

**àlicorp**



**LA RUTA DEL VALOR Y EL BIENESTAR**  
HISTORIAS DE SOSTENIBILIDAD 2011 Y 2012

En Alicorp tenemos una visión de largo plazo: triplicar nuestro valor de empresa, y para ello tenemos un propósito que vivimos cada día: generar valor y bienestar para las personas con cada uno de nuestros productos y con cada decisión que tomamos.

**E**n Alicorp creemos que nuestro trabajo debe no sólo asegurar el crecimiento y rentabilidad de la compañía, sino que además debe ser fuente para asegurar el bienestar presente y futuro de quienes nos rodean, de quienes son parte de nosotros y a quienes llegamos con lo que hacemos día a día. Es en torno a ello que gira nuestro modelo de desarrollo sostenible: queremos trascender como empresa, dejar una huella positiva, crecer y que las personas crezcan y se desarrollen con nosotros. Ese modelo está presente en todos nuestros negocios y en toda nuestra operación, y se compone de tres grandes ejes:

- La promoción de estilos de vida saludables en las familias de todos los países donde tenemos presencia.
- La reducción y mitigación de nuestros principales impactos en el medio ambiente, usando los recursos de un modo responsable.
- El desarrollo de capacidades para generar progreso a lo largo de nuestra cadena de valor.

Es así que a lo largo del 2011 y 2012 hemos tenido distintos avances en estos tres ejes. Algunos de los logros destacados tienen

que ver, por ejemplo, con La Radio Saludable, uno de nuestros principales programas, mediante el cual capacitamos a comunicadores radiales del Perú para que incluyan en sus producciones información sobre nutrición y desarrollo infantil. Con La Radio Saludable hemos capacitado a 537 radiocomunicadores rurales al 2012. Además, 41 producciones radiales sobre salud y nutrición infantil participaron en la primera edición del Concurso de La Radio Saludable (2012).

Por otro lado, hemos trabajado en consolidar nuestro programa Capacitación Laboral Juvenil, con el que promovemos la empleabilidad de peruanos entre 18 y 25 años de escasos recursos económicos y sin experiencia laboral, quienes tienen la oportunidad de estudiar gratuitamente e insertarse con éxito al mercado laboral. Sólo en el 2012, por ejemplo, hemos formado a 251 jóvenes, distribuidos entre las plantas de Lima y Arequipa. El 17% de los graduados pasaron a ser trabajadores estables de la empresa.

Desde el punto de vista medioambiental, en el 2012 inauguramos una planta que procesa 350 metros cúbicos de agua al día, mejorando notoriamente la calidad de nuestros efluentes y reduciendo nuestra huella ambiental. Esto se dio en línea

con un programa que lleva más de 10 años en la compañía, Producción Más Limpia, con el que hemos reducido 90% nuestro consumo de agua, pasando de entre 350,000 y 400,000 a 40,000 metros cúbicos de agua.

Otro hito clave es que gracias al proyecto Base de la Pirámide, hemos llegado a 10,000 nuevos puntos de venta en zonas urbanas alejadas en el Perú. Con ello hemos ampliado las alternativas de compra para los consumidores, quienes ahora pueden acceder a productos de calidad que les generan valor y bienestar, y también para nuevos clientes, que ya no deben trasladarse a otras locaciones para encontrar nuestros productos, ganando tiempo para ellos y sus familias.

Estoy seguro de que durante los próximos años continuaremos consolidando nuestra estrategia de desarrollo sostenible, siempre buscando generar valor y bienestar a todos quienes nos rodean.

Espero que disfruten y sea de valor para ustedes nuestro Reporte de Sostenibilidad 2011-2012.

**Paolo Sacchi**  
CEO de Alicorp







Tomar la ruta del valor y el bienestar significa **hacer las cosas bien, para generar un bien en las personas.**

# Consejos en AM

**Texto:** Carolina Martín

**Fotografías:** Antonio Escalante

Desde su cabina de Pachamama Radio, en Puno, Verónica Hanco transmite consejos sobre nutrición y desarrollo infantil que llegan a 103 distritos del Altiplano. Ella forma parte del programa La Radio Saludable, con el que Alicorp promueve la difusión de mensajes educativos en zonas rurales de 9 regiones del Perú.



○ Verónica Hanco (Puno), tercer puesto en el concurso La Radio Saludable 2012.



Más de  
**50,000**  
 dólares  
 fueron invertidos en  
 el programa La Radio  
 Saludable durante  
 el 2012.



La Radio  
 Saludable está en  
 Huancavelica,  
 Arequipa,  
 Andahuaylas,  
 Abancay,  
 Ayacucho,  
 Cajamarca, Cusco,  
 Pasco y Puno.

La radio colgada sobre el dintel de la puerta de su pequeña casa marca el compás del día a día de Isabel Colca. A falta de reloj, el pequeño aparato le indica a esta madre de familia de 34 años la hora exacta a la que se levanta, siempre antes del amanecer, así como el momento en que debe empezar a cocinar, tejer y limpiar su hogar. A su esposo Junior, un año mayor que ella, le señala el tiempo correcto para ir a la chacra a cuidar sus cultivos de papa, quinua y cebada. Y a su hija Melissa, de 11 años, le dice cuándo debe salir de la casa para llegar puntual al colegio. La voz de Pacha Illary («amanece el mundo», en quechua), el programa de Pachamama Radio que escucha casi con devoción, es su fiel compañero. No sólo porque le sirve de reloj y transmite esos huainos que tanto le alegran. A través de sus ondas le da los mejores consejos sobre las formas más nutritivas de alimentar a su familia. Y ella los sigue al pie de la letra. Sabe que funcionan.

La vida en Atuncolla, la comunidad en la que Isabel Colca tiene su hogar, no siempre es fácil. Ubicada en pleno Altiplano, junto a la laguna Umayo y las chullpas de Sillustani, a sólo media hora de la ciudad de Puno, en la vía hacia Juliaca, esta pequeña localidad quechuahablante se abrasa por el día y se congela por la noche. Aprovechar los recursos disponibles, por lo tanto, es una prioridad en esta región en la que la tasa de desnutrición crónica en niños menores de cinco años llega al 16%. Isabel no quiere que su segundo hijo, Junior, de apenas 2 años, forme parte de esas estadísticas.





○ La Radio Saludable busca disminuir la desnutrición infantil en el Perú.

La voz de la joven locutora que acompaña por la radio a esta madre de familia de lunes a viernes, de 3:30 a 5:30 de la mañana, pertenece a Verónica Hancco, de apenas 26 años. Isabel no conoce su rostro, sólo su voz, pero la siente casi parte de la familia. Verónica, una antropóloga nacida en Orurillo, a cuatro horas de Puno, les dice cuándo hay nubes y viento para que protejan su chacra, les explica algunos trucos para que las cosechas salgan mejor y les da recetas sobre comidas nutritivas. «La radio es una parte más de

mi cuerpo, una extensión de mi oído. Me acompaña cuando tejo y gracias a ella he aprendido a preparar mucho mejor mi sopa de quinua, mi patacaldo y mi mazamorra. Ahora también sé cómo tengo que hacer para alimentar mejor a mi bebé, para que crezca sano y fuerte. La leche, por ejemplo, no puede faltar», explica Isabel.

Desde su cabina en Pachamama Radio (850 AM) Verónica se siente orgullosa de su trabajo: «Para mucha gente la radio es el único medio de información, por eso

busco transmitir lo que sé con la mayor claridad posible». Esta labor la llevó a ocupar el tercer puesto en la primera edición del concurso La Radio Saludable, que promueve la difusión de mensajes educativos en temas de nutrición y desarrollo infantil, a través de los programas radiales dirigidos a la población rural. Quedó tercera de 41 producciones.

Pacha Illary, el programa radial que conduce Verónica Hancco, es un sueño cumplido. Y eso que para hacerlo apenas duerme. Comienza y termina cuando aún no ha salido el sol. Pero su pasión es comunicar: «Me hace feliz saber que el programa llega a 109 distritos y a 13 provincias». Su programa es muy escuchado. Lo comprueba cada día, con las decenas de llamadas que recibe de gente que quiere opinar sobre los temas de los que habla en el aire. Y cuando se acerca a las comunidades para producir sus reportajes, en cuanto pronuncia un par de palabras todos la reconocen como la locutora que les acompaña en las madrugadas y la felicitan por su trabajo. La sienten muy cercana a ellos y a sus problemas.

Para llegar hasta ellos esta antropóloga y periodista

autodidacta se sirve de todas las herramientas proporcionadas. Le gusta dar noticias, pero también hacer cuñas e incluso radionovela. Y todo lo hace en su lengua natal, el quechua, el idioma de la gente de las comunidades, lo cual la vincula aún más con sus oyentes, estén donde estén. Incluso en las islas de los uros, en el lago Titicaca, donde se hacen un espacio entre las conversaciones aimara que predominan en este reducto flotante construido a base de totoras. Es la magia de las ondas.

Apuesta por la radio

La Radio Saludable es una original manera de formar a comunicadores radiales que Alicorp desarrolla desde 2010, junto con la Asociación Mundial de Radios Comunitarias en América Latina y el Caribe (Amarc ALC) y las direcciones regionales de salud (Diresa) en Huancavelica, Arequipa, Andahuaylas, Abancay, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Pasco y Puno. La dinámica es sencilla pero muy potente: se les proporciona a los participantes información de salud de su región a través del portal [www.laradiosaludable.com](http://www.laradiosaludable.com), de su cuenta en Facebook y de un Manual de Radio Comunitaria



**Un programa para todos**  
En 2012 La Radio Saludable de Alicorp lanzó un concurso a nivel nacional para comunicadores de programas de emisoras dirigidas a la población rural, los cuales debían crear producciones sobre temas de nutrición y desarrollo infantil. Los ganadores fueron Christian Arango Vallejos, de Chaski Radio en Ayacucho (primer puesto), Hugo Condori Chambilla, de Radio Yaraví en Arequipa (segundo puesto) y Verónica Hancco Arenas, de Pachamama Radio en Puno (tercer puesto). Ellos se hicieron acreedores de una pasantía en México por dos semanas, una laptop y una grabadora digital, respectivamente.



y Nutrición, validado por el Ministerio de Salud, que incluye audios en español, quechua y aimara. Además se les capacita en el uso de técnicas radiales a través de talleres.

**Recetas sonoras**

Minutos antes de empezar el taller, Carlos Rivadeneyra y Flavia Goya, coordinador y capacitadora de Amarc ALC, se alistan en el salón donde más de un centenar de periodistas llegados de toda la región de Puno se han reunido para «aprender a cocinar una radio saludable y nutritiva». Vestido con un delantal que le señala como magnífico chef, Carlos inicia su motivadora exposición. Reivindica la esencia humana del comunicador, habla de la creatividad en las ondas y pide a los presentes que utilicen todos los sentidos para acercarse a sus oyentes. Y todo como si de una receta culinaria se tratara. «Hoy cocinamos radio», afirma.

Todos aplauden y toman nota. Su compromiso con el taller de capacitación de La Radio Saludable es claro. Saben que en él aprenderán nuevas y exitosas técnicas de producción que aplicarán en sus programas. Y Carlos les habla entonces de

los dos principales ingredientes que no deben perder de vista: estar bien informados y transmitir siempre con mucho cariño y buen humor. «Para hacer buena radio hay que percibir qué siente la población, escucharla y de ahí pensar nuestros programas. Hay que atraer y educar al público de una manera clara y atractiva. Y hacerlo de forma honesta, justa y valiente. A veces los años de profesión borran las viejas y valiosas convicciones. No permitamos eso», sostiene con pasión.

El taller de capacitación La Radio Saludable, que tuvo lugar en Puno, reunió a comunicadores de Juli, Ananea, Macusani, Moho, Juliaca, Yunguyo, Huancané, Azángaro, Acora, Nuñoa y la propia ciudad de Puno. La estrategia de comunicación se repite, a lo largo del año, en todas las regiones en las que Alicorp desarrolla su programa. Luego los comunicadores replican lo aprendido a través de sus ondas. Los resultados ya comienzan a notarse en los contenidos de los programas radiales, es la magia de La Radio Saludable que, como dice Flavia, «está, sobre todo, en la energía y pasión compartida por sacar adelante a nuestro Perú». 🍷

○ Desde 2010 se ha capacitado a 1146 comunicadores, estudiantes de comunicación y personal de salud.





# Una luz entre las montañas

**Texto:** Piero Peirano

**Fotografías:** Antonio Escalante

Gracias al proyecto Base de la Pirámide (BdP), los productos de Alicorp llegan a cientos de hogares en pequeñas comunidades altoandinas, que hoy están integradas al mercado local. Las historias que se viven en Huancabamba, Piura, uno de los muchos destinos de BdP, son una gran muestra del impacto de este nuevo enfoque de distribución.

○ Facilitar el acceso a productos de calidad es uno de los objetivos de inclusión social que se ha trazado este proyecto.





En el 2012

# 900 toneladas

de productos **Alicorp**  
fueron vendidas  
mensualmente  
gracias a BdP.



Amanecer en  
Huancabamba, Piura.  
Desde el 2012 los  
productos de Alicorp  
llegan a esta y otras  
provincias del Perú  
gracias al proyecto  
de distribución BdP.

Cuando llega la noche, Huancabamba luce como un pequeño poblado de estrellas blancas y amarillas, en medio de las montañas de la sierra de Piura. La ciudad está a casi 2,000 metros de altura y quienes la conocen dicen que puede recorrerse a pie en sólo un día, despertando muy temprano, para partir después desde la plaza central hacia los caseríos más lejanos. Miguel Otoy, vendedor de Dex Difaro, distribuidora exclusiva y socia de Alicorp, conoce de cerca todos los comercios de Huancabamba. Ha hecho este recorrido decenas de veces desde que llegó allí hace un año y medio, cuando la empresa decidió implementar el proyecto Base de la Pirámide (BdP) en la zona. Gracias a ello, los productos de Alicorp llegan a Huancabamba con la misma calidad de servicio que se brinda en las grandes ciudades. Algo que enorgullece por completo a Miguel.

Mientras camina por el pueblo y algunas personas se reúnen a ver televisión en una plazuela al aire libre, Miguel comenta que disfruta trabajar con los pobladores de Huancabamba. Según sus propias palabras, han crecido juntos. Esto es muy cierto. De alguna manera, el proyecto BdP ha contribuido al desarrollo de cientos de comunidades. Antes los comerciantes veían cómo el precio de las marcas de Alicorp se incrementaba como consecuencia de las labores de intermediación en la distribución y cómo las promociones que anunciaban en





televisión eran sólo para las grandes ciudades. Esto fue hasta que BdP se adaptó a las particularidades de las zonas urbanas más alejadas, aquellas de menos de 20,000 habitantes y a las que se tarda un máximo de 5 horas en llegar. En menos de 6 meses de activado este nuevo modelo de distribución, ya contaba con más de 10,000 clientes adicionales.

**Días de campos**

Los comerciantes de Huancabamba son beneficiados con BdP. Las ventajas de este proyecto de Alicorp alcanzan a las tiendas del pueblo y los mayoristas saben que ha sido una solución a la hora de encargar sus pedidos. Para Campos, quizá el mayorista más grande de Huancabamba, BdP ha significado un cambio en su forma de trabajar,



Huancabamba es uno de los nuevos puntos de distribución de Alicorp y vende ocho toneladas de sus productos semanalmente.

simplificando sus compras todas las semanas. En la tienda de Campos, que no es una persona, sino una familia, trabajan Jacinto Campos, el padre, y sus hijos Natividad, Humercindo y Wilmer, quienes atienden el negocio. Natividad, con sólo 28 años, es el dueño.

Su relación con Alicorp comenzó hace un año y medio, cuando los productos empezaron a llegar a la puerta de su negocio. «Ahora los recibimos en la tienda, lo que nos ha ahorrado tiempo y ha incrementado las ventas», explica tranquilamente Natividad, quien aumentó a la vez sus pedidos a Alicorp. El proyecto BdP hizo que Natividad dejara de viajar a Chiclayo para comprar su mercadería: «Ahora aprovecho el tiempo para atender mejor a mis clientes y pasarlo con mis hermanos». Comparte el trabajo, seguro, pero también los almuerzos llenos de bromas y conversaciones en las que su padre Jacinto siempre lleva la batuta.

**Mesa familiar**

Nerly Melendres y Luis Gil nacieron en Huancabamba. Allí crecieron, se conocieron y ahora son padres de dos niños: el pequeño Juan Luis, de casi año y medio, y Valeria, una

niña de cabellos rubios que pronto cumplirá ocho años.

Esta tarde Nerly cocina para ellos. Les ha preparado tallarines con pollo, que complementa con una deliciosa ensalada de verduras. Nerly comenta que hace muchos años cocina con los fideos de Alicorp, pues las texturas que tienen son diferentes y su sabor es mejor. Entre los ingredientes que usa para sus tallarines destacan una botella de aceite Capri y los sobres, ya vacíos, de Don Vittorio.

«Ahora es más fácil comprar en el pueblo, antes no había tantas opciones como hoy», comenta mientras recoge la mesa. A partir de una distribución más directa gracias al proyecto BdP, las alternativas de compra se han ampliado en Huancabamba y se ha generado, en paralelo, un mercado más competitivo, con los mismos productos y precios que encontramos en ciudades como Piura y Lima.

La historia de la familia de Nerly demuestra la importancia que tiene para Alicorp ser flexible, adaptarse a realidades diferentes y lograr la agilidad necesaria para llegar a nuevos mercados. BdP tiene un impacto en los comerciantes, pero también en



**¿Qué es el proyecto BdP?**

El proyecto BdP es un nuevo modelo de distribución de Alicorp adaptado a las particularidades de las zonas urbanas más lejanas del interior del Perú. Atiende las necesidades básicas de consumo de un sector importante de la población nacional.



los consumidores. He ahí la gran importancia de este nuevo modelo de distribución, gracias al cual hoy Alicorp llega a más de 200 nuevos distritos altoandinos del Perú.

**Hacemos pan**

Cristhian Puelles, un panadero de 38 años de edad nacido en Huancabamba, retira bandejas llenas de pan de un tradicional horno de leña. Cristhian trabaja más de 20 años en este oficio. Casi toda su familia hizo pan desde siempre. Su bisabuela lo hacía, al igual que su abuela, y también su tía Juana Pérez, la dueña de la panadería Juanita, en donde trabaja. Él utiliza harina Nicolini porque su calidad es mejor: «Es especial: blanquita y más fina».

Con esa harina ha trabajado desde que se inició en este oficio. Detrás de él, su hermano Rodolfo, algo



más joven, prepara la masa para los pasteles que saldrán en la tarde. Para ello utilizan también la manteca de Alicorp, que descansa a un lado de las bandejas de pan.

El día de trabajo de Rodolfo, al igual que el de Cristhian, comienza muy temprano y termina muy tarde. Ambos trabajan desde las 4 de la mañana hasta las 5 de la tarde, casi todos los días, excepto los domingos. Y fruto de ese esfuerzo, buena parte de los pobladores de Huancabamba disfrutan de un pan delicioso a diario y en el momento que lo requieran. No por nada producen más de 2,500 panes y esa producción sigue incrementándose gracias a que BdP ha acercado los productos al negocio. Ya no pierden tiempo esperando en pedidos que demoraban mucho tiempo en llegar. Sobre todo para ellos, que diariamente utilizan un quintal de harina para trabajar. Eso dice Cristhian. Lo dice con la humildad de quien trabaja mientras todos duermen, con el apoyo de su hermano y la compañía de una vieja radio, para que las personas tengan un desayuno agradable.

Él y su hermano, como la familia Campos y Nerly, son el rostro visible de un proyecto que

Alicorp empezó a trabajar hace algunos años. En ese entonces, como sigue siendo ahora, la meta era llevar bienestar a los pueblos y las comunidades más lejanas en el país. Los resultados del proyecto BdP dicen que ha sido bueno para todos, y que seguramente se extenderá en el futuro a otros pueblos. Quizá sin saberlo, una señora en el mercado de Huancabamba lo explicó de una forma mejor: «Cuando uno se acostumbra a las cosas buenas, esas cosas que nos hacen mejor la vida, ya no las puedes dejar».

La llegada de los productos de Alicorp no sólo favorece directamente a cada familia sino que impulsa el crecimiento de negocios.





# Formación en blanco y rojo

**Texto:** Carolina Martín

**Fotografías:** Antonio Escalante

En una de las plantas de Alicorp, donde se guardan los secretos de las más ricas galletas, un grupo de operarios compatibiliza su trabajo diario con clases de matemáticas, física y química, impartidas en las mismas instalaciones de la fábrica. Son los integrantes del Programa de Capacitación Laboral Juvenil, jóvenes por los que apuesta Alicorp.

El programa está dirigido a jóvenes de entre 18 y 22 años sin experiencia laboral y con estudios superiores inconclusos.





**2 millones de soles**

invierte **Alicorp** cada año en el Programa de Capacitación Laboral Juvenil.

**E**n el interior de la fábrica el olor es tan dulce que uno casi siente haber vuelto a la infancia. Cientos de galletas Casino, Marquesitas, Wafers y todas las demás la familia Alicorp suben y bajan por un complejo sistema de rampas perfectamente coordinado. Algunas incluso por encima de las cabezas de los casi 500 operarios que se encargan de que todo salga a la perfección. El movimiento es constante. Elizabeth Sovia, de 24 años, es muy ágil y no deja escapar ni una sola galleta. Ella está en la Línea de Tentación, la número 1, que da cuenta de una inmensa fila de crocantes obleas de chocolate, naranja, coco y vainilla ya embolsadas, de las cuales debe comprobar que estén en fecha, listas para ser empaquetadas y transportadas hasta las bodegas de todo el país.

Elizabeth lleva más de 2 años trabajando para Alicorp: ella fue uno de los 24 seleccionados en el 2011 para ser parte del Programa de Capacitación Laboral Juvenil (CLJ) de la empresa, que en alianza con el Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial (Senati) desde el 2013, forma a jóvenes para que se inserten exitosamente en el mercado laboral. Elizabeth integró la tercera promoción de CLJ y, como su desempeño fue sobresaliente, al terminar el año fue empleada de forma estable por Alicorp. Una situación que nunca imaginó aquella mañana de domingo en la que vio el anuncio de CLJ en el periódico y decidió llamar.

**O** 251 jóvenes formaron parte de la promoción CLJ 2012, distribuidos entre las plantas de Lima y Arequipa.



«Yo había dejado mis estudios de Ingeniería Industrial en la Universidad de San Martín de Porres por falta de dinero. Y no encontraba trabajo porque en todas partes me pedían una experiencia laboral que no tenía. Pero eso no le importó a Alicorp. Después de una entrevista, me llamaron para darme dos buenas noticias: iba a estudiar y trabajar», relata Elizabeth, quien durante varios meses llevó una gorra con la visera roja, un elemento inconfundible de los miembros del programa. Todos los lunes, durante un año, se esforzó por

aprender matemática, física, química, seguridad, calidad y cultura organizacional, entre otras materias. «Fue una gran oportunidad, porque luego me contrataron. Ahora estoy muy bien aquí», explica mientras ordena las bolsas de Tentación. Hace pocos minutos ha comenzado su turno, el que llaman de «amanecida», de 11 pm a 7 am. Trabaja de noche, duerme de día y por las tardes, ahora sí, estudia el segundo ciclo de Ingeniería Industrial en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

(UPC), un viejo sueño retomado gracias a la estabilidad económica que le da su trabajo en Alicorp, que flexibiliza además sus turnos para que pueda compatibilizar su empleo con su formación. «Es una gran oportunidad y hay que aprovecharla», cuenta Elizabeth. Ésa es una opinión que comparte con Dani Magipo, de 19 años y compañero en el área de galletas, aunque en un turno diferente. Él pertenece a la actual promoción de CLJ. «Ésta es una experiencia muy chévere. El ambiente

laboral es cómodo, uno hace buenos amigos y la rutina es muy agradable», dice Dani. Según Dani, «desde el cole» lo suyo son los números, no las letras. Y su proyecto de vida incluye estudiar Contabilidad en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM). Por eso se esfuerza en ser el más aplicado de los alumnos del programa, para tener la mejor base académica. Está cumpliendo su plan al pie de la letra, ya es uno de los alumnos destacados.

«Yo apenas tenía experiencia laboral y este programa me cayó como anillo al dedo. Nunca pensé, en verdad, trabajar y al mismo tiempo formarme. Y menos que una empresa tan grande nos extendiera la mano de esta forma, y nos apoyara en nuestro presente y futuro», afirma.

En su misma aula se sienta Elena Chachapoyas, de 18 años y compañera de promoción. Ella también sueña con estudiar una carrera, Ingeniería Industrial, en su caso en la Universidad Nacional Federico Villarreal. Por eso cuando oyó del Programa de CLJ de Alicorp lo tuvo claro. «Era mi oportunidad. Así debía ser». Y postuló. Sólo fueron

seleccionados 15 alumnos. Un motivo de orgullo para esta joven amante de las matemáticas.

Elena vive con su madre, delicada de salud. Todos sus esfuerzos van orientados a cuidarla y darle una vida mejor. Por eso lo que gana con su trabajo en Alicorp lo ahorra para su recuperación. Luego ya llegará la universidad. «Me considero una buena estudiante y una persona muy luchadora. Sé que así podré hacer lo que deseo», dice.

Del programa rescata muchas cosas: las clases, la enseñanza de valores («para el trabajo pero, sobre todo, para la vida»), los buenos ratos con sus compañeros y la práctica deportiva de cada lunes, que ella centra en el vóley, su favorito. «Desde que formo parte de la capacitación he perdido timidez, me cuesta mucho menos expresarme en público. Y siento que somos buenos amigos, somos un buen grupo dispuesto a aprovechar la excelente oportunidad que se nos ofrece. Todos tenemos muchas ganas de salir adelante y la competencia es sana. Así que aprovechamos cada momento al máximo», precisa con una enorme sonrisa. ■



**¿Qué es la Capacitación Laboral Juvenil (CLJ)?**

Es un programa implementado por Alicorp, en alianza con el Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial (Senati), que busca mejorar la empleabilidad de jóvenes peruanos de 18 a 22 años de edad, de bajos recursos económicos, sin experiencia laboral, que no hayan culminado o que hayan interrumpido sus estudios superiores. Ellos son capacitados en teoría y práctica sobre seguridad, producción, cultura organizacional, calidad, medio ambiente y valores humanos, entre otros. Además, los jóvenes que forman parte del programa cuentan con un seguro de salud y una remuneración, pues también hacen prácticas en la misma empresa. El programa de CLJ funciona desde septiembre de 2010 en Lima y Arequipa, tiene un año de duración y a su término los tres primeros puestos de cada promoción son empleados de manera estable por Alicorp.



Elizabeth Sovia, Dani Magipo y Elena Chachapoyas, participantes del programa durante el 2011 y el 2012.

# Los nuevos emprendedores en el Perú

**Texto:** Piero Peirano

**Fotografías:** Antonio Escalante

El Programa Brigada de Emprendedores de Alicorp capacitó a 250 microempresarios de panaderías y bodegas. Jorge Rodríguez (foto der.) y Teodosia Pareja son 2 muy buenos ejemplos de cómo muchos dueños de panaderías aprendieron a gestionar mejor sus negocios gracias a esta iniciativa.



○ Actualmente se está evaluando la posibilidad de ampliar este programa de las periferias de Lima a provincias.



El programa  
incrementó las ventas  
de los participantes en

**16%**

y sus utilidades netas en

**61%**



Teodosia Pareja fue una de las participantes capacitada por expertos en cada materia y reforzada semanalmente con asesorías personalizadas.

Llevar adelante una empresa requiere de paciencia y mucha calma. Eso pensó Teodosia Pareja, dueña de una panadería en Chorrillos, cuando un día notó que los ingresos de su negocio habían descendido: vendían la mitad de los panes y la otra mitad se devolvía a los costales. «Aún no me lo explico», reconoce Teodosia, ya varios meses después de esa experiencia. Sólo recuerda que una noche -casi a la una de la mañana- no podía dormir y las ideas empezaban a aparecer en su cabeza. Se levantó de la cama y en su computadora hizo una lista de cómo quería que fuera su negocio.

«Tenía que haber publicidad, nuevos panes, muchas ofertas», detalla Teodosia. Tiene 40 años, 9 hermanos y le encantan los libros de liderazgo y administración empresarial. «Debía ser diferente», repite varias veces. Eso era lo más importante. Entonces puso en práctica lo que había aprendido a mediados del 2012, durante 3 meses, en Brigada de Emprendedores, un programa que realiza Alicorp para los microempresarios de panaderías y bodegas, brindándoles herramientas de gestión para que mejoren sus negocios.

De pronto la gente empezó a ir nuevamente a su panadería. Los pequeños avisos que había creado en hojitas dieron a conocer sus panes multicereal y de cebolla. «La gente nos preguntaba desde cuándo preparábamos esos productos». Ese pequeño detalle, el de la publicidad, hizo que en solo una

detalle, el de la publicidad, hizo que en sólo una semana las ventas crecieran.

Cosmos es el nombre de su panadería, pero también un sueño familiar. Cuando su padre murió a finales de los años ochenta, ella tenía 12 años y su vida y la de sus hermanos cambió por completo. Su historia desde muy chica tiene que ver con el emprendimiento y el coraje. Con ser fuertes para alcanzar los sueños. Por eso se siente muy orgullosa al hablar de lo que ha logrado con su negocio. Tres de sus hermanos, incluso, poseen también panaderías.

Su panadería ha crecido de manera considerable: ofrecen tortas, cuentan con una juguería y hasta preparan sánguches. El trabajo se distribuye en 7 personas, entre panaderos, asistentes y un maestro pastelero. Teodosia no quiere que sientan que están en un trabajo tradicional: «Quiero que Cosmos sea algo positivo en sus vidas y por eso trabajamos en equipo». Esto fue algo que aprendió cuando iba a las charlas de Brigada de Emprendedores. Fue sola a los 3 primeros módulos de capacitación y en el cuarto módulo (sobre atención al cliente) recuerda que cerró la

panadería y llevó a sus empleados y también a los de la panadería de uno de sus hermanos. Fueron 12 personas en total. «Al acabar el curso, sentí que todo lo que nos enseñaron nos había transformado».

La capacitación la marcó de tal modo que Teodosia conserva las separatas que le dieron en Brigada de Emprendedores y las revisa cada vez que puede. «Mi próximo proyecto será hacer una pequeña mistura de panes y estudiar Contabilidad», dice con algo de nostalgia. Su panadería ha crecido, pero, sobre todo, ella ahora es diferente.

El gran Samir

Jorge Rodríguez tiene 31 años y es el dueño de 3 panaderías en el distrito de San Miguel que comparten el nombre de El Gran Samir. Usa jeans y zapatillas cuando trabaja, y siempre está ayudando en lo que falta o cubriendo a algún empleado que lo necesita.

Jorge se inscribió en el programa Brigada de Emprendedores en 2012, y llevó capacitaciones especializadas en temas de gestión empresarial para luego ponerlas en práctica en sus panaderías.



**Brigada de Emprendedores**  
El programa Brigada de Emprendedores contó con cuatro módulos para los microempresarios: control de la producción, registros comerciales, *merchandising* y atención al cliente.



«Me ha servido bastante. Fue una buena opción, pues hizo que pensara en cómo podría ser mi futuro», comenta.

Hace más de una década, cuando Jorge tenía 19 años y recién llegaba a Lima, ese futuro del que ahora habla era incierto. Había dejado Huamachuco, en La Libertad, para estudiar Administración en Lima, pero pronto se vio solo, trabajando en una panadería, sin conocer siquiera la ciudad en la que vivía. Su padre le dijo que se sentiría orgulloso de él, donde estuviera, y esa frase lo alentó a continuar.

«Trabajé cinco años en una panadería. Trabajaba y ahorra. Y luego vería qué podría hacer», recuerda Jorge. No pensaba exactamente en un negocio, pero cuando conoció a su esposa Delma, a quien describe como una mujer muy trabajadora, sintió que podía hacerlo.

Ahora Delma sigue ayudando en el negocio, pero se encarga más de sus hijos, Andy Samir y Aldair Samir. Con los pequeños han llegado también nuevos retos para Jorge. Hace unos meses amplió una de sus panaderías: empezó a vender nuevos productos y cambió la puerta de la entrada por una de vidrio más

vistosa. «Quizá falte una juguería. Estoy pensando en alquilar al lado. Sería bonito», sueña Jorge.

De algún modo, en Brigada de Emprendedores también le enseñaron a soñar. «Uno tiene que pensar en no quedarse atrás, en ser positivo», afirma con una sonrisa que acompaña cada respuesta.

Su principal meta ahora es seguir perfeccionando sus panaderías y tener algo propio: una casa para su familia. Con Delma, su esposa, están trabajando muy fuerte para conseguirlo. Todo está yendo bien: El Gran Samir tiene cada vez más clientes, una de las panaderías ha elevado su producción a 7,500 panes diarios y Jorge sabe que puede hacer más. Piensa que trabajando en equipo todo es posible. 🍌



# Producción más limpia y eficiente

**Texto:** Lucía Cucho

**Fotografías:** Antonio Escalante

- La nueva planta de tratamiento de efluentes de Alicorp es un referente ambiental en América Latina. Desde su inauguración, en mayo de 2012, tiene el reconocimiento de empresas nacionales y extranjeras interesadas en replicar dicho sistema, por ser un logro de ingeniería, tecnología y costos.



○ La moderna planta de efluentes es el resultado de tres años de investigación tecnológica.



La nueva planta de  
efluentes genera agua

**5 veces**

más limpia que una  
planta tradicional.

○  
Marcos Gil  
(izq.), Gerente  
de Procesos y  
Automatización,  
y Carlos Saavedra  
(der.), Gerente  
de Producción -  
Óleos y Mascotas.

**H**acia 2007, luego de lograr reducir su consumo de agua a la décima parte y convertirse en un referente nacional, Alicorp ingresó a una etapa de investigación. Fueron 3 años de exhaustiva evaluación, hallazgo y desarrollo de una tecnología *ad hoc*, seguidos de un intenso proceso de coordinación desde distintos países. Este esfuerzo dio como resultado una planta de tratamiento de efluentes, hecha «a medida», que elimina 5 veces más contaminantes que una planta promedio, supera los estándares ambientales internacionales, ocupa muy poco espacio y tiene un costo de 3 millones de dólares, entre 50% y 60% menos que una planta tradicional.

Al actuar con una tecnología de separación por membranas (hasta ese entonces inexistente en el Perú), en la planta se eliminan cinco veces más contaminantes que en una planta tradicional (por decantación en grandes pozas), además de recuperar el efluente para su reutilización. Este hecho es todo un hito en gestión medioambiental pues no sólo trata el agua antes de devolverla a su lugar de origen, sino que lo hace con una calidad largamente mayor a las exigencias de los estándares internacionales.

La planta procesa 350 metros cúbicos de agua por día, asumiendo tranquilamente las fluctuaciones de la calidad de los efluentes así como sus distintos tipos (grasos, fríos, etcétera). Es decir, es una planta más que eficiente y flexible, que se adapta a las diversas características del efluente.

«Nos ha costado tres años encontrar esta alternativa tecnológica, pero lo vale, pues tiene los menores costos de operación y nos da una



mejor calidad de efluentes», explica Marco Gil, Gerente de Procesos y Automatización. Esto ha permitido que Alicorp sea un referente para otras compañías del país y de América Latina. «Recibimos visitas de otras empresas y se quedan impactados», cuenta Marco.

**Un proceso internacional**

Las aguas que ingresan y abandonan la planta de tratamiento no son las únicas en transformarse en este proceso. Lo hicieron también los ingenieros del área de Desarrollo Tecnológico de Alicorp, liderados por Marco Purizaca, Gerente de Proyectos – Desarrollo de Procesos y Automatización, quienes tuvieron que adaptarse a las necesidades y transformar las dificultades en oportunidades de solución.

Tres años de investigación y evaluación de distintos tipos de procesos en el mundo fueron necesarios para afrontar el primer obstáculo: la falta de espacio en el predio de Alicorp. Una planta de tratamiento de efluentes tradicional requiere de grandes pozas en amplias extensiones de espacio, pues trabaja sedimentando los contaminantes al decantar el

agua de una a otra poza. Alicorp no disponía de esa área. Ésa no era una opción; era necesario hallar una nueva.

Finalmente, la búsqueda dio sus frutos y la empresa elegida para este encargo fue General Electric, a través de su división Water Technology, dedicada exclusivamente al tratamiento de aguas, con procesos especiales que no existen en el Perú.

Carlos Hernández, Gerente de Proyectos de Ingeniería, recuerda ese momento: «General Electric nos ofrecía una tecnología precisa, según el espacio del que disponíamos, pero esta opción tenía un costo demasiado elevado». Una nueva dificultad aparecía y de la mano, su solución: «Fue así que surgió la idea de compartir el proyecto», comenta Carlos.

Los siguientes meses fueron de intensas coordinaciones entre los actores de distintos lugares del mundo. Desde Chile se veía la sección tecnológica, desde Brasil, la parte técnica vinculada al agua. En Canadá se encontraba el gerente de procesos; en Estados Unidos, el ingeniero mecánico y el



**Producción más limpia**

La construcción de la planta de efluentes es el peldaño que sigue a la metodología de ahorro y reutilización de agua llamada Producción Más Limpia, puesta en marcha hacia 2002 y que redujo en un 90% su consumo de agua, recuperó energía, redujo el consumo de combustibles y la emisión de gases. Así mismo, este proceso facilitó la identificación de la cantidad exacta de agua necesaria para los procesos de producción y, en conclusión, el tamaño real que debería tener la planta de tratamiento de efluentes. En términos de costos y espacio, este último punto fue central, pues de haber mantenido el consumo original de agua, la planta de efluentes no habría cabido en el predio de Alicorp.



Alicorp invirtió en esta planta tres millones de dólares en lugar de los siete que suele costar una planta tradicional.

gerente de todo el proceso estaba en México. «Sólo una vez nos vimos las caras, aquí mismo. El resto de la comunicación fue por correo y conferencias; así ensamblamos un proyecto nacionalizado», menciona Carlos.

Fueron cerca de nueve meses de un complejo trabajo de articulación de empresas, propuestas, procesos y personas de dentro y fuera del Perú y se hizo todo de tal manera que cada parte del trabajo se integrara con las responsabilidades de

cada actor. En 2011, luego de este delicado trabajo, comenzó la construcción de la planta de efluentes, que fue inaugurada en mayo de 2012 y que hoy cumple su misión con creces.

El proceso de desarrollo de la planta de efluentes revela la importancia de la planificación a largo plazo y de establecer metas afines hacia un objetivo común: sólo así se puede construir una verdadera sostenibilidad en el Perú. ▀

# Equipo

**Conceptualización y diseño:**

Fábrica de Ideas

**Coordinación y producción general:**

Lucía Cucho

**Edición de textos:**

Walter Li

**Redacción:**

Carolina Martín

Lucía Cucho

Piero Peirano

**Corrección de estilo:**

Álvaro Sialer

**Diseño y diagramación:**

La ruta del valor y el bienestar:

Yumi Teruya

Web: Joaquín Sancho, Yumi Teruya

**Fotografías:**

Antonio Escalante

**Reporte de Sostenibilidad online:**

Biko - Juan Narro

**Alicorp:**

Gerencia de Asuntos Corporativos





**àlicorp**