

Empresa apuesta por los envases biodegradables

●●●
La firma Paraguay Business Group diseñó nuevos packs para sus productos orgánicos: yerba mate, azúcar, té de katuaba, que ahora vienen contenidos en cajas de material biodegradable de producción nacional con impresión responsable CO2 neutro. La acción forma parte de una estrategia de la empresa que se basa en una triple línea de resultados, donde lo económico y lo ambiental están en equilibrio.

Deisy Sitjar, directora de la firma, explicó que, basada en su experiencia en el mercado exterior, cree que la estrategia va más allá de ser la correcta desde el punto de vista ambiental y social, pues les permitirá el ingreso a mercados de primer mundo como Estados Unidos y Europa.

CONCIENCIA. La cultura del consumo de productos orgánicos y el valor que tiene para el ambiente un producto biodegradable va instalándose de a poco en la conciencia de los paraguayos que se evidencia en el crecimiento y desarrollo de las tiendas naturales para cubrir la demanda de un mercado que prefiere y prioriza la salud antes que el precio. “Ya quedaron atrás los tiempos en que solo se buscaba precio; existe un consumidor más consciente de temas como la buena nutrición, la obesidad en los chicos, el gluten para los celíacos, etc.”, dijo Sitjar.

La empresa viene realizando acciones, generando debate sobre el tema en grupos como Green Drinks, conformado por gente que está haciendo

algo por el medio ambiente, la sociedad y el planeta, generando información desde sus espacios virtuales como la website, y hoy están queriendo generar una web más general para educar al público sobre su filosofía de negocios, que es compartida con muchas otras empresas del Paraguay y del mundo.

JEROVIA. Todas las acciones de la empresa siguen la misma línea; es por eso que también cuenta con una bolsa con material biodegradable que se podrá adquirir en todos los puntos de venta donde estén los productos de Jerovia.

Para Sitjar, el mundo orgánico-natural es fascinante, “Todo lo iniciado e implementado hasta hoy sólo nos ha llenado de satisfacciones. Avanzamos en todas nuestras categorías, convencidos de que somos uno de los pioneros en poner a la mano del consumidor nacional opciones de salud y naturaleza que son muy bien apreciadas y cada vez más valoradas por ellos”, dijo.

La empresaria resaltó que cada una de las categorías tiene su propia estrategia, pero la punta de lanza será la yerba mate. “Tenemos razones estratégicas por las cuales Jerovia tendrá una tendencia hacia la Yerba, mientras en realidad es una gama de productos sustentados bajo los mismos conceptos de producción. La empresaria sostiene que si bien en Paraguay el mercado orgánico aún es incipiente, en la medida en que el consumidor entienda de sus beneficios y su impacto social y ambiental,

tendrán gran aceptación.

“Como etapa inicial la yerba Jerovia tendrá dos desafíos: primero, la etapa de educación; hacerle saber al consumidor sobre los 196 componentes activos, 25 vitaminas y minerales, 18 aminoácidos y 11 polifenoles

que encuentran en la yerba mate; y segundo, la etapa de expansión comercial, con planes de mediano y largo plazos.

“La tercera y última etapa es el mercado externo; primero Brasil, luego Estados Unidos y Europa.”



Biodegradables. Bolsas compatibles con el ambiente.

El auto N° 9 Toyota Celica no aparecerá el sábado 2 de octubre, debido a un retraso en la llegada de las mercaderías en tránsito marítimo.

PEDIMOS DISCULPAS A NUESTROS LECTORES Y AGRADECEMOS SU COMPRENSIÓN.

LLEGA LA PRIMERA

COLECCIÓN *super autos*
Deportivos de leyenda



N° 9



Toyota Celica



Toyota Celica



**AUTOS+REVISTAS CON TODA LA INFO DE CADA AUTO+STICKERS
TODOS LOS SÁBADOS CON ÚLTIMA HORA.**

DIARIO + COLECCION = GS. 30.000

ULTIMAHORA
Leé la verdad



Envoltorios. La firma ya utiliza materiales biodegradables para varios de sus productos comercializados.