

ALICORP

Cadenas productivas eficientes

La responsabilidad social permite a una empresa construir relaciones de largo plazo con su entorno. De esa manera se establecen las bases para un aprendizaje continuo que potencia sus ventajas y competencias en el mercado, además del desarrollo de iniciativas sociales replicables. Una relación saludable empresa – stakeholders genera flujos de información eficientes acerca del entorno, lo cual repercute de manera importante en la capacidad de la empresa para crear valor.

Alicorp es la empresa de alimentos más grande del Perú que ha logrado una significativa expansión de sus actividades: fabrica productos de consumo masivo e insumos industriales que comercializan en 15 países. El crecimiento conseguido por la empresa ha estado vinculado a una política coherente de responsabilidad social que incluye el respeto por el medio ambiente, promoción de un buen clima laboral, actividades de proyección social, capacitación a sus clientes y trabajo conjunto con los proveedores.

Uno de los proyectos de responsabilidad social de mayor éxito es el de promoción de cultivos de Trigo Durum en la sierra del Perú. Nuestro país importa alrededor de 1.3 millones de toneladas de trigo por año, de las cuales Alicorp adquiere el 50%.

Con el propósito de reducir las importaciones de este producto y generar empleo en la sierra, la empresa inició en 1985 un proyecto de investigación con el objetivo de obtener variedades de trigo que se adapten a nuestra geografía y clima. Después de años de intensa investigación, y a partir de material de alto valor genético proporcionado por el Centro Internacional de Mejoramiento de Maíz y Trigo (CIMMYT) de México, Alicorp consiguió desarrollar semillas de variedades de Trigo Durum fideero, adecuadas para las condiciones locales.

En 1996, en coordinación con la Dirección Regional Agraria de Arequipa se promovió la siembra de esta variedad de trigo. Siete años más tarde, Alicorp se unió a la ONG PRISMA en el esfuerzo de expandir el proyecto a los valles andinos del país. Actualmente, se ha logrado articular cadenas productivas entre los agricultores y la empresa, que adquiere sus cosechas a precios de mercado. Adicionalmente, la empresa brinda apoyo técnico a los agricultores mediante acuerdos suscritos con instituciones extranjeras como el CIMMYT y la World Wide Wheat de Arizona.

Esta iniciativa, además de ser rentable para los agricultores de la zona, apoya en el corto plazo el empleo rural y la capitalización del campo. El proyecto beneficia directamente a 550 campesinos de diferentes valles de Arequipa, Apurímac, Ancash, Ayacucho y Cusco. Este trabajo concertado entre Estado, agricultores y empresa privada genera resultados favorables para todos los participantes. Cada actor desempeña roles claramente definidos y relacionados a sus áreas de experiencia, maximizando el beneficio del proyecto total.

Finalmente, no podemos dejar de destacar la importante campaña de difusión que viene realizando Alicorp con RPP Noticias para orientar respecto al cuidado en los hábitos alimenticios dirigido a mejorar la nutrición de los niños más pobres del país.

Columna elaborada por la consultora en responsabilidad social RESPONDE.

www.respondeperu.com

Alicorp en el 2006	
Sector	Consumo Masivo
Ventas Netas Nacionales	s/. 1,887 millones
Ventas Netas en el Extranjero	s/. 223 millones
Utilidad neta	s/. 112 millones
Nº empleados	2, 707
Nº Campesinos Beneficiados	550