

**1ª Memoria
de Sostenibilidad**

**20
21**

Casa Rica

a Rica



**1ª Memoria
de Sostenibilidad**

**20
21**

Casa Rica



Coordinación General

Cristina Fernández, Project Manager.

Sistematización de Información

Paul Grimm, Gerente de Relaciones Institucionales.

Marcelo Sabanes, Gerente de Desarrollo Sostenible.

Laura Suárez, Gerente de Recursos Humanos.

Estructuración y edición

PROYECTARSE. Agencia de Responsabilidad Social y Comunicación Organizacional.

Obras de Ysanne Gayet

- Areguá, casa de mis sueños.
- La escuela del monte.
- Tucan Tree.
- Homenaje a Cuategi.
- Regatta en el Lago Ypacaraí.
- El último Refugio.
- Cosecha de frutilla hacia Estanzuela.
- Atardecer en la selva.

Acerca de esta publicación

1ª MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

Metodología: Global Reporting Initiative (GRI) en su versión estándar G5, para el nivel de autopoicionamiento “de conformidad esencial”.

Cobertura: De enero a diciembre 2021.

Esta edición del 2021 se encuentra disponible en

www.casarica.com.py

Los comentarios o consultas, pueden ser enviados al área de Relaciones Institucionales: **paul@casarica.com.py**

Diseño

Cecilia Rojas.

Fotografía

Víctor Reyes.

René González.

Cristian Palacios.

Traducción al inglés

Bárbara Jiménez.

Asunción, Paraguay.

Junio, 2022.

2022® Todos los derechos reservados.

Este documento es propiedad de CASA RICA S.A. En la redacción de los textos se adopta la terminología clásica del masculino genérico para referirse siempre a hombres y mujeres. Este es un recurso que únicamente busca dar uniformidad, sencillez y fluidez a la composición y a la lectura del texto. No disminuye en absoluto el compromiso con el que la compañía aborda la igualdad de género.



Impresión realizada en papel ecológico certificado, por el sello FSC, que garantiza la conservación de los bosques.



Casa Rica

Go
101-1300



Índice

08 Mensaje del CEO

12 Perfil empresarial

- 14 Nuestros inicios.
- 16 La compañía en la actualidad.

22 Gobernanza, cultura y riesgos

- 24 Gobierno Corporativo.
- 28 Valores y cultura organizacional.
- 29 Gerenciamiento de riesgos.

30 El Desarrollo Sostenible en los negocios

- 32 Negocios sostenibles.
- 35 Relacionamiento con grupos de Interés.

36 Desempeño Ambiental

- 38 Estrategia Ambiental al 2030.
- 39 Uso y gestión sostenible de recursos.
- 43 Otras Iniciativas ambientales.
- 46 Medición de huella de carbono.
- 48 Proyectos ambientales internos.

50 Desempeño Social

- 52 Desarrollo de Colaboradores.
- 57 Gestión de Proveedores.
- 60 Vínculo con Clientes.
- 66 Relacionamiento con la Comunidad y la Sociedad.

70 Desempeño Económico

- 72 Valor económico generado y distribuido.
- 74 Dictamen de Auditoría Externa.

76 Indicadores GRI

82 METAS 2022/2023



"yosanne en el país de las maravillas"



Casa Rica

Mensaje del CEO

Con enorme satisfacción divulgamos nuestra primera Memoria de Sostenibilidad. Esta recoge los planes y acciones desarrollados por un equipo compuesto por profesionales apasionados, movidos por la convicción de que es posible hacer negocios prósperos, que sumen al bienestar colectivo de las personas y a la conservación del medioambiente.

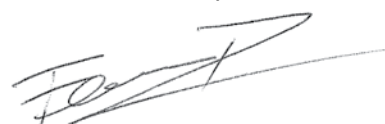
En el 2021 pusimos los cimientos de nuestra nueva Visión, sintetizada en la voluntad de mantener nuestro tradicional servicio de excelencia para el cliente y de transitar hacia la sostenibilidad como máxima transversal. Para tal fin, aprobamos la Estrategia de Sostenibilidad 2030; redefinimos nuestro Propósito, quedando resumido en la máxima “Mejorar la calidad de vida de nuestros asociados, proveedores y clientes para sumar al Desarrollo Sostenible de nuestro país”; expandimos nuestra huella socioambiental a través de planes y acciones estratégicos; y gestionamos potentes alianzas con organizaciones y actores claves, como lo son la Red del Pacto Global Paraguay, Embajada del Reino Unido, MADES, WWF, Sistema B, Mboja’o, Panambi Recicla, Fundación Moisés Bertoni, la reconocida artista Ysanne Gayet, Banco de Sangre del IPS, Fundación Paraguaya, Fundación Saraki, Fundación CIRD, Facultades de Agronomía, Ingeniería Ambiental y Ecología Humana, y Politécnica (UNA), entre otros.

En términos económicos, el 2021 fue un año difícil. El impacto de la pandemia se dejó sentir con fuerza. No obstante, nuestra vocación transformadora se mantuvo inalterada. Esto quedó demostrado con la inauguración de nuestra tercera sucursal, Los Laureles, en diciembre del 2020; con el fortalecimiento de las capacidades de nuestros recursos humanos que continuaron adquiriendo competencias a través de procesos de adiestramiento de vanguardia; con la creación de una Central de Servicios que atiende las necesidades de Casa Rica y Areté, y con la transformación de la empresa, la cual ha venido migrando gradualmente de un esquema familiar de segunda generación a una organización corporativa caracterizada por obedecer a una gestión profesional.

La incertidumbre política y económica a nivel nacional e internacional, propia de los tiempos que vivimos; los peligros que ponen en riesgo la tan arduamente conseguida estabilidad fiscal y la polarización de las discusiones vinculadas a temas esenciales para la evolución del conjunto societario ocupan el centro de nuestras preocupaciones. Como actores relevantes de nuestra sociedad, nuestro compromiso con el devenir nacional se mantiene intacto a través de una voz que se proyecta en diversos espacios y de un compromiso permanente con la calidad, la excelencia, la sostenibilidad y la ciudadanía.

El desafío global del *Race to Zero* y las oportunidades emergentes de operar el *retail* en Paraguay de manera sostenida y sostenible están claros. Trabajaremos arduamente en la construcción y fortalecimiento de operaciones a la altura de nuestra Misión y de nuestro Propósito. Espero poder contarles más al respecto en nuestra segunda Memoria.

Hasta tanto, invito a compartir nuestros avances y les comprometo a unir fuerzas en pro de forjar juntos una sociedad próspera, inclusiva y sostenible.



Florian Haensch
CEO

**Unir fuerzas en
pro de forjar juntos
una sociedad
próspera, inclusiva
y sostenible.**







Casa Rica

Perfil empresarial

Nuestros inicios

Una historia de sueños y crecimiento

Todo comenzó con el viaje, al Viejo Continente, de Herta Lange (finales de los años 60), quien se trasladó a Alemania para estudiar fotografía. Estando allí, en sus recorridos para practicar la captura de imágenes, llamaron su atención las tiendas de alimentos; todo era muy distinto a lo que conocía en Paraguay: las opciones de productos, la diversidad de marcas y el servicio de atención al cliente.

Al poco tiempo de retornar al país, contrajo matrimonio con Juan Carlos Hiebl, cuyos padres eran propietarios de una destacada panadería (La Negrita). Esto motivó a la pareja a incursionar, en 1972, en un negocio similar, que incluyó una confitería y una sección de autoservicio, capitalizando de cierta forma las vivencias en Alemania.

La sucursal habilitada, con los nuevos servicios incorporados, constituyó la base para crear Casa Rica, que inició sus operaciones en Asunción, en 1989, en un salón ubicado en la intersección de dos importantes avenidas (Aviadores del Chaco y San Martín), ofreciendo productos elaborados con recetas de la gastronomía alemana y otros importados de forma exclusiva, que se adicionaron a los que ya estaban disponibles.

El trato familiar brindado a los clientes completaba la propuesta con la que Casa Rica se fue posicionando en el sector.





**26 de abril
de 1989,
Casa Rica
abre sus
puertas.**



Principales hitos

1989

- Creación de Casa Rica (CR).
- CR se convierte en importadora y representante exclusiva de los productos *Delicatessen*.

2009

- CR adopta el nombre de *mercado gourmet*.
- Inicia su servicio propio de delivery.
- Lanza servicio de venta en línea (*e-commerce*).

2013

- La segunda generación Hiebl Lange asume la conducción de la empresa.
- Inauguración de la sede de la avenida España.
- Comienza a funcionar El Molinillo Café.
- Instalación de La Huerta.

2016

- Habilitación del servicio de *pick-up*.

2017

- Inauguración de la sucursal Molas López.
- CR participa en la creación de la empresa social Mboja'o.

2019

- Realización de Diagnóstico sobre Sostenibilidad (análisis de triple impacto: económico, ambiental y social).

2020

- Puesta en marcha del Ecoplan.
- Creación de app Casa Rica/Tienda Online.
- Inauguración de sucursal Los Laureles.

2021

- Se pone en marcha la Estrategia de Sostenibilidad 2030.
- Obtención de la Certificación LEED para la sucursal Los Laureles.

La Compañía en la actualidad

Con 33 años de antigüedad y 3 sucursales de atención al público, Casa Rica ocupa el lugar principal de liderazgo como supermercado *gourmet* en Paraguay, incidiendo en el supermercadismo nacional a través de sus procesos de innovación continua, las inversiones en tecnología y la calificación de sus colaboradores, que son casi 900.

Los productos disponibles pueden ser adquiridos tanto en las sucursales de venta como desde la web, en el sitio de *e-commerce*.

La gestión de Casa Rica (CR) se ve potenciada con la implementación gradual de la Estrategia de Sostenibilidad 2030, que cuenta con los ejes ambiental, social y bienestar de colaboradores. Su puesta en práctica permite avanzar en la implementación gradual de acciones para cada sub eje de trabajo por área, cuyos resultados son sistematizados y medidos regularmente.

La atención a los detalles, que interesan y mejoran la experiencia del cliente, es parte de nuestra identidad. Apelamos a los sentidos en la disposición de los productos, la ambientación de las sucursales y la atención personalizada, cordial y amistosa, para que la compra sea lo más satisfactoria posible.

Los productos disponibles pueden ser adquiridos tanto en los salones de venta como desde la web, en el sitio de *e-commerce*.



3
tiendas propias.



120
tipos de panificados



+ de
42.000
productos



Producción propia y agroecológica de frutas, verduras y hortalizas.



Portal
online



APP
Casa Rica



Panadería, confitería y rotisería

- 120 variedades diferentes de panes (ciabattas, de cerveza, con ajo, con picante, con semillas y especias, de salvado, de centeno, con fibra, sin grasa).
- Desarrollo de línea de productos de producción propia, con beneficios para una alimentación saludable (altos en fibra, sin lactosa, sin grasa animal, sin gluten, light, sin azúcar agregada, vegano, entre otros).
- Platos *gourmets*.
- Fabricación de hummus.
- Masas especiales de confitería de todo tipo y de todo el mundo.



Canicería, quesería y fiambrería

- Más de 200 variedades de quesos tipo suizos (como boursain) y frescos (como mozzarella de bufala); yogur griego; embutidos, fiambres y jamones artesanales (hechos por pequeños productores locales) e importados de Argentina, Brasil y países europeos.
- Carne vacuna, porcina, de aves, pescados y mariscos, con certificación; selección de cortes condimentados.
- Carnes maduradas en cámaras *Dry Ager*.



Bodega / La cava

- Más de 1.000 etiquetas de vinos, 400 de cervezas (entre ellas importadas como la danesa Faxe, las alemanas Köstritzer, Franziskaner, Warsteiner, Paderborner, así como artesanales de Casa Rica).
- Variedad de licores, champañas, *whiskys*, bebidas destiladas y otras bebidas alcohólicas, como La Grappa Miel.



Verdulería y frutería

- Verduras y hortalizas, desde las más comunes, hasta las difíciles de obtener a nivel local, como alcachofas, couve, kale, acelgas rojas y otras.
- Flores comestibles.
- Frutos exóticos (fruta del dragón, granadas, mburucuyá, peras asiáticas y rojas, zarzamoras, nísperos, arándanos, uvas sin semillas y plátanos para freír).
- Gran variedad de frutos secos, semillas y granos.
- Plantines de hierbas aromáticas y medicinales.



De Nuestra Granja

- Una porción cada vez más amplia, de frutas, verduras y hortalizas, proviene de la producción agroecológica de Nuestra Granja (Paraguarí), donde se duplicó el área de producción y se logró mejorar la calidad de los suelos, con técnicas agrícolas innovadoras para el país, apuntando al creciendo gradual y ordenado de nuestra capacidad de producción y logística, para el abastecimiento de más productos frescos, nutritivos y de cercanía.



Productos exclusivos

- Importamos directamente 40 contenedores al año; principalmente, de Alemania, Italia, España, EEUU, Portugal, Dinamarca, Argentina, Brasil, Inglaterra, Chile y Uruguay.
- Son unos 18.000 productos importados (muchos exclusivos), que incluye especias, chocolates, mermeladas, frutos secos, conservas de pescado y hortalizas; harinas, condimentos, panes, pastas, aceites, quesos, licores, vinos y cervezas. También, una línea de productos saludables.
- Para la temporada de fin de año, adicionalmente, se importan panes alemanes de Navidad y una variedad de galletitas y dulces.



Servicio e-commerce

Pickers es la denominación que reciben los colaboradores a cargo de preparar los pedidos de las compras realizadas en línea. Cada uno de ellos recorre la tienda, asegurándose de seleccionar los productos encargados como si fueran el propio cliente, y que el pedido llegue lo antes posible a quien lo solicitó.

La tienda en línea de Casa Rica comenzó a funcionar en el 2009, convirtiéndose en el primer supermercado en Paraguay en ofrecer este servicio. En aquél entonces, se accedía a la oferta a través de la página web, y el pedido se hacía por teléfono. Hoy las cosas son diferentes, aunque algunos clientes continúan haciendo sus pedidos de esa forma.

Para comprar en línea existen varias opciones, ingresando a la página de Casa Rica, a la que se puede acceder desde una computadora, celular o tableta; la misma se adapta al tipo de pantalla (*responsive*). Otra opción es bajar la app Casa Rica, de la tienda de aplicaciones, disponible para Android y iOS.

Como parte de la Estrategia de Sostenibilidad 2030, para los clientes en línea están disponibles ecocajas retornables (limpias y desinfectadas), que se adquieren para no recibir los productos en bolsas plásticas de un solo uso.



DATOS DESTACADOS

Primer
Mercado Gourmet en
**habilitar el
servicio de
entregas en
línea.**

Duplicación del mix
de ventas del canal
e-commerce con
respecto al total de
ventas, 2020 al 2021
de 3.6% a 7.2%

Aumento del 5,5 %
de entregas en relación
al 2020;
**más de 59.000
entregas.**



Certificaciones, compromisos y normas adheridas

SUPPORTER OF THE
TERRA CARTA
For Nature, People & Planet

**CLIMATE
NEUTRAL NOW**

RACE TO ZERO



Participaciones y Alianzas

Participaciones



Alianzas



Reconocimientos obtenidos

Premios ADEC:

En 2018: Categoría "Eficiencia de Clase Mundial". en

En 2021: Categoría "Innovación".



Premio Empresa Más Prestigiosa,
categoría Supermercados,
otorgado por el Diario 5 Días,
en 2020.

**Reconocimiento "Eficiencia y
Sostenibilidad Energética del
Sector Privado",**
otorgado por la UIP y el PNUD, en 2021.



**Reconocimiento "Empresa del
Futuro y Amiga de la Inclusión",**
otorgado por la Fundación
Saraki / SUMMA, en 2021.

**Reconocimiento por la
"Donación Voluntaria de Sangre",**
considerado un ejemplo digno de imitar
en la Sociedad, otorgado por el
Programa Nacional de Sangre del MSPBS,
en 2021.





Propósito

Mejorar la calidad de vida de nuestros asociados, proveedores y clientes para sumar al desarrollo sostenible de nuestro país.



Visión

Liderar con el ejemplo a partir de nuestra constante innovación y compromiso de creación de valor para clientes, asociados y proveedores.



Misión

Brindar una experiencia de compra de clase mundial por su calidad, servicio y responsabilidad.



Valores

CALIDAD, MEDIANTE MEJORA CONTINUA

Lo que hacemos, lo hacemos bien, gracias a nuestra disciplina, constancia y proactividad. Nos basamos en los más altos estándares de calidad mejorando día a día nuestros procesos, prestando atención hasta en el último detalle.

TRABAJO EN EQUIPO

Fomentamos un entorno de trabajo en equipo donde la gente entiende y cree que la planificación, las decisiones y acciones son mejores cuando se hacen en forma cooperativa. La gente reconoce que "ninguno de nosotros es tan bueno como todos nosotros juntos".

RESPECTO

Demostramos un profundo respeto por el ser humano dentro y fuera de la compañía, por su diversidad e individualidad, buscando armonía en las relaciones interpersonales.

AGENTES DE CAMBIO

Somos una empresa inclusiva que lidera y colabora con diversos actores de la sociedad, promoviendo una operación sostenible y un Paraguay mejor.

INNOVACIÓN & AGILIDAD

Tenemos coraje y corremos riesgos, somos ágiles y contundentes; nunca perdemos nuestro espíritu de pioneros. Deseamos constantemente sorprender a nuestros clientes con experiencias y productos originales y actuales, desafiando paradigmas.





Casa Rica

Gobernanza, cultura y riesgos

Gobierno corporativo

Directorio

Casa Rica es la denominación comercial de Alimentos Especiales (ALES S.A.), constituida como Sociedad Anónima, por escritura pública, el 6 de agosto de 1988, teniendo como dueños del total accionario a la familia fundadora, Hiebl Lange.

Presidente	Oliver Hiebl*
Vicepresidente	Harald Hiebl*
Directores	Helga Lange de Hiebl
	Juan Carlos Hiebl
	Birgit Hiebl*
Síndicos	Carlos Antonio Melgarejo (titular)
	Dolly Lugo Ayala (suplente)

Actualmente, la administración está a cargo de los hijos de los fundadores (segunda generación*), quienes a su vez están incorporando de forma gradual a profesionales no familiares en la dirigencia de la empresa (tercera generación). Para el efecto, se está elaborando el Protocolo de Sucesión Familiar que, entre otros aspectos, define el alcance de participación de los integrantes en la composición ejecutiva de la sociedad.

En varias áreas, miembros del Directorio asumen roles de asesoría operativa. Esto facilita el contacto permanente con los responsables de cada una de ellas y que las decisiones sean más ágiles. En sentido contrario, el acceso del equipo gerencial y de supervisiones al Directorio es irrestricto.



Central de servicios

Parte importante del proceso de crecimiento y de profesionalización de la empresa, ha sido la creación de una Central de Servicios con la incorporación de nuevas gerencias, como las de Relaciones Institucionales, Desarrollo Sostenible y Gestión de Riesgos, Salubridad y Calidad, Mantenimiento y Obras e Infraestructura y Redes. E igualmente el *in-sourcing* de roles críticos, que logró fusionar varias áreas de Casa Rica con las de otras empresas del grupo, que operan en el mismo rubro.

Estrategia de Sostenibilidad 2030

Este 2021, un hito importante en la gobernanza de la empresa fue la aprobación de la Estrategia de Sostenibilidad 2030, en la que se formaliza el compromiso de todo el Directorio y la plana gerencial, con el triple impacto, tanto para la toma de decisiones operacionales, como de inversiones.



Plantel gerencial

El plantel gerencial complementa al Directorio, liderando la gestión de las áreas funcionales. Cada uno de sus integrantes cuenta con un perfil específico, vinculado a la gerencia que tiene a su cargo. Se cuenta con 24 áreas gerenciales; 2 gerencias ejecutivas, 14 técnicas y 8 logísticas.

Comités auxiliares

Los proyectos internos son trabajados vía colaboración entre las gerencias técnicas. Si bien se trabaja con las características de un comité, aún no se formalizó la creación formal ni permanente de ninguno.

Para final del año se prevé la constitución de los Comités de (i) Ética, con la función de velar por el cumplimiento del Código de Ética (en proceso de elaboración), así como recibir las denuncias internas; (ii) Gestión de Riesgos & Seguridad Ocupacional, y (iii) Bienestar de Colaboradores.

Nómina actualizada al 2022.

*Integró el plantel gerencial hasta agosto 2022.

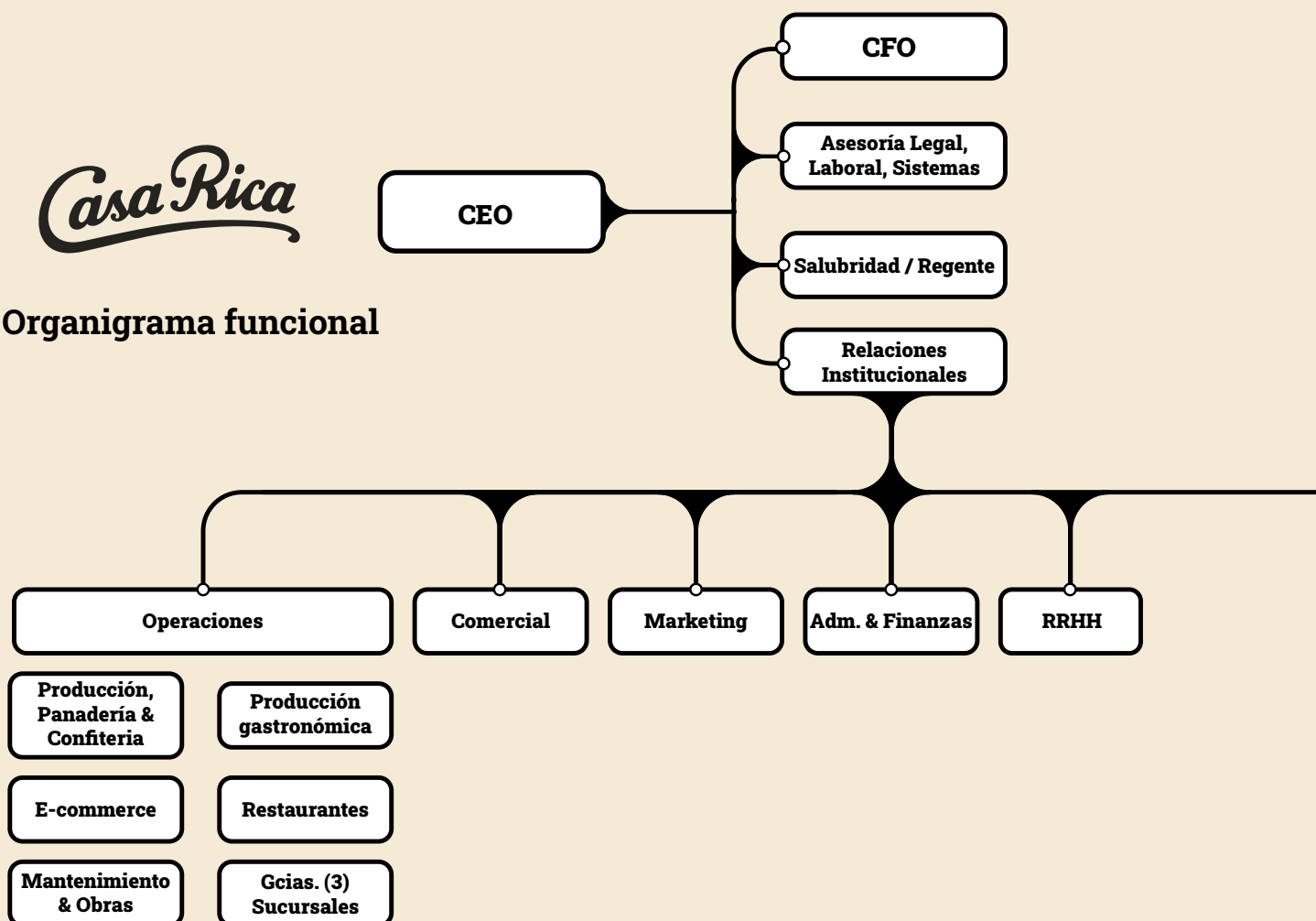
*Gerente Actual.

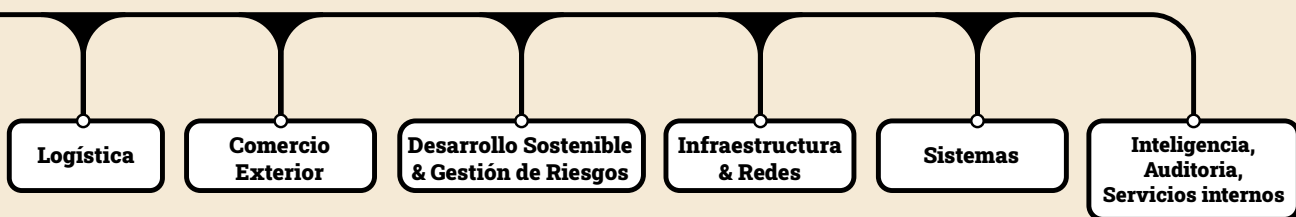
+QEPD: Integró el plantel gerencial hasta junio 2022.

Florian Haensch	CEO
Leticia Laterza	CFO
Javier Sanguinetti	Operaciones
Hugo Corrales	Comercial
Laura Suarez	RR. HH.
Roberto Mendoza	Administración y Finanzas
Marcos Arguello	Inteligencia, Auditoría, Servicios Internos
Paul Grimm	Relaciones Institucionales
María Paz Jara Acha	Producción Panadería y Confitería
Emita López Gómez	Producción Gastronómica
Romina Romeo	Restaurantes
Daniel Gómez	E-Commerce
Rubén Medina	Sistemas
Herminio Hernan Pereira	Infraestructura y Redes
Nestor Verón* Luis Meza*	Mantenimiento y Obras
Marcelo Sabanes	Desarrollo Sostenible y Gestión de Riesgos
Cecilia Franco	Salubridad, Calidad y Regente
Marcos Fernandez	Logística e Importados
Kiara Oviedo	Comercio Exterior
Jannely Taboada	Marketing
Lourdes Brunetti	Marketing Gourmet
Diógenes Ramírez (+) Darío Maldonado Claudia Ascona	SUCURSAL ESPAÑA Gerente Gerente Subgerente
Carlos Cabrera María Liz Garcete	SUCURSAL MOLAS LÓPEZ Gerente Subgerente
Luis Zarza Pamela von Glasenapp	SUCURSAL LOS LAURELES Gerente Subgerente



Organigrama funcional



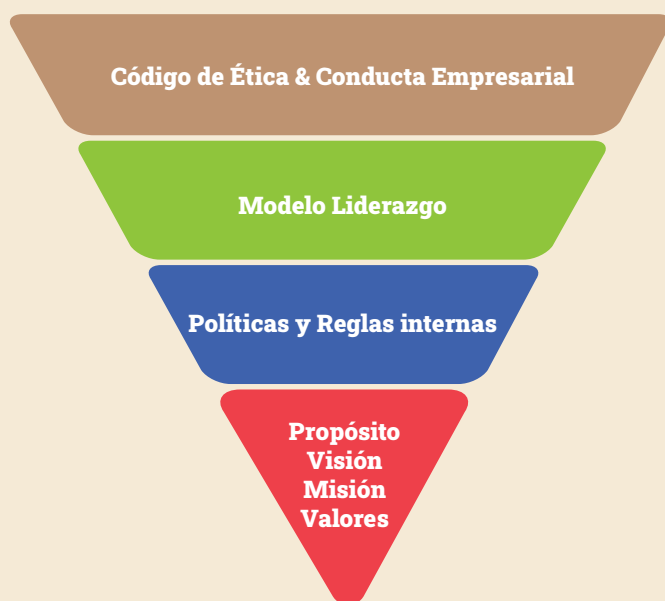


Valores y cultura organizacional

Estructura cultural

La expansión de la empresa, a partir de la apertura de la nueva sucursal Casa Rica Los Laureles, sumada a la fusión en una Central de Servicios de las principales gerencias funcionales, hicieron visible la necesidad de reforzar la promoción de los valores adoptados desde el inicio de las operaciones. De la misma forma, se trabaja en el fortalecimiento de la cultura organizacional con los nuevos y antiguos colaboradores.

Es así que se llevaron a cabo varios talleres, con el nivel gerencial y con el equipo de colaboradores, que permitieron identificar en qué aspectos no se están viviendo plenamente los valores y principios de la cultura.



El ejercicio facilitó también un modelo de liderazgo deseado, que dio lugar al inicio de diagnósticos 360° para gerentes y, desde este, a la identificación de oportunidades de mejora hacia la cultura deseada.

Canales para denuncias

Actualmente, las quejas o denuncias internas, por cualquier incumplimiento o atropello a los derechos, compromisos, políticas y/o reglamentaciones, se presentan en forma anónima o directa a los superiores inmediatos, gerentes de área o Gerencia de Recursos Humanos.

Para mayor eficiencia y protección del anonimato (cuando sea el deseo del denunciante), se está diseñando un sistema que contemplará otras vías a ser definidas en el Código de Ética; de igual forma, para recepcionar y gestionar las denuncias externas, provenientes de los distintos grupos de interés.





Gerenciamiento de riesgos

Del análisis de gestión de riesgos, se pudieron identificar tres centrales, (i) Personas, (ii) Infraestructura y (iii) Equipos, desde los que se desprenden aspectos específicos que son trabajados con un enfoque preventivo a través de un plan anual y de una categorización por nivel (bajo, moderado, alto y muy alto).

Identificar las situaciones potenciales de riesgo permite anticiparnos y estar mejor preparados para resolverlos, y en caso que ocurran, evitar comprometer la integridad de las personas, la operatividad de la empresa y el desempeño de los colaboradores.

TIPO DE RIESGO	ALCANCE
PERSONAS	Garantizar un entorno de trabajo seguro. a) Brigadas. b) Capacitaciones. c) Simulacros. d) Equipos de protección individual (EPI).
INFRAESTRUCTURA	Monitorear de forma permanente el estado y mantenimiento de las instalaciones.
EQUIPOS	Aplicar el plan de mantenimiento preventivo.





Casa Rica

**Desarrollo
Sostenible**



Negocios sostenibles

Estrategia de Sostenibilidad 2030

El firme compromiso de los directivos, representa la principal fortaleza de Casa Rica para avanzar hacia nuevos desafíos en materia de sostenibilidad. La disponibilidad de la Estrategia 2030 y los planes de acción (bianuales) constituyen las principales herramientas para seguir marcando la diferencia en un mercado y un sector cada vez más exigente, competitivo, y a la vez, con grandes oportunidades para el Desarrollo Sostenible.

La Estrategia de Sostenibilidad 2030 se aplica en planes de acción bianuales, conteniendo metas y objetivos, que guían acciones concretas, para ser ejecutadas con todo el equipo y en todos los sectores. De esta forma, se apunta a avanzar hacia una mayor sostenibilidad integral y a la carbono neutralidad de las operaciones.





AMBIENTAL

Uso y gestión eficiente de recursos

Energía.

Agua.

Residuos.

Cambio climático.

Locales certificados.

Empaques sostenibles

Nuevas áreas y tipos.

Optimización consumo interno.

Productos / Producción saludable y agroecológica

Incremento gradual de presencia.

Abastecimiento Responsable

Política de compras sostenibles.

Productos con algún tipo de certificación.

Programa de Educación Ambiental

Concienciación, participación activa de nuestros colaboradores y reconocimiento.



SOCIAL

Inclusión laboral

Incorporación de personas con discapacidad.

Mipymes

Apalancamiento financiero a emprendedores.

Reutilización alimentos

100% de reaprovechamiento de insumos procesados.

Donaciones

Presupuesto anual de apoyo institucional.

Voluntariado

Calendario de acciones sociales y ambientales.

Pasantías

Prácticas profesionales. Espacios de aprendizajes y oportunidades a externos.



BIENESTAR COLABORADORES

PROGRAMA PROTAGONISTAS

Diagnóstico, concientización y autoestima

Mediciones regulares y ajustes del programa.

Fomento del protagonismo, emocionalidad y autoestima.

Educación Financiera e ingresos diversificados

Educación financiera, ahorro, manejo de deudas y presupuestos.

Coaching financiero 1-1 con consultores internos.

Fomento de ingreso familiar diversificado.

Salud y Seguros

Refuerzo / opciones de seguro.

Evaluación Odontológica.

Trabajo infantil & violencia intrafamiliar

Sensibilización, canales de denuncia.

Escuela de formación profesional

Fortalecimiento continuo de capacidades.



Los ODS en la estrategia empresarial

Los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) vinculados con la gestión de Casa Rica están integrados en la Estrategia de Sostenibilidad, destacando los prioritarios y complementarios, en los que se tiene una contribución directa o indirecta:



Prioritarios



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Complementarios



En prueba del compromiso asumido, Casa Rica ya está adherida al Pacto Global de las Naciones Unidas, entre otras plataformas internacionales, que se van nombrando a lo largo de esta Memoria.

Relacionamiento con grupos de interés

Identificación

Desde sus inicios, la empresa puso énfasis en tener una gestión diferenciada dentro del rubro del supermercadismo, trabajando bajo el principio del ganar-ganar, que abarca el trato y relacionamiento con todos los grupos de interés, cuyo vínculo se encuentra orientado en función del (i) impacto de la empresa sobre los grupos y (ii) de aquellos sobre la empresa.

Mecanismos de vinculación

El vínculo con los grupos de interés se divide en dos tipos: Institucional y Comercial. A partir de aquí se cuenta con iniciativas de carácter estándar, como eventos, visitas, sitio web, contacto directo con los colaboradores (gerentes y directivos). Y, otras específicas, diseñadas a medida o en las cuales se incluye la participación de Casa Rica.







Casa Rica

Desempeño Ambiental

Estrategia Ambiental al 2030

La Estrategia de Sostenibilidad al 2030 fue establecida con una visión de largo plazo. Sus pilares (ambiental, social y bienestar colaboradores) cuenta con sub ejes de acción y estos, a su vez, con acciones, objetivos e indicadores que se van planificando, ejecutando y midiendo, como parte del proceso de sistematización de toda la información, lo que posibilita la toma de decisiones y generación de reportes correctamente documentados.

Pilar ambiental

El pilar ambiental se compone de cinco sub ejes de trabajo; que son:

AMBIENTAL
Uso y gestión eficiente de recursos
Energía.
Agua.
Residuos.
Cambio climático.
Locales certificados.
Empaques sostenibles
Nuevas áreas y tipos.
Optimización consumo interno.
Productos / Producción saludable y agroecológica
Incremento gradual de presencia.
Abastecimiento Responsable
Política de compras sostenibles.
Productos con algún tipo de certificación.
Programa de Educación Ambiental
Concienciación, participación activa de nuestros colaboradores y reconocimiento.

Uso y gestión sostenible de recursos

Si bien cada eje es clave y contribuye al objetivo general de alcanzar, gradualmente, una sostenibilidad integral en el uso de los recursos; se apunta también a fortalecer la gestión de otros aspectos relacionados con la optimización del uso de la energía y el agua,

y la generación de los residuos/materiales, como elementos que nos permiten mitigar nuestra huella de carbono en el camino iniciado hacia la carbono neutralidad. Al respecto, las acciones emprendidas por cada aspecto son:

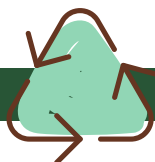


ENERGÍA

Al ser este un recurso que se consume 24 horas diariamente, se trabaja para alcanzar la mayor eficiencia energética posible en las operaciones por medio de una serie de acciones, entre las que destacan:

- Medición de consumos por sector.
- Concienciación a colaboradores en todos los niveles y sectores de la organización.
- Inversión en nuevas tecnologías y equipos cada vez más eficientes.
- Plan de mantenimiento preventivo de equipos, para que funcionen correctamente y se eviten excesos de consumo.

RESIDUOS / MATERIALES



Otro de los aspectos claves en cualquier proceso de sostenibilidad es la gestión integral del ciclo de residuos, donde trabajamos cada día para reducir su generación, incrementar su reaprovechamiento, transformación y/o niveles de reciclaje. Esto, y entre otras, por medio de las siguientes acciones:

- Separación en origen para los sectores generadores de materia orgánica (resto de alimentos crudos compostables).
- Transformación en abono orgánico y reaprovechamiento como parte del proceso de enriquecimiento de suelo en La Granja.
- Alianza estratégica con Panambi Recicla para la transformación y producción de nuestro propio compost presente en las sucursales, como una de las acciones de economía circular.

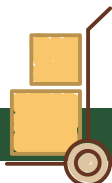
- Separación de cartones en cada local para su reciclaje semanal, y la reutilización de los mismos en cada sucursal.
- Separación de aceites de cocina usados en cada local para ser reciclados.
- Separación de envases plásticos y latas de aluminio para ser reciclados.
- Puntos verdes para que los clientes también acerquen y depositen sus reciclables en cada sucursal, con tres fracciones (1. Papel/Cartón, 2. Plásticos y aluminios, 3. Vidrio, con separación en 3 colores).
- Medición de los volúmenes de residuos generados por sector.
- Mitigación de emisiones a través de la acción de compostaje y las toneladas evitadas en vertedero.

AGUA

La principal acción para el cuidado del agua consiste en la captación y reaprovechamiento del agua de lluvia, y donde hasta 62.000 litros pueden ser captados en 2 de las 3 sucursales con este sistema. El volumen captado se reutiliza luego en la limpieza de varias zonas que no son de producción; en riego de jardines, en el llenado de cisternas y enjuague de urinarios colocados en distintos baños. Paralelamente, se realizan:

- Capacitaciones de los colaboradores para el cuidado del recurso y una mayor concienciación.
- Aplicación de plan de mantenimiento preventivo de equipamiento e infraestructura asociada.
- Priorización de cualquier avería o pérdida del recurso para subsanar el desperfecto en el menor tiempo posible.
- Instalación de equipos eficientes y con reductores de flujo en posiciones claves y con alto consumo.

EMPAQUES MÁS SOSTENIBLES



En Paraguay, las opciones de materiales más sostenibles y compostables son aún escasas y con un alto costo, por lo que la implementación de empaques más sostenibles representa un importante desafío. Ante esto, se asume con alta prioridad la identificación de propuestas viables en línea con la sostenibilidad, que está a cargo de un equipo especial, dedicado al análisis de alternativas y pruebas para migrar gradualmente a empaques más sostenibles en los diferentes sectores.

Algunos resultados obtenidos con las propuestas ejecutadas son:

- 2,4 toneladas de plástico ahorradas en el año, al reemplazar 6 tipos de empaques plásticos en 2 sectores (Panadería y Confitería).
- 3.000 unidades de bandejas de isopor ahorradas en forma semanal, tras el reemplazo por una alternativa de cartón en el sector de Verdulería, además de 16 pro-

ductos entre frutas y hortalizas hoy ya no se envasan en bandejas de isopor.

- 1,4 toneladas de plástico ahorrados en el año con el reemplazo de salseros de plástico (14 gramos cada uno), por recipientes de porcelana reutilizables, en los 3 restaurantes.
- Igualmente, se realizaron pruebas de nuevos insumos en Fiambrería, a fin de ofrecer productos seleccionados en empaques libres de plástico y se han ido brindando otras alternativas como son:
 - Incorporación de la opción de que los clientes acudan con sus propios recipientes a sectores como la carnicería y rotisería.
 - Introducción de bandejas de cartón y sobres de papel en Rotisería, Panadería y Confitería.
- Se reemplazaron las servilletas de los restaurantes por unas de papel reciclado, evitando el uso de más de 65.000 servilletas mensuales de papel virgen.

Resultados de gestión

ENERGÍA

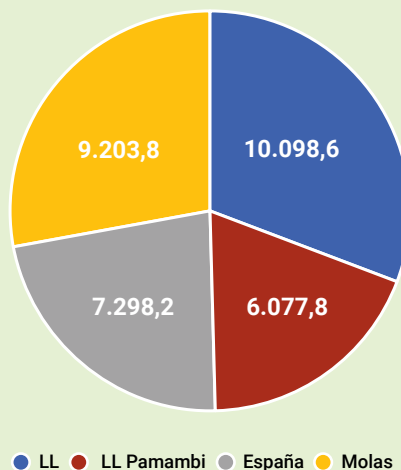
Ahorro comparativo consumo/gasto de ENERGÍA			
Sucursal	2019	2020	2021
España	Año base	0,52% menos	2,03% más
Molas	Año base	3,15% menos	8,3% menos
Los Laureles		Comparativo Molas	16,4% menos

GESTIÓN SOSTENIBLE DE LOS RESIDUOS

275.000 kilogramos
evitados en el vertedero.

77.198,4 kilogramos
de materia orgánica compostada.

Distribución en kilogramos aporte materia organica - julio a diciembre 2021



Aceite y cartón reciclado					
ACEITE en litros			CARTÓN en kilogramos		
2019	2020	2021	2019	2020	2021
12.470	9.195	15.014	131.409	127.869	85.113

Indicadores residuos/materiales	
Reciclaje de envases plásticos en los Molinillos (unidades)	
2019/2020	2021
77.613	46.263

Indicadores PUNTO VERDE

Casa Rica invita a sus clientes a separar los materiales reciclables y llevarlos a los nuevos puntos de reciclaje ubicados en los estacionamientos de las tres sucursales (desde diciembre). Los contenedores cuentan con secciones para plásticos, aluminio, papeles y cartones, y vidrios (con aberturas para los tres colores). Esta iniciativa forma parte de las acciones que apuntan al triple impacto.

El contenido de los contenedores es retirado por un “reciclador de base”, para quien lo recaudado representa un ingreso familiar directo.



PUNTO VERDE

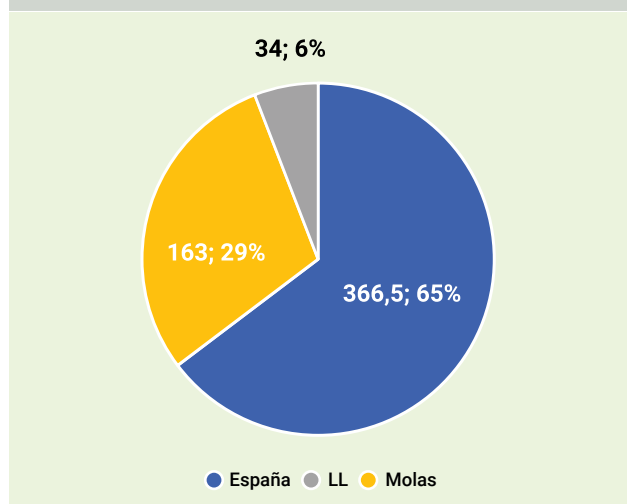
PUNTO VERDES - Contribución por sucursal

España	366,5	65%
Molas	163	29%
Los Laureles	34	6%
Totales	563,5	100%

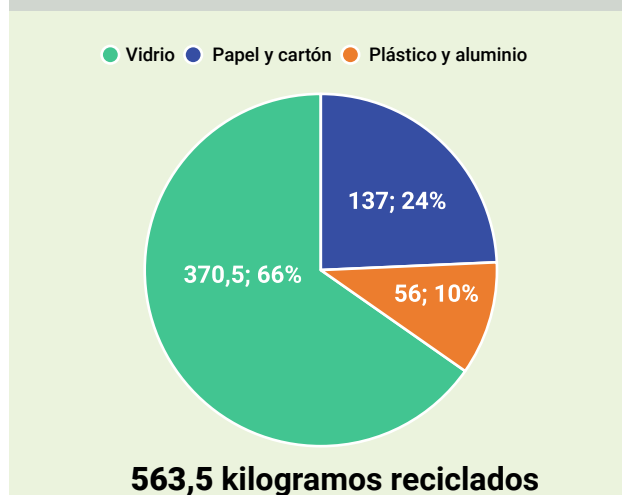
PUNTO VERDES - diciembre 2021

Sucursal	Papel y Cartón	Plástico y Aluminio	Vidrios
España	72	35	259,5
Molas	58	17	88
Los Laureles	7	4	23
Totales	137	56	370,5

RECICLAJE EN KILOGRAMOS - Aporte por sucursal diciembre 2021



TOTALES POR FRACCIÓN diciembre 2021



Certificación LEED Casa Rica Los Laureles

En el mes de diciembre 2021, a un año de la apertura de la sucursal Los Laureles, construida en un terreno de 5.500 m², se anunció la Certificación LEED New Construction V4, otorgada por la certificadora americana USBG (United States Green Building Council).

La Certificación LEED es considerada una de las más exigentes a nivel internacional, en lo que a eficiencia y sostenibilidad se refiere.

La constructora Salum & Wenz y la firma consultora ARKÉ fueron protagonistas centrales del primer proceso de construcción de un mercado gourmet



bajo estándares LEED en el Paraguay, nutriendo y liderando un proyecto centrado en la alta eficiencia energética.

La Certificación LEED evalúa un edificio según nueve criterios y bajo cada uno existen 110 potenciales estrategias, a cumplir para poder obtener la certificación.

Algunos de estos criterios elegidos e implementados por Casa Rica incluyen:

Ubicación y transporte	Se instalaron 38 lugares de estacionamientos para bicicletas y 2 cargadores eléctricos, con estacionamiento preferencial para autos eléctricos, a fin de fomentar la movilidad sostenible y eléctrica.
Instalaciones sostenibles	Con la finalidad de reducir el llamado efecto isla de calor, se pintaron los techos con superficie de alta reflectividad, espacios vegetados, y se utilizaron superficies de acabado claro en los pisos exteriores. Así también para compensar el impacto de la impermeabilización, se almacenan hasta 52 000 litros de agua de lluvias, para su reutilización en el riego de áreas verdes, llenado de cisternas y limpieza de superficies exteriores.
Uso eficiente del agua exterior	Se logró un ahorro del 100% en el uso de agua potable exterior y un ahorro del 79,54% en el uso de agua potable interior, con la aplicación de artefactos sanitarios y griferías eficientes, así como en la reutilización de agua de lluvia en inodoros y mingitorios de los baños del local.
Desempeño energético & atmósfera	Se desarrollaron medidas de ahorro energético pasivas, como una buena aislación en muros, techos, vidrios; y activas, como la iluminación eficiente, sistemas de climatización inteligente, dimensionamiento adecuado de los sistemas de ventilación y eficiencia en sistemas de refrigeración industrial. Todas las estrategias de ahorro energético representaron en el primer año de operación hasta un 37% de ahorro en energía por metro cuadrado, con relación a los emprendimientos anteriormente ejecutados, sin considerar los criterios LEED.
Materiales & recursos	Con el proyecto se logró clasificar y separar seis tipos distintos de residuos y se alcanzó a desviar del vertedero el 99,83% de los residuos generados durante la obra. Se redujeron las emisiones de carbono del proyecto, asociado a un: 11% potencial de calentamiento global. 18% agotamiento de la capa de ozono. 11% acidificación de tierras y agua. 16% eutrofización. 21% formación de ozono troposférico. 14% agotamiento de fuentes no renovables de energía.

Otras iniciativas ambientales

Campana agentes de cambio en Areguá

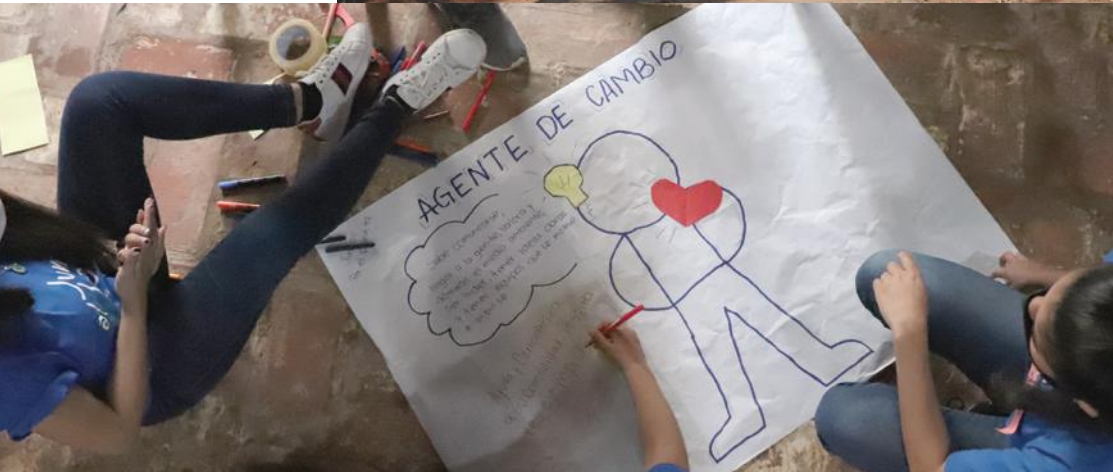
La campaña fue una iniciativa conjunta entre Ysanne Gayet, Fundación Moisés Bertoni, cuatro instituciones educativas de Areguá, Escuela de Velas, Municipalidad de Areguá y Casa Rica. Su objetivo fue potenciar el valor del comportamiento ecológico como orgullo comunitario, norma social y generación de un impacto positivo en la vida cotidiana y el medioambiente, con relación al lago Ypacaraí, a través del arte social.

Las actividades fueron realizadas en el Cántaro, Bioescuela Popular; y dirigidas a jóvenes de nivel medio, con quienes se trabajaron los siguientes comportamientos:

- Reducción del uso de plásticos de un solo uso.
- Gestión adecuada de residuos en el hogar.



<https://www.youtube.com/watch?v=lqnXhIBeh-Y&t=19s>



Campana de retornabilidad

Desde el 2021 y en alianza con Paresa, los clientes de las sucursales físicas y de la Tienda Online cuentan con la posibilidad de solicitar sus gaseosas en envases retornables.

Para ello, se ingresan las botellas en las máquinas TOMRA, ubicadas en las sucursales, y se genera un ticket automático para retirar los envases de las góndolas del salón.



Capacitaciones a colaboradores

Más de 50 colaboradores de línea de caja y empaques participaron en las capacitaciones realizadas acerca del origen e importancia de las eco opciones de Casa Rica promovidas desde línea de caja. Esto, en el marco de la iniciativa ambiental que contempla las bolsas artísticas reutilizables, ecocajas y bolsas biocompostables, que están a la venta, así como cajas de cartón sin costo, que se encuentran a disposición del cliente.

En las capacitaciones se buscó informar y concienciar a los colaboradores acerca de la importancia de generar el hábito de evitar las bolsas plásticas de un solo uso, y que ellos a su vez trasladen esta práctica a los clientes. Al finalizar el ciclo de las capacitaciones se realizó un reconocimiento a los colaboradores con mejor desempeño, como parte del incentivo e importancia de las ecoopciones.

Celebración Día del Árbol

En el mes de junio se realizó una plantación de árboles nativos en las plazas Pedro Juan Caballero y Luis Alberto del Paraná (aledañas a las sucursales de Los Laureles y Molas López respectivamente). Esta actividad contó con la participación de 30 colaboradores de ambas sucursales.





Semana de la Ecomovilidad

En la Semana de la Ecomovilidad, Casa Rica impulsó un paseo en bici y la experiencia de compra eléctrica con Ciclovía, Sendas Py y la marca BYD.

La Semana de la Ecomovilidad tuvo como objetivo estimular el uso de medios de transportes sostenibles, que generan un impacto positivo en el medioambiente, y que contribuyen a la mitigación de los efectos del cambio climático y, por ende, a una mejor calidad de vida.

El trayecto de 13 km de recorrido, que incluyó el paseo por las tres sucursales de Casa Rica y un tramo de las vías del tren que forman parte del proyecto Sendas, dentro de sus esfuerzos para promover la bicisenda más larga de Sudamérica.

La adopción de modelos alternativos de movilidad, para disminuir la contaminación del ambiente, es sumamente importante para revertir los efectos sobre la salud de las personas, así como los problemas medioambientales entre los que destacan la contaminación del aire.



Experiencia de compra eléctrica con vehículos BYD

La experiencia de compra eléctrica se llevó a cabo a través de la marca BYD, que actualmente cuenta con el primer espacio de recarga eléctrica en el edificio de Casa Rica Los Laureles, sucursal insignia en cuanto a sostenibilidad, con Certificación LEED.

La consigna para vivir una experiencia de compra a bordo de un vehículo 100% eléctrico fue muy fácil y no tuvo costo; los interesados solo con inscribirse se agendaban la prueba en la sucursal de Casa Rica Los Laureles. Un conductor asignado por la marca los trasladaba ida y vuelta a su hogar, con toda la comodidad y seguridad.



Implementación de cargadores eléctricos

En alianza con Diesa, se realizó además, la presentación del innovador espacio de recarga, que cuenta con cargadores eléctricos de las marcas Porsche y BYD, en la sucursal de Los Laureles, impulsado como parte de la Certificación LEED.

Delivery piloto eléctrico

En el marco de la semana de la movilidad sostenible, se inició una prueba con motos eléctricas de la marca Super Soco, para la entrega de los pedidos de la Tienda Online.

Este proyecto constituye el punto de partida para seguir evaluando alternativas que reduzcan las emisiones, en la experiencia de compra del consumidor.

Medición de huella de carbono

Casa Rica es la primera empresa de Paraguay en sumarse y comprometerse con el *Science Based Target Initiative*.

Durante la celebración del *#ClimateActionDay*, Casa Rica anunció su compromiso por alcanzar la carbono neutralidad de sus operaciones de aquí al 2030, y su disposición a definir objetivos en la reducción de la huella de carbono, a través de la iniciativa *#ScienceTargets*, sumándose a los esfuerzos para evitar un aumento de la temperatura global en más de 1,5 °C y contribuir así de forma tangible, a mitigar los efectos del cambio climático.

Science Based Target es una iniciativa global que integra al sector privado para que las empresas asuman compromisos en línea con las recomendaciones del Comité Científico de las Naciones Unidas, del Panel Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático (IPCC) y de la Agencia Internacional de la Energía. Más información en <https://bit.ly/2YgJmUw>

#ClimateActionDay



Objetivo y beneficios de adherirse

SBTi promueve la acción climática empresarial y anima a las empresas de todos los sectores a demostrar su liderazgo al establecer objetivos de reducción de emisiones basados en ciencia.

Un nuevo llamado a la acción al **SECTOR PRIVADO** para:

Fomentar la innovación,
Reducir la incertidumbre regulatoria,
Aumentar la confianza y credibilidad de la gente para los inversionistas, y,
Mejorar la rentabilidad y competitividad de las empresas.

Huella de Carbono 2020 y 2021 certificada.

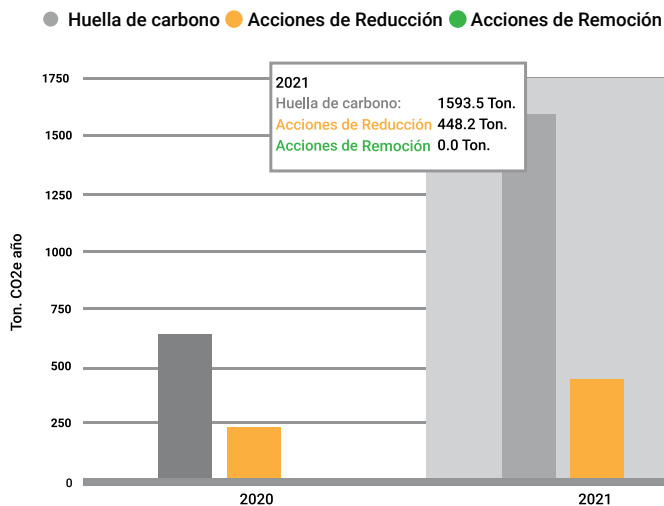
El 2020 quedó establecido como año base en el que iniciamos nuestro camino a la carbono neutralidad. A partir de allí, el compromiso es poder realizar mediciones anuales en los 3 alcances y bajo los criterios y protocolos que establecen el IPCC, el GHG Protocol y la ISO 14064-1. Se midieron las emisiones de tipo 1, 2 y 3, que representan respectivamente:

Emisiones directas (tipo 1): procedentes de fuentes propias; ej.: combustibles.

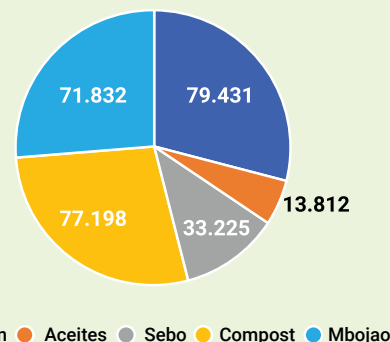
Emisiones indirectas (2): procedentes de la energía consumida por la empresa (ANDE).

Emisiones indirectas (3): procedentes de la generación de residuos y consumo de agua en el marco de nuestras operaciones, entre otros elementos medidos.

De esta forma, medimos ya en 2021 nuestra huella corporativa en el conjunto de las 3 operaciones/ locales, pero también de manera separada por local, y lo cual incluye: Energía, Agua, Residuos, Combustibles fósiles y Gases refrigerantes.



Mitigación 2021 en kilogramos con 275 toneladas EVITADAS en vertedero



INVENTARIO DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI) enero 2021 - diciembre 2021

Tipo de emisión	Metodología utilizada	Fuente	Cantidad / Año	Unidad de medida	Factor de emisión CO2		Total	Factor de emisión CH4		Total	Factor de emisión N2O		Total	tCO2e Emitido
					Factor	PCG		Factor	PCG		Factor	PCG		
Directas	GHG- IPCC	Diesel (Transporte)	21,852.00	Litros	2.61E-3	1	57.10	1.49E-7	28	9.12E-2	1.54E-7	265	8.92E-1	58.08
	GHG- IPCC	Diesel (Generación Electricidad)	9,324.00	Litros	2.61E-3	1	24.36	1.22E-7	28	3.19E-2	2.44E-8	265	6.03E-2	24.46
	GHG- IPCC	Residuos Sólidos (Compost)	16,896.00	Kg.	N/A	1	N/A	4E-6	28	1.89	3E-7	265	1.34	3.24
Total emisiones Directas en tCO2e (Ámbito 1)													85.77	
Tipo de emisión	Metodología utilizada	Fuente	Cantidad / Año	Unidad de medida	PCG		Libras CO2e		tCO2e Emitido					
Directas	GHG- IPCC	EXTINTOR CO2	564.00	Libras	10E-1		563.85		2.56E-1					
	GHG- IPCC	R-22	1,169.28	Libras	1,760.00		2,057,386.25		933.48					
Otras emisiones Directas en tCO2e (Ámbito 1)													933.74	
Tipo de emisión	Metodología utilizada	Fuente	Cantidad / Año	Unidad de medida	Factor de emisión CO2		Total	Factor de emisión CH4		Total	Factor de emisión N2O		Total	tCO2e Emitido
					Factor	PCG		Factor	PCG		Factor	PCG		
Indirectas Significativas	GHG- IPCC	Aguas residuales (Consumo m3)	19,308.00	Metros Cúbicos	3.44E-4	1	6.64	N/A	28	N/A	N/A	265	N/A	6.64
	GHG- IPCC	Residuos sólidos (Relleno Sanitario)	348,720.00	Kg.	N/A	1	N/A	5.81E-5	28	567.30	N/A	265	N/A	567.30
Total emisiones Indirectas Significativas en tCO2e (Ámbito 3)													573.94	
TOTAL TONELADAS EMITIDAS CO2e				1,593.45		CERTIFICATE NUMBER: PRY-02021-001								



La medición se realizó a través de la plataforma Green Cloud, que a su vez otorga la certificación.



SUPPORTER OF THE

Adhesión a iniciativa global **TERRA CARTA**

For Nature, People & Planet

Nos adherimos a la iniciativa global Terra Carta, promovida por la *Sustainable Market Initiative*. A partir de esta suscripción, nos comprometemos a la aplicación de distintos elementos y acciones que contribuyan a una mayor sostenibilidad en el sector privado.

Hasta el momento, ya trabajamos en 6 de los 10 ámbitos promovidos por la Terra Carta. De esta forma, vamos integrando la naturaleza, la gente y el planeta, como ejes de trabajo prioritarios, en nuestros negocios.



Proyectos ambientales internos

Entre las iniciativas ejecutadas en el año se destacan:

- 1.** Lanzamiento del **Programa de Educación Ambiental interno**. El cual dispone de un calendario anual de capacitaciones a trabajar con nuestros colaboradores, a fin de incrementar la concienciación que les permita identificar cómo ellos —desde el rol que les toca desempeñar y como ciudadanos— pueden contribuir y ser parte de las soluciones en pos de un país más sostenible. El programa incluye capacitación para el compostaje doméstico y facilita el acceso a una compostera, realizando desde sus casas la separación, transformación y reaprovechamiento del abono resultante en sus jardines, evitando así que todo eso acabe en el vertedero.
- 2.** Ampliar la gama de empaques más sostenibles en los distintos sectores donde ya se está trabajando, y sumando otros.
- 3.** Realizar, a partir del convenio con la Universidad Nacional de Asunción, investigaciones para el reaprovechamiento y transformación de otros materiales e insumos, ampliando la gama de lo que se puede evitar que acabe en vertederos.
- 4.** Continuar trabajando por la reducción sistemática y gradual de las bolsas plásticas en línea de caja, donde cada vez más clientes realizan sus compras y llevan sus productos con bolsas reutilizables.
- 5.** Continuar trabajando en el uso y gestión eficiente de recursos, para seguir mejorando los indicadores ambientales, y acercar a Casa Rica a los niveles de eficiencia que tienen las cadenas europeas.







La esmeralda del monte



Casa Rica

Desempeño Social

Desarrollo de Colaboradores

Perfil del equipo

Al cierre del 2021, el plantel de Casa Rica supera los 900 colaboradores; entre estos se destaca el rango etario de 20 a 29 años, segmento que constituye el 55% del total. Luego el 56% corresponde a hombres y el 44% a mujeres. De los 27 cargos de liderazgo, 44% son ocupados por mujeres. En cuanto a personas con discapacidad incluidas, se cuenta con 14 (64% mujeres) y en aumento; tal como establece la Estrategia de Sostenibilidad 2030, se prevé llegar al 5% del total de colaboradores.



Índice de rotación

El índice de rotación en el 2021 se mantuvo en el orden del 2.8% mensual, alcanzando su nivel más alto el indicador de "renuncia voluntaria", que ocurre principalmente en las áreas más operativas. Le siguen por debajo los indicadores de "término de contrato" y "desvinculaciones", con 0.42% cada uno, respectivamente. Este año además se tuvo el fallecimiento de cuatro colaboradores (por motivos de salud) y uno de ellos se acogió al beneficio de la jubilación.



EDAD	TOTAL
18-19	10
20-29	527
30-39	251
40-49	119
50-59	40
60-69	7
70-79	2
Total General	956
Total Hombres	534
Total Mujeres	422
Incorporaciones en 2021	354

DETALLES DE COLABORADORES POR SECCIÓN

Sector	Mujeres	Hombres
Administrativo	43	19
Comercial	8	7
Operativo	371	508
Total	422	534

MOTIVO DE SALIDA	PROMEDIO MENSUAL %
Renuncia	1.9
Término de contrato (prueba y finalización, sin renovación)	0.42
Desvinculación (causa justificada e injustificada; acuerdo mutuo)	0.43
Fallecimiento	0.03
Jubilación	0
Total mensual	2.8

Capacitaciones destacadas

TEMA	HORAS	SECTOR
Habilidades blandas.	4	Administrativo y Operativo.
Liderazgo de la mujer.	2	Administrativo y Operativo.
Integración Gerencia de Inteligencia.	3	Administrativo.
Soy un influencer incluyente.	9	Administrativo y Operativo.
Discapacidad: conceptos y paradigmas.	4	Administrativo y Operativo.
Excel básico y avanzado.	8	Administrativo.
Inteligencia emocional.	2	Administrativo.
Importancia de la donación de sangre: requisitos y beneficios.	4	Administrativo y Operativo.
PCI.	72	Operativo.
Total	110	



Salud y seguridad ocupacional

Al ser la salud y seguridad ocupacional un aspecto de la gestión de riesgos, se aborda desde un enfoque preventivo en los distintos ejes definidos. Esto implica asegurar la representación de todas las áreas en las brigadas (en ambos turnos); desarrollar las capacitaciones establecidas en el calendario del año, específicamente, y entre otros, en los siguientes temas: primeros auxilios; prevención y control de incendios; uso y manejo de extintores, hidrantes y otros equipamientos; evacuación; y trabajo en altura.

Igualmente, la realización de los simulacros para mejorar la respuesta ante cualquier evento extremo o que requiera una acción coordinada; el control del uso de los equipos de protección individual (EPI); y el registro actualizado y análisis de los accidentes de trabajo. Sobre este último punto, el dato arrojado fue de 14 accidentes, ninguna con derivación fatal ni lesión permanente.



Inclusión laboral

Superar las barreras del prejuicio es uno de los compromisos de Casa Rica, que se materializa con la inclusión gradual de personas con discapacidad (PcD) al plantel de colaboradores, teniendo como meta llegar al 5% en el 2030. Al cierre del año ya son 14 los colaboradores integrados (1.5%), como resultado de la implementación del Plan de Inclusión Laboral diseñado. Este cuenta con los tres frentes de trabajo: (i) contratación; (ii) participación activa en organizaciones que trabajan por la inclusión; y (iii) comunicación de los resultados, para seguir moldeando la cultura de la inclusión a nivel interno y externo.

El Plan de Inclusión Laboral contiene un módulo de entrenamiento, denominado *Formador del área de inclusión*, para garantizar que dentro de la empresa se vaya contando con más colaboradores preparados para apoyar, propiciar y acompañar los procesos de incorporación de las PcD. Un instructor de este módulo es precisamente un colaborador con discapacidad (auditiva), quien tiene a su cargo entrenar a los colaboradores nuevos, que tengan su misma condición.

En esta línea, los procesos de cada frente fueron:

(i)
Contratación:

Los colaboradores incluidos, luego de ser entrenados, fueron asignados a las áreas de empaque, producción, verdulería y cocina; todas las sucursales de Casa Rica cuentan con al menos 3 PcD, para extender y potenciar esta cultura de la inclusión.

(ii)
Participación social:

Conscientes de que la decisión de incorporar PcD es insuficiente para concretar contrataciones efectivas, se generan alianzas con organizaciones especializadas.

- Red SUMMA —espacio para la interacción e inclusión—, creada por la Fundación Saraki. Red Paraguaya de Empresas Amigas de la Inclusión (primera creada en el país).
- Mesas de Trabajo Interinstitucional, para la reglamentación de la Ley de Incentivo Fiscal, conformada por el MTESS, OSC y empresas.

(iii)
Comunicación:

Los colaboradores que están liderando el proceso participaron de varias charlas y talleres para compartir los conocimientos y experiencias adquiridos, con el fin de motivar e informar a más empresas interesadas en la inclusión de PcD.



ANTECEDENTES

2016	El Directorio formaliza su compromiso con la inclusión, dando lugar a la alianza con la Fundación Saraki.
2017	Se concreta la primera incorporación de una PcD.
2018	Se incorporan, ya con el acompañamiento de Saraki, otras tres PcD y se inicia el programa de pasantías, con seis participantes, que se desempeñaron en el área de Producción Gastronómica.
2019	Adherencia al Programa SUMMA/Saraki; a la Red Paraguaya de Empresas Amigas de la Inclusión y a la Mesa de Trabajo Interinstitucional, para la reglamentación de la Ley de Incentivo Fiscal a empresas que hacen inclusión.
2020	Se amplían las incorporaciones de PcD, con ocho nuevos colaboradores incluidos; así como se intensifica el programa de formación.



Formación continua

Se dispone de un sistema de formación y entrenamiento, que abarca a todos los colaboradores operativos y administrativos. El programa de entrenamiento se compone de dos niveles, inicial y avanzado.

Estas iniciativas de entrenamiento son el resultado de las alianzas establecidas con instituciones privadas (Instituto O'Hara, Garofalo) y públicas (MTESS, Facultad Politécnica/UNA), que además posibilitan acceder a más contenidos de capacitación y formar una plataforma de pasantías laborales.

CONTENIDOS PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO

Inicial

Se informa y forma en las áreas básicas, atención al cliente, manipulación de alimentos, procesos del área y puesto, la actitud y valores de la empresa.

Avanzado

Se brindan cursos para el desarrollo del liderazgo (habilidades de jefatura y gerenciales); de primeros auxilios, prevención de accidentes e incendios. Se facilitan oportunidades de formación en carreras técnicas de cocina, confitería, panadería. Se apoya la formación de posgrado.

Programa de formación

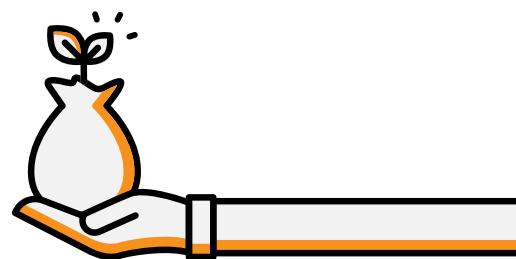
Desde hace tres años está vigente el programa Formador de Formadores, cuyos egresados tienen a su cargo parte del entrenamiento inicial de los nuevos colaboradores operativos. Todos, al ingresar a Casa Rica, tienen un formador que guiará su proceso de inducción. Otros temas en materia de formación están vinculados con la capacitación en el uso de los equipos de producción, ya que continuamente se incorpora tecnología avanzada para la optimización, automatización y estandarización de los procesos de producción.

Contar con un programa de formación es una forma de garantizar el crecimiento profesional de los colaboradores y su desarrollo de carrera interna.



Beneficios voluntarios

En la empresa el aporte de los colaboradores es valorado con otros beneficios que trascienden los obligados por la ley; son el resultado de una decisión voluntaria y apuntan a mejorar de la calidad de vida de todos los que la integran. A continuación, los vigentes al 2021 y la inversión realizada.



BENEFICIOS VOLUNTARIOS

Alimentación: desayuno, almuerzo y merienda.

Vales de compra: (i) diario para compra de alimentos; y (ii) para compras en general 2 veces al mes. Ambos se descuentan a fin de mes; no debe superar el 25 % del salario percibido.

Obsequio especiales por fin de año, Día del Trabajador, Madre, Padre.

Una torta de regalo por cumpleaños.

80 % de cobertura en capacitaciones externas, acordes con los criterios predefinidos.

Bonos:
- Por cumplimiento de objetivos.

Licencias adicionales por fallecimiento: 4 días hábiles (cónyuge, padres, hijos, hermanos y/o abuelos).

En caso de fallecimiento del trabajador, la empresa abonará a los herederos una indemnización en el importe que arroje la liquidación como despido injustificado (por todos los conceptos).

Uniforme, con costo compartido en 50 % del total.

Subsidio de guardería: G 200 000 por mes por hijo hasta 24 meses.

Minibús para transporte de colaboradores, que los traslada hasta la parada de ómnibus más cercana a la sucursal.

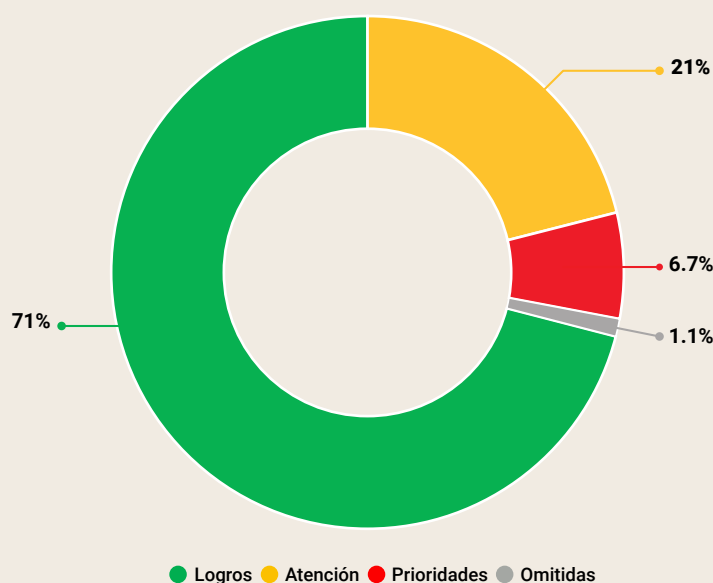


Como parte del eje Bienestar de Colaboradores (Estrategia de Sostenibilidad 2030), se aplicó la herramienta el Semáforo de la Pobreza, impulsado por la Fundación Paraguaya, superando el 90 % de colaboradores encuestados.

La herramienta está compuesta por cinco dimensiones: (i) Ingreso y Empleo; (ii) Salud y Medio Ambiente; (iii) Organización y Participación; (iv) Educación y Cultura; y (v) Interioridad y Motivación. Los datos del relevamiento constituyen la base para la definición de iniciativas de responsabilidad social, tendientes a la mejora y fortalecimiento del colaborador y su familia.

Con los resultados de este relevamiento, se definieron las distintas iniciativas de formación, beneficios y proyectos enfocados al público interno.

Los principales resultados que arrojó el Semáforo de la Pobreza son:



Referencia de totales

Participantes: **934 colaboradores**, de todos los niveles.
Integrantes de sus familias: 3.592

Integrantes mayores de edad: 2.807
Promedio composición familiar: 3,8 integrantes.

Gestión de Proveedores

Gestión de adquisiciones

Casa Rica cuenta con 866 proveedores activos, entre nacionales e internacionales, ya que la empresa importa en forma directa muchos de los productos que ofrece al público.

Del total de proveedores, el 10% son mipymes locales, a las que se brinda apoyo preferencial, tanto en los plazos de pago, como en la disposición de sus productos en las sucursales y tienda virtual.



Total pago: **G 334.207.569.986**



Criterios de selección y evaluación

Las empresas, organizaciones o emprendedores, interesados en vender sus productos o prestar sus servicios a la empresa son sometidos a una minuciosa evaluación, para luego ser seleccionados. Esto permite reducir al mínimo los riesgos en la operación y conseguir la excelencia.

Una vez seleccionados, los criterios de selección y evaluación forman parte de los contratos para conocimiento y seguimiento. El respeto a las leyes laborales y cumplimiento fiscal son condicionantes en todos los casos.

Dependiendo del tipo de proveedor, el volumen económico de las transacciones o la naturaleza o complejidad del bien proveído son evaluados en periodos previamente establecidos, sin detrimento de que estos periodos sean modificados por condiciones previstas igualmente en los contratos respectivos.

Al cierre del año, el Directorio decidió trabajar en la aplicación de la Guía de Compras Sostenibles para el sector *Retail*, elaborada por la Asociación de Empresarios Cristianos y WWF, con algunos de sus proveedores estratégicos.

Reglas claras y transparentes

Uno de los pilares de gestión de Casa Rica, desde el inicio de sus operaciones, es el establecimiento de vínculos de reciprocidad con los proveedores, a quienes considera *socios comerciales*, en una relación *ganar-ganar*.

Con reglas claras y transparentes, se gestiona la relación comercial, dando cumplimiento a los compromisos asumidos, incluyendo el tiempo de pago. Ya sea una distribuidora o mipymes, todas tienen el mismo trato igualitario e iguales oportunidades en los puestos de venta, así como los prestadores de servicios.



Beneficios resultantes

Las buenas prácticas con los prestadores resultan en varios beneficios, que potencian la competitividad de Casa Rica, entre los que se destacan:

- Disposición en las tiendas de productos que otros comercios no tienen y/o tenerlos antes que otros.
- Provisión oportuna.
- Entrega acordada.
- Colaboración para la puesta en escena en los salones para el cliente final.
- Administración, en conjunto, del stock óptimo.
- Apoyo y colaboración ante dudas o reclamos de los clientes finales.

De cierta forma, el relacionamiento comercial con Casa Rica se convirtió en aspiracional. Además, los locales de la empresa son considerados escenarios válidos para la presentación de los productos del proveedor.

Programa de Apoyo a Mipymes

En estas décadas de funcionamiento, Casa Rica mantiene muchas características similares a las mipymes (cercanía con los clientes, calidad artesanal, amor por las cosas bien hechas, recetas caseras, *la mano de mamá*), por lo que una de sus estrategias de gestión es brindar oportunidad a los emprendedores y a empresas que inician sus operaciones.

Para el efecto, se creó el Programa de Apoyo a Mipymes, a través del cual se les brinda (i) asesoría legal y crediticia, para los trámites de constitución y formalización; (ii) espacio en las tiendas para exhibir sus productos; y (iii) el etiquetado distintivo del programa.

En la mayoría de los casos, esto les sirvió de marco referencial y vitrina para acceder desde Casa Rica a otros mercados.



+ de 80

mipymes
apoyadas,
lideradas
por unos

60
emprendedores.

Testimonios de emprendedores



“Al producir verduras hidropónicas, el mercado se veía limitado por el escaso conocimiento de los clientes.

El contar con un espacio en Casa Rica significó una oportunidad enorme. Llegamos siendo prácticamente un proyecto, con poca experiencia de negocios, pero aun así nos apoyaron y valoraron la visión que teníamos.

Gracias a esa confianza, hoy día estamos enfocados en diversificar nuestros productos. Ahora estamos en las tres sucursales de Casa Rica”.

Andrés Canillas, gerente propietario.

HOLANGUAYOS

STROOPWAFELS

“Tener la oportunidad de vender nuestros stroopwafels en Casa Rica, puedo afirmar que fue el inicio del éxito de Holanguayo, que es un producto único en el país: galletitas tipo waffles, con relleno. Casa Rica nos permitió ser parte de sus propuestas para el público; accedimos al supermercado más lindo del país, donde hay una gran variedad de productos de todo el mundo. Es un verdadero privilegio estar en un lugar tan ordenado y organizado. Hay muy buena comunicación, nos mantienen informados de las novedades y eventos. Solo buenas referencias y agradecimiento, tengo para Casa Rica”.

Joseph van Haaren, propietario.



“La apertura de Casa Rica para recibir productos de microempresas, como la nuestra, y exhibirlos en góndolas especiales para las mipymes, nos brinda una invaluable oportunidad. Además, las condiciones que nos plantean son justas y simples. Hasta 2019, vendíamos nuestro producto a pequeños locales comerciales y acopiadores del Departamento de Itapúa. Actualmente, gracias a Casa Rica, que es una verdadera plataforma y vitrina de lujo, estamos presentes en otros 20 puntos de venta del mismo segmento. Esta alianza nos impulsó a crecer con más productos para salón, como así también hemos ingresado con miel gastronómica para los sectores de Panadería y Rotisería. Nos sentimos felices con nuestra alianza y deseamos que más empresas apliquen esta manera de trabajar con las mipymes”.

Fabián Jara Dohmann, director.



“Estamos presentes en Casa Rica desde el 2014. Hasta hoy recuerdo con emoción aquel día que recibimos el sí para proveerles la leche de almendras que producimos. Desde el día 1 nos confiaron un espacio que nos ayudó muchísimo a lograr un reconocimiento en el mercado, pudiendo estrechar lazos con nuestro público objetivo y además formalizar cada vez más nuestra empresa. El apoyo que recibimos en todos estos años nos motiva y compromete a seguir creciendo. Contar con el cliente Casa Rica es nuestro respaldo más sólido”.

Laura Ferreira, propietaria.



Nuestro producto Tekove Green, a través del cual presentamos en varias formas la moringa (planta medicinal, rica en proteínas, vitaminas y minerales), logró visibilidad a partir de la alianza con Casa Rica. Ocupar las góndolas de una tienda especializada, reconocida como lo es Casa Rica, nos abrió el mercado. Nuestro deseo es que sigan apostando por las mipymes paraguayas, dándoles la posibilidad de darse a conocer y llegar al cliente final, demostrando que las mipymes también cumplen con altos estándares de calidad y excelencia en sus productos”.

Luis Santacruz, gerente propietario.



PROCOLE

“Nuestra empresa Procole es una quesería artesanal, donde en principio fabricábamos quesos tipo suizos. Al iniciar la relación comercial con Casa Rica nos propusieron producir quesos tipo italianos. Y así lo hicimos con la marca Bon Appetit y hasta hoy, conseguimos crecer en varias áreas. Este cambio nos hizo ya ganar un premio del Programa de Competitividad Mipymes (PCM2021), del Ministerio de Industria y Comercio. Y una beca para ir a hacer un curso en producción de derivados lácteos en Italia, con el financiamiento del Ministerio de Asuntos Exteriores de Italia. Trabajar con Casa Rica nos posicionó. Pasamos de ser una modesta microindustria quesera, ubicada en el interior de país, a ser una marca bastante conocida y aceptada, con perspectivas de crecimiento y expansión”.

Diego Brítez, propietario.



Vínculo con clientes

Perfil

En el año 2021, la cartera comercial de Casa Rica superó los 90.000 clientes únicos, provenientes de todos los canales de venta: sucursales (España, Molas López y Los Laureles); tienda *online* y El Molinillo. Este resultado fue superior en 20%, respecto al año anterior, resultante en gran medida de la apertura de la sucursal Los Laureles, a finales del 2020.

Gestión comercial

El área comercial cuenta con estructuras de soporte en cada local, con personal para compras, atención a proveedores, negociaciones, alquileres e importaciones, ofertas y promociones, alta a proveedores e insumos, entre otras funciones.

Productos ofrecidos

La búsqueda e innovación constante de la oferta de productos es un eje diferencial para el beneficio de los consumidores, que cuentan con más de 2.900 marcas, de más de 800 proveedores que exhiben sus productos en las góndolas de Casa Rica.



2.927
Marcas

42.877
Productos

En el siguiente cuadro se expone el listado de los 42.877 productos que los clientes tienen a disposición:

PRODUCTOS OFRECIDOS

Alimentos	Higiene personal y varios	Bebidas y tabaco
Chocolates y golosinas: 2.403	Cuidado personal: 3.595	Bebidas con alcohol: 2.987
Almacén: 1.899	Aire libre: 839	Bebidas sin alcohol: 1.240
Desayuno: 1.897	Servicios y promociones: 1	Tabacos: 34
Condimentos-salsas: 1.739	Automóvil: 51	
Verdulería-frutería: 1.731	Combustible y encendidos: 10	
Rotisería: 1.222		
Congelados: 1.070	Bazar y hogar, mascotas	
Diet: 1.015	Bazar: 6.683	Electrodomésticos: 160
Confitería: 1.015	Hogar: 3.778	Electricidad: 108
Lácteos: 880	Cuidado del hogar: 2.246	Navideños: 94
Panadería: 775	Cotillón: 498	Ferretería: 85
Quesería: 717	Juguetes: 478	Artesanía: 61
Fiambrería: 642	Librería: 429	Jardinería/ piscina: 8
Conservados: 640	Textil: 233	Mascotas: 197
Carnicería: 587		Veterinaria: 45
Snacks: 570		
Pastas frescas: 215		

Salud y seguridad del cliente

Manual de buenas prácticas

Con el objetivo de asegurar la inocuidad de los alimentos ofrecidos en las tiendas, para un consumo seguro por parte del cliente, el Departamento de Salubridad de la empresa se encarga de cuidar el producto a lo largo de toda la cadena: desde la recepción de la materia prima, seleccionando cada alimento que ingresa para ser exhibido, así como los que son utilizados en la elaboración de los alimentos.

Los procedimientos están contenidos en el Manual de Buenas Prácticas de Manufactura e incorpora capacitaciones y auditorías regulares; también planillas de control para identificar cualquier inconveniente a lo largo de la cadena (sea por un reclamo del cliente o porque el producto no pasó el control de calidad), corregir el error y evitar recurrencias.

Herramientas para la calidad

Para asegurar el alimento en su nivel óptimo, se cuenta con herramientas de tipo físico, químico, tecnológico, sensorial, microbiológico y nutricional, que permiten controlar los aspectos de salubridad, higiene, sabor adecuado y los nutrientes, entre otros parámetros necesarios de inocuidad.

El control de calidad está a cargo de una persona específica, que sigue un esquema detallado en el seguimiento.

Satisfacción de clientes

Atención a clientes

El área de Atención a Clientes se encuentra centralizada en un solo sistema que, al concentrar toda la información, favorece su gestión, cataloga los reclamos y consultas, y los direcciona al área correspondiente. Este sistema es personalizado, permitiendo que cada cliente sea tratado como único.

Para lograr que la atención sea eficiente, se cuenta con el Protocolo de Gestión de Reclamos, que permite darles seguimiento y evitar los problemas que podrían surgir, así como facilitar una pronta solución.

El sistema arroja un informe detallado con todas las consultas de clientes, quienes contactan solicitando productos de otros países o pequeñas mejoras. Gracias a ellos, los servicios e incorporación de nuevos productos evolucionan constantemente.

Mecanismos de atención

Los clientes cuentan con canales 24/7 para facilitar el contacto y diálogo:



Central telefónica y WhatsApp:
+ 595 (21) 729 7200



Inbox y atención en redes sociales
(Facebook, Instagram, Twitter).

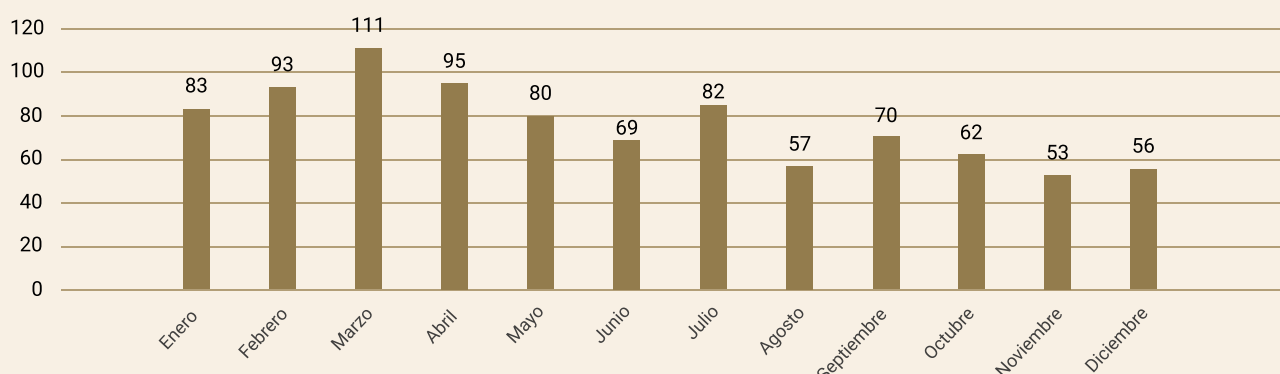


Página web:
<https://www.casarica.com.py/contacto>



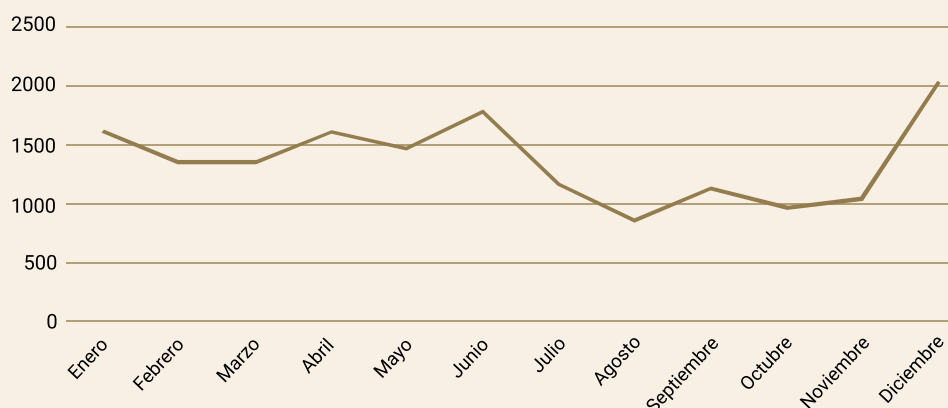
Correo electrónico:
sac@casarica.com.py

Evolución 2021

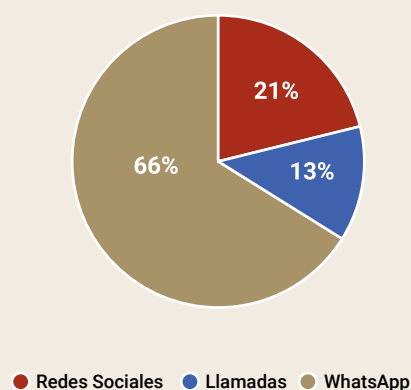


100 % fue atención; solo 3 % quedó pendiente para su resolución en 2022.

Evolución de las consultas



Distribución de los canales



Campanas publicitarias de consumo responsable

Sello **NOS IMPORTA**

A los efectos de marcar una referencia visual con los proyectos ambientales impulsados (propios o con terceros), como parte de la Estrategia de Sostenibilidad 2030, se creó en 2020 el sello de consumo responsable *Nos importa*. Para este año, las iniciativas ambientales se acompañan con el hashtag #NosImportaPy, posibilitando estimular el sentido de pertenencia y cuidado de los recursos.

Bolsas artísticas reutilizables con Ysanne Gayet.

Animados por el deseo de reducir las bolsas plásticas de un solo uso y la contaminación ambiental, Casa Rica ha desarrollado, encargado y promovido bolsas reutilizables de alta calidad a partir de una alianza con la artista y activista ambiental Ysanne Gayet, y en cuyo diseño, se incluyen obras elaboradas por la artista e inspiradas en la naturaleza. Sus historias, son a su vez, narradas en ecocuentos que están disponibles en podcasts de la plataforma Spotify.

El objetivo es sumar mediante el arte y diseño atractivo a la mayor cantidad de clientes en una compra más sostenible y es por eso, que desde el 2020 se lanzan ediciones exclusivas y limitadas con los diseños de Ysanne, vendidos a precio de costo.



#nosimportaPy



Tus compras son más sostenibles.

Reemplazando las bolsas de un sólo uso por las Eco Bolsas ayudás al medio ambiente.

#nosimportaPy

Casa Rica

Eco entregas en la Tienda Online

Para quienes optan por las compras en la Tienda Online, Casa Rica fue el primer *retail* en lanzar el sistema de Eco entregas, al cual el cliente se suscribe para recibir sus compras en cajas reutilizables en lugar de bolsas plásticas, evitando así toneladas de desechos plásticos.

El uso de las Eco cajas está pensado tanto para la modalidad de *delivery* como el *pick-up*, pero los clientes también pueden adquirirlas y utilizarlas para sus compras en las sucursales físicas. A continuación datos del 2021:

23%

de los pedidos de la Tienda Online fue entregado en Eco cajas.

17%

de los clientes de la Tienda Online opta y está suscripto a esta alternativa ecoamigable.



Aboná por única vez y formá parte del sistema retornable de Eco cajas. Con ellas reducimos las bolsas plásticas de un solo uso y generamos menos residuos.

#nosimportaPy

Casa Rica

Día Libre de Bolsas Plásticas

En conmemoración del Día Mundial del Medio Ambiente y del Día Internacional Libre de Bolsas Plásticas, Casa Rica —animada por el compromiso de reducir los plásticos de un solo uso y, por ende, de la contaminación ambiental— impulsó en sus tres sucursales el Día Libre de Bolsas Plásticas de un solo uso, en la línea de cajas.

Al momento de hacer las compras, se invitó a los clientes a sumarse al desafío de evitar las bolsas plásticas de un solo uso, llevando bolsas reutilizables o bien solicitando las cajas de cartón sin costo.



Este sábado 5 de junio
En el **DÍA MUNDIAL
DEL MEDIO AMBIENTE**

**DÍA LIBRE DE BOLSAS PLÁSTICAS
DE UN SÓLO USO**



Lanzamiento de bolsas biocompostables

En el marco de la promoción y apoyo a iniciativas de consumo responsable, a inicios de año Casa Rica fue el primer supermercado en promover el uso de las bolsas biocompostables de producción 100% nacional de la empresa Madre.



Arte reciclado

Casa Rica también acompañó la exhibición denominada *Arte reciclado*, de la artista Lucía Vidal, quien presentó sus propuestas a partir de elementos y materiales reciclados.

Acciones en alianza con WWF Paraguay

Como parte de las colaboraciones y acciones en alianza con WWF Paraguay, se promovieron acciones de concienciación en el Día de la Tierra y de la Gastronomía Saludable. Estas fueron implementadas en los distintas sucursales de Casa Rica y tuvieron como protagonistas a los clientes, quienes además de recibir obsequios sorpresa, participaron de la experiencia de cocinar en vivo con el chef Peta Ruger.

Iniciativa Yo consumo responsable

La Cámara Paraguaya de Supermercados (CAPASU), en alianza con la organización WWF Paraguay, organizó la campaña Yo consumo responsable para reducir el uso de bolsas de un solo uso. Como parte de la iniciativa se elaboraron bolsas reciclables de tela, las cuales fueron entregadas en las tiendas de Casa Rica, como resultado de la alianza con ambas entidades.

Vínculos con la Comunidad y la Sociedad

Formación profesional con el



Desde el año 2015 se tiene establecido un convenio de cooperación con la Fundación CIRD, que posibilita la mejora de la empleabilidad de jóvenes en situación de vulnerabilidad, específicamente ofreciendo oportunidades de pasantías laborales en la empresa. Desde entonces, más de 500 jóvenes accedieron a una formación con el CIRD (en habilidades sociolaborales) y a pasantías laborales en Casa Rica; a través de esta modalidad quedaron contratados (entre permanentes y temporales), unos 200 jóvenes.

En 2020 se realizó la primera capacitación para repositor de góndolas, con 80 horas de formación. Los 25 jóvenes que realizaron el curso recibieron la certificación correspondiente por parte del Sinafocal.

Este año, 120 jóvenes realizaron entrenamiento laboral como empaquetadores, distribuidos en las tres sucursales. Al concluir la formación teórica y práctica, 24 de ellos fueron incorporados a Casa Rica, con contratos de trabajo.



Cero Desperdicio de comida

Atendiendo que la producción de alimentos en Casa Rica es diaria —así como el excedente no consumido—, se establecieron alianzas con varias organizaciones sociales, a las cuales se entregan las porciones aptas para el consumo, llegando a unas 1.200 personas, durante cada día del año.

De esta forma se reaprovechan miles de kilos de alimentos, lo cual posibilita además el Cero Desperdicio; incluso, se concretó la participación de Casa Rica —en carácter de socio fundador— en la creación de la empresa social Mboja'o, que se encarga de la colecta y entrega diaria a la Fundación San Rafael (que a su vez redistribuye a varios hogares con los que tiene vínculos); además, del Hogar La Piedad y el Hogar Oasis.

En el año 2021 fueron rescatados más de 71.800 kilos de alimentos de Panadería, Confitería y Rotisería en perfecto estado de las tres sucursales de Casa Rica, que fueron entregados a un promedio de 616 personas, entre ellas niños, niñas y adultos de la tercera edad.

red#cerodesperdicio



MBOJA'O se creó para canalizar el desperdicio de alimentos, generado en el sector gastronómico, hacia personas en situación de vulnerabilidad. Su servicio consiste en recuperar los alimentos que no fueron comercializados en el día (y se encuentran en perfecto estado para ser consumidos) y llevarlos a comedores sociales, donde son reaprovechados en beneficio de las personas que acuden al lugar.

Casa Rica se sumó en el 2017 como miembro fundador de Mbojao, siendo así el primer mercado gourmet en formar parte de la red #CeroDesperdicio.



Ximena Mendoza, fundadora y directora de Mboja'o.

“Es importante recalcar que el impacto positivo de esta alianza trasciende lo social; tiene un beneficio ambiental, pues no genera basura; y económico, porque posibilita que personas de escasos recursos accedan sin costo a comida de calidad. Al desperdiciar alimentos, también estamos desperdiciando los recursos naturales que fueron utilizados para producir dichos alimentos, por lo que producir comida que no será consumida supone emisiones innecesarias de CO₂ que contribuyen al calentamiento global y al cambio climático. Gracias a empresas comprometidas, como Casa Rica, que apuestan a nuevos modelos de trabajo se pueden dar

estas transformaciones sociales tan importantes. Es tomar lo que siempre se hizo de una manera y cambiarlo, dar un mejor uso a todos los recursos que tenemos y, sobre todo, beneficiar a quienes más lo necesitan a través de un trabajo en conjunto, utilizando la economía circular dentro de la cadena de valor. Es un cambio de hábito e incluso de paradigma, que es perfectamente posible de lograr, tal como queda demostrado con esta alianza”.



Testimonios destacados de beneficiarios de Mboja'o

“Mediante Mboja'o, las abuelas que se encuentran en nuestro hogar reciben comida de primera calidad. A ellas les encantan las empanadas y la chipa guazú, también las tartas. Cuando recibimos milanesas, aprovechamos muchas veces la carne para hacer una salsita; el pollo al espiedo transformamos en calditos; buscamos aprovechar todo”.

Marta Arrúa,
responsable del
Hogar San Ricardo.

“Creo que el trabajo de Mboja'o es muy importante para la Fundación, porque podemos darles lo mejor a los abuelos; y, gracias a las donaciones de Casa Rica se consumen sopas, empanadas y muchas variedades de alimentos que no se les daban antes”.

Carmen Torres,
responsable de Donaciones,
Fundación San Rafael.

“Me gusta mucho la comida de Casa Rica, que trae Mboja'o. Mi comida preferida es el tallarín; también me gustan las milanesas y la ensalada de arroz. Además, en el desayuno, puedo comer las chipas, las masitas dulces y los panes que suelen enviar”.

Michel Vera
(20 años),
Hogar Chiquitunga.



Red solidaria

Otras organizaciones que reciben el apoyo de Casa Rica, desde 2017, con la entrega de alimentos para sus beneficiarios de programas y proyectos son:

La Fundación Alto Refugio es una organización de la sociedad civil, que brinda apoyo a personas con VIH/sida en Paraguay. Busca unir esfuerzos a favor de todas estas personas afectadas, comprendiendo que esta lucha implica no solo consejería y educación, sino una necesidad de ayuda integral.

Cuentan con grupos de apoyo, una farmacia local, con medicamentos que son entregados sin costo (con prescripción médica); además, un espacio especial dedicado a los más pequeños con PVV (Personas Viviendo con VIH) y a los hijos de personas PVV.

Con la cooperación de Casa Rica, desde 2017, unos 12.000 adultos y 5.000 niños con VIH/sida y sus familiares recibieron comida diariamente.

La Fundación Virgen de Fátima busca promover en todo el Paraguay la devoción a María a través de actividades de formación intelectual, cultural, musical, deportiva, ética y artística para niños, niñas y jóvenes.

El aporte de comida, que brinda Casa Rica, llega a personas en localidades como los asentamientos del barrio Espíritu Santo, Barcequillo y la parroquia San Lorenzo, alcanzando hasta la fecha a unas 1.000 personas, entre jóvenes, adultos, niños y niñas.



Resumen de entregas en 2021

	ORGANIZACIÓN	Total kilogramos	Equivalente en guaraníes
	Fundación Alto Refugio	14.046	131.207.099
	Alimentos varios procesados	116	1.567.890
	Alimentos venta salón	5.911	76.241.625
	Panificados varios	8.019	53.397.584
	Mboja'o	47.540	377.450.052
	Alimentos varios procesados	22.950	266.302.208
	Alimentos venta salón	13	218.280
	Panificados varios	24.576	110.929.564
 Fundación Virgen de Fátima	Fundación Virgen de Fátima	31 476	224.969.194
	Alimentos varios procesados	246	2.953.571
	Alimentos venta salón	150	661.789
	Panificados varios	31.079	221.353.835
	Niño Jesús de Praga	118	1.005.596
	Alimentos varios procesados	42	518.543
	Panificados varios	76	487.053
	TOTAL GENERAL	93.179	734.631.942



Alardeser Enle Schwa



Casa Rica

Desempeño Económico

Valor económico generado y distribuido

En el 2021, las ventas de Casa Rica aumentaron en un 19% versus el año anterior. Este crecimiento se debe principalmente a la apertura de la nueva sucursal de Casa Rica Los Laureles en diciembre del 2020.

(los niveles de consumo de hogares enfocados en el canal supermercado en el 2020 no se han mantenido en el año 2021, volviendo a niveles más cercanos a los del 2019).

Excluyendo las ventas de la sucursal de Los Laureles, las ventas se han reducido en un 5% versus el año anterior. Dicha reducción se explica principalmente por un periodo comparativo de facturación anormalmente alto durante los meses de marzo a octubre del 2020, debido a la pandemia del covid-19

% VENTAS TOTALES vs AÑO ANTERIOR

	2020	2021
Total	18%	19%

% Ventas vs. año anterior	2020	2021
Carnicería.	19%	23%
Verdulería-frutería.	10%	15%
Rotisería.	-9%	33%
Quesería.	26%	11%
Panadería.	12%	27%
Lácteos.	21%	10%
Confitería.	-2%	44%
Fiambrería.	25%	19%
Congelados.	39%	14%
Pastas frescas.	35%	1%
Cuidado del hogar.	34%	2%
Bebidas con alcohol.	16%	14%
Almacén.	38%	8%
Chocolates y golosinas.	15%	24%
Desayuno.	25%	18%
Bebidas sin alcohol.	17%	20%
Cuidado personal.	26%	2%
Condimentos-Salsas.	35%	8%
Diet.	7%	14%
Conservados.	26%	3%
Snacks.	26%	15%
Total general*	18%	19%

* Incluye nueva sucursal Casa Rica Los Laureles.

Con relación al valor económico distribuido (VED), este fue de G. 378.542.169.980; casi todas las partidas han aumentado en comparación al 2020, tal como se puede notar en el siguiente cuadro, principalmente debido a la inauguración de una tercera sucursal de ventas en Los Laureles, en diciembre del 2020.

En el 2020, ante la situación del covid-19, se ampliaron las donaciones; se destinaron recursos a iniciativas de la Red del Pacto Global, así como insumos materiales al Ineram; por ese motivo, el componente de “donaciones” en el 2021 aparece más bajo.

VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (VED)		
	2020	2021
Proveedores y gastos administrativos.	280.278.174.049	334.207.569.986
Remuneración colaboradores.	29.741.299.108	41.852.531.369
Impuestos Directos.	1.126.447.763	1.705.134.486
Iniciativas RSE (Incl. Donaciones).	1.203.069.588	776.934.139
TOTAL VED	312.348.990.508	378.542.169.980

Ratio salarial

Todos los colaboradores de la compañía, independientemente del sexo, tienen iguales oportunidades de acceso al empleo y los cargos, a recibir los beneficios establecidos en la ley y los demás otorgados por la empresa, así como a participar de las actividades de formación que son promovidas.

Los salarios se determinan por tipo de funciones, teniendo como parámetro el salario mínimo vigente.

	2021
Ratio de la compensación mensual de la persona mejor pagada de Casa Rica, frente a la mediana de la compensación mensual.	Mediana salarial: G. 28.314.662
	Salario inicial: G. 2.289.324
	Ratio salarial: 12

Cumplimiento de la legislación laboral

Los salarios se determinan por tipo de funciones, siguiendo la reglamentación del Ministerio del Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS), teniendo como parámetro el mínimo establecido.

RR. HH. / REMUNERACIONES	Total guaranies
Salario / Vacaciones.	32.751.788.735
Bonificación familiar.	525.130.270
Beneficios.	3.399.003.470
Aporte patronal IPS.	5.176.608.894
Total RR. HH. / Remuneraciones	41.852.531.369

Inversiones sociales y ambientales

Casa Rica tiene una política alineada al Objetivo de Desarrollo Sostenible 2 “Hambre Cero”. Esto implica la entrega del 100% de los alimentos cocinados, no comercializados, aptos para el consumo. Para el efecto, se estableció la alianza estratégica con la empresa social Mboja’o, que recoge esos alimentos y los entrega a hogares con los que tiene convenios de cooperación.

Al mismo tiempo Casa Rica realiza filantropía, a través de un fondo destinado especialmente al efecto, para apoyar acciones socialmente sensibles, o acompañar en situaciones adversas que hayan ocurrido.

Dictamen de Auditoría Externa



Audidores / Consultores / Contadores Públicos

Avay N° 382 c/ Caballero
Asunción - Paraguay
++ 595 21 370 560
www.martiasociados.com.py

DICTAMEN DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

A los Señores Presidente y Miembros del Directorio de ALIMENTOS ESPECIALES SOCIEDAD ANÓNIMA

Hemos auditado los estados contables que se acompañan de **ALIMENTOS ESPECIALES SOCIEDAD ANÓNIMA**, que comprenden el Balance General al 31 de diciembre de 2021 y los correspondientes Estados de Resultados, de Variación del Patrimonio Neto y de Flujos de Efectivo por el ejercicio terminado en esa fecha, así como el resumen de políticas contables importantes y otras notas aclaratorias adjuntas. Los estados contables al 31 de diciembre de 2020, que se exponen con fines comparativos, fueron examinados por nosotros y hemos emitido sobre los mismos un dictamen sin salvedades en fecha 20 de agosto de 2021.

Responsabilidad de la Administración

La administración de la Sociedad es responsable de la preparación y presentación de estos estados contables, de conformidad con las normas contables vigentes en la República del Paraguay. Esta responsabilidad incluye: diseñar, implementar y mantener el control interno relevante a la preparación y presentación razonable de los estados contables que estén libres de representaciones erróneas de importancia relativa, ya sean debidas a fraudes o error, seleccionar y aplicar políticas contables apropiadas y realizar estimaciones contables que sean razonables en las circunstancias.

Responsabilidad del Auditor

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre estos estados contables basados en nuestra auditoría. Efectuamos nuestra auditoría de acuerdo con normas internacionales de auditoría. Dichas normas requieren que cumplamos con requisitos éticos así como que planeemos y desempeñemos la auditoría para obtener seguridad razonable sobre si los estados contables están libres de representación errónea de importancia relativa.

Alcance

Una auditoría implica desempeñar procedimientos para obtener evidencias de auditoría sobre los montos y revelaciones en los estados contables. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluyendo la evaluación de los riesgos de representación errónea de importancia relativa de los estados contables, ya sea debida a fraude o error. Al hacer esas evaluaciones del riesgo, el auditor considera el control interno vigente relevante a la preparación y presentación razonable de los estados contables por la Sociedad, para diseñar los procedimientos de auditoría que sean apropiados en las circunstancias, pero no con el fin de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la Sociedad. Una auditoría también incluye evaluar la propiedad de las políticas contables usadas y lo razonable de las estimaciones contables hechas por la administración, así como evaluar la presentación general de los estados contables. Consideramos que la evidencia que hemos obtenido es suficiente y apropiada para proporcionar una base para nuestra opinión de auditoría.

Lic. Jorge Daniel Martí V.
Socio


Opinión

En nuestra opinión, los estados contables adjuntos presentan razonablemente, en todos sus aspectos de importancia, la situación financiera y patrimonial de **ALIMENTOS ESPECIALES SOCIEDAD ANÓNIMA** al 31 de diciembre de 2021, los resultados de sus operaciones y los flujos de efectivo por el ejercicio terminado en esa fecha, de acuerdo con normas contables vigentes en la República del Paraguay.

Informe sobre otros requisitos legales y reguladores

En cumplimiento de disposiciones legales vigentes informamos lo siguiente:

- a) **ALIMENTOS ESPECIALES SOCIEDAD ANÓNIMA** mantiene sus registros de acuerdo con lo establecido en la Ley N° 125/91, Ley N° 2421/04 y sus reglamentaciones.
- b) A la fecha del presente informe y considerando los límites de materialidad establecidos, la Sociedad ha cumplido con los pagos y/o ha provisionado sus obligaciones impositivas relacionadas con el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2021.
- c) Se ha dado cumplimiento a lo establecido en la Resolución General N° 30/2019, y sus modificatorias, que reglamenta el artículo 33 de la Ley N° 2421/04, no habiendo aspectos materiales impositivos que mencionar.

22 de agosto de 2022
Asunción, Paraguay



Lic. Jorge Daniel Martí V.
Socio
RUC: 825095-2

MARTÍ & ASOCIADOS
RUC: 80052100-5
REGISTRO SET N° 162/2020

Estándares GRI 2016 - Nivel ESENCIAL

Índice de contenidos GRI 102-55

GRI 102	CONTENIDOS GENERALES	Página/Respuesta directa
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
102-1	Nombre de la organización	Portada principal.
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	12 - 20
102-3	Ubicación de la sede	12 - 20
102-4	Ubicación de las operaciones	12 - 20
102-5	Propiedad y forma jurídica	22
102-6	Mercados servidos	Local; Capital y área metropolitana.
102-7	Tamaño de la organización	Mediana.
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	50 - 66
102-9	Cadena de suministro	50 - 66
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Es la primera Memoria de Sostenibilidad.
102-11	Principio o enfoque de precaución	Se aplica a través de las Certificaciones y Normas adheridas.
102-12	Iniciativas externas	20
102-13	Membresía a asociaciones	20
102-14	Iniciativas externas	8
ESTRATEGIA		
102-14	Declaración del más alto responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia para abordar la sostenibilidad.	29 - 35
ÉTICA E INTEGRIDAD		
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	21 - 29
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Participación en Mesas Temáticas de la Red del Pacto Global y en asociaciones empresariales.

Estándares GRI 2016 - Nivel ESENCIAL

Índice de contenidos GRI 102-55

GRI 102	CONTENIDOS GENERALES	Página/Respuesta directa
GOBERNANZA		
102-18	Estructura de gobierno	22
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
102-40	Lista de grupos de interés	35
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	CR no cuenta con Sindicatos conformados. Hasta la fecha no hubo manifestaciones relacionadas.
102 - 42	Identificación y selección de grupos de interés	35
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	35
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	Para la siguiente Memoria se prevé la realización de consultas con los grupos de interés.
PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES		
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	70 - 74
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	30 - 32
102-47	Lista de temas materiales	30 - 32
102-48	Reexpresión de la información	Ninguna.
102-49	Cambios en la elaboración de informes	Ninguno.
102-50	Periodo objeto del informe	3
102-51	Fecha del último informe	Es la primera Memoria de Sostenibilidad.
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Bianual.
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	3
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	3
102-55	Índice de contenidos GRI	76
102-56	Verificación externa	No

GRI 200 - ECONÓMICOS

GRI 201 Desempeño económico	201-1 Valor económico directo generado y distribuido.	70 - 74
	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y Oportunidades, derivados del cambio climático.	
	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación.	
	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno.	
GRI 202 Presencia en el mercado	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local.	73
	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local.	22
GRI 203 Impactos económicos indirectos	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados.	66 - 69
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos.	
GRI 204 Prácticas de Adquisición	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales.	57
GRI 205 Anticorrupción	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción.	Previsto para el próximo ejercicio.
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.	COP al Pacto Global de las Naciones Unidas; 28 29
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas.	29
GRI 206 Competencia desleal	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.	Sin casos formales recepcionados.

GRI 300: AMBIENTALES

GRI 301 Materiales	301-2 Insumos reciclados utilizados.	36 - 47
	301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado.	
GRI 302 Energía	302-1 Consumo energético dentro de la organización.	36 - 47
	302-2 Consumo energético fuera de la organización.	
	302-3 Intensidad energética.	
	302-4 Reducción del consumo energético.	
	302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios.	

GRI 303 Agua	303-1 Extracción de agua por fuentes.	
	303-2 Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua.	36 - 47
	303-3 Agua reciclada y reutilizada.	

GRI 304 Biodiversidad	304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas.	
	304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad.	36 - 47
	304-3 Hábitats protegidos o restaurados.	
	304-4 Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	

GRI 305 Emisiones	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1).	
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).	
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).	
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI.	36 - 47
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI.	
	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO).	
	305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire.	

GRI 306 Efluentes y residuos	306-1 Vertido de aguas en función de su calidad y destino.	
	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación.	
	306-3 Derrames significativos.	36 - 47
	306-4 Transporte de residuos peligrosos.	
	306-5 Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentía.	

GRI 307 Cumplimiento ambiental	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.	36 - 47
---	---	---------

GRI 308 Evaluación ambiental de proveedores	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales.	36 - 47
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	

GRI 400: SOCIALES

	GRI 401 - Empleo 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personas.	
GRI 401 Empleo	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales. 401-3 Permiso parental.	50 - 66
GRI 402 Relaciones trabajador - empresa	402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	50 - 66
GRI 403 Salud y Seguridad en el trabajo	403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador empresa de salud y seguridad. 403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional. 403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad. 403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos.	50 - 66
GRI 404 Formación y enseñanza	404-1 Media de horas de formación al año por empleado. 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición. 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional.	50 - 66
GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados. 405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres.	50 - 66
GRI 406 No discriminación	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendida.	50 - 66
GRI 407 Libertad de asociación y negociación colectiva	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo.	50 - 66
GRI 408 Trabajo infantil.	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.	Pendiente de evaluación.
GRI 409 Trabajo forzoso u obligatorio	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.	Pendiente de evaluación.

GRI 410 Prácticas en materia de seguridad	410-1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos.	50 - 52
GRI 411 Derechos de los pueblos indígenas	411-1 Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas.	Sin reclamos hasta la fecha.
GRI 412 Evaluación de Derechos Humanos	412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos.	Pendiente de evaluación
	412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos.	50 - 52
	412-3 Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos.	20
GRI 413 Comunidades locales	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo.	66
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales.	Pendiente de evaluación
GRI 414 Evaluación social de proveedores	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales.	57
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	En proceso de aplicación de Guía de Compras Sostenibles.
GRI 415 Política Pública	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos.	CR no aporta a este sector de actividades.
GRI 416 Salud y Seguridad de los clientes	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios.	60 - 6
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.	
GRI 417 Marketing y Etiquetado	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios.	60 - 5
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios.	
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing.	
GRI 418 Privacidad del cliente	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente.	Sin casos reportados.
GRI 419 Cumplimiento socioeconómico	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico.	Sin casos reportados.



Metas

2022 / 2023

Ambiental

Incrementar la transformación y/o el reciclaje de los residuos separados en origen.

Optimizar el consumo energético, con base en los resultados de las mediciones realizadas.

Ampliar el uso de empaques más sostenibles, e incluir a la familia de productos de frutos secos.

Medir e incrementar los mecanismos de mitigación y compensación de GEI, como parte del proceso hacia la carbononeutralidad.

Potenciar el programa de educación ambiental en curso.

Continuar desarrollando alianzas estratégicas y más acciones de economía circular para integrar e inspirar a más sectores y actores claves del país.

Social

Dar continuidad a los procesos de construcción de la cultura de inclusión, tanto interna como externamente.

Fortalecer el trabajo desarrollado con las mipymes actuales e incorporar a otras nuevas.

Mantener las alianzas enfocadas en la reutilización de alimentos y medir los resultados.

Potenciar los programas de voluntariado como eje transversal a todos los objetivos del Plan de Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad.

Mantener los vínculos con las instituciones de enseñanza profesional y terciaria, para colaborar en procesos de entrenamiento y ciclos de investigación, aprovechando nuestras instalaciones y operación.

Bienestar colaboradores

Contribuir al desarrollo de los colaboradores mediante la comunicación, sensibilización, concienciación y beneficios que impacten positivamente en su vida y la de sus familias.

Aumentar la productividad, motivación y mejoramiento del clima laboral.

Reforzar el sentido de pertenencia de los colaboradores dentro de la organización y así disminuir los índices de rotación.

* Detalle de la obra "El último refugio" de Ysanne Gayet





Casa Rica España

Avda. España c/ Dr. Bestard

Casa Rica Molas López

Avda. Dr. Felipe Molas López y Julián Alarcón

Casa Rica Los Laureles

Dr. Facundo Machaín y R.I.6 Boquerón

SAC (021) 729 7200

sac@casarica.com.py

www.casarica.com.py

