejora del servicio, donde invitamos a amigos y familiares de nuestros colaboradores a utilizar el canal y darnos su feedback, luego de ciertos ajustes logramos ver la expectativa inicial del proyecto y la experiencia, hecha realidad” comenta Abraham Martínez, encargado del área de E-commerce de Cadena Real.

En febrero de este año, los clientes fueron informados de la habilitación del nuevo canal de compra, desde entonces se ha presentado un incremento consistente en nuevos usuarios y cantidad de pedidos que se recibe de forma mensual.

Real Online es una página dinámica y atractiva, está diseñada con el objetivo de otorgar una experiencia de

LLENA TU HELADERA SIN SALIR DE CASA!

www.realonline.com.py

REAL ONLINE

A UN CLIC DE TU FAMILIA



E TU FAMILIA: e tu casa con REAL ONLINE

usuario de simples pasos y rápida, en ella pueden encontrar un surtido eficiente para todo lo que necesita el hogar.

Los usuarios deben registrarse en: www.realonline.com.py para crear sus cuentas y empezar a comprar, al momento del checkout podrán elegir la fecha y franja horaria de entrega, la dirección de entrega o la sucursal de la cual deseen retirar su pedido y el método de pago que deseen. Una vez realizado el pedido, inicia la preparación con nuestros asistentes de compra, los cuales estarán en contacto para mantenerlos informados con respecto a sus pedidos desde la preparación hasta la entrega de los mismos.

Una ventaja atractiva de comprar de Real Online es que

las promociones que elegís el día de tu pedido se mantienen hasta la fecha de entrega. Real Online es una sucursal más de la Cadena, por lo tanto, todos los descuentos y campañas que están presentes en las demás sucursales también se encuentran en la página.

“Las promociones que más eligen nuestros usuarios son las de martes y jueves de 30% de descuento en Frutas y Verduras, y nuestros descuentos de fin de semana” añadió Martínez.

Finalmente, **los horarios de atención son de lunes a sábado de 9:00 a 19:00, con atención en las Sucursales de Villa Morra y San Vicente.**

Plan de Salud Integral Corporativa: Atención de calidad y a bajo costo para todos

BENEFICIARIOS

Colaborador solo



Colaborador + Cónyuge



Colaborador + (hasta) 2 hijos



Colaborador + (más de) 2 hijos



BENEFICIOS



Consultas ilimitadas
en numerosas
especialidades



Estudios con descuentos
y aranceles preferenciales
en el **Laboratorio Valé**



Estudios con aranceles
preferenciales
en el **Instituto Iribas**

En busca de brindar una mejor calidad de vida para todos nuestros colaboradores, el Grupo Riquelme y la Clínica Dr. Valé firman un convenio de alianza dirigido a colaboradores y sus familias, que les permitirán acceder a diversas atenciones médicas a bajo costo y con accesibilidad de pago.

Con esta alianza los colaboradores podrán tener consultas ilimitadas en las especialidades de medicina familiar, clínica médica, ginecología, cardiología, urología y dermatología. Además, obtendrán aranceles preferenciales con 20% de descuento para estudios en el Laboratorio Valé, como electrocardiogramas, ecografías, hemogramas, perfil tiroideo y perfil lipídico y hepático. Y finalmente, accederán al 30% de descuento en el Instituto Iribas en Radiografías, Tomografías, Ecografías, IRM, Dientes y otros.

“En estos tiempos donde los servicios para la salud se ven altamente afectados por las problemáticas generadas por la pandemia del COVID-19; como Grupo nos enfocamos cada vez más en poder brindar mayores alternativas, beneficios más completos y a costos accesibles para todos nuestros colaboradores y colaboradoras, con el fin de generar un mejor cuidado en la salud de los mismos y de sus seres queridos” Guillermo Cino, encargado del área de Responsabilidad Social del Grupo.

Se realizarán charlas informativas y de concienciación sobre los beneficios para todos los colaboradores, a fin de que puedan disipar todas sus dudas. Para las inscripciones del servicio integral para la salud, los interesados deberán acercarse a las oficinas de Recursos Humanos de su empresa. El pago por estos servicios será a través de descuento salarial.

Más de 20 puestos de pasantías habilitados para estudiantes secundarios de familiares de colaboradores

Con el objetivo de brindar oportunidades a estudiantes del último año de la secundaria, el área de Responsabilidad Social Empresarial y el equipo de Recursos Humanos del Grupo Riquelme, habilitaron 22 puestos que serán ocupados por familiares de colaboradores de las diversas empresas que conforman el Grupo.

Esta posibilidad permitirá a los estudiantes adquirir nuevos conocimientos y experiencias en lugares de trabajos que los prepararán para el futuro. Estos espacios serán acompañados por profesionales en la materia para que su desempeño e involucramiento sea 100% eficaz y el aprendizaje sea de calidad y excelencia.

Las áreas para ocupar por los pasantes corresponden a RRHH Administrativo, RRHH Selección, Tesorería, Contabilidad, Mantenimiento Industrial, Compras, Créditos y Cobranzas, Operaciones Comerciales, Logística, Laboratorio, Producción, Salón de Ventas e Informática, y estarán habilitadas en las empresas de Embotelladora Central S.A.C.I., Compañía Cervecera

Asunción y Supermercados Real.

“Con la intención de sumar un valor agregado al desarrollo de oportunidades para las familias de nuestros colaboradores y colaboradoras, el Programa de Pasantías ofrece la posibilidad de contar con una práctica laboral con la temática de “Primer Empleo” para que los beneficiarios puedan apuntar a progresar y crecer profesionalmente, ganando la experiencia previa necesaria para ello.” Guillermo Cino, encargado del área de Responsabilidad Social.

Las postulaciones están habilitadas desde el 6 al 27 de mayo, a través de formularios a completar en el área de Recursos Humanos de cada empresa. Se prevé que, a partir del mes de junio hasta octubre del presente, los seleccionados puedan desarrollar nuevas habilidades y responsabilidades para futuras labores. Los mismos recibirán un certificado al término de la pasantía como constancia de su primera experiencia laboral en el Grupo Riquelme.



Participá del Programa de Pasantías GR

REQUISITOS GENERALES:

- Tener 18 años cumplidos.
- Ser alumno/a del último año o recién recibido del Bachillerato (hasta 2 años de haber culminado).
- Libreta de calificaciones o certificado de estudios del Colegio.
- Carta de recomendación de por lo menos 2 profesores.
- Dominio de herramientas informáticas.

**** Beneficio exclusivo para familiares directos de Colaboradores.**
** Gestionar el formulario de postulación con RRHH.

Logos: GR Grupo Riquelme, REAL, COMPAGNIA CERVECERA ASUNCION S.A., CAMPOS MOROMBI, CEREALES, emcesa



Nathalia Rivas Petris

“No vayas donde guía el camino. Ve donde no hay camino y deja huella”

Citando la frase de Ralph Waldo Emerson, la Gerenta de Administración y Finanzas de Cadena Real, Nathalia Rivas Petris nos comenta sobre el gran desafío asumido en pleno inicio de pandemia en el 2020 frente al área administrativa, y como tras un año, hoy sigue firme su compromiso de la mano de su equipo para dejar huellas en este 2021.

Nathalia Rivas Petris – Gerenta Administrativa y Finanzas

Cuento con una Maestría en Finanzas y soy egresada de la Carrera de Ciencias Contables. Inicié mi carrera laboral en el departamento de outsourcing contable en el año 2005 en una empresa multinacional, luego de unos años me aboqué al perfil impositivo en el departamento de Tax & Legal Services.

En el marco del crecimiento profesional asumí nuevos desafíos trabajando como coordinadora de impuestos en una de las principales Telefonías del Paraguay; años después ocupé el cargo Head of Taxes.

En mayo del 2020 -en plena pandemia- me sumo con entusiasmo a la familia del Grupo Riquelme como Gerenta de Administración y Finanzas de Cadena Real. Actualmente estoy a cargo de un equipo excelente de 30 colaboradores. El departamento está compuesto de tres pilares fundamentales dentro de la compañía;

- **Tesorería** (cuentas a pagar y cuentas a cobrar – acuerdos comerciales)
- **Logística** (recepción de mercaderías e inventarios)
- **Contabilidad** (SNC, impuestos).

Como cabeza del departamento de administración y finanzas tengo como objetivo garantizar la disponibili-

dad y protección de los recursos de la compañía, así como suministrar información relevante para la toma de decisiones de manera confiable y oportuna para asegurar el crecimiento y sostenibilidad del negocio.

Mis tareas están orientadas a los cálculos de indicadores que reflejan la posición de la compañía en relación con el nivel de liquidez, solvencia, endeudamiento, rentabilidad, flujos de efectivo, entre otros y la importancia de estos cálculos radica en la interpretación de los resultados para la toma de decisiones, las cuales deben ser acertadas y oportunas; más aun considerando la actual coyuntura de la pandemia de Covid-19 que presentó varios escenarios inciertos.

Un día en Administración y Finanzas es bastante dinámico por las múltiples situaciones que se presentan en las distintas áreas de la Cadena. Trabajamos en conjunto con los demás departamentos y damos soporte desde el inicio de cada jornada hasta el cierre de los salones (necesidad de fondos, imprevistos, atención a temas impositivos, etc.).

Para este año los desafíos se centran en lograr una renovación de la gestión administrativa y financiera de Cadena Real; logrando la consecución de eficiencias con un fuerte respaldo en la transformación digital reflejada en la estabilidad del nuevo sistema de gestión implementado.

Finalmente, el mensaje que me gustaría compartir con mis compañeros se basa en la siguiente frase: “No vayas donde guía el camino. Ve donde no hay camino y deja huella” (Ralph Waldo Emerson)”



Somos una empresa amiga de la Inclusión

Como miembros de la Red Paraguaya Empresas Amigas de la Inclusión de la Fundación Saraki, actualmente el Grupo cuenta con ocho colaboradores con discapacidad que se desempeñan en diversas áreas de las unidades de negocios, con el objetivo de derribar mitos acerca de la discapacidad y anteponer el potencial de las personas, sobre todo.

• **Francisco Bernal** – Portero de la Embotelladora Central S.A.C.I. -Discapacidad adquirida-

Tengo 42 años, con 17 años en embotelladora. Dentro de la empresa me siento parte de esta gran familia. Tengo cinco hijos y vivo en Luque. Acá en mi espacio me siento cómodo, luego de mi accidente de tránsito, realizo mi trabajo en horario de noche. Pero me siento cómodo y agradecido con Dios por la oportunidad de seguir disfrutando de mi familia y tener un lugar de trabajo.

Actualmente tengo prótesis hace siete años. Ahora estoy en la parte de seguridad, en la parte de portería. Tengo un buen relacionamiento con mis compañeros y

mis superiores. Agradezco a la empresa por darme la posibilidad de seguir contribuyendo a mi casa y formar una familia feliz. Me siento como en casa cuando estoy en el trabajo.

• **Ramona Gayoso** – Sector Ventas en el Supermercados Real -Discapacidad auditiva-

Actualmente se desempeña en el área de ventas desde el 2017 (hace tres años). Nos comenta -con lengua de señas- que se siente muy feliz de pertenecer a la gran familia de Cadena Real, donde siempre la reciben con cariño, por eso le gusta compartir con sus compañeros y compañeras.

Agradece a Supermercados Real por elegirla cada día para cumplir una función tan importante, y sentirse alagada por contar su testimonio para este material.



Mini Bodega Al Paso
Encarnación

Mini Bodega Las Hermanas
Ñemby

Mini Bodegas: Un emprend

24

Con el objetivo de apoyar a las familias de nuestros colaboradores y colaboradoras del Grupo a diversificar sus fuentes de ingresos y aumentarlos para mejorar su calidad de vida, nace el programa “Mini Bodegas” que va por su cuarto año de activación, brindando negocios exitosos para sus mini bodeguitas.

Esta acción beneficia actualmente a 27 familias de las diversas empresas del Grupo - Compañía Cervecería Asunción, Cadena Real, Cereales S.A., Campos Morombi y Embotelladora Central-. Estos negocios son coordinados y desarrollados a través de las diferentes áreas de Recursos Humanos de las empresas, en conjunto con Responsabilidad Social Empresarial.

En el 2020, a pesar de ser un año complicado, los mini bodeguitas obtuvieron un promedio de G. 416.784 (correspondientes a la ganancia exclusiva por venta de bebidas) durante este año. Además, como ganancia adicional llegaron a montos que van desde G. 500.000 a G. 1.000.000 por mes, teniendo en cuenta la venta de minutas y otros complementos de la Mini Bodega.

Ricardi Barrios – Mini Bodega Al Paso

Hace casi ocho años formo parte de la Unidad de Bebi-

das del Grupo, en el cargo de preventista. ¿Cómo surgió tener una Mini Bodega? Bueno, en una ocasión nos comentó el supervisor sobre cómo podríamos tener nuestro propio negocio con apoyo de la empresa, nos anotamos con otros compañeros y justamente mi señora estaba sin trabajo (ya que renunció al suyo cuando nació mi segunda hija) y era la persona indicada para ayudarme a atender el negocio. Por suerte fuimos elegidos para iniciar este nuevo emprendimiento gracias al programa de Responsabilidad Social.

Lo primordial que puedo destacar de tener una mini bodega es que nos beneficia con un ingreso de dinero adicional, por otro lado, también nos ayudó a animarnos a emprender y hacer crecer nuestro negocio. Ahora ya contamos también con un quiosco que nos ayuda bastante a crecer, tanto en lo económico y personal, tenemos nuestros altibajos como todos, porque realmente cuesta manejar un negocio por más chico que sea, pero de un tiempo a esta parte aprendimos muchas cosas y ya tenemos experiencia y apuntamos a hacer crecer esto.

Por último, me queda agradecer al programa de Mini Bodegas y al Grupo Riquelme por darnos este tipo de oportunidades a los empleados de crecer y llevar una



dimiento desde tu hogar

vida sustentable para afrontar estos tiempos difíciles ¡Desde ya muchísimas gracias!

Derlis Median – Mini Bodega Las Hermanas

Actualmente estoy trabajando en la Compañía Cervecería Asunción como Controler. Me animé a inscribirme para ser parte del proyecto de Mini Bodegas con el objetivo de poder tener mayores ingresos para mí y mi familia.

Tras la confirmación de mi Mini Bodega logramos tener beneficios y más ingresos que nos permitieron pagar algunas cuentas que teníamos. Estoy agradecido con la empresa de confiar en mí para hoy en día tener mi emprendimiento desde mi hogar.

Paola Esquivel – Mini Bodega San Jorge

Estoy en Cadena Real hace 8 años específicamente en el área de Recursos Humanos como auxiliar. Mini Bodega San Jorge surge tras el lanzamiento oficial del Programa Mini Bodegas que fue realizado en la empresa, desde ese entonces me llamó la atención y me anote para ser parte de ella. Empecé como minibodeguista en 2018, en un momento más crítico de mi vida,

lo digo así porque mi padrastro quedó sin trabajo a raíz de un accidente, y gracias a la mini bodega, pudimos sustentar y balancear un poco lo económico. En aquel entonces, la única que trabajaba era yo, entonces se complicaba mucho sustentar un hogar.

Con la mini bodega pudimos ahorrar y comprar a cuota una congeladora. Todos los meses pudimos pagar, gracias a la venta helados, con lo que pudimos crecer más en mi bodega. Gracias a las diversas ventas pudimos colocar un techito en el frente para que la gente se sienta y pueda servirse los productos.



MINI BODEGAS OÑONDIVE



“Estoy orgulloso de nos adaptamos a la pandemi



Martín Bartrina

26

Con este comentario, Martín Bartrina, jefe de Ventas del área metropolitana de Cereales S.A., destaca el trabajo de su equipo, que, ante la situación difícil del país, supo adaptarse, cuidarse y seguir adelante. En este artículo conoceremos más al Grupo de Canal de Ventas Minoristas-Mayoristas, que inician un año motivados a seguir creciendo en porcentajes de ventas.

Martín Bartrina - Jefe de Ventas del área metropolitana

Soy economista y llegué a inicio de año a la gran familia del Grupo Riquelme, desde entonces estamos trabajando mucho en nuevas planificaciones, estrategias y metas fijadas.

Hace más de siete años me dedico al rubro de la venta, iniciando en una empresa multinacional de bebidas alcohólicas, luego pasé a una empresa familiar con productos de exportación y gran parte de mi trayecto laboral lo hice por el interior del país. Estos lugares me llenaron de experiencias y éxitos que hoy los deseo ejecutar en la empresa Cereales S.A.

Desde inicio del año planificamos un nuevo proceso de

trabajo para aumentar y crecer las ventas. El objetivo principal que nos fijamos con el equipo es que la preventa tenga mayor apoyo en los indicadores claves de desempeño (conocido en inglés como KPI) que ayuden a que la venta sea mejor a través de estos.

Empezamos a medir todo lo que sea visita al punto de venta, se contaba con varias herramientas, pero no se realizaba el seguimiento correspondiente. Ahora se está haciendo otro indicador de visita efectiva, para evaluar quienes están mejor o deben reforzar sus visitas. También, implementamos cantidad de pedidos por vendedor, es un indicador que permite hacer más rentable la venta. Ahora un vendedor debe vender una cantidad mínima para que sea rentable.

Ahora estamos expandiendo zonas, llegando a Cordillera, J. Augusto Saldívar, Bajo Chaco, entre otros lugares; que generan una mayor cantidad de puntos de ventas por vendedor y, por ende, aumenta la facturación. ¿Y qué hicimos para poder llegar a todos? Cambiamos la frecuencia. ¿Cómo es eso? Hasta una semana atrás nos íbamos una vez a la semana junto a todos los clientes, ahora a un grupo de clientes se le visita cada 15 días.

mi equipo de trabajo, a y seguimos dando lo mejor”



Estos procesos fueron logrados a través de análisis, de manera a crear un proceso de venta más inteligente. Gracias a eso, obtuvimos una preventa metropolitana más efectiva.

A todo esto, es importante resaltar que el equipo se adecuó super bien a estos cambios, al inicio costó, pero ya estamos super alineados en los nuevos procesos y avanzando hacia un mayor crecimiento de venta. Los resultados de KPI vinieron muy rápido, en el caso de volumen cada mes estamos creciendo. Para este mes de mayo, estamos hablando de números mucho más altos del promedio histórico en la preventa minorista.

El día a día

Antes de la pandemia, se realizaban reuniones generales todos los lunes, pero debido a la situación actual, tuvimos que ajustar las reuniones de manera intercalada entre las diversas mesas de trabajo. En el caso de las anteriores reuniones generales veremos cuándo podemos volver a habilitarlas, una vez que esté un poco más controlada la situación sanitaria en el país.

Siempre tratamos de no exponer a nuestro equipo, lo ideal es seguir trabajando con la menor exposición posible y seguir cuidándonos. En este contexto, hemos comprado alcohol e insumos para el cuidado ante el Covid-19 para distribuir entre todo el equipo. Actualmente, el equipo de Venta (minorista y mayorista) está conformado por 38 colaboradores.

Mensaje

Para mi equipo y los compañeros del Grupo Riquelme me gustaría decirles que vivan el día a día dando lo mejor de uno siempre, además de mantener una buena relación entre compañeros y compañeras, recordando que prácticamente somos familia, y serán quienes estarán a nuestro lado en tiempo difíciles.

No puedo dejar de destacar el trabajo del equipo de Ventas. Es admirable como siguen dando lo mejor de ellos, al salir a la calle y buscar superar las metas trazadas. Y está demás decir que desde CEREALES S.A. seguimos ofreciendo calidad y precio en todos nuestros productos 100% nacionales.



Soy de mi Tierra: Cerveza paraguaya con calidad certificada

Desde 1978 la Compañía Cerveceras Asunción (CCA) viene promoviendo una verdadera revolución en el mercado paraguayo de cervezas. La misma es una empresa 100% nacional y con calidad certificada.

Esta es una revolución de la industria nacional, de tecnología y marketing, que permite a los consumidores de cerveza del Paraguay saborear y degustar una bebida de calidad a nivel internacional.

En 1980, con la cerveza Munich, la Compañía introdujo la primera cerveza en lata en el mercado paraguayo demostrando así que la innovación desde todos los enfoques de la compañía siempre fue y será prioridad. En CCA se utiliza equipamiento y tecnología de última generación, actualizados y mejorados constantemente, que permiten a la producción competir con las mejores cervezas del mundo. Dichos equipos -instalados por las empresas más importantes del mundo- garantizan la calidad que caracteriza a nuestros productos.

Este año, la cerveza Munich fue galardonada por tercera vez por el instituto internacional de certificaciones de calidad Monde Selection, con una medalla de oro. Este mismo caso se dio el año pasado, con la obtención por segunda vez de la medalla. Cabe recordar que la primera medalla de oro traída a casa fue en el 2018, ratificando la calidad de una cerveza 100% nacional y demostrando que en Paraguay sí podemos lograr reconocimiento internacional por alcanzar la excelencia.

Desde hace 42 años, la Compañía Cerveceras Asunción, es una fuente de empleo para cientos de paraguayos, un largo recorrido de desafíos y logros la hicieron posicionarse en los peldaños más altos de la industria nacional, y, en honor a ello se lanzó la campaña “Soy de mi tierra”.

La perfecta combinación de grandes artistas y profesionales paraguayos dio como resultado un magnífico spot de TV, que, en un minuto de duración, muestra cómo en Paraguay se puede llegar a niveles de calidad superiores.

Fueron partícipes de este material audiovisual: Los integrantes del grupo musical “Voces de Asunción” interpretando la canción del compositor paraguayo Pablo Benegas, la productora Renovatio encabezada por Pietro Scappini, el director Rorro Salomón, y la creatividad de la agencia Garabato de Mauricio Alfaro, galardonada por El Ojo de Iberoamérica como mejor agencia del Paraguay en el 2020.

Así, una combinación perfecta dio un resultado óptimo, reflejando una fábrica de primer nivel, encargada de producir una cerveza de calidad internacional, con funcionarios felices y orgullosos de ser parte de algo tan grande y con una música que relata fielmente las verdaderas características y virtudes de ser PARAGUAYO.

emcesa 

Hype Energy Drinks llegó a Paraguay de la mano de Embotelladora Central S.A.C.I.

Hype Energy Drinks es una de las primeras marcas de bebida energética del mundo. Su nombre está registrado en más de 163 países y se dedica a la elaboración de bebidas funcionales que permiten mejorar el rendimiento de las personas. Esta energética bebida se suma al portafolio de productos de la Embotelladora Central S.A.C.I. (EMCESA) para ofrecer nuevos sabores a sus diversos clientes.

Actualmente, Hype Energy es líder en la categoría de bebidas energéticas en Oriente Medio y se encuentra enfocada en su expansión internacional. Recientemente, Hype Energy ha aterrizado en países como Alemania, Holanda y Malasia y más recientemente, España y ahora llegó a PARAGUAY de la mano de EMCESA del Grupo Riquelme.

Esta marca cuenta con una gran variedad de bebidas energéticas en su portafolio, todas ellas con algo en común:

ingredientes de máxima calidad de procedencia europea, un intenso sabor inimitable y cinco vitaminas esenciales que te llevarán de 0 a 100 como nunca antes. Todas las referencias son veganas, cuentan con certificado halal y cada lata de aluminio es 100% reciclable.

Además de un producto de calidad superior, el diseño de la lata combina elementos como la fibra de carbono (patentada en exclusividad por la marca) y la tapa negra mate, con una combinación de colores que no deja a nadie indiferente.

Para su lanzamiento en Paraguay, Hype ha seleccionado las tres variedades que más relevancia tienen en este mercado: **MFP, MFP Sugar Free y Twisted Tropical**, dirigidas a todos aquellos que quieren vivir con ganas cada momento de su día a día.





“Green Chopp” de Munich en las Fiestas de St. Patricio

La Compañía Cervecera Asunción a través de su marca Munich, lanzó por tercer año consecutivo la edición especial “Green Chopp” para celebrar la semana de St. Patrick. El 17 de marzo se celebra a nivel mundial el día de San Patricio, el santo patrono de Irlanda, tradicionalmente considerado el introductor de la religión cristiana en ese país.

A través de los años, esta fiesta -que en principio fue religiosa-, se tornó más popular y en la actualidad, más que solo honrar a San Patricio, alrededor del mundo se conmemora todo lo que se relaciona con la cultura irlandesa, y la cerveza está presente en cada una de estas celebraciones.

Luego del gran éxito de los años 2018 y 2019, en los que miles de personas brindaron con el novedoso chopp de color verde, Munich vuelve a estar presente en los principales bares cerveceros del país con novedades y atractivos para que los fans de la buena cerveza puedan vivir el espíritu de las fiestas de St. Patrick de manera divertida y

diferente, sin dejar de lado todos los cuidados sanitarios necesarios por el contexto que vivimos actualmente.

El “Green Chopp” fue elaborado para celebrar la semana de St. Patrick y para quienes desean vivir una experiencia única. Esta cerveza se instaló en 100 puntos de todo el país, manteniendo el sabor y el aroma original del chopp Munich, pero que visualmente tiene un atractivo único y acorde a las festividades del patrono de Irlanda.

Además de disfrutar de un chopp especial, los consumidores recibieron merchandising exclusivos de la marca y de St. Patrick con promociones relacionadas al consumo del “Chopp Munich”, si iban vestidos de verde.

En Irlanda y muchos otros países del mundo, el chopp verde se volvió una tradición y hace tres años se puede disfrutar de esta cultura en nuestro país de la mano de Munich.



Tercera Medalla de Oro: Un año más, Munich demuestra ser un orgullo nacional

¡Por tercera vez, somos Oro! Munich con sus cervezas Royal y Original, producidas por Compañía Cervecería Asunción del Grupo Riquelme vuelve de Bélgica con la medalla de Oro de Monde Selection. Este premio es otorgado a los productos que cumplen el más alto estándar de calidad.

Gracias a la perfección alcanzada por Munich, en la última edición del galardón se le otorgó a la cerveza paraguaya la medalla de oro que certifica su alta condición.

Monde Selection es un instituto internacional de certificaciones de calidad, encargado de testear productos de consumo de todo el mundo, a fin de otorgarles un distintivo a los que cumplen con los más altos estándares de calidad durante su elaboración y producto terminado.

Alrededor de mil empresas de 90 países presentaron más de 3.100 productos en las Selecciones de calidad

mundial de este año.

En su premio a Cervezas, aguas y bebidas sin alcohol, Munich con Royal y Original fue parte de las cervezas en obtener el Oro.

En nuestras participaciones anteriores, en los años 2018 y 2020 también fuimos galardonados con el máximo premio, medalla de oro, sumando así tres medallas. Esto comprueba el compromiso que la Cervecería de Asunción mantiene con sus clientes, asignando siempre a cada uno de sus productos, los más altos estándares de producción y calidad.

La marca Munich, desea compartir este premio con todos los paraguayos, en especial con aquellos que la eligen para celebrar sus momentos especiales y disfrutan el verdadero sabor de una cerveza DE ORO.

KAMPITO ¡NUEVA IMAGEN Y MÁS RICOS QUE NUNCA!



Con 4 años de trayectoria y muchas expectativas de seguir creciendo y posicionándonos en el mercado, **KAMPITO** lanza **¡NUEVA IMAGEN Y SABOR!**

Esta nueva imagen es acompañada por un ajuste en el perfil que permite a la marca mejorar la calidad para satisfacer las exigencias del mercado y así seguir ganando espacio en la preferencia de los consumidores. La nueva imagen propuesta denota frescura, sabores frutales y toda la personalidad de una marca joven y moderna.

Al mismo tiempo, este cambio de imagen en las etiquetas viene acompañado del lanzamiento de la licencia con los personajes de **Scooby Doo** en la presentación de **250CC**, donde los consumidores más pequeños

van a encontrar toda la diversión de estos icónicos personajes.

Es así que la marca se posiciona en la categoría de jugos/refrescos, con sus ya conocidos atributos como ser un producto sin azúcar y fortificado con vitamina C que la hacen una bebida refrescante, con un intenso sabor a frutas y lista para tomar en cualquier momento del día.

Las nuevas presentaciones ya se encuentran disponibles en todos los puntos de venta del país.

¡KAMPITO, MÁS SANAS Y MÁS DIVERTIDAS QUE NUNCA!



¡Sorprendé a Mamá y Papá con el Baratazo!

El Baratazo es una campaña con acciones orientadas al incremento de las ventas y la recordación de su marca y la nuestra. La misma busca ofrecer a nuestros clientes precios bajos, la mejor calidad y experiencia de compra, con más de 200 productos en promoción semanalmente.

En Supermercados Real sabemos que mamá y papá se merecen lo mejor siempre, por eso en los meses de mayo y junio (desde el 10 de mayo al 30 de junio) estará instalado el BARATAZO DE MAMÁ Y PAPÁ en todas las sucursales, una versión recargada del Baratazo sumando más productos con descuentos semanales, promociones específicas y direccionadas a la familia, incluyen-

do regalos y premios cada día.

Los sorteos se llevarán a cabo teniendo en cuenta las compras a nivel cadena. El cliente debe estar registrado en nuestra base de datos para poder generar los cupones con sus datos, al final de cada ticket tendrá la información de cuantos cupones generó. La cantidad de cupones generados dependerá de que productos lleve.

El primer premio consiste en 36 carritos por valor de Gs. 500.000 (cuatro carritos por semana). El segundo premio está conformado por varios artículos como, electrodomésticos, televisores Smart, Tablet Samsung, parlantes JBL, teléfonos Xiaomi y notebook HP.

LA LIEBRE:
Precios únicos
en bazar y mercadería
exclusiva en
Supermercados Real



Cadena Real lanzó su nueva promoción de descuento denominada **LA LIEBRE**, que llega con muchos descuentos en bazar y se instala en las diferentes sucursales del Supermercado. El objetivo de esta campaña es lograr dar la mejor calidad a buen precio a todos los clientes de la Gran Familia Real.

Desde el mes de marzo de este año, se dio apertura a **LA LIEBRE** iniciando en la Sucursal de Fernando de la Mora, donde se instaló durante un mes. **Estas promociones que llegan a descuentos desde 30 a 80%** irán recorrien-

do todas las sucursales de Supermercados Real a fin de llegar a todos sus clientes en las zonas de influencia. Los insumos -bazar y mercaderías en general- en descuentos están hasta agotar stock.

Para abril, **LA LIEBRE** se instaló en el local de **San Vicente** y para este mes de mayo, dará un pequeño descanso dando lugar a promociones del día de la Madre, pero **para el mes de junio volverá nuevamente con más sorpresas y mega liquidación.**

**iPor tu
compañero,
por tu familia,
por vos!**

**Seguimos
reforzando
e instando
a los cuidados
sanitarios
ante
el COVID-19**



Ha pasado más de un año de que la pandemia se instaló en el país, desde entonces el Grupo ha tomado varias decisiones para poder salvaguardar el bienestar de los colaboradores, las familias de los colaboradores, clientes y comunidad. Se han implementado todos los protocolos de seguridad e intensificado los controles de cumplimiento de estas.

En este contexto, se realizaron varias campañas informativas sobre cómo cuidarse, y se crearon Comités de control. A todo esto, se suma el mensaje del Directorio para todo el equipo de trabajo del Grupo para seguir cuidándonos.

“Nos encontramos ante una situación que hoy más que nunca nos ruega ser conscientes de la pandemia que atenta contra el bienestar de nuestras familias.

El virus no reconoce la posición social, creencias, ni color; y eso, se refleja en nuestros hospitales colapsados, escuelas sin alumnos/as y un país vulnerable.

Varios compatriotas paraguayos -incluyendo a Colaboradores y Colaboradoras del Grupo- han perdido a miembros de sus familias a causa del COVID-19.

Las estadísticas nos indican que el pico de contagio va

en aumento en casi todo el territorio nacional. Las camas en los hospitales están completamente ocupadas, sin medicamentos y con médicos exhaustos de trabajar horas corridas para salvar vidas.

Por eso, HOY debemos reforzar nuestros protocolos de seguridad sanitaria en el trabajo y el hogar.

Utiliza constantemente tapabocas (sobre la nariz), manténé distancia de al menos uno o dos metros, lávate las manos de forma frecuente, desinfectalas con alcohol, y salí de tu casa solamente para casos necesarios.

Estos simples pasos nos ayudarán a frenar el contagio masivo para volver a mantener la estabilidad en el país y salvar cientos de vidas.

El virus no perdona a nadie y está en nuestras manos detenerlo.

Seamos conscientes de la situación. Propongamos salir juntos para adelante.

Por tus COMPAÑEROS/AS, por tus SERES QUERIDOS, por tu FAMILIA, por VOS. Cuidate y cuidanos”

Directorio del Grupo Riquelme.

*En Memoria de nuestra querida **Gloria González***



Una mujer fuerte
y de un compromiso firme
con la familia Riquelme

Gloria González se desempeñó como asistente personal y laboral del Directorio del Grupo, dando siempre lo mejor de ella y destacando sus principales valores de lealtad y responsabilidad. Hoy, la recordamos con mucho cariño y añoranza, agradecidos de haberla conocido y compartido hasta los últimos días.

Un 27 de diciembre del 2020, Gloria volvió al cielo, dejando un gran vacío a sus compañeros, amigos y familiares. La recuerdan como una persona tranquila, sonriente y amable. En honor a ella, recordamos la entrevista dada a inicios del año pasado.

Gloria González

Llegó hace 26 años al Grupo Riquelme con el objetivo de dar lo mejor de ella. Han pasado dos décadas y seis años de que Gloria conoció a la familia Riquelme, con quienes ya tiene una afinidad y confianza bien fortalecida. Gloria nos comentaba que su principal trabajo siempre fue a lado del doctor Riquelme, pero en ocasiones, también realizaba gestiones para el señor Blas N. Riquelme que visitaba las instalaciones dos veces por semana, a quien lo recordó como una persona respetable.

“La familia Riquelme es emprendedora y sacrificada. Con ellos aprendí que cualquier dificultad puede ser solucionada con empeño y responsabilidad. Otra cosa que me enseñó el doctor Riquelme es a ser una persona fuerte, segura de mí misma y a no decaer ante ninguna situación” nos comentaba Gloria mientras conversábamos sobre los años de vida laboral en el Grupo.

Además, agradeció a toda la familia Riquelme por el constante apoyo durante tantos años, principalmente en los momentos más difíciles que le tocó pasar. Destacó que el doctor siempre la apoyó en diferentes situaciones de su vida, *“y por ello, siempre seré una persona leal a la familia Riquelme”* enfatizó.

Con relación a sus compañeros de oficina y colaboradores de las empresas del Grupo Riquelme, Gloria destacó la palabra “CONFIANZA” como un símbolo de lealtad hacia el trabajo y la empresa, *“es importantísimo ser leales a la empresa, porque si la empresa va creciendo, también vamos creciendo los colaboradores como profesionales. Y estoy muy segura de que, si seguimos teniendo como líder al doctor Riquelme, seguiremos creciendo todos”*.

SIGAMOS CUIDÁNDONOS MÁS QUE NUNCA

1



Siempre que salgas a la calle o estés con otras personas usá el tapabocas, cubriéndote desde mentón a nariz.

2

Guardá siempre la distancia social de al menos un metro. Recordá que el virus viaja por el aire de persona a persona.



3



Lavate regularmente las manos con agua y jabón o alcohol en gel. A conciencia y durante el tiempo que sea necesario.

Son acciones simples para cuidarnos entre todos, porque nuestra salud y la de nuestro país depende de la responsabilidad de cada uno.

GR Grupo Riquelme