

la revista

la revista del Grupo Riquelme | edición: 11 | año: 4 | diciembre 2020



NAVIDAD 2020

Diferente, pero con el amor y la esperanza de siempre

Medio Ambiente

Firma de convenio entre INFONA y Reserva Morombi.

Págs. 5



Orgullo Internacional

Monde Selection Segundo año con medalla de oro para Munich

Pág. 19



Ayuyendo lo Nacional

Feria de Pequeños Productores

Pág. 20-21



Filosofía Empresarial Grupo Riquelme

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.



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



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



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



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



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



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



Respeto al medio ambiente: estamos comprometidos con el cuidado al medio ambiente y la preservación 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.

Cerramos un año con muchos desafíos, **pero confiamos en la llegada de un próspero 2021**

Iniciamos este año con muchas ilusiones de crecer, innovar y llenarnos de logros, pero desde marzo el país ha parado, en lo educativo, comercial, social, turístico y en otros sectores, consecuencia de la pandemia que aqueja a todo el mundo. A pesar de esta situación, nuestros compatriotas han logrado salir adelante y continúan reinventándose por un futuro mejor.

Con este mismo ímpetu, nuestros queridos colaboradores y colaboradoras han demostrado compromiso ante las adversidades y responsabilidad en sus puestos de trabajos para brindar la mejor calidad de nuestros productos a la sociedad. En todas las unidades de negocios del Grupo se han realizado todas las instalaciones correspondientes para seguir con los protocolos de seguridad laboral solicitadas por el Ministerio de Salud y el Ministerio de Trabajo.

También se ha creado grupos de monitoreo para el cumplimiento de estos protocolos, a través de las oficinas de Recursos Humanos, Responsabilidad Social y Jurídico. Se han realizado todas las acciones de socialización de materiales, charlas, folletos y otros insumos comunicacionales para el conocimiento, entendimiento e implementación de los nuevos sistemas de prevención en el ámbito laboral.

Otra modalidad de trabajo adaptada al equipo es el teletrabajo (también conocido como Home Office), a fin de evitar el contagio del virus en espacios pequeños y contener su expansión. Hasta la fecha, nuestros colaboradores continúan trabajando desde sus hogares con el mismo compromiso y constancia para dar funcionamiento a las unidades de negocios del Grupo.

Es importante destacar que las unidades de negocios nunca dejaron de funcionar gracias a la responsabilidad puesta por cada colaborador desde su hogar, no solo cumpliendo con el trabajo, sino también con la familia y el hogar. De igual manera, otros equipos de trabajo estuvieron presentes en sus puestos de trabajo desde la pandemia y no han reducido su productividad, y menos su compromiso con la empresa.

Incluso, fuimos la única empresa en Paraguay en ganarnos una medalla de oro a nivel internacional por la calidad de nuestro producto en plena pandemia. Todos esos esfuerzos realizados por nuestros colaboradores son destacables para el Grupo y demuestra el nivel de profesionalismo y capacidad con que cuenta todos nuestros colaboradores.

Durante este año además estuvimos de mano con la comunidad, apoyando ante la situación de cese económica en el país, que ha

generado innumerables pérdidas económicas a varias familias paraguayas. En ese contexto, nos aliamos con el sector público y privado para generar acciones solidarias en pos de ayudar a los más desprotegidos, así como hemos impulsado ofertas comerciales para beneficio de nuestros clientes. Reconocemos la labor de Cereales S.A., EMCESA y Cadena Real, unidades de negocios que han tenido un papel destacado en este proceso.

Apoyamos con el Redondeo Solidario al Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Paraguay ante los incendios forestales en nuestro país, al cual no quisimos estar ajenos. Con este mismo programa y gracias a los clientes, se logró dar una mano a la Fundación Unidos Contra el cáncer de Mama (FUNCA) en el marco de la campaña mundial, Octubre Rosa.

Extendimos nuestras manos a productores, agricultores, artesanos y emprendedores que también se vieron afectados por la pandemia, con la provisión de espacios estratégicos para exposición y comercialización de sus productos de forma totalmente gratuita.

Como miembros de la Red Pacto Global Paraguay hemos contribuido en la donación de 10.000 kits de bioseguridad al Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, los cuales fueron distribuidos en todo el país.

Hoy, nos toca seguir contribuyendo al bienestar de cada uno de nuestros colaboradores y sus familias, a través de sistemas de la seguridad sanitaria y espacios seguros de trabajo. Creemos que esta desafortunada situación producirá increíbles innovaciones que nos harán más fuertes para el futuro.

Desde todas las unidades de negocio del Grupo, agradecemos a todos nuestros aliados y clientes por la confianza en nuestros productos y servicios. Asimismo, un agradecimiento especial para cada uno de los colaboradores y colaboradoras, que día a día se encuentran en sus puestos de trabajo, brindando la misma calidad y excelencia para todos nuestros clientes.

¡Deseo una armoniosa navidad en familia y un próspero año 2021!



Jorge Riquelme
Director Grupo Riquelme



Agua de la Costa continúa con la campaña de reforestación

Agua de la Costa, en el marco de su programa de Responsabilidad Social y con el acompañamiento de WWF Paraguay, promueve el trabajo sostenido **renovando por cuarto año consecutivo**. En su cuarta edición la marca renueva su compromiso con la naturaleza para la conservación de los bosques nativos del Paraguay difundiendo información sobre la importancia de los árboles y nuestros bosques.

¡Con la compra de productos, estás ayudando a reforestar más de 280.000 árboles!

El objetivo de la campaña es generar conciencia sobre la importancia del cuidado y recuperación del hogar de las especies que habitan en los bosques, entre ellos uno de los habitantes más emblemáticos del Bosque Atlántico del Alto Paraná (BAAPA), el jaguarete (*panthera onca*).

“La iniciativa invita a participar y así mejorar nuestra calidad de vida hacia un futuro mejor para todos. Necesitamos reforestar lo perdido y cuidar lo que nos queda. Desde nuestro lugar como compañía buscamos difundir el mensaje y aportar nuestra ayuda en la conservación y recuperación de los bosques” Tannia Ruiz, gerente de Marketing de Agua de la Costa.

La campaña estará vigente hasta la quincena de diciembre, durante este periodo un porcentaje de las ventas será destinado a la compra de plántines para reforestación en la Reserva Natural Morombi. Se espera poder plantar este año un total de 70.000 nuevos árboles, llegando así a un total de más de 280.000 árboles plantados.

Conservar el bosque y cuidar el agua

Las plantaciones de árboles de la campaña se realizan alrededor de humedales en la zona de influencia de la Reserva Natural Morombi, con el objetivo de generar barreras naturales de protección entre las zonas agrícolas y crecimiento de las poblaciones de la zona y las nacientes de agua.

La Reserva Morombi preserva **más de 25.000 hectáreas** de uno de los últimos remanentes boscosos del Bosque Atlántico del Alto Paraná (**BAAPA**) y es hábitat de más de 300 especies de fauna y flora, muchas de ellas en peligro de extinción.

Reserva Morombi e INFONA unen esfuerzos para la protección y conservación de recursos forestales.



En el marco de conservar y manejar de forma sostenible los ecosistemas y la diversidad biológica de uno de los últimos remanentes del **Bosque Atlántico del Alto Paraná (BAAPA)**, la **Reserva Natural Morombi y el Instituto Forestal Nacional (INFONA)** firmaron un convenio marco de cooperación, con el objetivo fundamental de llevar adelante proyectos de reforestación y asistencia técnica para las plantaciones forestales.

El presente convenio tendrá una duración de 4 años desde noviembre del presente, con el que se pretende asegurar la protección de la Reserva Natural, a través de un manejo adecuado del área, contribuir a la conservación y restauración de los ecosistemas, así como la conservación de especies de fauna y flora que ocupa este pulmón nacional.

Se busca también aplicar en el trabajo conjunto entre ambas instituciones los objetivos fundamentales planteados en la Ley Forestal N° 422/73, donde se apunta a la protección, conservación, aumento y renovación de los recursos forestales del país, la protección de las cuentas hidrográficas y manantiales, y la promoción de proyectos y acciones de reforestación.

La Reserva Morombi protege 24.807 hectáreas de bosques naturales, humedales y campos abiertos arbolados que forman parte del Bosque Atlántico del Alto Paraná (BAAPA). Es un hábitat rico en biodiversidad que alberga innumerables especies y plantas únicas en el mundo, muchas de ellas en peligro de extinción, incluyendo a una de las especies más emblemáticas de nuestra área nativa: el Jaguarete (*Panthera onca*).

El INFONA promueve la gestión forestal sostenible a través de una política participativa e inclusiva, brindando productos, servicios y tecnologías que contribuyan al desarrollo económico, social y ambiental del país.



**Gestión Ambiental:
un nuevo proceso
para alcanzar la excelencia
y eficiencia en el Grupo**

El Grupo Riquelme da la bienvenida a **Karina Fretes** como la nueva **encargada de Gestión Ambiental**. Es ingeniera Ambiental con varios postgrados en Legislación Ambiental, Liderazgo, Negociación, Gestión Ambiental, entre otros. Con experiencia en diseño, planificación, ejecución, ejecución de plan de manejo de residuos sólidos urbanos/comunitarios, así como en el área de consultoría ambiental, elaboración de proyectos y asesoría para la resolución de problemas.

La Gestión Ambiental permitirá al Grupo reducir sus impactos ambientales y aumentar su eficiencia operativa. Además, proporcionará estructura a la gestión ambiental y abarcará áreas tales como: capacitación, gestión de registros, inspecciones, objetivos, proyectos y políticas.

“La implementación del -chip ambiental- es de mediano o largo plazo y, seguramente, no es posible ver el éxito de un modo inmediato. Implica un cambio de pensamientos y de hábitos, que considero una de las cosas más desafiantes, y los cambios responden siempre a un proceso, que no admite saltos ni simplificaciones; éste debe recorrer su propiocomino de desarrollo personal y profesional en cada uno de los colaboradores que integran las empresas” Karina Fretes.



Canal de Ventas: Un equipo de trabajo fortalecido, unido y responsable

Rosana Duarte, jefa de Canal Bodega y su equipo de Bebidas de la Embotelladora Central y Compañía Cervecera Asunción, comentan sobre sus funciones en el área de ventas y las acciones que realizan para fortalecer el crecimiento de los productos Sin y Con alcohol.

Actualmente este equipo de Ventas activa en casi todo el Departamento Central, en ciudades como Lambaré, Villa Elisa, San Lorenzo, Luque, Limpio, Capiatá entre otros, con un total de 400 bodegas y más de 97 cadena de Baratote, lo que genera una amplia oportunidad de destaque de los productos de bebidas de las empresas.

El equipo liderado por Rosana Duarte está conformado por: Ever Fariña -cinco años en la empresa y dos años en el área de Bodegas-, Silvia Rotela -nueve años en la empresa y un año en Canal Bodega-, Mario Selle -hace tres años en el sector Bodegas-, Edgar Cáceres

-Tres años en Bodega, vendedor de cuentas claves-, Marco Martínez -hace 20 años en la empresa, actualmente en cuenta claves/bodegas- y Armando Martínez -ocho años en la empresa, experiencia en el área de preventa, autoservicio, canal supermercado independiente y hoy, canal bodega hace una semana-.

Rosana Duarte

Con relación a nuestro día a día, primeramente, nosotros trabajamos de forma vespertina hasta la noche, de acuerdo con el ruteo de cada uno. Tratamos de planificar antes nuestras ventas diarias tanto en SIN alcohol y CON alcohol.

Durante nuestro recorrido llevamos además materiales que puedan destacar a nuestros productos de los demás, como por ejemplo



afiches, adornos, moños, entre otros, de manera a ir marcando las entradas y salidas. Tratamos de hacer la diferencia, de exhibir nuestros productos de forma llamativa para que el consumidor capte. Comunicamos promociones e informamos al propietario de las bodegas sobre las promos y servicios que tenemos como canal y vendedor.

Nuestros vendedores están divididos por zona, visitamos dos veces a la semana las bodegas y cargamos su equipo o verificamos si le falta algo para poder reponerlo. A cada vendedor le inculcamos cual es el objetivo de la empresa: Mantener la calidad del servicio.

Con relación a la pandemia, también nos afectó como vendedores, pero eso no fue impedimento para seguir intentando con el equipo colocar nuestros productos y generar venta en bebidas SIN y CON alcohol.

Algo que quiero destacar de mi equipo es la responsabilidad y honestidad, siempre trabajamos en equipo. Los resultados siempre festejamos juntos, no individualizamos, todo por igual. Estoy agradecida y conforme donde hoy estoy sentada. Yo empecé como vendedora, luego ascendí como asesora de minorista, y luego vine para el sector de Canal de Bodega. Quiero decirles a los colaboradores que, si se puede llegar más arriba, solo hay que dar lo mejor.

Edgar Cáceres

Cuando se activó la cuarentena por el Covid-19 realmente sufrimos un poquitito, partiendo que tuvimos una pequeña baja en los primeros días y el primer mes. Luego empezamos a alzar con el volumen y el precio que tenemos.

Igual seguíamos llegando a los clientes y exhibiendo nuestros productos en las bodegas de forma diferente y llamativa. Eso fue

una palanca especial para las ventas de nuestros productos. Incluso gracias a eso tuvimos resultados positivos.

Marco Martinez

Lo primero quiero agradecer a Dios y a la familia Riquelme por darme esa oportunidad y abrirme la puerta hace ya 20 años. Pasé muchas cosas buenas durante mi trayecto por la empresa, y no puedo estar mal, cuando tengo un trabajo con personas excelentes. Además, gracias a ese trabajo hoy mi familia puede estudiar y tener un hogar.

Agradezco a mis compañeros que siempre me apoyaron, ingresé en el área de canal supermercados y estuve ahí 12 años, pase a la parte de ventas minorista por 4 años aproximadamente, y ahora en sector de bebidas estoy para más.





FUNCA y Supermercados Real invitan a participar del redondeo solidario a favor del tratamiento y prevención del cáncer de mama

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 Vuelos, que tiene como objetivo apoyar a cientos de mujeres que hoy 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 buscan hacer 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.

"El Redondeo de vuelos es un canal de solidaridad voluntario que,

desde hace 3 años, viene beneficiando a numerosas familias gracias a la generosidad de nuestros clientes y el aporte de Supermercados Real. En esta oportunidad invitamos a conocer y a colaborar con el trabajo de FUNCA, que hace más de siete años se dedica a ayudar a mujeres en la prevención y el tratamiento del cáncer de mama" comentó Federico Scavenius, gerente general de Supermercados Real.



Por su parte, la directora ejecutiva de FUNCA, Norah Gimenez manifestó la importancia de esta alianza, ya que permitirá el tratamiento de pacientes diagnosticadas con Cáncer de Mama en las distintas regiones sanitarias del país, a través del Programa Nacional de Control del Cáncer (PRONAC). *“Incluso se podrá ampliar el programa que brinda transporte gratuito y seguro a las pacientes con tratamiento de quimioterapia, evitando el uso de transporte público y exponiéndose a otras enfermedades. Además, con esta alianza logramos concienciar sobre la importancia de un diagnóstico precoz y de contar con tratamiento de calidad para pacientes oncológicos de todo el país, logrando un Paraguay con cero muertes evitables por cáncer.”*

El Redondeo Solidario a favor de ellas, estuvo vigente desde el 19 de octubre al 19 de diciembre del 2020.

FUNCA



Fundación Unidos Contra el Cáncer es una organización sin fines de lucro, la cual viene operando desde el 1 de abril del 2013 y está integrada por pacientes, familiares, voluntarios y apoyada por colaboradores y profesionales de la Salud.

Busca combatir el cáncer apoyando a pacientes y sus familias de manera integral, trabajando coordinadamente con organizaciones, empresas y el gobierno en mecanismos de educación, prevención y detección temprana de la enfermedad. Se estima que en Paraguay se detectan 800 nuevos casos de cáncer de mamas por año. Este tipo de cáncer es la primera causa de mortalidad según datos del Ministerio de la Mujer.

Charla informativa



Las Cajeras de las ocho sucursales del Supermercado Real fueron capacitadas e informadas sobre los servicios que brindan 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. Esta acción fue encabezada por la Gerencia de Responsabilidad Social, representado por Guillermo Cino y acompañado de la presidenta de FUNCA, Norah Gimenez.

Capacitación para colaboradoras / Octubre Rosa

Continuando con acciones relacionadas a la campaña Octubre Rosa y el Redondeo Solidario, en el mes de octubre se llevó a cabo la Charla denominada **“Lo que toda mujer debe saber del Cáncer de Mama”** dirigido por el especialista en Mastología, Dr. Roberto Lopez, 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.



Participaron de este encuentro colaboradoras de todas las empresas del Grupo Riquelme, realizada vía ZOOM, teniendo en cuenta las medidas de seguridad ante el COVID-19. La misma fue organizada por FUNCA en conjunto con el área de Responsabilidad Social del Grupo Riquelme.

Reconocimiento por mayor recaudo

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 cientos de mujeres.



PARTICIPÁ



Tercera Encuesta de Calidad de Vida

→ ¿Qué es Oñondive Ikatú?

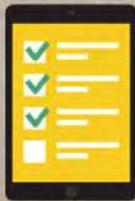
Es un programa que busca trabajar juntos para mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores.



ONONDIVE IKATU
JUNTOS SE PUEDE

→ ¿Por qué realizamos las encuestas?

Para reconocer las fortalezas y debilidades que nos ayuden a desarrollar beneficios para los colaboradores.



Exitosa Tercera Edición de la Encuesta de Calidad de Vida en las Empresas del Grupo

RRHH tomará las encuestas y para ello notificará las fechas a cada área.

En el marco del programa interno de responsabilidad social “Oñondive Ikatu” (Juntos Podemos) se llevó a cabo la tercera edición de la Encuesta de Calidad de Vida, donde se obtuvo una participación del 72% de colaboradoras y colaboradores de las empresas del Grupo. Estos datos permitirán elaborar el Plan 2021, con el objetivo de brindar una mejor calidad de vida para todos los colaboradores y sus familias.

Esta encuesta permite conocer fortalezas y debilidades que ayudan a desarrollar los programas de beneficios internos para contribuir a superar los desafíos. La misma se realiza de forma bi-anual, a fin de medir los avances y ver los puntos que aún precisan de fortalecimiento.

Este año se obtuvo una participación del 72%, equivalente a 1.868 colaboradores y colaboradoras entrevistados, de los 2.061 pertenecientes al Grupo. La encuesta fue realizada de forma tanto digital como impresa, a cargo del equipo de Recursos Humanos de las empresas con el apoyo de Responsabilidad Social.

“Con la implementación de la encuesta conocemos más a detalle los aspectos necesarios para reforzar mejor las iniciativas de las distintas acciones a desarrollar en el Plan 2021, enfocado en implementar mayores programas a beneficio de nuestros colaboradores, para juntos poder ayudar a superar los distintos desafíos” Guillermo Cino, encargado de Responsabilidad Social Empresarial.

Cabe recordar que la primera toma de encuestas se llevó a cabo en el año 2017 a más de 1.499 colaboradores, lo que permitió dar inicio al programa de Responsabilidad Social

Interna denominado “Oñondive Ikatu” que traducido al español significa “Juntos Podemos”, con el que se busca trabajar juntos para mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores. En 2018 se llevó a cabo la segunda medición, donde participaron 1.579 colaboradores y colaboradoras.

EMPRESA	CANTIDAD DE ENCUESTADOS
Cadena Real	863
EMCESA	549
Cereales S.A.	211
CCA	150
Campos Morombi	95
TOTAL	1.868

Con los programas habilitados con Oñondive Ikatu se obtuvo este año:

27 familias – Beneficiadas con las Mini Bodegas “Oñondive” que tiene el objetivo de que la familia del colaborador pueda diversificar sus fuentes de ingresos.

4 familias – Accedieron a la casa propia con ayuda del programa “Juntos por tu Hogar” que busca mejorar la calidad de vida de los colaboradores y sus familias desde el ámbito de la vivienda.

Comité COVID-19

prosigue con los protocolos de seguridad en el ámbito laboral en EMCESA y CCA



Con la activación del Comité COVID-19 a principios de abril de este año, se ha realizado diferentes formas de comunicar a todos los colaboradores/as sobre los protocolos de cuidado implementados dentro de las fábricas, siguiendo con la petición del Gobierno ante la pandemia.

Aldo Richard, gerente de Recursos Humanos de Bebidas y miembro del comité

Hemos elaborado materiales impresos y digitales, que nos permitió llegar de manera rápida, directa y efectiva a todos nuestros compañeros. Otro método fue por medio de monitoreos interactivos acompañado de flyers -instalados en lugares estratégicos y visibles- además de compartir vídeos institucionales del Ministerio de Salud a los colaboradores de forma semanal, a fin de causar impacto en ellos y sus familiares.

Se han realizado además de charlas breves sobre las buenas prácticas de este nuevo estilo de vida que tenemos actualmente. Los controles ya están instalados y el Comité sigue con su gran desafío de concientizar día a día a cada colaborador.

Al principio costó -todo cambio trae una renuencia por parte

del ser humano, que por instinto de preservación es reacio a los cambios- porque fue un cambio de hábito muy drástico, pero el compromiso y la convicción de que debíamos salir bien todos juntos; sabiendo que eso depende del compromiso de cada uno.

Hasta ahora logramos la exposición mínima al contagio de cada uno de nuestros colaboradores/as. Nos queda el desafío de seguir dando batalla al Coronavirus, y destacamos el esfuerzo invaluable de todos los que prestamos servicio a nuestras queridas Empresas seguimos de pie y más fuertes que nunca.

Los miembros del Comité están conformados por Aldo Richard - gerente de RRHH de la Unidad de Bebidas; Margarita Mongelos - jefa de Selección y reclutamiento EMCESA/CCA; Cynthia Patiño - jefa Administrativa de CCA; Claudio Manchini - jefe de Seguridad EMCESA; y, Carlos López, capacitador CCA/EMCESA.

Instamos insistentemente a todos los colaboradores del Grupo Riquelme a seguir con la perseverancia, convencidos de que todos juntos y unidos saldremos siempre para adelante.



Creadores de la cerveza paraguaya con dos medallas de oro internacional

El equipo de Elaboración de la Compañía Cervecera Asunción (CCA) es la encargada de planificar, preparar, filtrar y envasar -botellas o latas- las cervezas Polar y Munich para el territorio nacional, como internacional, comentan sobre sus funciones diarias y el orgullo de volver a ganar la medalla de oro de Monde Selection 2020.

Fabio Segovia, jefe de Elaboración

El día a día para nosotros inicia con la organización por semana, de acuerdo con la planificación de producción. Seguimos un programa que es proveído por el área de Planificación, donde se detalla la necesidad de producir y sobre eso programamos desde el inicio de la cocina hasta la filtración para las diferentes líneas, envasados, botellas o latas.

Contamos con parámetros de calidad bien establecidos hace años, y se mantiene unas pautas que fuimos afinando con el tiempo. En Cocina estamos entre seis colaboradores y nos dividimos en tres turnos. En el caso del cocinero, tiene un

auxiliar de cocina que le ayuda en apertura de válvula, cambio de cañería, todo lo que sea direccionamiento, generación de insumos para cada receta.

En el caso de los insumos físicos y de sistemas son facilitados por los coordinadores de Elaboración. Acá empieza todo, si en algún sector algo sale mal, el resto ya no sería un producto con excelencia. Por eso, con el equipo siempre hacemos lo mejor desde el inicio. El sector Cocina es transformar materia prima en producto terminado y luego envasarlo.

Nuestra labor de calidad y excelencia se vio reflejado en la medalla de oro de Monde Selection. CCA obtuvo en el 2018 la primera Medalla de Oro de Monde Selection, como mejor cerveza de calidad. Este año vuelve a tener su segunda medalla de oro. Es la única empresa paraguaya que tuvo esa medalla en el 2020, contra pandemia y todo seguimos con la misma calidad de siempre.

Algo que destacar es el compromiso del equipo a pesar de las



circunstancias de la pandemia que afectó a todos. Nosotros somos una industria de alimentos y bebidas, prácticamente no paramos, los colaboradores continuaron trabajando con el mismo compromiso y responsabilidad. Cuidando muy bien la calidad de los productos. Por eso, quiero agradecer al equipo por ponerse la camiseta todos los días de forma responsable.

José Luis Ortega, coordinador de sector Elaboración

Ingresé a la Cervecería en 1995 -25 años de antigüedad- en el área de comunicación (cuando había una radio), pasé a Recepción de Envase, luego a Laboratorio, también en el área de Filtro y ahora estoy como coordinador de Elaboración. Lo más importante es el deseo de hacer bien las cosas, y eso tiene buenísimos resultados. Tratamos de cuidar todos los detalles para sacar un producto con excelencia, partiendo desde que los procesos se cumplan y que las máquinas estén en buen funcionamiento.

Toda la excelencia también es reflejo de la cabeza, gracias a las

máquinas de primer mundo que permiten generar calidad en los productos nacionales.

Daniel Garcia, coordinador de elaboración

Tuve que escalar bastante para llegar a donde hoy estoy. Empecé en la empresa como ayudante de reparto a finales de 2009, luego repartidor encargado y se me dio la oportunidad de entrar a producción (estibador, operador), pase a coordinador de producción de Envase y finalmente, coordinador de Elaboración.

Nosotros tenemos nuestro trabajo bien enmarcados, Luis tiene el trabajo de campo y yo de programación sobre la cocina, la filtración, la maduración de los tanques entre otros. El resultado del trabajo no es coincidencia y esas dos medallas de oro lo comprueban. Vos trabajas por algo y lo vas a conseguir.

NIKO y DE LA COSTA: Refrescantes, deliciosas y con mano de obra paraguaya



La Embotelladora Central S.A. (EMCESA) nace en la década del 80 (fue adquirida por el Grupo Riquelme en el año 1987 anteriormente llamado Embotelladora Ñemby S.A.), incursionando en la producción de bebidas sin alcohol como embotelladora con la franquicia de RC Internacional para marcas como Arci Cola.

En el 2001, EMCESA lanza Niko, su propia marca de bebidas gaseosas que rápidamente se posicionó como la segunda marca de preferencia del país, ganando participación incluso sobre marcas internacionales de gran trayectoria.

En el 2012, se adquiere la marca De la Costa y Agua De la Costa



de la firma ALPATEX S.A. quien ya comercializaba el producto. Actualmente produce e importa bebidas sin alcohol para el mercado nacional, posicionando entre las marcas preferidas del mercado con **Gaseosas Niko, Agua de La Costa, Gaseosas de La costa y Jugos Kampito.**

Conociendo un poco más sobre las gaseosas Niko y De la Costa.

La ingeniera Griselda Yelsi, de la Embotelladora Central nos comenta sobre los diversos procesos de elaboración, calidad, presentaciones y otras informaciones sobre las marcas de

gaseosas 100% nacional.

Inicio. La elaboración de la bebida empieza, en lo que denominamos, la sala de jarabe, en donde los encargados de la elaboración son los experimentados jaraberos. En la sala de jarabes se realiza las mezclas de todos los ingredientes y componentes de acuerdo con nuestras fórmulas para cada marca y sabor, obteniéndose así el jarabe o bebida base. El proceso inicia con la captación del agua mineral de pozo profundo, los maestros jaraberos -dependiendo del pedido de producción- realizan el pesaje y preparación de materia prima.

La elaboración del jarabe en sí consiste en la dilución de los elementos pesados y ordenados, para su posterior habilitación y enviado a las líneas de envasado. El proceso consiste en la dilución de los elementos pesados, el agregado de concentrados y las esencias según el sabor.

El jarabe terminado ingresa al área de Preparación de Bebida donde es conducida a un equipo llamado "Carbo Mixer"

en donde se agrega agua tratada y gas carbónico, lográndose así, una refrescante bebida carbonatada o las populares Gaseosas.

Todos estos trabajos pueden tomar entre 2 a 8 horas en tener la bebida lista en botellas, siempre dependiendo del sabor y batch de cada producto solicitado.

Calidad. La Embotelladora cuenta con un laboratorio de garantía de calidad, el cual es el responsable de velar y atender cada detalle de la calidad bajo tres ejes de acción: Aseguramiento de Calidad (encargado del control en la recepción de Materia Prima y Materiales de Empaque); Control Físico Químico y Control (microbiológico), tanto de los productos como del proceso para obtener la mejor calidad inocuidad.

Sus presentaciones

La **Gaseosa Niko** cuenta actualmente con siete (7) sabores vigentes (Cola, Guaraná, Naranja, Piña, Lima Limón, Durazno y Cola Zero) y dos (2) sabores estacio





nales, (Limonada y Pomelo).

Además, de sus presentaciones en cuatro (4) calibres vigentes (330cc, 1000cc, 2000cc y 3000cc) y discontinuados (500cc y 2500cc).

Por su parte, las Gaseosas De la Costa se cuenta con actualmente con cinco (5) sabores vigentes (Cola, Guaraná, Naranja, Piña y Limón), con sus cuatro (4) calibres vigentes (330cc, 1000cc, 2000cc y 3000cc).

El tercer producto, Agua De la Costa tiene cinco (5) presentaciones (Agua sin Gas, Agua Con gas, Soda, Agua tónica y Agua con Electrolitos), en sus calibres de 500cc, 960cc, 2000cc, 5L. y 10L.

El cuidado del medio ambiente

Residuos sólidos ahorro continuo y sostenido por ventas de subproductos: Contamos con gestión de reciclados de residuos sólidos al 100 % (venta a terceros) en los relacionado a desechos industriales y de PDM (Productos devueltos del mercado).

Por proyecto Short Finish (rosca corta) ahorro continuo y sostenido:

- **En línea 3:** Forma parte en el 50 % de nuestros productos en que hemos dejado de impactar al ambiente por menor emisión de residuos sólidos en Pet (preformas y botellas), como de Polipropileno.
- **En línea 2:** Actualmente se proyecta presentar para 2021 completar el otro 50% faltante.

Film Termocontraíble: Se manteniendo la reducción de 10 Micras en todas las medidas se logró impactar y mantener anualmente -60 Toneladas de film menos.

Consumo de leña: Seguimos contando con el Evaporador Atmosférico en el sistema de Gas Carbónico en sustitución del evaporador con serpentines calentados a vapor. El 50% de 600.000 Kg/año, hemos pasado a 300.000 Kg/año.

Residuos líquidos: Tenemos oportunidades de reciclar agua de los Rinser (enjuague de botellas) para uso en distintos lugares de la empresa dada la calidad de estos efluentes -estado actual en Proyecto-.

Reducción de consumo de agua y reducción de efluente líquido vertido al ambiente: Se ha logrado disminuir el consumo de agua por cambio de tipo de lubricante para cintas plásticas del transporte de piso, de Dicolube (aplicación por dilución constante con agua) a Dry tech lubricante de base siliconada (no requiere agua), además del ahorro de agua, también contamos con la disminución de consumo en litros de lubricante con una disminución de más de 92%; hemos dejado de verter al ambiente un aproximado de 5.000 litros de efluente líquido.

Otras acciones: Hemos cambiado paulatinamente las lámparas a Vapor de Mercurio, que requieren recolección con una empresa tercerizada para su disposición final, por no ser amigables con el medio ambiente, por lámparas de bajo consumo y led, que si son amigables y además aportan ahorro en el consumo de energía eléctrica en el orden del 40%.

Futuro proyecto: Proyecto Short Finish (rosca corta) para bidones, es actualmente un proyecto analizado, presentado y con pruebas hechas a espera de resultados favorables para su implementación inmediata.

La Embotelladora Central brinda trabajo aproximadamente 700 paraguayos y paraguayas, que día a día elaboran las mejores gaseosas nacionales con calidad y amor.

“Estamos felices de brindar en Argentina con la mejor cerveza, la CERVEZA DE ORO”



Con esta frase, el director Comercial de la Unidad de Bebidas del Grupo Riquelme, Gabriel Rubbini, celebra y nos comenta sobre la exportación de la cerveza Munich -ganadora de la medalla de oro de Monde Selección, por segunda vez- al vecino país; que hoy en día, continúa conquistando horizontes con su sabor, calidad y presentación.

Argentina está gratamente sorprendida con la calidad, la imagen y los reconocimientos con que cuentan los productos de la Cervecería “Sin duda el hecho de tener nuestras medallas de Oro nos ayuda mucho, pero principalmente tenemos excelentes comentarios sobre la percepción de calidad y la preferencia que estamos ganando con los consumidores” agregó Rubbini.

La cerveza es exportada desde setiembre de 2019. El primer cliente es el Grupo Millan, que posee una cadena de supermercados con más de 120 bocas en la región de Mendoza, Argentina.

En agosto de 2020, se incorporó el segundo cliente en Argentina, León Mayoristas, de la ciudad de Entre Ríos. Con este cliente se está estructurando una red de distribuidores que llegará al alcance en diferentes regiones de Argentina, como Tucumán, Buenos Aires, entre otros.

En la provincia de Entre Ríos, se observa un mercado con una proyección optimista, de hecho, las primeras señales luego del inicio del trabajo han ampliado la demanda inicial, por lo que se considera una buena oportunidad de crecimiento.

“Estamos muy orgullosos de que nuestro producto 100% paraguayo este ganado presencia en los mercados internacionales, creo que esto es consecuencia de lo mucho y bien que se viene trabajando a varios años y sin duda tenemos un mundo de oportunidades por seguir aprovechando, dejando en alto el nombre de nuestro país a través de nuestras marcas” enfatizó Rubbini.



Por segundo año, la cerveza paraguaya Munich, elaborada por la Compañía Cervecera Asunción (CCA) fue galardonada con una medalla de oro por el certamen internacional Monde Selection 2020, en la categoría cervezas.

La medalla de oro otorgada a Munich es un premio por cumplir con los más altos estándares de calidad. En la edición 2020 del galardón, Munich fue la única cerveza Paraguaya en obtener el oro.

Así, la marca estuvo catalogada entre 3.300 productos de su categoría, lo que demuestra y comprueba el compromiso que la Compañía Cervecera Asunción mantiene con sus clientes, asignando siempre a cada uno de sus productos los más altos estándares de producción y calidad.

Monde Selection es el Instituto de Selección de Calidad más importante del mundo, con sede en Bélgica, que logró consolidarse y crecer, controlando la calidad de las mejores cervezas. Año tras año, desde 1961 analiza, evalúa y premia la calidad de un gran número de productos de consumo a nivel global.

Estándares internacionales

En el análisis elaborado por el Monde Selection, se tiene en cuenta la calidad intrínseca del producto, usando estándares internacionales (ISO 5492:2008) incluyendo sabor, aspecto, olor, textura, armonía global y otros criterios relevantes relacionados al análisis sensorial de los productos.

Por ello, para la Compañía Cervecera Asunción este es un gran logro y reconocimiento que lo festeja con todos los paraguayos, y en especial con sus clientes, quienes saben apreciar la calidad de una excelente cerveza, que ya en el 2018 también fue merecedora del mencionado y prestigioso galardón internacional.

La Compañía Cervecera Asunción -presente en el país desde 1978- introdujo en el país en 1980 con su producto Munich la primera cerveza en lata del mercado paraguayo, manteniéndose siempre vigente en las décadas posteriores y compitiendo con grandes marcas importadas.



¡APOYANDO LO NACIONAL!



Artesanos, productores y emprendedores conformarán la FERIA DE PEQUEÑOS PRODUCTORES en los Supermercados Real



Desde el jueves 15 de octubre inició la Feria de Pequeños Productores, organizada por la Cadena de Supermercados Real, en el marco de su programa de Responsabilidad Social Empresarial, en convenio con el Viceministerio de MIPYMES del Ministerio de Industria y Comercio. El acuerdo busca potenciar a los emprendedores de Asunción y Gran Asunción a través de espacios de comercio en los locales de Supermercados Real, los viernes, sábados y domingos de 08:00 a 20:00 horas.

Participaron de la apertura, el viceministro de MIPYMES, Isaac Godoy, el gerente general de Cadena Real, Federico Scavenius, el Presidente de la Cámara Paraguaya de Supermercados (CAPASU), Alberto Sborovsky y el encargado de Responsabilidad Social del Grupo Riquelme, Guillermo Cino Blanes. El objetivo de esta Feria es brindar apoyo a los emprendedores, artesanos y productores locales a través de espacios estratégicos para la muestra y comercialización de los productos 100% nacionales.

La Feria se extiende todo el resto del año y pretende crecer en el 2021, a fin de ofrecer más espacios y oportunidades a nuevos productores. Las mismas serán realizadas todos los viernes, sábados y domingos de 08:00 a 20:00 horas; y tendrán una rotación semanal en las sucursales de Supermercados Real, iniciando por Fernando de la Mora, Capiatá Ruta 2, San Vicente y Ñemby 2.

“Esta acción responde a la necesidad de crear más espacios de

ventas para los numerosos compatriotas que se dedican a la producción y agricultura en sus casas, y que se vieron seriamente afectados tras la pandemia en el país. Este sector fue duramente golpeado y hoy, poco a poco, van volviendo a las calles para promocionar sus emprendimientos” comentó Federico Scavenius.

La Feria tiene diferentes productos a disposición de los visitantes, entre ellos: Bordados, Ao Poi, Textil, Tallados/Pinturas, Bolsos Artesanales, Arte innovado, Cuero y Bisutería, Plantas, Arte de originarios, Cincelados, Filigrana, Floricultura, Madera tallada, Juguetes de madera, Karanda y, Reciclaje, Veladores rústicos, Macramé y todo tipo de dulces hechos con Frutilla.

Cabe mencionar que los visitantes tienen un espacio para el lavado de manos, alcohol en gel y la toma de temperatura, para que recorran con total seguridad en los diferentes espacios. El uso de tapabocas será obligatorio, y nuestros feriantes estarán cumpliendo con el distanciamiento correspondiente en base a las medidas sanitarias solicitadas por el Ministerio de Salud.

Esta iniciativa cuenta con el apoyo de la Asociación Paraguaya de Artesanos, quienes se dedican a la producción y artesanía 100% nacional. La ciudadanía queda invitada a visitar la feria y maravillarse con los diferentes productos de nuestros queridos compatriotas, porque es el momento ideal para apoyar lo nacional.

Emprendedores Mensú y Ro ‘y Hielo Medicinal.

Este emprendimiento es llevado por la familia de Alfredo Cáceres, encabezado por su madre. Los principales productos que exponen en la Feria de Pequeños Productores son Agroecológicos elaborados a base plantas medicinales tradicionales.

Los visitantes pueden encontrar yerba mate, hierbas medicinales procesadas para mate o terere, que son elaboradas por mujeres nativas de San Pedro y Choré. Estos productos también son pasteurizados para conservar sus propiedades y maximizar su sabor.

Hace más de tres años están instalados en el mercado nacional brindando todos los sabores tradicionales de nuestro país hasta la casa.

Josse Creaciones y Tabita Tocados

Rosana López. La pandemia género que tenga que explotar esta área de manualidades que realiza junto con su familia. Entre los principales productos se destaca las bombillas y guampa personalizada, que se pueden adquirir a partir de 20 mil (alpaca).

Además, realiza moños boutique a partir de 10 mil, realizados con diversidades de colores. Hace aproximadamente un año se desempeña en este rubro.



Cincelado Paraguay

Dionisio Fretes, se dedica al cincelado (obra labrada con cincel) hace más de 14 años. Aprendió este oficio tan maravilloso cuando residía en Argentina; incluso, orgulloso nos comentaba que estando ahí, participó de un concurso de cincelados en Chile.

Los trabajos de Dionisio son una obra de arte, con su martillo y picador, diseña todo tipo de imágenes, nombres y pedidos especiales sobre aluminio acerado, como guampas, bombillas, jarras, termos y otros.

Sus productos puedes encontrar en las Ferias de Pequeños Productores, donde te realiza en minutos el diseño que desees.

Erika María - Dulzura sin Límites

Erika Chiriani y Lourdes Bianciotto. Hace cinco años empezaron este emprendimiento entre madre e hija, en el rubro de masas dulces y tortas. La especialidad de la casa son las pastafrolas hechos por Erica (una joven con discapacidad) que deleita a todos sus clientes con los sabores de sus masas. Los principales clientes de Erika son las Universidades en el Campus de la UNA y otros negocios alrededor. También lo realiza a través de pedidos que realizan sus clientes. Es la primera vez que participan de una Feria con Cadena Real.

Empresas del Pacto Global lanzaron campaña sobre Disposición Responsable de Mascarillas

Una de las principales causas de afectación ambiental registrada en los últimos meses (consecuencia de la pandemia) son las mascarillas, que observamos en el suelo, cauces, ríos e incluso miles y miles de mascarillas van a parar al océano. En este contexto, la Mesa de Ambiente del Pacto Global -donde el **Grupo Riquelme es miembro activo desde el 2017**- activaron una campaña de comunicación para informar al público en general sobre donde depositar este insumo de forma responsable.

El objetivo principal de esta campaña es crear conciencia en la población en general para el uso adecuado y principalmente la disposición responsable de las mascarillas, a fin de evitar la contaminación del medio ambiente, así como evitar el contagio por manipulación de desechos de personas contagiadas con el virus que actualmente afecta a nivel mundial.

La campaña está compuesta de una Encuesta para todo público para conocer sobre los procedimientos aplicados a la hora de eliminar una mascarilla de un solo uso; además, de la difusión de afiches informativos a través de las redes sociales de cada una de las Empresas miembros del Pacto, de manera a contribuir con el cuidado del ambiente.

22

⚠️ DATOS IMPORTANTES

- **Las mascarillas desechables son consideradas residuos contaminantes** y si no son desechadas adecuadamente aumenta la exposición al contagio poniendo en riesgo la salud de las personas, y al mismo tiempo pueden dañar al medio ambiente y su biodiversidad.
- **Las que son de un solo uso no deben ser arrojadas a las calles o canales de agua**, porque pueden ser una fuente de contagio para las personas, al mismo tiempo que contaminan arroyos y ríos. Estos materiales tardan 400 años en desintegrarse.
- **Desectar las mascarillas de un solo uso de manera responsable y sin peligro de contagio**; para ello, colocala en una bolsa diferenciada del resto de la basura, para que pueda ser identificada por los recolectores de basura. Posterior a ello, no te olvides lavar bien tus manos luego de manipular estos residuos.

DISPOSICIÓN RESPONSABLE DE MASCARILLAS

Cuidemos nuestra salud y el Medio Ambiente

Desecha las mascarillas de un solo uso de manera responsable y sin peligro de contagio: colocala en una bolsa diferenciada del resto de la basura.

No te olvides de lavar bien tus manos luego de manipular estos residuos.

Una campaña de:

Pacto Global Red Paraguay **MESA DE AMBIENTE**

Esta campaña continuará por el resto del año, considerando que el uso del tapabocas sigue siendo obligatorio en nuestro país, y hoy en día forma parte de nuestro día a día. Asimismo, la Mesa de Ambiente del Pacto Global y Grupo Riquelme, buscan concienciar a las familias e instan a que sigan cumpliendo las medidas sanitarias en el trabajo, en la casa y en los entornos sociales.

Si observás un caso de violencia

¡METETE!

Si conocés a una mujer que está pasando por una situación de violencia y no sabés cómo ayudarla

LLAMÁ AL 137

Juntos podemos evitar más feminicidios



Porque somos parte del cambio, Grupo Riquelme se une a la Campaña de Violencia Cero

En el marco de la conmemoración del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia Contra las Mujeres -celebrado cada 25 de noviembre- el Grupo Riquelme a través de sus unidades de negocios se suman a la Campaña Violencia Cero "Metete. Podemos evitar más feminicidios" del Ministerio de la Mujer, con el objetivo de concienciar a colaboradores y la población en general sobre esta problemática que afecta a miles de mujeres en el país.

En Paraguay, una mujer muere cada 10 días en manos de su pareja o expareja. Incluso, todos los días somos testigos de múltiples formas de violencia hacia las mujeres. Ya son 32 casos de feminicidios registrados este año en el país, un número ciertamente menor con respecto al año pasado, pero igualmente preocupante. Esto afecta no solo a las víctimas, sino también, marca de por vida a sus hijos e hijas y afecta seriamente a todo su entorno familiar.

Campaña Violencia Cero – Metete

Esta campaña está dirigida al entorno de las víctimas, por ende, se busca tomar acción que busquen crear conciencia sobre la importancia de involucrarse, sobre cómo funciona el círculo de violencia que las atrapa y cómo se puede acompañar a las mujeres que son víctimas de esta situación.

Esta campaña es de alcance nacional y hace referencia a la Ley 5777: "de Protección Integral a las Mujeres contra toda forma de Violencia, busca visibilizar una forma extrema de violencia vinculada con la desigualdad estructural que afecta a las mujeres por razones de género, es decir, por ser mujer. La Ley incorpora el feminicidio en el inciso a) del artículo 6, como una forma de violencia y lo tipifica en el artículo 50 con una pena privativa de libertad de 10 a 30 años."

Conversación sobre violencia

En Cadena Real -a través del gerente de Prevención, Enrique Verano- se realizaron charlas internas sobre Violencia Familiar: como estar alerta ante un posible caso de violencia, a dónde llamar y cómo realizar la denuncia. Estos conversatorios fueron desarrolladas en los últimos meses en las ocho sucursales de Supermercados Real, incluyendo DIALSA.

"Fue una charla en simultáneo con otros temas de prevención, nos tomamos un tiempo para dedicar a este tema tan importante que afectó muy de cerca a nuestra Familia Real. Incentivamos e informamos a nuestro equipo a llamar y denunciar en el Ministerio de la Mujer (línea gratuita 137) o en la Policía Nacional (línea 911), si sufre de violencia en sus hogares, o en caso de presenciarlo" agregó Enrique Verano.



La donación de sangre es un

Los colaboradores y colaboradoras del Grupo Riquelme dijeron “SÍ” al acto más humano de todos, el de donar sangre. Con ésto, a través del programa interno “Yo soy donante”, se llevaron a cabo las primeras jornadas de donación voluntaria encabezado por Responsabilidad Social del Grupo, los distintos departamentos de Recursos Humanos y el Banco de Sangre del Instituto de Previsión Social (IPS) que busca sensibilizar sobre esta acción solidaria en tiempos de pandemia.

Desde el inicio de la cuarentena hasta hace unas semanas, se suspendieron miles de campañas de donación voluntaria de sangre, generando un riesgo enorme de crisis en la Salud Pública

ca en caso de no restablecerse el flujo de donaciones voluntarias de sangre.

Las campañas de donación de sangre son necesarias y factibles, aún en pandemia. Los centros médicos deben cubrir su necesidad secundaria al cierre de espacios públicos. El Banco de IPS cuenta con un modelo actualizado de campañas de donación que ofrece un enfoque sustentable a largo plazo, para ser implementado durante y posterior a la pandemia COVID 19.

En este contexto, se realizaron jornadas de donación durante el mes de noviembre, donde **más de 30 colaboradores y colabo**



símbolo de amor y empatía

Embotelladora Central y la Compañía Cerveceras se inscribieron de forma voluntaria para aportar a la campaña interna. Las jornadas continuarían durante el mes de diciembre con colaboradores de Cadena Real y las demás Empresas del Grupo.

“Esta campaña es realizada en el marco de la Promoción de Donación de Sangre, promovida por la Unidad de Medicina Transfusional del Instituto de Previsión Social, con el objetivo de beneficiar a los pacientes que requieran de transfusión de sangre o hemocomponentes; y crear una cultura de hemodonación” manifestó el doctor Miguel Orue, coordinador de la Promoción Voluntaria de Sangre.

La sangre es el regalo más valioso que podemos ofrecer a otra persona: el regalo de la vida. La decisión de donar sangre puede salvar una vida, o incluso varias si la sangre se separa por componentes -glóbulos rojos, plaquetas y plasma- que pueden ser utilizados individualmente para pacientes con enfermedades específicas.

**DONAR SANGRE
NO DUELE,
LO QUE DUELE
ES NECESITARLA
Y NO TENERLA**



Galletita Florida: Un nuevo sabor que se suma a la gran familia de Cereales S.A.

Con el objetivo de ampliar el portafolio de productos y contribuir al crecimiento de la compañía, desde el mes de septiembre, se integra una nueva categoría a la familia de Cereales S.A. conocida como “**Galletitas Florida**”, en el segmento de las galletitas dulces secas y formato anilladas.

Las **Galletitas Florida**, apuntan a un mercado de consumidores tradicionales del país, de manera a estar presentes en la jornada laboral, en cumpleaños, meriendas escolares, rezos, entre otras actividades cotidianas.

Galletita Florida viene en dos presentaciones (300 gramos y 50 gramos) ideales para meriendas de los chicos, con sus dos sabores clásicos: Coco y Chocolate. Las mismas ya se encuentran disponibles en las despensas, autoservicios y en zona metropolitana.

“Adicionalmente al buen sabor de **Galletita Florida**, ofrecemos al consumidor variedad, calidad y economía” Leticia Lezcano, gerente de Marketing de Cereales S.A.



Nuevos sabores y colores para el 2021 con Fideos Federal

En busca de ir generando más sabores y opciones para nuestros consumidores, Fideos Federal está preparando una gran sorpresa para este 2021, con el **lanzamiento de nuevas pastas secas** -durante el primer trimestre del año- con el objetivo de complementar la categoría de pastas, refrescar la marca y al mercado nacional a través de la innovación.

“Apuntamos a la tendencia de la búsqueda de lo saludable, con una **línea de pastas con vegetales deshidratados**, ofreciendo a los consumidores una opción más para aquellos que desean apostar a un estilo de vida saludable. Además de una **línea integral** para los que llevan una **dieta equilibrada**” comentó Leticia Lezcano, gerente de Marketing de Fideos Federal.

Acompañando a estos productos saludables, también se suma las **pastas fortificadas** con vitaminas, ideales para los más pequeños del hogar; la misma se denomina **Fideitos Federal**, con formas de fideos divertidas y con un valor agregado para

las mamas que buscan acompañar la nutrición o alimentación de sus hijos.

Fideos Federal, actualmente emplea a más de 300 personas en la ciudad de Capiatá, Sajonia y en el Departamento de Itapúa, ofreciendo una amplia variedad de pastas secas desde 1956, con los más altos estándares de calidad y una planta con tecnología de punta.





Paraguay como Vos: Productos y marcas del Grupo Riquelme 100% nacionales

En su sexta edición de la campaña **Paraguay como Vos**, se une a esta campaña el Grupo Riquelme con productos de calidad que brinda espacios de trabajo a más de 2.800 compatriotas en diferentes puntos del país. Esta acción -impulsada por la Unión Industrial Paraguaya Joven (**UIP Joven**) y la Cámara Paraguaya de Supermercados (CAPASU)- busca esencialmente promover el consumo de productos con valor agregado, hechos en el país para destacar la calidad y la competitividad de estos.

Las marcas que se adhieren a esta campaña son Munich, Polar, Niko, Kampito y Agua de la Costa de la Embotelladora Central S.A.C.I. y la Compañía Cervecera Asunción, respectivamente; Fideos Federal de Cereales S.A; y Supermercados Real como cadena de suministro para la exposición de los productos durante la campaña.

Paraguay como Vos nace del permanente aumento de la

exportación de productos nacionales a mercados extranjeros, muy competitivos. La etiqueta “Made in Paraguay” va sobresaliendo en góndolas de tiendas internacionales y eso impulsa al sector a seguir innovando y aplicando tecnología de punta en su producción fabril.

Además, **la campaña resalta el valor de la Industria Paraguaya** como generadora genuina de fuentes de empleo y pilar fundamental de la economía nacional. Según datos oficiales de la Encuesta Permanente de Hogares de la Dirección General de Estadística, Encuestas y Censo (DGEEC), el sector secundario emplea a cerca de 640.000 personas, hombres y mujeres, abarcando el 19,4% del mercado laboral. Si se considera un promedio de cuatro personas por hogar, (según la EPH) se tiene que más de dos millones de personas -entre trabajadores y sus familias- dependen de la industria paraguaya.



¡INOS UNIMOS A EST

Cadena Real recaudó más de 22 millo

La campaña de Redondeo Solidario a favor del Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Paraguay (CBVP) que, gracias al aporte de los clientes fue recaudado **Gs. 17.774.874**, más la donación de Supermercados Real con **Gs. 5.000.000**, totalizaron **Gs. 22.774.874**, fueron entregados al presidente del Cuerpo de Bomberos, Rafael Valdez en un acto breve en presencia del gerente general de Cadena Real, Federico Scavenius.

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 aque

llos necesarios para incendios forestales, urbanos, y otros. El 100% de lo recaudado durante los quince días de la campaña solidaria fueron entregados al CBVP y sumado a ello, el aporte adicional de Supermercados Real en concepto de donación, en el marco de su programa de Responsabilidad Social, de manera a tener un mayor apoyo para los héroes forestales.

El redondeo de vuelto dio la posibilidad a todos nuestros clientes de Cadena Real a contribuir con esta acción solidaria que luchan frente a incendios voraces e incontrolables generadas por la inconciencia humana, sumada a la sequía extrema registrada en el mes de octubre en el país.

Para esta campaña, las cajas de los Supermercados Real



A CAUSA NACIONAL!

nes a favor de Bomberos Voluntarios

-en sus ocho sucursales- comentaron a los clientes sobre esta noble acción y de cómo a través de esa monedita de 100 o 200 guaraníes, puede sumar un gran aporte para el abastecimiento de Cuarteles de Bomberos del Paraguay, priorizando aquellos necesarios para incendios forestales, urbanos, y otros.

Por otra parte, esta situación no solo afecta a productores, agricultores, animales silvestres, la fauna y flora, sino también a la salud de forma directa, debido a la contaminación del ambiente que se observa en el ambiente por el exceso de humo y polvo.

Instamos a toda la sociedad en general a no seguir con la quema descontrolada, a denunciar la quema clandestina; evite

mos más incendios y pérdidas en todos los ámbitos. Finalmente, agradecemos en nombre de todos los colaboradores de Cadena Real a los bomberos voluntarios por su impecable despliegue para protegernos a todos, de manera desinteresada. ¡Gracias a nuestros héroes paraguayos!

Donación de botellas de agua a nuestros héroes

Agua De la Costa en el marco de su responsabilidad social, realizó la entrega de 6.000 litros de agua potable (en botellas de 500 ml) al presidente del Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Paraguay, en la Comandancia Central donde posterior al acto de recepción, fueron destinados a distintas compañías de Central, Capiatá y Chaco Paraguayo.



“Gracias al esfuerzo de mis compañeros, no hemos sufrido demasiado por la pandemia”

Manifestó Martín Vargas, gerente de Producción de Campos Morombi, al referirse sobre el trabajo de su equipo en el campo, que con esfuerzo y unión lograron mantener de forma equilibrada la situación en las estancias ante la sequía, la pandemia y la baja económica. Para este 2021, se busca enfatizar en mejoras de infraestructura para el bienestar de los colaboradores y aumentar la capacidad de preñez en el campo.

Martín Vargas, gerente de Producción

Ingresé a Campos Morombi en febrero del 2017. En aquel entonces, buscaba como primer objetivo crear un equipo de administradores y gente de campo que pueda ir cumpliendo las expectativas.

Fuimos rotando personales, promocionando los valores que creíamos que tenían capacidades, demostrando compromiso, para poder ubicarlos en los lugares acordes dentro del equipo, en algunos casos tuvimos que traer gente para que ocupen los puestos convenientes.

Mantuvimos una reunión general donde hablamos de los objetivos y cómo trabajaríamos durante los siguientes años para llegar a la meta fijada. Y lo primordial, que el equipo sienta que somos un gran equipo de trabajo, porque cada logro es de todos.

Al principio nos costó unificar la línea de trabajo entre las estancias, para ayudarnos entre todos. Pero hoy en día saben cada uno el objetivo, el compañerismo y la forma en que pueden ayudar a las otras estancias en caso de necesidad.

En estos tres años, hemos logrado formar un buen equipo en todos los niveles de las estancias. Son profesionales administrando los campos y gente muy comprometida. Trabajo directamente con ocho administradores, que tienen otros equipos de trabajo por estancia (aproximadamente 15 a 20 personas

por estancia).

Normalmente realizo recorridos de todas las estancias -al menos una vez por mes- a veces en algunas estancias se requiere más asistencia y entonces dejo de asistir a otra, pero en lo posible trato de estar en las estancias el mayor tiempo posible.

Con relación a la ganadería, los porcentajes de preñez aumentaron de 67 a más de 80 y buscamos seguir creciendo. Nuestras ventas incrementaron bastante, teniendo en cuenta que, al aumentar la cantidad de vientre, crece la producción y, por ende, la venta. Estamos desarrollando más campos, habilitamos otra estancia que estaba en desuso, invertimos ahí e hicimos que esa estancia empiece a producir.

Estamos trabajando en el desarrollo de las estancias y mejoras en la infraestructura. Para el próximo año deseamos dar un hincapié en responsabilidad social para la mejora de infraestructura y comodidad para nuestra gente; por ejemplo, colocar energía eléctrica en donde no tenemos y dar mejor condición de vida a los que viven en las estancias.

Además, buscamos seguir creciendo en capacidad de preñez, llegar a casi 14.000 vientre de servicio, eso implica que en dos años nuestras ventas van a aumentar también. Asimismo, implementamos un plan de mejoramiento genético bastante agresivo, moderno y de última generación (en cuanto a tecnología).

Cuando ingresamos a la empresa, la compañía compraba toros de terceros entre 100 y 120 toros al año, que era un gasto sumamente elevado. Vimos eso como una oportunidad y potencial de producción de nuestros propios toros, por eso hicimos una selección de los vientres e invertimos en la transferencia de embriones de otros países, y otras cabañas grandes del país.

Armamos nuestro propio plantel, y en el 2017 compramos menos



Alfredo Rodríguez

“El 2020 no fue Fácil para Campos Morombi, pero vemos con esperanza la llegada del 2021”

Alfredo Rodríguez, gerente administrativo de Campos Morombi S.A.C.A., comenta sobre los desafíos afrontados durante este año tras el ingreso de la pandemia y la sequía en el país, además de los objetivos venideros para el año entrante junto a su gran equipo humano.

El año 2020 representó un año duro, atípico y desafiante para Campos Morombi, teniendo en cuenta la atroz sequía registrada en el territorio nacional, con diez meses sin lluvia y tajamares secos en todos los establecimientos; a esto se suma la pandemia que arrasó con la economía mundial y representó una baja oferta en la ganadería, la caída de exportación y la aparición de precios bajos.

Al inicio de cuarentena en nuestro país -en marzo- el sector ganadero se vio seriamente afectado. El cierre de mercados internacionales tuvo repercusión en las ventas, pero todo el equipo de trabajo puso su granito de arena en diferentes acciones para mantener firme la compañía, administraron de forma inteligente los recursos disponibles a fin de satisfacer todas las necesidades que se precisaban en los establecimientos.

Destacó el trabajo realizado por todos los colaboradores y colaboradoras de Campos Morombi, principalmente por la responsabilidad y predisposición para cada acción que realizaron este año. *“Junto con el doctor Martín Vargas, gerente de Producción de Morombi, me toca liderar un equipo comprometido y unido. La sequía y la pandemia encontró en Campos Morombi un equipo de trabajo que supo ser una sola fuerza común para enfrentar estos desafíos”* Alfredo Rodríguez.

Todas estas situaciones dejaron aprendizaje en el equipo y demostró una gran unión entre los mismos a la hora de afrontar adversidades. Para el 2021, Campos Morombi pretende seguir produciendo, aumentar los vientres en servicios para producción de más terneros, bajar los índices de mermas y continuar proveyendo novillos con calidad de exportación.

toros de terceros, para el 2018 compramos solo toros élites para poder sacar las crías sobre las vacas élites.

Estamos invirtiendo fuerte en lo que es transferencia de embriones, a partir de este año ya estamos viendo los productos de esa transferencia. Tenemos semen congelado de los toros producidos por esos programas, y los embriones que estamos transfiriendo, el próximo año serán productos de esos vientres que nacieron bajo ese programa, posteriormente la empresa dejó de comprar de terceros.

Cuando tengamos la necesidad cubierta, queremos vender toros a terceros. Eso obviamente, implica sus procesos y años para lograrlo. Pero estamos preparados para comercializarlo cuando lleguen a la adultez.

Al aumentar nuestra cantidad de vacas dentro del sistemas, necesitamos cada vez más toros, y los toros se van reponiendo cada tres años (por viejo o algún problema). Pero estamos cubriendo esas necesidades y dentro de dos años vamos a tener exceso para vender.

Por otra parte, quiero comentar que realmente el 2020 fue muy complicado para nosotros, vino la pandemia, los precios se fueron a pique afectando nuestros flujos y condición financiera; a esto se suma la sequía, complicando más la situación. Pero, los compañeros hicieron un esfuerzo sobrehumano para que eso no repercuta en los bienes de la empresa. Por eso, agradezco a cada uno de los compañeros por el esfuerzo, mediante ellos no sufrimos tanto.

Finalmente, insto a mis compañeros a seguir trabajando como un equipo importante, sólido, bien predispuesto a seguir trabajando, pasamos a formar una familia prácticamente; somos amigos, compañeros de trabajo. Si queremos que la compañía sea una ganadera de punta y modelo, necesitamos un equipo de gente técnicamente bien formada, honesta y comprometida.



Feria de Frutilla: Agricultores de Areguá exhibieron sus productos en Supermercados Real

Buscando generar espacios a productores paraguayos y paraguayas, Cadena Real habilitó la Feria de Frutilla - en los locales de San Vicente y Capiatá 2- con la participación de familias de agricultores de la ciudad de Areguá y Estanzuela donde lograron comercializar sus diversos productos elaborados a base de esta fruta de estación.

El objetivo principal es la exposición de productos frescos y derivados de la frutilla, promocionando e impulsando sus ventas con el concepto desde la huerta al consumidor. Parte de agosto y septiembre, se abrieron las puertas de la Feria con deliciosos postres, licores, mermeladas y otros productos elaborados por los emprendedores.

Maria Bogado de 22 años, proviene de una familia de frutilleros de Areguá, pero hace cuatro años decidió independizarse y ahora tiene su propio stand con los insumos elaborados por ella.

Comentó que la pandemia tuvo un gran impacto en la economía de su familia, debido a las cuestiones de seguridad sanitaria y circulación en el interior, lo que generó menos visitas en sus puestos de trabajo (en Areguá). Por eso, enfatizó que estas Ferias permiten a ella y más familias a tener una segunda opción de comercializar sus productos y lleva el pan de cada día al hogar.

Desde Cadena Real y en el marco de su Responsabilidad Social, busca seguir apoyando a la comunidad en general durante esta pandemia que ha afectado a miles de familias de emprendedores y productores en sus ingresos económicos, firmes con la idea de apoyar cien por ciento lo nacional. *“Ahora más que nunca debemos estar unidos”* Federico Scavenius.



TOMALO A
LA LIGERA



Una cerveza refrescante, liviana y con aromas suaves para paladares exigentes

POLAR ICE se suma desde este año al portafolio de la Compañía Cervecería Asunción, como una cerveza ultra refrescante, con sabor y aromas suaves a lúpulos herbales, de un amargor leve y cuerpo moderado, en su presentación en lata de 269cc.

Esta cerveza se encuentra disponible en todo el territorio nacional, en sus canales de minoristas, bodegas, supermercados y C-Store. *“Tenemos un crecimiento consistente desde el mes de lanzamiento en marzo, superando mes a mes los desafíos que nos colamos en términos de volumen y de cobertura,*

es un producto que realmente está haciendo la diferencia” manifestaba Gabriel Rubbini, **Director Comercial de la Unidad de Bebidas del Grupo Riquelme.**

Cada día la Cervecería trabaja arduamente para completar nuestro portafolio de productos, y Polar ICE llegó para hacer parte importante del mismo; desempeñándose de forma excelente, con expectativas altas y futuras buenas noticias con este excepcional producto.



La pasión es el principal ingrediente para brindar excelencia a todos nuestros clientes de REAL

“Me gusta orientarme a los más altos niveles de productividad y eficiencia para convertir a mi equipo en los verdaderos protagonistas de nuestros logros” con estas palabras, Juan Edgar Fonseca -actual gerente de Local del Supermercados Real Capiatá 2- con una vasta experiencia en supermercadismo y mercadotecnia, nos comenta sobre su equipo de trabajo y su objetivo de excelencia para la empresa.

Juan Fonseca

Son más de 40 años de experiencia en Supermercadismo, y hace más de 10 años formó parte de la gran Familia Real, con quienes compartimos objetivos, desafíos, crecimientos, logros y amistad.

Inicié en Cadena Real siendo gerente de Local de la sucursal Villa Morra durante 5 años, luego pase a la sucursal de Ñemby 1 por un período de 2 años, posterior a ello por las sucursales de Capiatá 2, Acceso Sur, San Vicente, Ñemby 2 y actualmente estoy en Real Capiatá Ruta 2, desde octubre del 2019.

Me agradó cruzar por cada uno de los locales, porque considero muy interesante la rotación de las gerencias de Local, ya que se convierte en un desafío nuevo al llegar, te encuentras con segmentos diferentes de clientes y es motivador para mí brindar una experiencia WOW! o sea, sobrepasar las expectativas del cliente, detectar sus necesidades para buscar las soluciones de forma personalizada. Eso nos hace diferentes “orientarnos al cliente”.

En Capiatá tengo un gran equipo de trabajo, liderado por jefes en diferentes sectores del local. Busco constantemente desafíos para formarlos profesionalmente y sacar su mejor versión. Para que esto suceda, partimos de una buena selección de personas que trabajan unidos y para que esto suceda, complementamos con varias capacitaciones técnicas y de habilidades blandas -con el apoyo del Departamento de Gente Real- y desarrollando procedimientos de manera correcta con el Departamento de Calidad, con el correspondiente control, dirección y acompañamiento de la Gerencia Operativa.

Mi principal objetivo para Supermercados Real es elevar las ventas del local y brindar la mejor atención posible a nuestros clientes, a través de capacitaciones, motivaciones y asesoramiento a nuestros colaboradores en su desarrollo profesional, de manera a que puedan mejorar su calidad de vida.

Me gustaría destacar lo siguiente, para todos los lectores: el éxito se logra cuando uno da y hace más de lo que se supone tiene que dar o hacer. Cuando nos ponemos la camiseta y deseamos ver que la empresa prospere, vender como si fueras el dueño.

Y para culminar, les invito a los colaboradores y colaboradoras a que tengan vocación de progreso y que se animen a salir de su zona de confort. Hay que tener pasión para estar en un supermercado y saber hacia dónde quieres ir, tener claro que es lo que buscas y a donde quieres llegar.



“Mi conducta y buena predisposición generó la confianza que hoy depositan en mí para un cargo tan importante”

En 1991, Celso Ortega llegó a la empresa Cereales S.A. con la ilusión de iniciar una nueva vida llena de desafíos y oportunidades que le permitieran crecer en lo personal y laboral. Hoy, con casi 30 años de antigüedad en la compañía harinera, Celso asume con orgullo el cargo de jefe de Molienda en la Harinera de Cereales ubicada en la ciudad de Sajonia.

Celso Ortega

Mis primeros pasos por Cereales fueron como ayudante camiónero, no imaginaba que la gente de administración estaba evaluando y analizando mi trabajo, hasta que un día me llamaron y me propusieron ingresar a la empresa, en el área de depósito. Una vez ahí continúe con mucho entusiasmo, y en un corto periodo me transfirieron al sector de Balanza (donde se pesa la harina), para luego quedarme en la zona de Frechería para trabajar con el afrecho.

Pasado el tiempo, me volvieron a ofrecer otra oportunidad como ayudante silero (en esta ocasión, trabajaría con trigo) los fines de semana, donde me mantuve trabajando por 10 años, en simultáneo con mi principal función de frechería.

Tras esos diez años, pasé a otra función como ayudante de máquina de cilindro, y desde ahí empecé a subir escalones, hasta hoy día que asumí hace un mes el puesto de jefe de Molienda. Esto representa un verdadero logro para mí; pasar de repartidor a encargado de un área tan importante como la elaboración de la Harina de Cereales.

Actualmente tengo 10 colaboradores a mi cargo, un excelen-

te equipo de trabajo. Al llegar a la empresa a las 6 am, mi primera acción es reunirme con el jefe de Molienda de turno para seguir con el proceso de elaboración. Tras recibir su informe procedo a subir y hacer un control exhaustivo de las máquinas, recorrer y preguntar a mis compañeros cómo están avanzando.

La mayor parte del tiempo estoy verificando las máquinas, realizando mantenimiento si es necesario y que las mismas estén desarrollándose de forma eficaz.

Quiero dedicar este logro también a mi hermosa familia, a mi esposa y mis cuatro maravillosos hijos (un niño y tres nenas). Gracias a mi trabajo de hace varios años, mis hijos tienen la oportunidad de estudiar y eso es algo que quiero agradecer a la familia Riquelme, y si Dios permite continuaré aumentando mi capacidad en el cargo para brindar la mejor de las excelencias en harina.

Finalmente, quiero mencionarles a mis compañeros, principalmente aquellos que son jóvenes, que deben siempre dar lo mejor en cada acción que realicen dentro de la empresa, siempre existe alguien que nos evalúa y puede darnos esa oportunidad de escalar en lo laboral. Considero que mi conducta, mi predisposición y responsabilidad fueron los principales valores que llevaron a la empresa depositar la enorme confianza que hoy asumo.

Simplemente agradecer a Dios, por permitirme seguir brindando mis servicios de forma responsable y eficiente.



La Navidad y las Fin de Año presentes e

Los pasillos de los locales de Cadena Real se visten con adornos, colores y mucho espíritu navideño, para recibir a las fiestas de la mejor manera en familia. Así también, Real premia a sus clientes con la Promo Súper Navidad que entregará innumerables premios desde electrodomésticos, juguetes, vales de compras, carritos de súper cargados con productos y más.

Los clientes de Real podrán encontrar en los pasillos

navideños de las ocho sucursales una variedad de objetos navideños, adornos y decoraciones para el hogar, además de los más de 1000 productos que permiten acumular 1, 3, 5 y hasta 7 cupones por ítem, lo que se traduce en más oportunidades de ganar.

“Para cerrar un año desafiante para todos decidimos celebrar el acompañamiento de nuestros clientes en estos 12 meses con novedosos premios, simplificando la mecánica



Promociones por n Supermercados Real

ca de participación y, además, poniendo a disposición del cliente los mejores precios en los productos participantes” manifestó Federico Scavenius, gerente general de Cadena Real.

Cabe mencionar que Cadena Real cuenta con ocho sucursales ubicadas en cuatro ciudades del país, habiendo dos en Asunción, dos en Ñemby, dos en Fernando de la Mora y otras dos en Capiatá. Con más de 20 años de trayectoria

en el mercado, Real busca poder brindar la excelencia en la atención al cliente, la mejor calidad de productos y una experiencia segura y confortable.

¡La Familia de Cadena Real desea una armoniosa navidad en familia y un exitoso año 2021!

SIGAMOS CUIDÁNDONOS

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