



R S E

Responsabilidad Social Empresarial

Memoria de Responsabilidad Social Empresarial del Grupo Romero 2008 - 2010







Memoria de Responsabilidad Social Empresarial del Grupo Romero 2008 - 2010

ÍNDICE

DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN GENERAL:
Fundación Romero



6 | 7

PRESENTACIÓN

Dionisio
Romero Paoletti



LA HISTORIA

El Grupo
Romero
1874 - 2010



8 | 11

COLABORADORES

Inversión
en casa



24 | 35

PROVEEDORES

Cadenas
de confianza



36 | 43

CLIENTES

Socios
estratégicos



44 | 65

COMUNIDAD

Buenos
vecinos



66 | 79

MEDIO AMBIENTE

Prácticas
ecoamigables



80 | 87

FUNDACIÓN ROMERO

Gestión
transparente



88 | 89

CERTIFICACIONES

Exigencia
y calidad

4 | 5

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
GRUPO ROMERO



Empresarial

Social

Responsabilidad

En 1874, mi bisabuelo, Calixto Romero Hernández, apostó por un modelo de negocio en el que la ética, la inclusión y la capacitación fueran los ejes fundamentales de nuestra actuación en sociedad. Hasta hoy, en todas las empresas que conforman el Grupo Romero practicamos con ahínco esta filosofía de convivencia sostenible, para asegurar una continuidad operativa eficiente y responsable, que se respalda en las estrategias de BUEN GOBIERNO CORPORATIVO.



En lo AMBIENTAL, nos manejamos por medio de sistemas integrados de gestión que permiten cuidar y monitorear los procesos productivos y de servicios. Obtenemos, así, los más altos estándares internacionales de calidad y seguridad operativa.

Asimismo, establecemos relaciones de mutuo beneficio en lo ECONÓMICO, al desarrollar capacidades y tratar con justicia a nuestros colaboradores, proveedores y clientes en el marco de las sólidas y eficientes cadenas productivas y de servicios en las que participan.

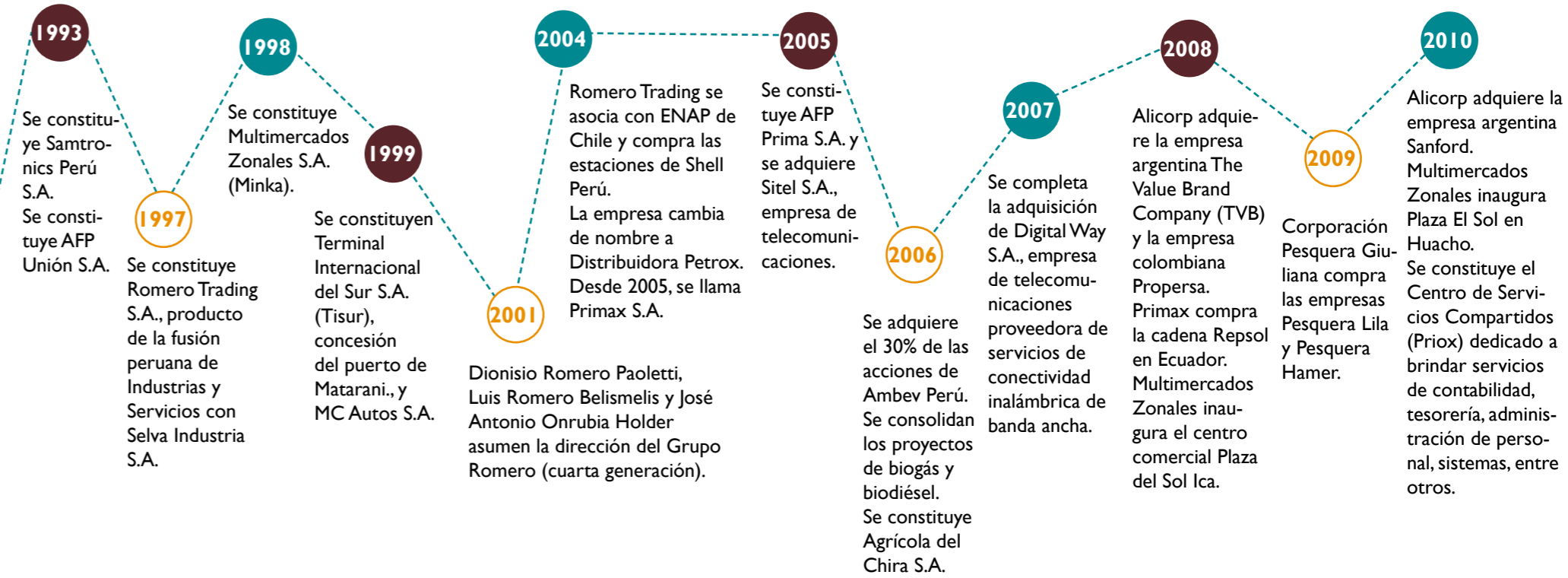
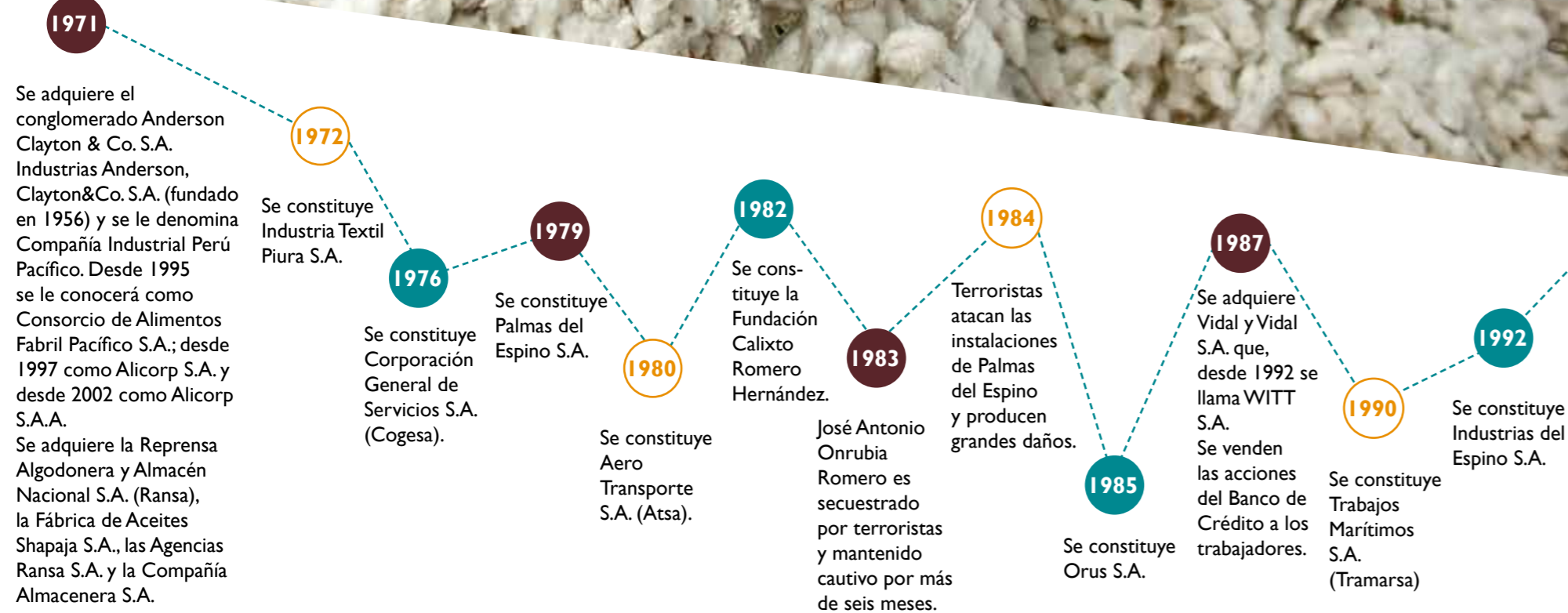
Sobre la base de la política de buenos vecinos y buenos ciudadanos, creemos en un bienestar económico y SOCIAL compartido, justo y recíproco con las familias peruanas. Sin tener una receta para lograrlo, hemos podido reunir una serie de casos que lo demuestran. Los invito a conocer nuestras experiencias.



DIONISIO ROMERO PAOLETTI
PRESIDENTE DEL DIRECTORIO DEL GRUPO ROMERO

LA HISTORIA





GRUPO ROMERO



Inversión en casa

Una empresa funciona como un hogar, y su equipo de trabajo es la familia que lo habita. Por eso, siempre hemos considerado a nuestros colaboradores como el pilar fundamental de la fuerza y sostenibilidad de nuestra participación en el mercado y en la sociedad. Avanzamos juntos. Cuando el horizonte es compartido, las metas que se consiguen son más sólidas y las recompensas, mayores y más gratificantes.

Cada empresa es una combinación única de personas con habilidades y aspiraciones diversas, que en el marco de respeto y apoyo mutuos, y de la delimitación de objetivos claros, crecen colectiva e individualmente. Los grandes logros de nuestras empresas se han alcanzado en gran medida con el trabajo coordinado y comprometido de los equipos que las conforman.

Para fomentar el desarrollo de nuestros colaboradores, y como muestra de nuestro agradecimiento por la labor que realizan a diario, impulsamos permanentemente actividades que consoliden su desempeño profesional al interior de nuestras empresas y que a su vez contribuyan a su crecimiento y bienestar personal, e incluso familiar. Cuando el discurso se hace acción es cuando se pueden ver resultados y estos son, sin duda, provechosos para todos.

Determinar una cuota mínima de participación de las mujeres en las faenas portuarias, las capacitaciones en seguridad y liderazgo, la habilitación de espacios de socialización, la promoción de negocios alternativos, entre otras, son iniciativas que demuestran nuestro interés por nuestros colaboradores y que repercuten en las empresas mejorando el clima laboral, la productividad y el sentido de pertenencia. El Grupo Romero es una gran familia conformada por cada uno de sus trabajadores, con quienes compartimos retos y cosechamos éxitos. Es nuestra casa.



MUJERES EN EL PUERTO

Mujeres batalla hay en todas partes, y la provincia de Islay no es la excepción. En el puerto de Matarani, donde opera TISUR, hace diez años emprendimos una política de inclusión de mujeres a las labores portuarias. Solo teníamos que buscarlas.

Durante mucho tiempo, sobre todo en una sociedad con tintes machistas, se relegó a la mujer a las tareas domésticas y restringió su valía a las paredes de una cocina. Hoy, esas percepciones miopes han ido desapareciendo y el rol de la mujer peruana viene siendo reconocido y celebrado en el ámbito empresarial.

Para **25 mujeres** que trabajan en Tisur, el sueldo que reciben es el **único aporte económico de sus familias.**

En el Terminal Internacional del Sur (TISUR) hemos querido llevar ese respeto por la diversidad y la igualdad de género a un plan concreto. Gracias al proyecto "Inserción laboral y promoción de la mujer en el terminal portuario de Matarani", incentivamos la contratación de mujeres de la provincia de Islay en puestos operativos dentro del puerto.

En 2001, se hizo la primera convocatoria. A través de un concurso local se invitó a las mujeres de Islay que desearan trabajar en la empresa. El único requisito era contar con estudios secundarios termina-

dos. Se presentaron setenta y cinco mujeres. Cuarenta fueron preseleccionadas por sus aptitudes para ser parte de un programa de capacitación y veinte de ellas aprobaron los cursos. Se trató de la primera generación femenina de TISUR, y ya hoy contamos con cinco promociones de tarjadoras.

En un inicio, nuestras nuevas colaboradoras asumieron las labores de tarjador; estaban a cargo del inventario, de verificar el estado y las condiciones de la mercadería y los insumos necesarios. Como era de esperar, sobresalieron rápidamente por su actitud proactiva, tenacidad, precisión y responsabilidad.

Paulatinamente, fuimos promoviéndolas a cargos de mayor responsabilidad. Actualmente, un total de ochenta y tres mujeres trabajan como jefas de área, supervisoras, tarjadoras, operadoras de equipo motorizado, entre otras funciones. En el puerto no existen

Por dos años consecutivos, nos hemos hecho acreedores al premio a la Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible otorgado por Perú 2021, que distingue nuestro esfuerzo por tener un espacio laboral inclusivo.





Entre 2001 y 2010, el número de mujeres que labora en el puerto de Matarani aumentó en **64%**.

ya los trabajos “de hombres”. Contar con personal femenino en diferentes áreas del puerto nos ha permitido, como empresa, mejorar nuestros procesos y tener mejores resultados de negocio. Hemos podido incrementar la productividad anual en 6%, entre otras razones, gracias a la reducción de mermas durante el almacenamiento; y se ha elevado el incremento de ingresos en 127% debido, en gran parte, a una gestión de costos eficiente. ¿Es el aporte de las mujeres? Todo parece indicar que sí.

Islay ya no es la misma. Desde TISUR, nos hemos convertido en un agente de cambio dinámico y responsable para la comunidad; aseguramos el desarrollo personal y profesional de nuestras colaboradoras, así como el bienestar y la calidad de vida de sus familias. No es solo un cambio económico lo que ellas perciben, es también una reivindicación social del rol de la mujer como trabajadora y como ejemplo de superación y defensa de sus derechos.

Orquesta portuaria

Uno no puede imaginar el número de actividades que se realizan en un puerto. En TISUR,

Hace nueve años fue la primera convocatoria del proyecto “Inserción laboral y promoción de la mujer en el terminal portuario de Matarani”. Hoy, el 25% de nuestros colaboradores son mujeres.

el día a día marcha como si se tratara de una orquesta: sincronizada, ordenada, interdependiente, casi armónica. Cada uno tiene una tarea que debe cumplir con rigurosidad ejemplar y de la cual dependen las labores de los demás. Nuestras colaboradoras están en todas.

Cada día se pueden recibir entre tres y cuatro naves. Se planifica una junta de operaciones donde los agentes de embarque anuncian su llegada. Se determina si la carga se va a quedar en puerto o si va a salir directamente hacia su destino en tierra. La carga a granel, usualmente, es de maíz y de trigo proveniente de Argentina. Los estibadores y canchadores (mozos de cuerda) se encargan de la parte física. Las trabajadoras cuentan la carga fraccionada en el mismo muelle o en el almacén, donde están los

silos con capacidad para 75 mil toneladas de insumos a granel. Allí por la tarde labora Mónica Supo, una de las trabajadoras más experimentadas de TISUR, junto a un equipo de tres mujeres: Giuliana, Carmen y Ana, una de las más nuevas. Gregoria Chávez trabaja en TISUR hace tres años y hoy recibe la capacitación necesaria para manejar una nueva grúa. Lo ha hecho ya tres veces, a bordo de un modelo anterior, en pruebas monitoreadas por sus colegas más experimentados. Hemos invertido seis millones de dólares en esta nueva grúa de muelle, capaz de movilizar hasta dieciocho contenedores por hora. Con esta adquisición se podrán almacenar anualmente 110 mil contenedores, cifra que supera largamente la capacidad actual de 48 mil. Podemos ver a Gregoria su-

biendo a la cabina de la grúa con algo de nervios, porque no cualquiera puede manipular con un brazo mecánico cargas de doce toneladas. Se requiere de precisión y temple. Sus supervisores la miran atenta y Gregoria acciona el enorme brazo de metal. Lo acerca al contenedor, cuidando cada movimiento en falso. Lo logra. Ha subido la carga y la ha colocado en la cima de los otros contenedores a diez metros de altura.

En TISUR no contratamos a hombres o mujeres, contratamos y capacitamos personas con ganas de trabajar y crecer; damos trabajo a los mejores. Abrir las puertas era lo que faltaba.

Desde que el proyecto se inició, se han beneficiado

156 mujeres de la localidad de Islay.



Nuestros colaboradores son nuestros aliados y principales beneficiarios de la aplicación de lo establecido en las certificaciones de seguridad.

ZONA SEGURA

Si la exigencia es nuestra filosofía, la seguridad es el primer mandamiento. En lo externo, contamos con las más rigurosas certificaciones internacionales. En lo interno, realizamos estrictas inspecciones para identificar situaciones de peligro y capacitamos a nuestros trabajadores en temas de salud y seguridad ocupacional.

Las faenas portuarias en todas las sedes de TRAMARSA a lo largo de la costa peruana requieren de certificaciones internacionales de seguridad para poder operar. En todas nuestras empresas estas exigencias no fueron asumidas como una imposición sino, por el contrario, las hemos buscado para asegurar el bienestar de nuestros trabajadores y la eficiencia de nuestros procesos. En TRAMARSA contamos con la certificación OHSAS 18001, sobre seguridad, que forma parte de nuestro Sistema Integrado de Gestión. Usando estos estándares, minimizamos al máximo el riesgo de incidentes que puedan surgir durante la actividad en el puerto. Contamos también con la certificación BASC, que promueve la seguridad y la protección en el intercambio de mercancías. Para poder aterrizar estas y otras certificaciones en las labores diarias de TRAMARSA, partimos por identificar potenciales riesgos y tener un programa de capacitación

constante. Por eso, solo durante 2010 realizamos veinticinco charlas de seguridad que beneficiaron a 668 trabajadores y estibadores. En ellas abordamos temas como manipuleo de carga, protección personal y prevención de desastres. TISUR fue el primer puerto de Sudamérica en alcanzar la certificación integrada ISO 9001 e ISO 14001, sobre calidad y cuidado ambiental, así como las certificaciones BASC y OHSAS 18001 en salud y seguridad. Nuestro compromiso es implementar medidas de seguridad para prevenir accidentes laborales y cumplir con la legislación y la normativa vigentes en estos temas. Nos enfocamos en crear conciencia en nuestros trabajadores e implementar protocolos de acción acerca de los probables riesgos que una actividad portuaria ineficiente o mal llevada puede ocasionarle a ellos mismos, a los productos que se manipulan y al entorno natural. En CAÑA BRAVA, al igual que en TISUR y TRAMARSA he-

mos conformado un Comité de Seguridad y Salud, integrado por los propios trabajadores, que evalúa y recomienda nuevas medidas para mejorar los niveles de salud, bienestar y seguridad de nuestros colaboradores en su quehacer diario en la empresa. En el tema de salud laboral, hemos priorizado el enfoque preventivo: chequeos médicos, campañas de despistaje y charlas sobre vida saludable. En ALICORP, desde 2002 no hemos tenido un solo accidente fatal dentro de nuestras instalaciones. Hemos experimentado una reducción de accidentes laborales de 34% en los últimos tres años, récord ejemplar que hemos conseguido gracias a nuestro sistema de control de pérdidas basado en el Sistema de Clasificación Internacional de Seguridad de DNV, una institución global que provee de servicios para administrar riesgos en las empresas. Nuestro indicador de frecuencia de accidentes es de 2.8 por cada millón de horas

trabajadas, mientras que otras industrias en el rubro de alimentos tienen una frecuencia de 7.4. En suma, nos preocupamos por la seguridad de nuestros trabajadores, buscamos alcanzar los estándares más altos en nuestros procesos y mantenemos capacitados para evitar posibles accidentes. Porque tenemos un principio común que aplicamos transversalmente: hacer las cosas bien. Y lo primero es garantizar un entorno seguro para quienes trabajan con nosotros.

Realizamos inspecciones de seguridad mensuales que permiten identificar situaciones de peligro y establecer, de la mano con nuestro personal, las medidas preventivas y correctivas para cada caso.

En TRAMARSA, la certificación

OHSAS 18001

forma parte de nuestro Sistema Integrado de Gestión, el mismo que supone **capacitaciones constantes.**



CAPACIDAD Y LIDERAZGO

Los altos estándares de calidad de nuestros productos y servicios son consecuencia de contar con trabajadores calificados y comprometidos. Por ello, cada una de nuestras empresas vela por su capacitación técnica permanente y por incentivar el deseo de superación profesional y personal.

Al ser contratados por la empresa, nuestros colaboradores son parte de una dinámica de aprendizaje y de actualización constantes. Así, por ejemplo, los trabajadores de CAÑA BRAVA que operan nuestras máquinas cosechadoras con tecnología de vanguardia, viajaron al extranjero para recibir una capacitación especial. Igual sucedió con el personal del laboratorio encargado de temas de control biológico de plagas, y con los responsables en bioenergía.

Pero en CAÑA BRAVA no solo nos preocupamos por garantizar un conocimiento técnico, sino que consideramos que temas como fortalecer la autoestima y el liderazgo también son fundamentales para los trabajadores en sus quehaceres diarios. Apostamos, en consecuencia, por sembrar valores como el respeto y la tolerancia, y periódicamente realizamos charlas y seminarios

con temáticas como desarrollo personal, pero también sobre maltrato, abuso y discriminación.

Siguiendo esa misma línea, en ALICORP diseñamos el programa Skills, orientado al desarrollo de habilidades de liderazgo y solución de conflictos que ya rinde frutos en 179 jóvenes ejecutivos. Ofrecemos a nuestros colaboradores diversos programas de especialización en gestión, el Programa de Desarrollo de Liderazgo, y el taller Grow, dirigido específicamente a fortalecer las competencias de secretarías y asistentes administrativos. La visión que tenemos de nuestros trabajadores es integral: no se trata solo de ser expertos, sino de ser, cada día, mejores personas.

Otras voces, otros negocios

Adolfo Kanashiro, padre de dos niños, trabaja como estibador

en el puerto del Callao donde opera TRAMARSA. Se dedica a cargar y descargar mercadería de los barcos pero, además, es un empresario independiente: dirige Fotocopias Roxy. Este negocio nació gracias a un curso de emprendedores que en 2010 dictó nuestra empresa en convenio con el Ministerio del Trabajo. Ahí, las mejores iniciativas de negocio que presentaron nuestros trabajadores fueron premiadas con capital. Adolfo presentó el proyecto para abrir un pequeño restaurante. Ganó, recibió 3 mil soles y los invirtió, primero, en este centro de fotocopias que ha abierto frente a la Universidad Nacional del Callao. Con las utilidades que consigue, ahora la cebichería con la que sueña será, pronto, una realidad.

Otros casos de éxito, reflejo de considerar a cada uno de nuestros colaboradores en su verdadera dimensión, los podemos encontrar en RANSA,

donde nuestros conductores son un engranaje primordial en nuestras actividades. De hecho, cada uno de ellos maneja, literalmente, una enorme responsabilidad: un activo de 140 mil dólares en promedio por cada viaje. Los frutos de esa política de trabajo son visibles. Podemos contar con orgullo que tres conductores que se iniciaron en nuestra empresa ahora laboran en España, contratados por su experiencia y por el número de cursos y capacitaciones que habían seguido con nosotros. Eran personas que tenían más de diez años trabajando en rutas. Estoy seguro de que las historias reseñadas en este apartado han logrado ilustrar la forma en que nos relacionamos con nuestros colaboradores. Nos importa su desempeño en las empresas pero también nos importan su crecimiento personal y sus sueños. Estamos con ustedes, compañeros.

Nuestra labor, tanto al interior de las instalaciones de nuestra fábrica como en los campos de cultivo de caña de azúcar, exige una capacitación altamente sofisticada. Lejos de identificar esta situación como una dificultad, la asumimos como una oportunidad para aportar al desarrollo de nuestros colaboradores.

Adolfo

planea administrar su centro de fotocopias y ahorrar lo necesario para abrir un negocio más grande: una cebichería.



La asertividad y el trabajo en equipo son reforzados por medio de capacitaciones y el seguimiento personal desde las jefaturas.



Al 2010,
72 niños
asisten
diariamente
al **Wawawasi**
Maritere.

El Wawawasi Maritere está dirigido por una psicóloga y cuenta con un equipo de diez personas que velan por el cuidado de los menores mientras sus padres trabajan. Los niños reciben atención integral en nutrición y aprendizaje infantil temprano.

Los principales beneficiarios de los talleres son las **mamás, esposas, hermanas e hijas** de **140** colaboradores de **UNIVERSAL TEXTIL.**



SAGRADA FAMILIA

Pensando en nuestros colaboradores, velamos por brindarle también a sus familias espacios de socialización, aprendizaje y bienestar. Hasta los más pequeños de la casa se ven beneficiados por las políticas y propuestas que nuestras empresas han diseñado. Su familia es nuestra familia.

El emporio industrial de ALICORP, en el Callao, semeja una ciudad a pequeña escala. Es ahí donde funciona el Wawawasi Maritere, una cuna-guardería que desde 2005 recibe a los hijos de entre seis meses y cuatro años de edad de los trabajadores de ALICORP. Así, nuestro personal con niños pequeños puede laborar aliviado al dejar a sus hijos en manos de excelentes profesionales.

El nombre del wawawasi es un homenaje a Maritere, una trabajadora de ALICORP que propuso e hizo posible esta iniciativa. Ella consiguió que se dé el espacio necesario para empezar y en adelante, la extensión de la guardería y el número de niños atendidos han ido en aumento. Actualmente,

setenta y dos niños se inician en el aprendizaje a través del juego y la exploración; reciben una dieta balanceada, son monitoreados en peso y talla, y sus padres reciben orientación calificada. Cáritas del Callao, supervisa a las mamás cuidadoras, las señoras de cocina y la coordinadora pedagógica, quienes hacen su trabajo con dedicación y cariño.

Más para todos
En CAÑA BRAVA, hemos lanzado un programa piloto llamado "Periodistas escolares", que reúne a un grupo de alumnos de educación secundaria perteneciente a la institución educativa Montelima. Ellos, hijos de nuestros trabajadores, son instruidos para manejar con responsabilidad la labor

informativa de los medios de comunicación. Se trata de un acercamiento real a la práctica periodística y a la ética, límites y valores de la comunicación dentro de su comunidad. En TISUR, garantizamos la capacitación del personal de acuerdo a los perfiles para cada puesto y también pensamos en sus familias. Buscamos convenios con instituciones educativas para facilitar programas de especialización y ofrecer becas. Ofrecemos cursos de inglés dirigidos a nuestros colaboradores y a sus hijos, a cargo de profesores especializados.

Aunque pasen los años
En un inicio, "Los miércoles culturales" de UNIVERSAL TEXTIL eran jornadas de cur-

sos cortos de diversa índole. Luego, y en conversación con los participantes, identificamos la necesidad de convertir estos talleres en una posibilidad de negocio. Dos años después, inauguramos talleres de corte y confección, manualidades y dictamos cursos de nutrición y cocina. Después de obtener la certificación de los cursos, algunas de ellas ingresaron a trabajar en el área de confecciones de la empresa. Los anteriores son solo algunos ejemplos que se suman a las campañas de salud que organiza UNIVERSAL TEXTIL o las políticas de becas escolares y préstamos de ALICORP, entre otras actividades. Siempre hay mucho por hacer, pero creemos que vamos por buen camino.

Cadenas de confianza



En la industria necesitamos materia prima, exigimos estándares de calidad y promovemos el compromiso y la confianza entre aliados estratégicos. En el Grupo Romero tenemos un gran número de proveedores de insumos y servicios, y es parte de nuestra política corporativa fortalecer estas relaciones para el beneficio mutuo, y por qué no decirlo, para el beneficio de nuestro país.

En ese marco de acción, y manteniendo firme nuestra preocupación por incentivar el desarrollo de las comunidades al interior del país, la contratación de mano de obra y proveedores locales es una tarea prioritaria. Propiciamos así un ambiente donde la formalidad y la legalidad se convierten en un escenario atractivo para los miembros de esas localidades. Colaboramos con tecnología, investigación y herramientas de vanguardia en programas y proyectos que proponen un cambio en la mentalidad y en la rutina de sus días, como personas naturales, asociaciones o como pequeñas y medianas empresas.

Ofrecemos a la población oportunidades para elevar su nivel de vida y obtener ingresos rentables que, a su vez, se reflejen en un mayor poder adquisitivo y construyan una identidad comunal. En Uchiza, la Asociación de Palmicultores José Carlos Mariátegui es un claro ejemplo de esa interrelación, como también lo son el acompañamiento y soporte tecnológico a las cadenas productivas del Trigo Durum en Majes y de la variedad Pima Vicus en Piura.

Toda esta visión integral del trabajo con proveedores solo es posible y sostenible en el tiempo fortaleciendo nuestros vínculos con ellos. Sin la confianza y la puesta en valor de las capacidades de autogestión de la población y del empresariado peruano, no podríamos ver los resultados que a continuación reseñamos.



En los últimos cinco años ha aumentado la productividad de la palma en un

17%.

PALMAS ARRIBA

En la década de los ochenta, el distrito de Uchiza estaba azotado por el narcotráfico y cubierto de campos de coca. En el Grupo Palmas nos encargamos de ofrecer una alternativa rentable, legal y sostenible: la palma aceitera, insumo para nuestra industria e insumo para el desarrollo.

El 29 de diciembre de 2001 fue el día en que se inició el cambio para las 52 familias que vivían en los alrededores de la planta de Palmas del Espino, empresa dedicada al cultivo y la producción de palma aceitera. Si bien José Carlos Mariátegui, como centro poblado, se fundó en 1987, fue recién catorce años después cuando, al ser reubicados en las parcelas que le pertenecían a la empresa, pudieron contar con sus títulos de propiedad y formalizarse.

La Asociación de Productores José Carlos Mariátegui administra 760 hectáreas que comprenden un espacio que colinda con los ríos Tomás y Espino, y con los límites de la planta. Esta iniciativa forma parte de nuestra preocupación por impulsar el desarrollo de cadenas productivas en la Amazonía peruana. Que sea a través de una asociación de productores fue el requisito de un modelo integral que pone énfasis en el concepto de asociatividad, empoderamiento y toma de decisiones, vías para asegurar la

sostenibilidad de un proyecto económico y social.

La propuesta de Palmas significó un cambio de vida para los pobladores de la zona y la posibilidad de contar con un ingreso fijo y exento de los riesgos y la ilegalidad que suponía su anterior papel como coccaleros. Son ahora palmicultores. Al ser propietarios de las tierras, se convirtieron en sujetos de crédito. Gracias al apoyo económico del Banco de Crédito del Perú, accedieron a un préstamo de 1.3 mi-

Cuando los miembros de José Carlos Mariátegui se embarcaron en este emprendimiento, el precio de compra por tonelada de racimo de fruto fresco era de 70 dólares; hoy, esta cifra ha aumentado a 190.



En 2010 se reprodujo este modelo de gestión en Santa Lucía y San Antonio con más de

215
hectáreas sembradas.

Una mulita de carga puede llevar hasta **200 kg** de palma, aproximadamente 22 frutos.



llones de dólares para adquirir semillas, fertilizantes, preparar el vivero y los terrenos, y construir drenajes y alcantarillas. El apoyo también vino como asesoría técnica por parte de Gestipalma, una asociación de agrónomos que trabajaron en Palmas del Espino. Fueron capacitaciones en mantenimiento del cultivo, técnicas de cosecha, fertilización y sanidad vegetal. Así se garantizaba la calidad de su producto, que luego sería comprado por la subsidiaria del GRUPO PALMAS: Industrias del Espino.

Lograr la cosecha de palma toma un tiempo. Son cuatro años de espera hasta que pueda rendir sus primeros frutos. Para las familias de José Carlos Mariátegui fue también una historia de perseverancia, ya que recién en 2007 lograron su primera cosecha pero, superando lo esperado, a la fecha nos han vendido más de 25 mil toneladas de palma aceitera, obteniendo más de nueve millones de soles como retribución. A partir del año 2014, cuando los integrantes de la asociación hayan terminado de cancelar la deuda que asumieron con el banco, sus ingresos serán, lógicamente, mayores. A esto hay que agregar que sus índices de productividad han

aumentado: mientras en 2005 produjeron 18.69 toneladas de fruto de palma por hectárea, hoy logran obtener 21.80 toneladas.

Historias de vida

No existen cambios de la noche a la mañana. Recostado a la sombra de una palma, Noé Medina Altamirano, primer presidente de la Asociación José Carlos Mariátegui, recuerda hoy cómo empezó toda esta historia. Hubo que trabajar duro para revertir la situación: el desbosque, la siembra y la mejora de la infraestructura de caminos mientras aguardaban la primera cosecha. El cultivo de palmas es sacrificado: hay que mantener y vigilar las siembras cada cuarenta y cinco días durante tres años.

Modesto Cunya Flores, actual presidente de la asociación, coincide con él. A pesar de ello, siempre había anhelado algo así, porque la palmera es un cultivo rentable y legal. Modesto y Noé son vecinos y recuerdan la pista de aterrizaje, ubicada a pocos metros de sus parcelas, donde antaño sobrevolaban las avionetas del narcotráfico. Ambos respiran aliviados sabiendo que esa época para ellos ha terminado. Noé tiene cinco hijos y dos

de ellos, gracias a la producción de sus quince hectáreas, estudian administración de empresas en Tingo María. Para Noé, la educación siempre fue su primera preocupación. Modesto tiene una hija que quiere ser ingeniera agrónoma.

Hoy en José Carlos Mariátegui se vive una bonanza gracias a los precios en alza de la palma. Doña Ricardina, por ejemplo, tiene siete hectáreas que producen entre cuatro y cinco toneladas de frutos cada doce o quince días, según la época. No tiene esposo, pero sus sobrinos, cuñados y hermanos participan también en la cosecha. Es un negocio familiar. La mejora en el poder adquisitivo en José Carlos Mariátegui ha permitido dinamizar su economía y que existan panaderías, bodegas, boticas, talleres de carpintería, de metal mecánica, entre otros negocios. Antes solo había casitas de madera, de aguaje; ahora son de calamina y de material noble. Somos testigos del cambio responsable, de la organización y del trabajo colaborativo. Se trata, entonces, de una alternativa sostenible que asegurará ingresos a esta asociación, y a nosotros buenos productos, por mucho tiempo más. Palmas para ellos.



En 2010, Palmas del Espino obtuvo el segundo lugar en el Premio a la Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible por el proyecto “José Carlos Mariátegui” de promoción del cultivo de palma.

HILANDO FINO

El algodón Pima es una de las mejores fibras a nivel mundial. Desde 1976, INDUSTRIA TEXTIL PIURA lo ha convertido en su producto bandera. Hoy innovamos con el estudio de una nueva variedad que tiene mayor productividad y que beneficia a una importante cadena de agricultores al norte del país.

La alta calidad del algodón Pima lo ha posicionado en los mercados de todo el mundo, pero en el campo enfrenta bajos índices de rendimiento debido a la atomización de los terrenos agrícolas y las condiciones climáticas al norte del país. Por ello, desde INDUSTRIA TEXTIL PIURA, empresa dedicada a la fabricación y comercialización de hilados, decidimos investigar las posibilidades de una mejora genética en la semilla.

Hace diez años, el genetista Raúl Nieves, jefe del Programa de Semillas Certificadas de Algodón Pima de INDUSTRIA TEXTIL PIURA, inició el estudio de la nueva semilla que hoy estaría a punto de dejar su etapa de experimentación para ser implementada y repartida entre los agricultores norteños. La variedad creada, el algodón Pima Vicus, presenta mejoras considerables: mientras que en una hectárea se cultivan 40 mil plantas del Pima tradicional, con la nueva especie la cifra es de 70 mil plan-

tas por hectárea. El objetivo es que el Pima Vicus se convierta en un cultivo mucho más rentable y que los agricultores se sientan estimulados a elegirlo en reemplazo, por ejemplo, del arroz, que consume mucho más agua. El cultivo del algodón presenta, además, periodos de cosecha muy separados: solo se puede hacer una campaña anual y la siembra tarda ciento ochenta días. Se trata, entonces, de aprovechar el conocimiento y el manejo agronómico que se tiene de las plantas para que, con una semilla mejor, los agricultores puedan sacar mayor provecho de sus tierras.

En 1993, cuando comenzamos el programa "Actividad Pima" en unión con el Gobierno Regional de Piura, teníamos claro el objetivo de apoyar la labor de los pequeños agricultores algodoneiros y de fortalecer nuestras cadenas productivas. Eran tres los actores involucrados: INDUSTRIA TEXTIL PIURA, que requería del algodón; el agricultor, que posee la tierra pero que necesita de

financiamiento para trabajarla; y las autoridades gubernamentales, que participan en el desarrollo humano y económico de la población. Se trataba de una inversión conjunta que incluía insumos agrícolas, pago de jornales de siembra, resiembra, entresaque, desyerbo, cultivo y abonamiento, así como asesoramiento técnico agrícola. Actualmente, dicho programa se ejecuta en 2400 hectáreas que, según estadísticas del Ministerio de Agricultura, equivalen al 8.7% del espacio dedicado al cultivo de algodón en el país.

A fines de 2010, siguiendo con el programa y gracias a un financiamiento de más de diez millones de soles, hemos logrado asegurar la instalación de tres mil hectáreas adicionales de Pima en diferentes valles de la región Piura. Calculamos que en dos años, el Pima Vicus cubrirá la mayor parte de esos terrenos agrícolas duplicando, así, sus índices de producción y multiplicando las oportunidades para las familias involucradas.



El algodón Pima peruano solo se produce en Piura que, por ser zona de trópico seco, recibe alta irradiación solar y se generan condiciones privilegiadas para su cultivo.



La producción de INDUSTRIA TEXTIL PIURA tiene como destino países como Italia, España, Taiwán, Suiza, Japón, Estados Unidos, Brasil, Israel, Canadá, Argentina, Chile, Bolivia y Colombia.

La cosecha en INDUSTRIA TEXTIL PIURA se realiza exclusivamente

a mano, lo que permite separar las calidades de algodón y ofrecer una fibra de óptima calidad.



Actualmente
2 mil
agricultores conforman
la cadena del Trigo Durum.



LA PARÁBOLA DE LA ESPIGA

Hace dieciocho años, con ALICORP decidimos mejorar los estándares del trigo nacional con la implementación de una semilla mejorada: el Trigo Durum. En 2009, los agricultores del valle de Majes, con nuestro apoyo tecnológico, lograron un récord histórico en productividad por hectárea de dicho cereal.

En el Perú, los sectores que sufren los mayores embates de la pobreza son aquellos vinculados a las tareas agrícolas. Desde mediados de los noventa, ALICORP tenía una participación importante en los valles arequipeños y en la compra del trigo harinero que se cultivaba en dicha zona. Lamentablemente, su productividad era baja y no resultaba rentable para el agricultor ni para la empresa, en comparación, por ejemplo, con el trigo argentino. No nos debe sorprender que el Perú importara anualmente alrededor de 1.3 millones de toneladas de trigo para satisfacer la demanda de esta materia prima en la producción de alimentos.

En ese contexto, frente a la necesidad de mejorar los niveles de rentabilidad del trigo harinero que venía sembrándose con semillas sin certificación, en ALICORP decidimos iniciar la búsqueda de una semilla más rentable y de fácil adaptabilidad a los valles altoandinos. Después de años de intensas investigaciones y en alianza con centros de semillas en México y



EEUU, obtuvimos nuevas variedades de semilla Trigo Durum, que tenían mayor resistencia al viento, a las heladas y a los parásitos. El Amber Durum empezó a sembrarse, entonces, en los valles de Majes, Tambo, Camaná y Ocoña, para ser luego empleado sobre todo en la producción de fideos. Años después, en 2004, en ALICORP nos asociamos con la ONG Prisma para expandir el proyecto hacia otras zonas altoandinas como Apurímac, Áncash, Ayacucho, Cusco y Cajamarca, donde los agricultores



realizaban hasta ese momento cultivos únicamente para consumo familiar. Buscábamos, así, promover cadenas de producción rentables y con un valor agregado. Para ello, junto con la Corporación Misti, Agrovida y Agrobanco, formamos la “Cadena productiva del Trigo Durum” para incrementar la producción nacional de trigo, reducir paulatinamente su importación y beneficiar a un grupo importante de pequeños y medianos agricultores con terrenos menores a diez hectáreas. Nosotros entrega-

mos la semilla a los agricultores, los capacitamos y asesoramos; la Corporación Misti los dota de fertilizantes; Agrovida les provee de agroquímicos; y Agrobanco se encarga del financiamiento. Además, en ALICORP aseguramos un mercado estable y económicamente atractivo para el Trigo Durum, pues adquirimos toda la cosecha que nos ofrecen los productores a precios justos y con estándares internacionales de calidad.

Se trata de una feliz coincidencia de intereses y preocupaciones comunes entre empresas e instituciones privadas y estatales, que se traduce en el apoyo a la agricultura en el país y, poco a poco, impacta en la reducción de la dependencia de insumos del mercado externo. En 2010, logramos producir 4114 toneladas de Trigo Durum, el 80% de las cuales se cultiva en Arequipa. Estos agricultores cosecharon hasta nueve toneladas de granos por hectárea, 20% por encima del promedio de años anteriores. Un récord histórico y un orgullo para nosotros.

ALICORP tiene un programa de capacitación técnica para los agricultores que contempla la entrega de un paquete tecnológico que aprovecha al máximo el rendimiento de las nuevas semillas de Trigo Durum.

Desde 1994, esta cadena productiva ha beneficiado a más de 3000 familias agricultoras del Perú.



TRATO JUSTO

Con respeto y promoviendo el trabajo conjunto es como nos relacionamos con nuestros proveedores desde el Grupo Romero. Favoreciendo la contratación de mano de obra y servicios locales, las comunidades se desarrollan, se cumplen estándares de calidad, se incentiva la formalidad y se multiplican los beneficios para todas las partes.

En ALICORP, los proveedores cumplen una serie de exigencias que nos garantizan un servicio de calidad a la altura de nuestros procesos y productos. Tienen el requisito de homologar los estándares de seguridad y normatividad propia de las empresas formales. Un ejemplo dentro del sector de transportes, donde tenemos 150 proveedores registrados a nivel nacional, es que, para trabajar con nosotros, sus unidades deben ser nuevas o tener no más de quince años de antigüedad. Para obtener una mayor eficiencia en el uso de combustible y ser firmes con nuestra política de cuidado medioambiental, nos ceñimos a la normativa del Ministerio de Transportes y Comunicaciones que vigila el control de emisión de gases.

Otro caso es que la mayoría de nuestra flota de distribución de helados no emplea los sistemas de frío convencionales con gas refrigerante, sino uno de placas que se alimenta con electricidad. Por otro lado, y para el trabajo con nuestros proveedores en general, contamos con un software llamado Cotiweb, que permite que obtengan fácilmente los datos para registrar sus facturas y monitorear el cobro automático de las mismas mediante transferencias bancarias. Tecnología y comunicación para ser más eficientes. En TISUR, ubicado en el puerto de Matarani, las instituciones encargadas de la prestación de servicios portuarios incluyen las agencias marítimas, de estiba, de remolcaje y practicaaje, de trámites aduaneros y las su-

pervisiones de carga. En total, contamos ahí con 300 proveedores que se han adecuado a los altos estándares de exigencia en el puerto. Las empresas de terceros que trabajan para nosotros son fiscalizadas en el área de remuneraciones y beneficios laborales, y buscamos darle prioridad a agentes locales en la adquisición de materiales y consumibles no especializados. Contamos con un equipo de evaluación de proveedores críticos que vigila los estándares de sus equipos e implementos de protección personal, y en el tema de las remuneraciones tenemos cronogramas de pago flexibles que aseguran la sostenibilidad y el fácil acceso a futuros financiamientos de capital. En el GRUPO PALMAS, en el año 2010 trabajamos conjunta-

mente con RANSA para capacitar a nuestros transportistas en temas relacionados con manejo defensivo, seguridad vial y transporte de materiales peligrosos. En 2010, las compras y contrataciones de proveedores locales alcanzaron los diez millones de soles. Finalmente, en CAÑA BRAVA los procesos de selección se cumplen sobre la base del mérito y la capacidad. De esa manera, promovemos el beneficio mutuo, la reducción de costos y la competitividad. Una tarea pendiente es la toma de conciencia en nuestros proveedores para que se involucren en prácticas ecoamigables de protección ambiental y de responsabilidad social. Hacia eso apuntamos y estamos seguros de que lograremos resultados satisfactorios en este punto.

Los proveedores son aliados clave que forman parte importante de nuestras cadenas de valor. Por eso, nuestro compromiso es fortalecer relaciones e implementar planes de mejora continua con ellos.

Establecemos
acuerdos
de calidad
concertados con
nuestros proveedores.



Socios estratégicos



Nuestra mayor satisfacción en el Grupo Romero es complacer las exigencias de aquellas empresas, instituciones y personas que requieren de nuestros diferentes servicios y productos. Nuestros clientes no solo son los consumidores finales; lo son también empresas intermediarias, mayoristas o locatarios que forman parte de la cadena de negocio de nuestras empresas. Son un eslabón fundamental de nuestro quehacer corporativo.

Los conceptos clave que han guiado nuestro accionar dentro de la gestión integral de la responsabilidad social empresarial son exigencia y excelencia. La urgencia de una mejora continua en nuestros procesos nos ha llevado a tener una relación mucho más directa y estrecha con nuestros clientes: programas de capacitación que se convierten en un valor agregado para sus negocios, beneficios económicos que contribuyen al fomento de la micro y pequeña empresa, e incentivos y sistemas de monitoreo para el óptimo funcionamiento de los procesos.

Todas las acciones y programas orientados a nuestros clientes buscan mejorar el desempeño de nuestras empresas en cada sector industrial donde se desarrollan. Contamos con planes, certificaciones internacionales y normas que garantizan la calidad y la seguridad en los principales procesos de producción y de prestación de servicios.

Así, como veremos en el presente capítulo, nos esforzamos por atender los requerimientos y por adaptarnos a las necesidades particulares de cada grupo con el que trabajamos, y creemos firmemente en operar siguiendo los más exigentes estándares internacionales. Por nuestra empresa; por nuestros clientes; por nuestro país.



PAN PARA TODOS

Impulsar la panificación en el Perú como un negocio formal se ha convertido en una meta para ALICORP. Por esto, y generando un lazo empresa-cliente que supera los límites comerciales, asesoramos a panaderos por medio de talleres donde desarrollan las capacidades necesarias para hacer crecer su negocio.

Sabemos lo importante que es fidelizar a nuestros clientes y generar valor agregado en los productos de la industria. Por eso, como reconocimiento a los clientes de ALICORP, y con el objetivo de enseñarles a emplear los diversos productos para panificación y pastelería fina —como margarinas, harinas, premezclas y coberturas—, cada dos meses les ofrecemos talleres gratuitos de capacitación para panaderos. Esta iniciativa empezó hace quince años con un plan de asesoría técnica a dueños de panaderías, maestros panaderos y pasteleros en Lima y en algunas ciudades del interior del país. Actualmente, reali-

zamos más de seis campañas anuales en todos los distritos de Lima. En cada una de las capacitaciones participan hasta veinticinco personas y elaboramos entre tres y cuatro tipos de panes, yendo desde la preparación hasta la decoración. Ágape Redondo, maestro panadero y miembro del Centro de Innovación de Panadería y Pastelería de ALICORP, es el integrante más antiguo del equipo de desarrollar nuevas recetas. En total, son diecisiete asesores, entre maestros en panadería y pastelería. Para el resto del país contamos con ochenta y cinco instructores más.

Seguimiento entre panes

Como el negocio de la panificación, además de recetas y técnicas, se ve soportado por estrategias comerciales, en 2010 creamos Fábula, una panadería modelo y centro de experimentación para aprender mejores prácticas en atención al cliente, exhibición y venta de productos. La capacitación se complementa con la visita de expertos panaderos franceses, quienes comparten nuevas técnicas que luego se adaptan al mercado peruano.

Los panaderos son clientes de la Unidad de Negocio de Productos Industriales de la

empresa, cuyos objetivos estratégicos son incrementar las ocasiones de consumo de pan y transformar la experiencia del consumidor en el momento que compra panes y pasteles. Por ello, ALICORP viene trabajando diferentes iniciativas para los panaderos peruanos. En los últimos tres años hemos capacitado a 5 mil maestros panaderos en Lima, y otros 2 mil panaderos de dieciocho provincias rurales del país, en alianza con el Ministerio de la Producción, a través del Programa “Panificando”.

Gracias a este trabajo integral con los clientes, hemos posicionado nuestros productos

como marcas líderes en el mercado, no solo por su calidad sino por su aporte al desarrollo del sector. Los panaderos ven en nuestros talleres un respaldo importante a su oficio, y para nosotros son aliados estratégicos a los que estamos gustosos de apoyar.

Alrededor de **7000** panaderos han sido capacitados por ALICORP en los últimos tres años.

Queremos incrementar el consumo per cápita de pan, que ahora se sitúa en **27 kilos** por habitante al año.





MINKA

es la primera ciudad comercial del país; la más completa, surtida y amplia.

Multimercados Zonales opera la ciudad comercial MINKA y los centros comerciales Plaza El Sol y Plaza de la Luna en Piura, Ica y Huacho.

CIUDAD COMERCIAL

En 1999 implementamos una propuesta de negocio única en Latinoamérica. Se trata de una nueva versión del tradicional mercado de abastos. MINKA es la primera ciudad comercial del país. Pregunte sin compromiso, casero.

Sobre 50 mil metros cuadrados se fundó MINKA, una ciudad comercial donde las costumbres de los comerciantes han migrado hacia formas de operar más modernas, pero conservando la familiaridad y dedicación del mercado tradicional.

Para tener éxito, esta propuesta tenía que ser incorporada a las prácticas de los propios comerciantes —la mayoría con experiencia en la venta mayorista—; debían comprenderla y hacerla suya. Paralelamente, nos propusimos potenciar sus habilidades, para lo cual, durante cuatro años les ofrecimos capacitación gratuita para aumentar la productividad y la eficiencia de sus propios negocios. Esta formación estuvo a cargo de profesionales de la Universidad del Pacífico, quienes impartieron cursos de gestión empresarial, contabilidad, planeamiento estratégico, exhibición y atención al cliente. Este formato de mercado se convierte en un aporte significativo a la micro y pequeña empresa en el país. Nuestros locatarios mejoran sus procesos, venden productos de calidad, y nosotros nos encarga-



mos de que el espacio que los alberga cuenta con estándares de limpieza, seguridad y normas de convivencia donde todos se sientan cómodos para comprar, vender y pasear. De hecho, nos hemos vuelto un referente en Latinoamérica, y frecuentemente recibimos visitas de autoridades municipales y regionales, que quieren que los mercados de sus localidades sigan nuestro ejemplo.

Este bus te lleva a MINKA

En MINKA tenemos dos tipos de clientes: nuestros comerciantes o locatarios, que alquilan los locales para ofrecer sus productos, y los visitantes que llegan a MINKA. Recibi-

mos aproximadamente un millón 700 mil personas al mes y nuestras ventas anuales superan los 200 millones de dólares. En MINKA promovemos lugares, opciones y alternativas no solo para el consumo sino también para el ocio y el entretenimiento.

A MINKA no solo llegan residentes del Callao, llegan también de distritos como Magdalena o San Borja. Eso es sencillamente porque tenemos buenos productos, excelentes precios y un trato especial para nuestros clientes. Por ello, y con el fin de facilitar el acceso al público que nos visita, catorce líneas de microbuses de transporte público tienen un *sticker* que dice: “Este bus

te lleva a MINKA”, y dejan a los pasajeros dentro de la ciudad comercial. Para garantizar la seguridad en el traslado de nuestros clientes, nos hemos encargado de que los choferes y cobradores de estas unidades, en coordinación con las autoridades del Callao, reciban charlas y cursos de manejo.

En un espacio que ha duplicado el área inicial: 114 825 m², hoy funcionan más de mil locales que generan cerca de 4 mil puestos de trabajo, y en los años que vienen apuntaremos hacia la verticalización de nuestra superficie. Estamos seguros de que MINKA seguirá siendo una iniciativa pionera como propuesta de mercado. Porque entre caseros nos entendemos.

MINKA empezó con 150 locales comerciales. Hoy operan más de 1000.

11 sedes

de TRAMARSA cuentan con certificaciones que garantizan la calidad de sus procesos.



POTENCIAR LA CALIDAD

Asegurar y aplicar los más exigentes estándares de calidad en nuestros procesos es nuestra responsabilidad y la garantía que les ofrecemos a nuestros clientes, que saben que en nuestras empresas nos tomamos las cosas en serio.

El ISO 9001 es una norma internacional que certifica que las empresas cuentan con un sistema de gestión de calidad efectivo y en constante mejoramiento. La mayoría de nuestras empresas han aplicado a esta norma para que nuestros servicios estén siempre a la altura de las exigencias de nuestros clientes.

El gran flujo de mercancías que circula en el puerto de Matarani a través de TISUR supone, además de velar por el cuidado del medio ambiente, ceñirse a procesos, prácticas y dinámicas que garanticen el adecuado control de calidad. Como en otras empresas del Grupo Romero, hemos diseñado un Sistema Integrado de Gestión que, sobre la base de las certificaciones ISO 9001 e ISO 14001, nos permite identificar y prevenir riesgos latentes en el quehacer portuario.

En RANSA también trabajamos con lineamientos de calidad internacional que se traducen en un valor agregado para las operaciones que realizamos. El ISO 9001:2000

La adopción de un sistema de gestión teniendo en cuenta el ISO 9001, sobre gestión y aseguramiento de la calidad, es una decisión estratégica de cada organización.

remarca el compromiso que tenemos de ser una organización orientada a nuestros clientes. Además, contamos con un certificado particular, el B2B de Quadrem, compañía mundial especializada en apoyar a las empresas a automatizar y optimizar su proceso de compras. Esta certificación nos permite integrar los procesos de negocios logísticos con nuestros principales clientes mineros y, así, incrementar su eficiencia y reducir sus costos.

En las faenas de almacenaje y traslado de materias primas en las once sedes de TRAMARSA

a nivel nacional, la exigencia en seguridad es más que rigurosa. Nuestros trabajadores son conscientes de la importancia de la satisfacción de quienes contratan nuestros servicios. Por ello, nuestras sedes cuentan con la certificación ISO 9001:2008, que reduce costos, mejora la calidad de los servicios ofrecidos y optimiza los procesos. Además, en TRAMARSA conseguimos una certificación adicional como Marca de Garantía, que establece parámetros de tiempos máximos durante el desembarque en el puerto para hacer más eficiente el servicio en las actividades portuarias.

Nuestros clientes saben que el Grupo Romero reúne empresas serias, formales, pero también dinámicas, ya que buscan responder a las demandas de sus clientes, a las exigencias del mercado y a los estándares internacionales de calidad y mitigación de impactos. Todo esto nos asegura el reconocimiento internacional y ponernos a la par de la gestión de empresas de clase mundial.



TISUR

fue el primer puerto en Sudamérica en alcanzar la certificación integrada ISO 9001 e ISO 14001.



Buenos vecinos

En el Grupo Romero reconocemos la importancia de ser un buen vecino y de actuar de manera consecuente con esa premisa. Desde nuestros inicios, hemos buscado apoyar a las comunidades que nos acogen y de las que, por nuestras actividades económicas, pasamos a formar parte. Esta visión es la que manejamos como organización y que adopta cada una de nuestras empresas. Las poblaciones aledañas a los lugares donde operamos, tanto en Lima como en los pueblos y ciudades del interior del país, muchas veces no cuentan con las condiciones para crecer de manera sostenida. Por eso nos corresponde integrarnos a ellas y trabajar de manera conjunta, como aliados estratégicos.

Al ser un actor clave en la comunidad, hemos estado atentos a las necesidades de la población, con el fin de promover su desarrollo económico y social por medio de diversas iniciativas. Esta filosofía también se ve reflejada en una preocupación constante y concreta por las niñas, niños y jóvenes, y, en general, por la familia de nuestros trabajadores, la gran mayoría de los cuales son originarios de las zonas donde operamos.

Nuestro plan integral busca la inclusión y participación de los miembros de la comunidad en cada uno de los programas implementados. En este capítulo reseñamos algunos de ellos, que van desde la promoción de prácticas de alimentación saludables y la posibilidad de acceso a una mejor educación, hasta la facilitación de recursos tecnológicos, la inserción al empleo juvenil en condiciones justas y provechosas, y el incentivo para las actividades deportivas y culturales. Todas estas experiencias suman esfuerzos para conseguir nuestro principal objetivo: apostar por nuestro país e invertir en él para, creciendo conjuntamente, contribuir a su desarrollo humano, social y económico.



Un buen aprendizaje de las matemáticas favorece la toma de decisiones, el entendimiento de problemas, y contribuye a prestar mayor atención a los detalles.

SUMA DE ESFUERZOS

Las matemáticas suelen ser la pesadilla de los escolares, pero enseñadas con una metodología adecuada pueden no solo ser fascinantes, sino contribuir de manera significativa al desarrollo de su pensamiento y a la formación de valores. Promover iniciativas como “Matemáticas para Todos” no solo resulta relevante, sino prioritario.

En el Grupo Romero estamos convencidos de que una buena educación favorece directamente el desarrollo social y económico de una región y, en consecuencia, el del país en su conjunto. Buscamos siempre la forma de contribuir a mejorar la calidad educativa en las zonas donde trabajamos, y encontramos en el programa “Matemáticas para Todos” una excelente oportunidad para, desde nuestra posición, aportar a la formación de escolares y al desarrollo profesional de docentes. Se trata de una novedosa metodología que, desde 2006, ejecutamos en convenio con el Grupo Apoyo y que fomenta el aprendizaje de matemáticas en los niños. Incluye la capacitación a los docentes, que se complementa con la entrega de materiales didácticos especialmente diseñados para ellos y para los escolares. Apostamos por “Matemáticas para Todos” porque esta-

mos seguros de que aprender, comprender y practicar matemáticas contribuye de manera significativa al desarrollo del pensamiento crítico y a la formación de valores. Sabemos, además, que las matemáticas, como modelo de pensamiento, resultan imprescindibles para la toma de decisiones razonadas y acertadas; aprenderlas de manera adecuada es ejercitarse en razonar y analizar. Por eso necesitamos que más niños jueguen y se diviertan con los números. Teniendo esto en cuenta, PALMAS DEL ESPINO ejecutó este programa en catorce colegios de Tocache y Uchiza (San Martín), CAÑA BRAVA en tres colegios de Sullana (Piura) y TISUR en tres instituciones educativas de Mollendo y Matarani (Arequipa). Dado que son colegios de zonas donde están ubicadas nuestras empresas, muchos de los niños que tienen acceso a esta nueva forma de aprender

son hijos de nuestros colaboradores. En consecuencia, el beneficio de contar con una mejor educación en matemáticas llega no solo a los niños de las comunidades donde operamos, sino a los hijos de quienes integran la gran familia del Grupo Romero. Cabe señalar que la metodología del programa fue desarrollada por un equipo multidisciplinario alemán, la misma que ha sido adaptada a la realidad peruana. Los casos que se incluyen en los libros han sido contextualizados con datos de cada región del Perú. Es decir, apelan a intereses propios de los niños de la zona con el fin de estimularlos a participar en la solución de problemas cotidianos desde el punto de vista de las matemáticas. De esa manera, la aproximación al conocimiento es más intuitiva y creativa, nace de ejemplos concretos y alivia la idea de las matemáticas como una ciencia abstracta.

Son 14 las instituciones educativas en la región San Martín que aplican “Matemáticas para Todos”.

A		P
49	50	51
69	70	71
79	80	81
99	100	101
89	90	91
39	40	41

A		P
20	27	30
40	45	50
60	68	70
86		

Al 2010, hemos incluido a **4714** escolares en el programa “Matemáticas para Todos”.



150 docentes han recibido capacitación para aplicar la metodología de “Matemáticas para Todos” y mejorar sus técnicas de enseñanza de esta ciencia.

Cálculo humano

El asistente del gerente administrativo del GRUPO PALMAS tiene 23 años, se llama Carlos Hidalgo y obtuvo una beca para estudiar contabilidad en una universidad en San Martín. Fue uno de los alumnos destacados de su promoción en el programa “Matemáticas para Todos” en Santa Lucía. Desde que se implementó dicho sistema de enseñanza, hay muchas historias de éxito como la de él.

Hace seis años, el colegio de educación primaria Micaela Seminario, en Santa Lucía, fue el punto de partida del programa en esa localidad. Actualmente, son catorce las instituciones educativas en la región San Martín que aplican “Matemáticas para Todos”.

Los resultados que hemos obtenido empleando este sistema de enseñanza son contundentes: en la última evaluación del Ministerio de Educación, los chicos de San Martín obtuvieron tres puntos más sobre el promedio de rendimiento a nivel nacional. Y los mismos

estudios realizados en Arequipa arrojaron que los escolares que participaron en este programa lograron, gracias al apoyo de TISUR, un desempeño significativamente mejor que el promedio nacional estatal y una superioridad relativa del 40% con respecto a los resultados de la región.

Las evaluaciones realizadas por el Instituto Apoyo certifican que los alumnos que trabajan con el programa “Matemáticas para Todos” muestran una gran mejoría en los índices de talento y desempeño académico.

Pero este programa beneficia no solo a los alumnos. Para que funcione, los profesores deben comprometerse activamente con esta metodología y participar en capacitaciones y talleres donde se les transmiten las herramientas pedagógicas de “Matemáticas para Todos”.

Así, sumando esfuerzos, multiplicamos oportunidades y logramos un resultado que se hace sostenible y beneficioso para todas las partes.



Los colegios donde hemos implementado “Matemáticas para Todos” se encuentran dentro de la zona de influencia de nuestras empresas, por lo que los hijos de nuestros trabajadores son también beneficiarios de esta iniciativa.



Más de
1900
madres han
aprendido **recetas**
económicas y
nutritivas para sus
pequeños.

ALIMENTANDO EL FUTURO

Invertir en la infancia es un factor clave para erradicar la pobreza en nuestro país. Cualquier propuesta de inclusión y desarrollo debe asegurar la salud y la correcta nutrición de los niños. En ALICORP asumimos esta premisa con responsabilidad por medio de “Recuperar” y “La Radio Saludable”.

El Perú viene creciendo económicamente de forma sostenida, pero uno de los grandes problemas que todavía lo aqueja es la desnutrición crónica infantil. En ciertas zonas rurales, los índices de desnutrición en niños menores de cinco años llegan a un alarmante 50%; mientras que en zonas urbanas, esta cifra asciende a 16%. Una persona que ha padecido de desnutrición infantil en sus primeros años de vida verá afectada de manera irreversible sus aptitudes física, intelectual, emocional y social. Este deterioro reducirá su capacidad de aprendizaje en la etapa escolar y limitará sus posibilidades de acceder a otros niveles de educación y de insertarse en la vida laboral. Es decir, un niño desnutrido hoy tiene

altas probabilidades de ser un adulto pobre mañana. Si bien entre los años 2005 y 2010, la desnutrición crónica infantil se redujo en cinco puntos porcentuales (del 22.9% a 17.9%), todavía hay mucho por hacer, y una empresa como ALICORP, con más de trece años dedicados a la industria alimentaria, no podía mantenerse indiferente frente a este escenario. Por ello, en 2005 y en alianza con Cáritas del Callao, lanzamos el programa “Recuperar”, para mejorar las prácticas de nutrición de las madres gestantes y/o con hijos menores de cinco años que viven en siete asentamientos humanos de Pachacútec, Ventanilla, uno de los distritos más pobres del Callao. Los altísimos niveles de anemia, desnutrición y parasitosis intesti-

nal que presenta su población infantil son, sin duda alguna, un obstáculo para su desarrollo. En diez charlas educativas, estas madres son capacitadas en temas de salud y nutrición. Los fines de semana asisten a las sesiones demostrativas que se realizan en las cinco sedes establecidas en Pachacútec. Allí comparten recetas para platos balanceados, lo que no implica gastar más dinero sino aprender a seleccionar y combinar adecuadamente los alimentos para sus pequeños. El beneficio a largo plazo es incalculable, pues lo aprendido en este programa termina beneficiando no solo a los niños, sino a toda la familia. Desde la implementación de “Recuperar”, los índices de desnutrición crónica en los niños menores de cinco años



Alrededor de
3400
niños se han
beneficiado
del programa
“Recuperar”
desde 2005 hasta
la fecha.



40%
del total de **radios comunales a nivel nacional** utiliza el **Manual de La Radio Saludable** como parte de su programación radial.

de Pachacútec han disminuido de 38% a 16%. Teniendo en cuenta que es en los primeros cinco años de vida cuando se desarrollan las capacidades intelectuales y físicas de una persona, nos encontramos muy satisfechos con contribuir a lograr estos resultados. Por ello, pronto replicaremos esta experiencia en áreas rurales.

La buena mesa

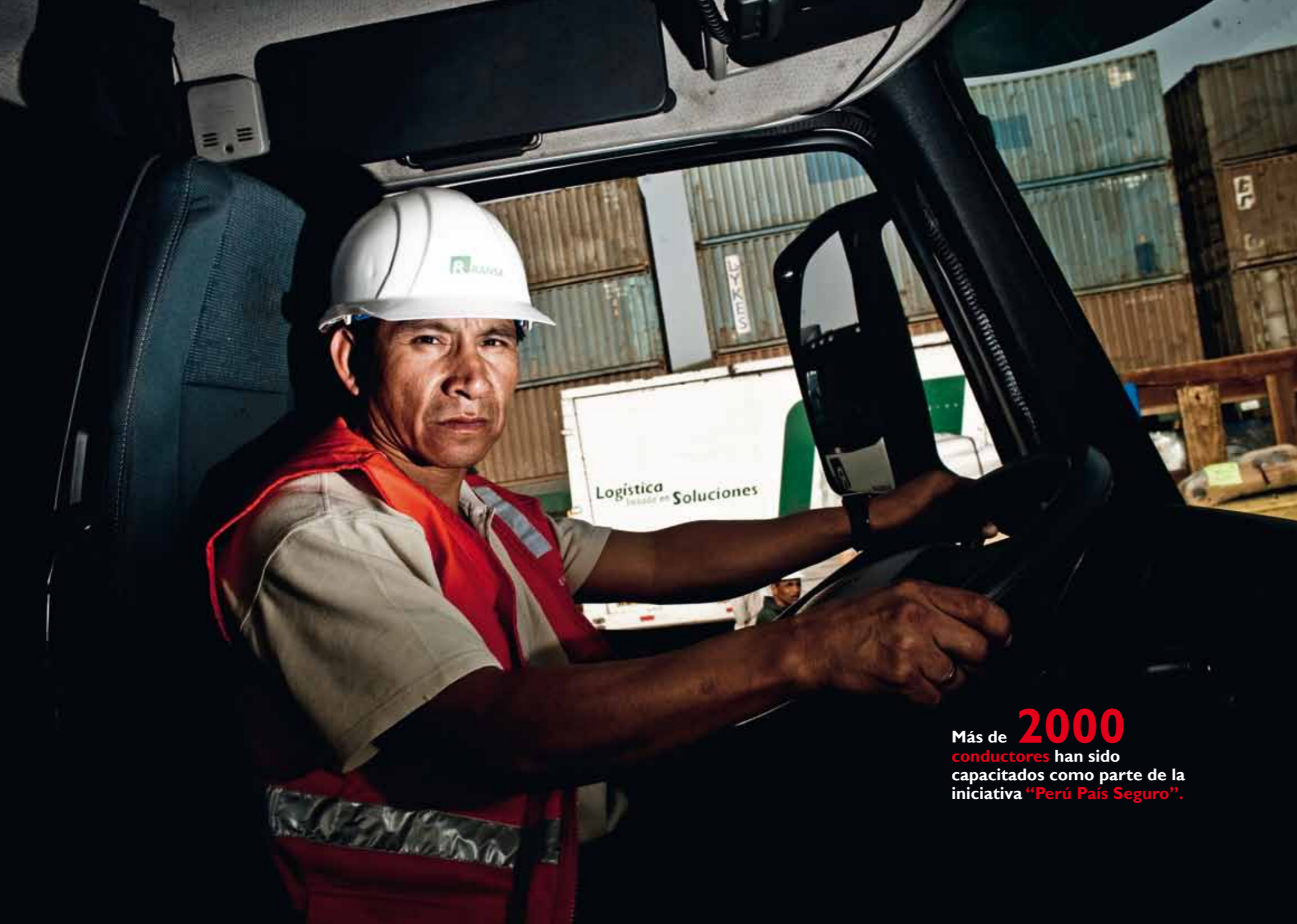
Puesto que ALICORP tiene presencia en casi todas las regiones del Perú, quisimos difundir estas buenas prácticas alimenticias y extender su alcance a nivel nacional. Tuvimos un microprograma en dos de las principales radioemisoras del país, donde transmitimos el valor de una adecuada nutrición y sus efectos en el desarrollo de las personas. Recetas nutritivas, consejos prácticos, reglas de alimentación, refrigerios saludables para los niños en la escuela fueron algunas de las recomendaciones compartidas. Pero nuestra labor no terminó ahí: en 2010, en alianza con el Ministerio de Salud del Perú (Minsa) y la Asociación

Mundial de Radios Comunitarias (Amarc), ejecutamos la iniciativa “La Radio Saludable”. Capacitamos, entonces, a radiocomunicadores de zonas rurales del país donde identificamos los índices más altos de desnutrición crónica infantil: Huancavelica, Andahuaylas, Abancay, Ayacucho, Cajamarca, Cusco y Puno. El objetivo fue darles herramientas para que puedan informar adecuadamente acerca de esta problemática y que refuercen sus habilidades de comunicación para poner este tema en agenda dentro de sus propias comunidades. Como material de trabajo les entregamos el *Manual de La Radio Saludable*, con contenidos y consejos de nutrición infantil desarrollados con el Minsa para su difusión. Hoy, más de 150 radios comunales utilizan este documento como parte de su programación. Además, cuentan con ocho piezas de radio con consejos de nutrición infantil que diseñamos en tres idiomas: español, quechua y aymara. Posteriormente, el reto fue pasar de la radio a la televisión, donde la inversión e influencia mediática son mucho más

fuertes pero que nos permite asegurarnos que el mensaje sea recibido de forma masiva. Para ello elaboramos diez spots publicitarios educativos como parte de la campaña televisiva “Alimentando el futuro”. Tras veintiún semanas de transmisión, se obtuvo el 84% de comprensión en los mensajes emitidos. El conocimiento de las madres sobre la importancia de temas como el segundo plato —que reemplaza al usual caldo que sirven a sus hijos—, la necesidad de una buena alimentación durante el embarazo, el uso de papillas para los bebés a partir de los seis meses, entre otros, aumentó considerablemente. Frente a estos buenos resultados, en ALICORP hemos decidido que en 2011 reforzaremos el vínculo con los radiocomunicadores que participaron en las capacitaciones de “La Radio Saludable” y que desde 2012 en adelante replicaremos esta iniciativa en otras ciudades de la sierra del Perú. Por todo lo anterior, podemos decir que en ALICORP nuestro plan en nutrición es una apuesta por el futuro.

Tras **21 semanas de transmisión** de “Alimentando el futuro”, se obtuvo el **84% de comprensión** en los mensajes emitidos





Más de **2000** conductores han sido capacitados como parte de la iniciativa “Perú País Seguro”.

SEGURIDAD AL VOLANTE

En RANSA no tenemos choferes, sino conductores. Gracias a nuestro programa de educación vial “Perú País Seguro”, hemos logrado ese cambio positivo en la percepción del trabajador, reducido los índices de accidentes en las carreteras y caminos, y difundido una cultura de seguridad a toda la comunidad.

Empezamos en 1939 comprimiendo fardos de algodón. Hoy somos la mayor empresa de servicios logísticos del Perú y hemos replicado nuestra exitosa experiencia en las tareas de almacenaje, aduana y transporte en Bolivia, Ecuador, El Salvador, Guatemala y Honduras. Hace diez años, teniendo en cuenta la gran cantidad de nuestros camiones que transitan diariamente por las carreteras de nuestro país, y conscientes de que el 85% de los accidentes de tránsito son ocasionados por errores humanos, nos propusimos reducir los índices de incidentes en la red vial nacional. Creamos, así, el programa “Perú País Seguro”, que consiste en educar a los conductores en temas como transporte adecuado de material peligroso, manejo defensivo, fatiga en la conducción y seguridad vial.

Mano firme y mirada atenta

En RANSA somos muy exigentes con nuestros conductores. Cada viaje que realizan es moni-

toreado por un sistema de GPS que, concluido el trayecto, envía la información a un sistema de registro que actualizamos mensualmente. Todos nuestros conductores reciben una charla de cinco minutos antes de emprender cada viaje, y realizamos inspecciones que certifican que se están cumpliendo los requisitos que tenemos establecidos. Al buscar que “Perú País Seguro” sea una iniciativa sostenible y que tenga los mejores resultados posibles, invitamos a las charlas de capacitación a otras instituciones. Nos acompañan representantes de la Policía de Carreteras, bomberos, personal de Defensa Civil y miembros de las comunidades, como sus alcaldes.

Y como en RANSA también empleamos flota de terceros, estos conductores reciben el mismo trato, pues queremos contribuir a difundir el conocimiento de un buen manejo dentro de todo el gremio de transportistas. Dentro del programa, entregamos materiales informativos como el *Manual*

de *Bolsillo de Manejo Defensivo*, que complementa las capacitaciones brindadas, e incluimos un curso orientado a niños de primaria, quienes empiezan a conocer las reglas de tránsito. El objetivo es que a futuro sean conductores responsables y que desde ahora sean quienes vigilen que “los grandes” manejen bien.

Según informes de la Policía Nacional del Perú, en nuestro país cada 24 horas mueren diez personas por accidentes de tránsito. Allí reside la importancia de un programa como “Perú País Seguro” y, sobre todo, el incidir en campañas informativas y de educación vial en menores de edad. Nuestros conductores forman parte de esa garantía de seguridad que la comunidad requiere en los caminos.

En total, tenemos

500 camiones seguros circulando por todo el Perú.



En 2010, por primera vez en una década, los accidentes en las carreteras de nuestro país disminuyeron en 3%, y desde “Perú País Seguro” seguiremos trabajando en ello.



Hemos inaugurado más de
16 lozas
deportivas en colegios de
Sullana y San Martín.

TRABAJO EN EQUIPO

Hace treinta años, cuando el GRUPO PALMAS llegó a Uchiza, en Santa Lucía solo existían viviendas precarias. Hoy tiene más de 8 mil habitantes que viven en casas de material noble. Hace cinco años, el proyecto de energía renovable de CAÑA BRAVA, en Sullana, recuperó terrenos fértiles para la agricultura. Hoy, comunidad y empresa se desarrollan con igual éxito.

En 1980, la selva peruana era tierra de nadie. Uchiza, en el departamento de San Martín, era el epicentro de una espiral perversa de violencia, pobreza y narcotráfico. Dos años antes, cuando decidimos comprarle 15 mil hectáreas al Estado en esa misma zona, supimos que el camino para realizar el proyecto agroindustrial que teníamos en mente era más que difícil. Los primeros años estuvieron envueltos en la incertidumbre de un futuro ataque. Supimos, como lo saben los agricultores de Santa Lucía hoy, que así como la cosecha de la palma aceitera demora cuatro años, nuestra naciente empresa tardaría en dar frutos. Se necesitaba paciencia y mucho trabajo.

Recién a mediados de los noventa, cuando el panorama nacional se tranquilizó, volvimos a retomar la inversión en Uchiza. Ejerciendo nuestra política de buena vecindad, nos abocamos a mejorar las condiciones de las comunidades aledañas,



que se convirtieron en nuestros mejores aliados y en una importante fuente de nuestra fuerza laboral.

Panorama alentador

Cuando llegamos a Santa Lucía, el nivel de pobreza de la zona era desolador. Inicialmente, nuestra contribución pasó por garantizar la infraestructura mínima. Construir plazuelas y hacer caminos fue el primer paso. Las instituciones educativas tenían limitaciones alar-



mantes y las condiciones para la salud no eran las adecuadas. Elevar la calidad de vida de la población era una tarea urgente, pues siempre hemos pensado que la educación, la salud y el deporte son las principales herramientas para promover el desarrollo de las comunidades. Así, convertimos el colegio más antiguo de Santa Lucía, que funciona desde 1933 y que desde hace siete años se llama "Manuel Romero Seminario", en una instancia edu-

cativa agropecuaria que cuenta con nuevas lozas deportivas y con nueve hectáreas de palma aceitera que ellos mismos gestionan. Con estas mejoras, el número de alumnos aumentó de 380 a 520. Al borde del río Huallaga se encontraba, sin muro perimétrico que lo resguarde, el nido "El Mundo de Ana María", fundado en 1989, que recibe a 180 niñas y niños de entre tres y cinco años de edad. El apoyo del GRUPO PALMAS

Ejerciendo nuestra política de buena vecindad, nos abocamos a mejorar las condiciones de vida de las comunidades aledañas, que se convirtieron en nuestros mejores aliados y en una importante fuente de nuestra fuerza laboral.



Como parte de la iniciativa “Sembrando vidas”, de CAÑA BRAVA, se han donado plántones a los colegios vecinos y educado en el cuidado del medio ambiente, a través de charlas, a escolares de inicial.

fue fundamental para mejorar y ampliar su infraestructura, además de capacitar a las educadoras en temas de nutrición. En el colegio de educación primaria “Micaela Seminario”, los escolares hacen cola para alistarse en la banda de música y estrenar los nuevos instrumentos que nuestra empresa donó. El aula de innovación tecnológica, la construcción de un pequeño estadio con tribunas y una biblioteca con 4 mil títulos para los 460 escolares del colegio también forman parte de nuestro programa de desarrollo comunitario.

En cuanto a los servicios de salud, las postas en Uchiza no se daban abasto para cubrir las necesidades de la población. Por ello, en el GRUPO PALMAS destinamos un gran porcentaje de la inversión en la comunidad para la adquisición de equipos de salud como laboratorios de rayos X y el abastecimiento de medicinas de carácter imprescindible, que todo centro de salud debe tener.

Desierto recuperado

El problema de buena parte de la costa peruana han sido siempre sus tierras: eriazas e improductivas. CAÑA BRAVA las fertilizó y convirtió el desierto en un valle fecundo.

Meses de trabajo y paciencia lograron que los primeros cultivos de caña de azúcar empiecen a dar sus frutos. La producción estaba garantizada y marchaba encaminada.

En la ciudad, como en el campo, el desarrollo también fue paulatino. La tarea de recuperar y conquistar el desierto también suponía cambiar el rostro de la comunidad. Para ello desarrollamos tres programas estratégicos. “Operación Barrio Limpio” significó inculcar una cultura del orden y la limpieza para mantener las calles y vías de acceso libres de desperdicios. Fueron 434 madres de familia de Ignacio Escudero las encargadas de la limpieza en su sector; labor por la que obtuvieron un ingreso extra para su economía. En el plano de la nutrición, gracias al programa “Loncheras saludables”, un número similar de madres recibió capacitaciones para mejorar la alimentación de sus niños en edad escolar. Y desde 2008, con el programa “Sembrando vidas” se han plantado 4876 árboles en las localidades alrededor de la fábrica. De esa manera, pusimos en valor la importancia de la naturaleza en el paisaje de su comunidad.

Pero el cambio en Sullana fue más allá. Además de esta in-

tervención en la comunidad para resolver aspectos básicos y mejorar su calidad de vida, asesoramos y brindamos asistencia técnica a grupos de agricultores que optaron por sembrar banano orgánico como cultivo alternativo. El monitoreo constante les permitió obtener un producto de mejor calidad que podía colocarse con éxito en el mercado interno y externo.

Todas estas iniciativas las implementamos en forma permanente con un compromiso de largo plazo: llevar desarrollo, trabajo y educación a las comunidades que nos acogen. Es una labor con miras a fomentar capacidades que afecten positiva e integralmente sus vidas y es un reto al que nos abocamos cada día.



Cada mes realizamos seis sesiones de capacitación donde participan más de

50 pobladores
del distrito de Ignacio Escudero.



En nuestras 6600 hectáreas de caña de azúcar trabajan **1400 personas.**

El 90% vive en Piura. De ese porcentaje, la mitad proviene de **Ignacio Escudero**, localidad cercana a la fábrica de **etanol**.

JOVEN COSECHA

Así como las hectáreas sembradas de caña de azúcar en el valle del Chira permiten su cosecha todo el año, en **CAÑA BRAVA** buscamos esos mismos niveles en el plano humano: sembramos oportunidades y apostamos por jóvenes con talento y aspiraciones.

Familia brava

En Ignacio Escudero, distrito cercano a CAÑA BRAVA, los jóvenes de entre diecisiete y veintiún años de edad que están culminando sus estudios y empiezan a buscar oportunidades laborales ya no tienen que migrar hacia las ciudades. Tras la llegada de CAÑA BRAVA, quedarse en su tierra y desarrollarse profesionalmente en ella se ha convertido no solo en una opción viable, sino en una sumamente atractiva. Conscientes de su potencial y ganas de superación, buscamos la inclusión de nuevos elementos jóvenes recién egresados de secundaria que, luego de una selección y capacitación, pasan a integrar las filas de nuestra empresa.

Esa es, precisamente, la misión del programa “Siembra de competencias laborales”: contribuir a que los jóvenes puedan ingresar al mercado laboral y, en algunos casos, continuar sus estudios en el extranjero. Se trata de una inversión conjunta que apunta a la creación de valor compartido. Quisiera contarles una historia.

Los dos son trabajadores de CAÑA BRAVA. Ella viste un mandil blanco de laboratorio; él calza unas botas para andar en los campos. Ella tiene veintidós años; él, cuarenta y siete. Ella se llama Vanessa; él es su papá, Esteban. Ambos tienen la misma sonrisa y llegan juntos a la fábrica de CAÑA BRAVA cuando sus horarios coinciden. Siempre han vivido en Montelima, un centro poblado de Ignacio Escudero, a dos kilómetros de la fábrica. Esteban Durán ha sido agricultor durante toda su vida. Aprendió de su padre los “saberes de la tierra”. Justamente la tierra en la que decidimos comenzar esta nueva aventura empresarial.

En 2007, un año después del inicio de nuestras acciones en el valle del Chira, convocamos a agricultores de la zona para trabajar en el fundo. Esteban fue uno de ellos. La vida de los Durán cambió. Con sueldo fijo, empezaron a remodelar su casa y a comprar alimentos al por mayor. La historia de Vanessa en CAÑA BRAVA recién empezaría tres años después. Fueron

los incesantes pedidos de Esteban los que hicieron que Vanessa asistiera a la convocatoria para alumnos de quinto año de secundaria y egresados. Luego de los dos meses de capacitaciones que recibió en Piura, de los veinte preseleccionados ella ingresó como técnica en laboratorio. Su trabajo consiste en analizar y tomar muestras de los frutos de caña madura. Su rutina la entusiasma porque cada día siente que aprende algo nuevo. Hoy, Esteban tiene a su cargo un equipo de seis agricultores y supervisa las matrices de riego tecnificado en un campo de treinta y cinco hectáreas. También se compró una moto. Con su sueldo, Vanessa le regaló una cocina a gas a su mamá en su día. Ahora tiene una computadora en su cuarto, un espacio que ella misma ha ido decorando.

La historia de Vanessa pertenece a la de una generación de jóvenes del distrito Ignacio Escudero que han sido capacitados y ahora forman parte de la empresa, realizando tareas agrícolas en el campo o de análisis en los laboratorios.

La Cámara de Comercio, Producción y Turismo de Sullana concedió a CAÑA BRAVA el Reconocimiento Empresarial 2009, por su contribución a la generación de empleo y crecimiento económico de la región.

CAÑA BRAVA ha contratado a 60 jóvenes de la zona gracias al programa “Siembra de competencias laborales”.

JUEGO DE NIÑOS

El modelo por el que apostamos hace doce años se ha convertido en un paradigma empresarial en el país. No es un mercado, ni tampoco un centro comercial: es la primera ciudad comercial del Perú; un punto de atracción no solo para el público adulto, sino también para los niños.

En MINKA estamos organizando una semana robótica en la que participarán escolares de distintos colegios, quienes expondrán sus inventos.



Más de 1000 locales, **4000** puestos de trabajo y un área de **114 825 m²** nos convierten en la primera ciudad comercial del país.

En 1999, cuando abrimos MINKA en el Callao como experiencia piloto de Multimercados Zonales, solo existían 150 locales distribuidos en un área de 50 mil metros cuadrados. Aún resultaba complicado desplazarse entre los puestos alejados. Hoy funcionan más de mil locales que generan cerca de 4 mil puestos de trabajo directos, en un espacio que ha duplicado su área inicial: 114 825 m². Se trata de una experiencia pionera que conserva la estructura de un mercado de abastos convencional, donde rescatamos la figura del “casero” pero con dinámicas de operación más modernas. Es un sitio pensado para comprar, para entretenerse, para ir en familia.

Precisamente por eso, y por el contexto industrial en el que se ubica, con la propuesta de Multimercado Zonales —que también manejan los centros comerciales Plaza El Sol y Plaza de la Luna en el interior del país—, buscamos cambiar la idea que se tiene de un mercado común: MINKA es un espa-

cio limpio, seguro y ordenado. Además, buscamos que los niños se acerquen a la realidad del mercado de manera divertida. Para ello, organizamos los Chikitours, recorridos que delegaciones escolares de Lima y Callao realizan en nuestra ciudad comercial para ver, en vivo y en directo, cuáles son los alimentos de la canasta familiar y su valor, y en qué consisten las transacciones comerciales; es decir, juegan a ser compradores y vendedores en este mercado modelo. Contamos, además, con una base de datos de más de seis mil niños inscritos en Chikiminka, un club de niños con una agenda propia de programas y eventos diseñados para ellos.

Las actividades culturales también tienen cabida en nuestro programa de acercamiento a la comunidad. En colaboración con la Región Callao y la Municipalidad del Callao, montamos una huaca que demandó la movilización de doce camionadas de tierra y la asesoría de varios museos que colaboraron en hacerla lo más real posible,

como el Museo Larco, el Museo de El Parque de las Leyendas, el Museo de la Universidad San Marcos, entre otros. Además, apoyamos el deporte. Por ello, en el Callao auspiciamos una escuela de fútbol para mujeres de entre nueve y quince años de edad, que son las actuales campeonas de un torneo local.

Podríamos decir que los niños son el futuro del Perú, pero esa frase sería un lugar común. Nosotros pensamos que el trabajo con ellos debe ser constante. Dotar a la población infantil de espacios donde desarrollar sus aptitudes físicas e intelectuales, brindarle oportunidades de crecimiento que pongan en valor su desempeño, asegurar y vigilar su nutrición, y garantizar la seguridad y tranquilidad en su comunidad son tareas básicas para lograr adultos responsables y comprometidos con su entorno. Por lo tanto, todas nuestras acciones están orientadas a volver concretas esas apuestas y esperanzas depositadas en nuestros niños.



Cada semana, 6 delegaciones de más de **20** niños y niñas visitan MINKA.



25% de los alumnos del colegio San Vicente de Paul son considerados de **alto riesgo** por los casos de delincuencia en sus familias, abuso sexual y violencia.

HÁGASE SU VOLUNTAD

Ayudar a los demás es una costumbre que se aprende desde casa. En ese sentido, y al ser cada empresa como un hogar, a través del voluntariado corporativo nuestras industrias ofrecen a sus colaboradores la posibilidad de ayudar a sus vecinos más necesitados.



No podemos mantenernos al margen de las condiciones de vida de quienes habitan las zonas aledañas a nuestras operaciones. De manera coordinada y facilitando la logística necesaria, nuestras principales empresas organizan programas de voluntariado para sus colaboradores. Ellos nos demuestran que todos tenemos algo para dar: tiempo, entusiasmo, dedicación y conocimientos. Así, en 2008 comenzamos en ALICORP una investigación interna en nuestros centros de operaciones de la ciudad de Lima, con miras a diseñar un programa de voluntariado que involucrara a nuestros

trabajadores en acciones de responsabilidad social comunitaria. El enfoque se centró, principalmente, en realizar tareas de educación nutricional con los colaboradores que desearan participar: enseñar a aprovechar mejor los nutrientes de los alimentos, preparar platos balanceados, economizar la canasta familiar en el mercado, entre otros. De igual modo, en 2010 en RANSA hicimos un mapeo urbano para identificar las debilidades de los distritos contiguos a nuestra empresa. Así, notamos cómo en Gumbetta, asentamiento humano ubicado en el Callao, la mayor

parte de su población infantil —ante la imposibilidad de seguir estudios superiores por las condiciones de pobreza en las que viven—, termina el colegio y se dedica a actividades vinculadas al pandillaje y al consumo de drogas. Por eso, un equipo de voluntarios de nuestra empresa fue capacitado para realizar dinámicas participativas y divertidas, que luego les permitieron instruir en temas de seguridad vial, toma de decisiones y liderazgo a cien niños (de 3ro. a 6to. de primaria) del colegio San Vicente de Paul. Asimismo, junto con la compañía minera Antamina, nues-

tros trabajadores de TRAMARSA capacitaron a los pobladores de la comunidad de Huarmey, en Ancash, con un curso de operadores portuarios. Los alumnos sobresalientes fueron contratados en la empresa. Y contamos con un programa llamado “Mejorando mi casa”, para optimizar las viviendas de nuestros colaboradores más necesitados y mejorar su calidad de vida. Cabe mencionar también que en la institución educativa Sarita Colonia, en el Callao, un equipo de voluntarios del Grupo Romero participó en iniciativas educativas que inculcaban una adecuada cultura de higiene a menores de seis años. En un país que nos ha dado tanto, y donde acceder a un trabajo digno, estable y bien remunerado sigue siendo un derecho ajeno a la mayoría, consideramos importante retribuir esa suerte y ser parte del cambio. Por eso, esperamos cada año poder vincular a más trabajadores nuestros en estas labores de voluntariado y contribuir a mejorar la calidad de vida de quienes más lo necesitan.

En 2010, el Comité de Voluntariado de RANSA implementó talleres, actividades de confraternidad y campañas de apoyo a los grupos más sensibles de la sociedad. Además, amplió su red de voluntarios a las provincias en las que la empresa opera.

En Islay, un grupo de voluntarios de TISUR entregó ropa y víveres, y refaccionó escuelas.

Prácticas Ecoamigables



A diferencia de los otros grupos de interés con los que interactuamos, el medio ambiente, por su propia naturaleza, no es una contraparte con la que podemos dialogar. Trabajar en nuestra relación con este *stakeholder* implica grandes esfuerzos que, claro está, merecen la pena: es la fuente de nuestros recursos y, sobre todo, el espacio que todos habitamos.

En el Grupo Romero estamos permanentemente enfocados en reducir el impacto que puedan tener nuestros servicios y procesos de producción en la calidad del aire, del agua, el clima, la biodiversidad y la utilización de recursos naturales. Además de cumplir con la reglamentación de las instituciones que representan al medio ambiente y de incorporar sus recomendaciones, empleamos nuestro ingenio y creatividad para generar soluciones ecoeficientes en cuanto al manejo de nuestros insumos y residuos.

Entendemos que ser responsables con el medio ambiente no es solo una obligación corporativa sino que, contrariamente a lo que algunos piensan, permite incluso que hagamos más eficientes y rentables nuestros negocios. Nos regimos por exigentes estándares institucionales que en varias de nuestras empresas se han convertido en sistemas integrados de gestión y que se suman a lo exigido por las certificaciones internacionales a las que han aplicado muchos de nuestros procesos con éxito.

Las experiencias que presentamos en este capítulo — el desarrollo de procesos ecoeficientes, la apuesta por combustibles más limpios, la implementación de puertos reconocidos internacionalmente por su buen manejo con el medio ambiente, los esfuerzos por generar nuestra propia energía y otras iniciativas de gestión ambiental—, son una prueba de esta visión empresarial que compartimos y que esperamos sirva de ejemplo.



CAÑA ENÉRGICA

Esta es la historia de cómo logramos convertir tierras eriazas ubicadas en un clima desértico en el más grande y ecoeficiente proyecto de producción de etanol a base de caña de azúcar en el Perú.

El clima del Valle del Chira, en Piura, permite obtener uno de los mayores niveles de rendimiento de caña de azúcar del mundo. Sin embargo, las tierras de esta zona son, en gran medida, eriazas, y, al tratarse de un área desértica, hay escasez de agua. Este escenario, poco estimulante para algunos, fue para nosotros un reto altamente inspirador, teniendo en cuenta, además, que fue en Piura donde empezó la historia del Grupo Romero. Así nació CAÑA BRAVA, proyecto empresarial que se dedica exclusivamente a la producción de etanol a partir de la caña de azúcar. Asegurar la reducción en las emisiones de gases de efecto invernadero y contar con ciclos de producción limpios y amigables con el medio ambiente son aspectos que han

guiado este proyecto desde sus inicios. Hoy podemos decir, con orgullo, que somos líderes en la producción y comercialización de etanol en el Perú. Luego de que, en septiembre de 2006, CAÑA BRAVA se adjudicara en subasta pública el Proyecto Especial Chira Piura (PECHP), un área de 3200 hectáreas de terrenos eriazos en las provincias de Sullana y Paita y comprara otras 3800 hectáreas a propietarios privados, nos dedicamos a preparar los terrenos e implementar las condiciones necesarias para la siembra de la caña de azúcar. Para que nuestros procesos sean consecuentes con nuestra preocupación ambiental, nos hemos esforzado en lograr una planta ecoeficiente que genera su propia energía a través del uso de residuos de

la caña de azúcar. Además, utilizamos mecanismos de riego tecnificado que nos permiten irrigar con la misma cantidad de agua el doble de hectáreas. A esto se le suma el trabajo que realiza el Centro de Producción de Insectos Útiles (CPIU), que permite la sustitución de pesticidas por controles biológicos de plagas. En 2008, empleamos por primera vez el sistema de “cosecha en verde”: nueve máquinas que no solo cortan la caña, sino que la trozan, limpian y descargan en el vagón de traslado para su ingreso a la fábrica, con lo que evitamos la quema de caña empleada en la cosecha tradicional. De esta manera completamos el círculo ecológico y cumplimos con la premisa planteada desde un inicio de “cero contaminación”.

En abril de 2008, con una inversión de 60 millones de dólares, comenzamos el montaje de la fábrica de etanol, la primera de Latinoamérica con sistema de extracción directa y una capacidad de producción de 350 000 litros diarios de etanol al 99.9%.

La certificación

ISO 9001

garantiza la **elevada calidad** de nuestros procesos para la obtención del **etanol**.



Negocio ecoeficiente

CAÑA BRAVA agrupa a tres empresas que tienen como objetivo producir etanol, insumo principal para la elaboración del gasohol (7.8% etanol y 92.2% gasolina), combustible que es amigable con el medio ambiente y que tiene un ahorro en la emisión de gases de efecto invernadero (CO₂) al ambiente de 100% respecto de la gasolina y el diésel. Estas subsidiarias son: Agrícola del Chira S.A., que siembra y cosecha la caña de azúcar; Sucroalcolera del Chira S.A., la responsable de la molienda y de la producción industrial del etanol; y Bioenergía del Chira S.A., que genera energía eléctrica a partir del bagazo (el residuo de la caña tras extraérsele el jugo). Nuestra estrategia de negocio se fundamenta en la integración y la sinergia de los procesos productivos. Así, los residuos de la elaboración de etanol (bagazo de caña) sirven como insumos para la generación de la energía que alimenta a la planta. En tanto, las emisiones de fluidos (vinaza), debidamente tratadas, son empleadas para mejorar la calidad de la tierra, donde se siembra y crece la caña. En consecuencia, todos los residuos pasan a ser parte de un ciclo virtuoso que ejemplifica el compromiso de



la empresa con la promoción y protección medioambiental. En estos años, hemos recibido distinciones y certificaciones que nos llenan de satisfacción, pero hay una que considero especialmente significativa. En mayo de 2010, nos convertimos en la primera empresa peruana dedicada a la producción de caña de azúcar en recibir la certificación internacional LEAF (Linking Environment And Farming), que nos distingue por actuar de forma responsable con el medio ambiente y nuestro entorno social.

Cosechando bienestar

En Caña Brava anualmente se absorben 200 000 toneladas de dióxido de carbono (CO₂) y se libera similar cantidad de

oxígeno (O₂) al medio ambiente. Así es que no solo hemos transformado tierras áridas en zonas agrícolas y productivas que ahora retiran CO₂ de la atmósfera en volúmenes importantes, sino que hemos implementado iniciativas propias para consolidar una producción con recirculación de efluentes y un nivel mínimo de impactos ambientales.

En suma, contribuir a proteger el medio ambiente y, a la vez, ser capaces de liderar un negocio rentable, es nuestro principal objetivo. Ser empresarios de éxito y aportar por proteger nuestro entorno no son términos antagónicos sino, como lo ilustra esta experiencia, conceptos perfectamente complementarios.

Más de **964** grifos y estaciones de servicios en **9** regiones del país ya venden gasohol.



ENERGÍAS LIMPIAS

En 2003, el gobierno peruano dictó la Ley de Promoción de Mercado de Biocombustibles. Esta iniciativa nos impulsó a incursionar en esta área, de vital importancia para el desarrollo sostenible de nuestro país. Iniciamos, entonces, dos proyectos de combustibles limpios: etanol (insumo del gasohol) y biodiésel.

Promover la diversificación de la matriz energética en el Perú se ha convertido en uno de nuestros grandes compromisos con el país. En el Grupo Romero incentivamos la generación y el consumo de energías alternativas amigables con el ambiente, siguiendo la línea adoptada por los países más avanzados del mundo. Este objetivo lo llevamos a cabo con CAÑA BRAVA, que produce el etanol, insumo principal para la elaboración del gasohol (7.8% etanol y 92.2% gasolina). Los gases de combustión del gasohol son menos tóxicos que los de la gasolina —su combustión es más completa, no contiene azufre y sus gases tienen menos cantidad de CO₂— y con su uso se elimina el aditivo de las gasolinas MTBE que genera gases neurotóxicos que son expulsados al medio ambiente. El gasohol reduce en 6% el índice de nocividad con respecto a la gasolina tradicional y no requiere que el motor sea adaptado previamente a su uso.

Energía desde la selva

El biodiésel se obtiene del aceite de palma refinado, uno de los productos que elabora-

mos en GRUPO PALMAS en la selva peruana. Puede usarse directamente en cualquier motor diésel, con poca o sin ninguna modificación, y sus propiedades son similares al diésel de petróleo, por lo que ambos se pueden mezclar en cualquier proporción sin generar problemas a los motores de los automóviles.

Además de tener un alto poder lubricante que reduce la fricción y evita el desgaste de las piezas del motor en contacto con el combustible, proporciona beneficios ambientales al mejorar la combustión y reducir así las emisiones tóxicas y la emisión de gases de efecto invernadero (GEI).

El biodiésel produce 37% menos CO, 78% menos CO₂, 100% menos emisiones de SO₂ y 84% menos partículas de materias varias. Además, disminuye en 90% los riesgos de sufrir de cáncer y es más económico que el aceite fósil mineral.

Por tanto, urge que consideremos la necesidad de buscar nuevas alternativas energéticas y ofrecer un producto que rentabilice nuestras operaciones y contribuya a preservar nuestro entorno.

Plantas autosuficientes

Cuando incursionamos en la generación de combustibles limpios, nos pareció consecuente buscar formas de producción que, a su vez, emplearan energía limpia y autogenerada. En el GRUPO PALMAS identificamos la oportunidad de generar energía en base a los residuos obtenidos de la industrialización del fruto de la palma. Así, en 2006 pusimos en marcha nuestra planta de biogás. Los efluentes resultantes ingresan a unas inmensas lagunas en donde la descomposición de la materia orgánica, realizada por las bacterias presentes, produce un gas compuesto en un 40% de dióxido de carbono y un 60% de metano. El gas metano es un combustible que utilizamos en la planta extractora para generar calor en la refinación de aceite y en los calderos de biomasa para producir vapor para toda la fábrica. Hoy podemos decir, con satisfacción, que en 2010 la energía autogenerada por la empresa representó el 18.3% de su consumo total. Iniciativas como esta nos han permitido incursionar en la venta de Créditos de Carbono

(Certified Carbon Reductions o CER) para la reducción de gases de efecto invernadero. Ya hemos acordado la venta de los CER al gobierno de Bélgica que, además de las exigencias propias de la ONU, monitorea el cumplimiento de requisitos relacionados al impacto social de las operaciones de la empresa.

De otro lado, volviendo al caso del etanol en Piura, además de los beneficios que ofrece como producto final, es elaborado en una planta que, en términos energéticos, es autosuficiente: genera el 63.05% de la energía que emplea para sus procesos agrícolas e industriales. Con esto, reducimos la demanda externa de energía, lo que representa menor uso de centrales hidroeléctricas y térmicas y, por ende, una reducción en el uso de recursos naturales e insumos fósiles.

Todas estas acciones, y muchas otras que continuamos incorporando en nuestra organización, nos permiten alcanzar nuestros objetivos empresariales dentro de un marco de sostenibilidad e integración socioambientales.

En 2010, la energía autogenerada de Caña Brava representó el

63.05%

de su consumo total.



La capacidad total de almacenamiento del Terminal de Líquidos de TRAMARSA es de

42 mil toneladas, en 28 contenedores.



PUERTOS SALUDABLES

Las operaciones portuarias que realizamos en TRAMARSA y TISUR son otro ejemplo de cómo velamos por el cuidado del medio ambiente en los diferentes sectores en los que operamos.

En el Terminal de Líquidos de TRAMARSA, en Ilo, recibimos diariamente flujos e insumos que llegan en camiones cisterna y en naves. Nuestra tarea consiste en la correcta recepción, transporte y almacenamiento de aceites y alcoholes, procesos que se rigen por los estándares internacionales establecidos en la certificación ISO 14001. El mayor riesgo durante el traslado de los insumos de las naves a los contenedores es su paso por las tuberías submarinas. Por ello, nos encargamos de que estas reciban el mantenimiento y monitoreo adecuados para evitar, así, que un accidente pueda afectar el ecosistema marino. La preocupación y a la vez el éxito de la empresa consiste en vigilar y garantizar el óptimo funcionamiento de la cadena a través de la cual se embarcan más de 210 000 toneladas métricas anuales de líquidos a granel procedentes de Bolivia y Perú. Este mismo modelo se repite con igual éxito en Matarani, donde el Terminal Internacional

del Sur S.A. (TISUR), el primer operador portuario del país, realiza sus operaciones desde 1999. Su labor está enfocada en el almacenaje de minerales, específicamente el concentrado de cobre proveniente de la extracción minera. Cuando se trabaja con este tipo de materiales, que por su naturaleza son particularmente sensibles al medio ambiente, la certificación internacional es un requisito indispensable y nos lo tomamos muy en serio: somos el primer puerto de Sudamérica en alcanzar una certificación integrada (ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18000, BASC y el código ISPS o PBIP). Además, el nivel de profesionalismo y compromiso de nuestros trabajadores ha sido reconocido internacionalmente por la CEPAL, que lo ha calificado como el puerto más eficiente de la región.

Control y constante supervisión

En medio de las instalaciones de TISUR, llama la atención una

gran faja suspendida en el aire que atraviesa casi por completo la empresa. Por su interior circulan los minerales hasta llegar a las bodegas de los buques. Todas las vías de transporte del cobre cuentan con un dispositivo sincronizado, incluida esa gran faja hermética, que evita que el mineral tenga contacto con el aire.

Ambas empresas, TRAMARSA y TISUR, siguen de manera rigurosa las recomendaciones planteadas en sus Estudios de Impacto Ambiental, elaborados previamente a su funcionamiento, que incluyen monitoreos periódicos de aire, agua, agua de mar, afluentes, suelo y ruido, así como análisis diarios del polvo respirable e inhalable dentro del perímetro del terminal. Además, cada año controlamos rigurosamente las emisiones de humo de nuestros equipos y semestralmente realizamos campañas de salud y prevención con los operarios que trabajan en nuestros depósitos.



Terminal Internacional del Sur S.A. (TISUR), el primer operador portuario privado del país, es el primer puerto de Sudamérica en alcanzar una certificación integrada: ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18000, BASC y el código ISPS o PBIP.

En 2010, en TISUR redujimos al **15%** el porcentaje de polvo en el terminal, cuando el mínimo suele ser de 35%.

INTELIGENCIA AMBIENTAL

Muchas de las empresas que conforman el Grupo Romero cuentan con certificaciones internacionales que validan los estándares que manejamos. En todas, sin embargo, se trabaja constantemente en el desarrollo de planes e iniciativas para el cuidado del medio ambiente que merece la pena compartir.

En 2010, con ALICORP obtuvimos las certificaciones ISO 14001 para los Molinos Callao, Santa Rosa y Faucett, que se suman a las Plantas de Copsa, Fideería Lima y Alianza, Sidsur y Calixto Romero.

En ALICORP, la empresa de productos de consumo masivo, industriales y nutrición animal más grande del Perú, identificamos los impactos ambientales de nuestras operaciones y los gestionamos de manera responsable siguiendo el enfoque de la norma internacional ISO 14001.

Así, por ejemplo, algunas de las medidas que adoptamos recientemente son haber reducido a un tercio la cantidad de envases desechados como desperdicio. Igualmente, exigimos que todos nuestros proveedores de transporte cuenten con un certificado de operatividad otorgado por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), que nos garantiza que el control de emisión de gases está a cargo de una institución especializada.

Además, en Planta Copsa (Lima), se realizó la compra de una moderna Planta de Tratamiento de Efluentes para mejorar el manejo de nuestras

descargas de efluentes industriales con estándares internacionales.

Palmas ecológicas

GRUPO PALMAS cuenta con las certificaciones ISO 9001:2007 e ISO 14001:2004, que confirman los estándares que empleamos en el control de las emisiones de nuestros combustibles, el manejo de residuos líquidos y sólidos, y el cuidado medioambiental.

Industrias del Espino, subsidiaria de este grupo, cuenta con una planta de tratamiento de efluentes que mejora las condiciones del agua resultante de sus procesos productivos, con el fin de asegurar su calidad al momento de entrar en contacto con el río Porongo, el más cercano a la zona de operaciones de la empresa.


En Palmas del Espino y Palmas del Shanusi se da tratamiento a las aguas residuales (producidas por el uso de los baños, duchas y grifos de los campamentos) a través del empleo

de tanques sépticos con sus respectivos campos de percolación.

Igualmente, se monitorea la condición del agua, y factores como el ruido y el aire también son evaluados por especialistas ambientales.

En cuanto a los residuos sólidos sanitarios y ambientales, las empresas del GRUPO PALMAS se rigen por normativas que aseguran una adecuada gestión y control de los mismos, desde su generación hasta la disposición final.

Dada la importancia que le asignamos al cuidado medioambiental, permanentemente realizamos campañas de sensibilización y difusión de cartillas informativas sobre la segregación de cada tipo de residuo. Esto porque entendemos que una pieza fundamental del manejo ecológicamente responsable se centra en la información que podemos transmitir entre nuestros trabajadores y hacia nuestro entorno.



Una hectárea de **palma aceitera** retiene la misma cantidad de **dióxido de carbono** que una hectárea de **bosque**.

Nuestras empresas cuentan con claras **políticas** de cuidado **ambiental**.



En **MINKA** se ha logrado ahorrar el **50%** del consumo de agua por medio del tratamiento de **aguas residuales**.

Frío cada vez más limpio

En RANSA, la organización y el almacenamiento de diferentes productos son la base del negocio, y la búsqueda por mejorar nuestros procesos constituye un reto constante. Frío Ransa es la sección de RANSA especializada en el rubro de refrigerados y congelados. Hace tres años, pusimos en marcha un programa que, poco a poco, ha ido desterrando los refrigerantes tradicionales que necesitan nuestras cámaras frigoríficas y túneles de congelamiento por otros mucho más ecológicos y amigables.

Un mercado como pocos

Nuestra empresa Multimercados Zonales está apostando por convertir sus centros comerciales en ecológicos, con la instalación de paneles solares, baños secos y plantas de tratamiento y reúso de aguas residuales. Iniciamos este proyecto en MINKA, donde instalamos una planta para tratar y reusar las aguas residuales, con lo que ahorramos hasta 50% del

consumo del agua mensual. La planta de tratamiento trabaja con productos 100% biodegradables de origen natural y permite, además, mejorar la calidad del agua residual que se vierte en el desagüe. El objetivo, a mediano plazo, es que todos los baños de MINKA funcionen con agua recicladas. Asimismo, estamos implementando los urinarios secos en los sanitarios de varones, que funcionan con un gel en lugar de con grandes cantidades de agua. También estamos trabajando en el uso del agua tratada (reciclada) para el riego de jardines, y hemos implementado el sistema de riego tecnificado. En Multimercados Zonales contamos con un Comité de Energía que tiene como objetivo optimizar el consumo de ese recurso al interior de nuestras instalaciones (lo que incluye proteger el ambiente de emisiones de CO₂). Así, está trabajando en reducir el consumo de energía por iluminación en los pabellones y exteriores, sin disminuir los niveles de visibilidad en la zona, por lo que se está probando con nuevas tecnologías.

MINKA cuenta con 5000 m² de áreas verdes que, además de contribuir a disminuir la contaminación del aire, brindan sensación de bienestar, embellecen el paisaje y contribuyen a valorar la propuesta de tener un mercado diferente.



Gestión transparente

Han pasado 29 años desde que, en Piura, comenzara sus labores la Fundación Romero, por iniciativa de José Antonio Onrubia Romero y de los hermanos Calixto, Manuel y Dionisio Romero Seminario. En un inicio, se dedicaba a canalizar las donaciones del Grupo Romero hacia las comunidades como parte de nuestro interés por ayudar a las zonas pobres aledañas a nuestras empresas. Luego, en la medida que fuimos teniendo una visión más integral de la responsabilidad social, incluimos proyectos, recursos educativos y de comunicación orientados al desarrollo de la ciudadanía, las comunidades, los empresarios, entre otros actores sociales importantes para nosotros.

Hoy, la Fundación Romero tiene establecidas dos líneas estratégicas de trabajo: el emprendimiento y la generación de capacidades, y la promoción de ciudadanía y el compromiso con el país. Además, brinda soporte a las empresas del Grupo Romero en sus proyectos de responsabilidad social y en la comunicación con sus grupos de interés, por medio de estrategias que buscan promover la sostenibilidad de las empresas y contribuir con la generación de valor para las mismas.

En la Fundación Romero estamos convencidos de que mediante una relación ética y transparente con nuestros grupos de interés, respetando y teniendo en cuenta las diversas culturas y valores propios de cada uno, lograremos gestionar proyectos articulados y participativos de desarrollo sostenible. En ese sentido, los reportes de sostenibilidad que elabora cada una de nuestras empresas son la principal herramienta de transparencia y de gestión. Allí radica el compromiso de la Fundación Romero al construir y procurar el desarrollo de empresas que crezcan equitativamente con todos los actores, sectores y engranajes que la conforman.

HISTORIAS DE TELEVISIÓN

Dos productos audiovisuales y la búsqueda de objetivos complementarios: difundir proyectos de desarrollo, exitosos y sostenibles, que puedan ser replicados en otras zonas del Perú, y analizar problemas coyunturales del país de forma que todos nos motivemos a convertirnos en agentes de cambio. Con ustedes, “Para quitarse el sombrero” y “Cuatro x 4”.



Creemos en la “televisión formativa”, programas que lleguen a las mayorías y les den la oportunidad de acceder a temas interesantes y motivadores. El reto está en cómo presentar los contenidos para garantizar el mayor impacto de los mensajes.

El crecimiento macroeconómico de nuestro país encuentra su correlato en las historias de éxito de sus habitantes. Ellos, como protagonistas de su propio cambio, le van modificando el rostro a nuestra sociedad. En 2006, a partir de la búsqueda de proyectos de desarrollo sostenible inclusivos y con buenos resultados, nos dimos cuenta de lo difícil que era encontrar este tipo de iniciativas y de la poca difusión que tenían. Decidimos, entonces, trabajar en su investigación y darlos a conocer a todo el país a través de un programa de televisión de señal abierta que, como medio masivo, sirve

también para educar y llegar a las grandes mayorías con mensajes positivos y que motiven a la acción. A mediados de 2008, nació “Para quitarse el sombrero”, una serie de reportajes donde contábamos experiencias exitosas que se daban al interior del país. Los episodios recogían testimonios de las personas y comunidades involucradas, la inversión y resultados de la iniciativa, y la visión de la población a futuro. Todos ellos tenían un denominador común: ser una historia que resalte la generación de oportunidades y el desarrollo de capacidades en beneficio de grupos o

comunidades en condiciones de pobreza. Así, se abordaron temas como el tejido en el Perú y sus diversas técnicas en la costa y sierra peruanas, los bancos comunales en Ayacucho, entre otros. Cada entrega incluía, además, las apreciaciones de un destacado líder de opinión que brindaba un análisis del verdadero significado del desarrollo sostenible. Luego, en 2010, el Grupo Romero consideró oportuno embarcarse en un segundo proyecto televisivo que apelara a la toma de conciencia de los ciudadanos y motivara su compromiso con el entorno social; que lograra que cada es-

pectador se identificara como agente de cambio en temas fundamentales para el Perú. Así, se empezó a producir “Cuatro x 4”: cuatro miradas distintas frente a un mismo tema representadas por cuatro conductores. “Cuatro x 4” buscó difundir y enseñar lecciones aprendidas en problemáticas coyunturales que aquejan al país, como la informalidad, el desempleo, la inseguridad en las calles, etc. Al abordar los temas de modo analítico, realista y cotidiano, el espectador se reconocía como parte del problema, pero también como pieza fundamental para su solución.

Desde la Fundación Romero creemos que con “Para quitarse el sombrero” y “Cuatro x 4” hemos contribuido a difundir experiencias estimulantes pero, sobre todo, a formar ciudadanos más comprometidos con el país.

Cuatro x 4 se transmitió por Panamericana Televisión y tuvo secuencias de cinco minutos en el noticiero “Buenos Días Perú”.



Otra historia para quitarse el sombrero: la cadena productiva de hongos silvestres gourmet en Lambayeque.

Con pocos meses en línea, **MASS** cuenta con más de **1 000 visitas** diarias.



A través de **@masseconomiape** los empresarios pueden seguir noticias útiles y los consejos del **#chanchitomass** en **Twitter**.

EMPRENDEDORES EN LA WEB

Somos un país lleno de personas con creatividad, empuje y ganas de hacer negocios. Como parte de nuestra filosofía por favorecer a la pequeña y mediana empresa, implementamos MASS, una plataforma de información y capacitación para emprendedores.

Al final de 2010, decidimos implementar un espacio noticioso en la web que fuera a la vez educativo; es decir, que se posicionara como una vía alternativa de aprendizaje que pusiera en práctica el conocimiento empresarial y difundiera información de utilidad para emprendedores e inversionistas a todo nivel. Así nació MASS, el portal donde ponemos a disposición de los interesados, notas del quehacer económico nacional e internacional, recomendaciones para el manejo de la economía personal e historias de emprendedores, a quienes damos visibilidad para que sirvan como ejemplo a otros aventureros del mundo empresarial. En MASS, las posibilidades y ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación son aprovechadas al máximo y favorecen la interacción con el usuario. Se realizan actualizaciones permanentemente y las posibilidades de comentar

y sugerir contenido nuevo están siempre abiertas. Asimismo los visitantes pueden acceder desde diferentes lugares y en cualquier momento; y los contenidos están además de en la web, en un perfil de Facebook y de Twitter. Este portal se convierte, así, en un encuentro de experiencias e información, y a la vez, en un aula virtual que acerca conocimientos de manera gratuita y masiva a los emprendedores peruanos.

Más en www.mass.pe

MASS es una plataforma dinámica y amigable. Está dividida en secciones fácilmente identificables donde desarrollamos novedades y temas que no deberían pasar desapercibidos si se está en la tarea de dirigir un negocio. En la sección de Noticias, los artículos son seleccionados de acuerdo a su relevancia y pueden tratar sobre coyuntura económica, pequeñas empresas, exportaciones, inversiones ex-

tranjeras, paquetes tributarios, entre otros temas. En el apartado Dinero presentamos información que cuida el bolsillo del empresario: trámites en Sunat, estrategias publicitarias para Pymes, planes de marketing y lecciones de planeamiento estratégico.

Reservamos un acápite dedicado a las Relaciones Sostenibles (con empleados, proveedores y comunidad), donde aparecen las historias de algunos personajes que han hecho empresa en el país. También figuran los Indicadores Económicos, donde se presenta de manera didáctica información de coyuntura económica, como la evolución del precio de los metales y del petróleo, así como cifras oficiales que dan cuenta del Producto Bruto Interno peruano o de los índices de inflación. Contamos con un área de Videos y una sección que permite hacer transmisiones en vivo de charlas o cursos de ca-

pacitación. Aula Empresarial es otro espacio donde destacados ejecutivos del Grupo Romero y de otras empresas, así como prestigiosos académicos, comparten sus experiencias y conocimientos.

MASS, por tanto, es una iniciativa que sigue una de las principales líneas de la Fundación Romero: la promoción del emprendimiento y la generación de capacidades, esta vez aprovechando las ventajas de las nuevas tecnologías de la información. MASS es para quienes quieren ser más.

Con MASS estimulamos la creatividad empresarial y damos información útil a los pequeños emprendedores que nos siguen a través de la web.



Nuestras **estrategias** se centran en las demandas de nuestros grupos de **interés** internos y externos.

DIÁLOGO PROVECHOSO

Las actividades de nuestras empresas impactan el medio social, económico y ambiental donde operan. Es nuestra responsabilidad hacer que ese impacto sea regulado y positivo atendiendo a los grupos interesados en esto. Ese es nuestro compromiso.

La presencia del Grupo Romero al interior del país es reconocida en cada una de las regiones en donde opera. Nuestras industrias activan la economía de pueblos y ciudades, dan empleo directo e indirecto, velan por un trato justo e incluso a proveedores y clientes, y buscan cómo aportar a la mejora de la calidad de vida de las comunidades vecinas. Nuestros procesos productivos y objetivos de negocio buscan, además, ser amigables con el medio ambiente, reduciendo y mitigando los impactos que pudieran tener, así como proponiendo proactivamente formas de ahorro de recursos, reducción de emisiones, manejo de residuos y recirculación de energía.

Reportando avances

Para que este trabajo sea armonioso con nuestro entorno, es necesario establecer canales de comunicación con nuestros grupos de interés o *stakeholders*. El trabajo se inicia con un diagnóstico exhaustivo donde se identifican los *stakeholders* y se recogen sus intereses y expectativas. Luego, se

Para nosotros, el reporte es una herramienta de información y gestión. Se recolectan datos periódicamente para ser publicados y la información consolidada es insumo para la toma de decisiones en las empresas.

establecen flujos de comunicación con cada uno de ellos. El reporte es un canal por el cual las empresas les abren sus puertas, utilizando indicadores tangibles y sobre la base de un estándar internacional. Cuando se utiliza la metodología del GRI (Global Reporting Initiative) que establece una guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad, se reconocen decenas de indica-

dores medibles en los ámbitos económico, social y ambiental. De esta manera, a la vez que informamos proactivamente el estado de nuestro accionar, monitoreamos nuestro desempeño en el día a día, establecemos prioridades claras y planes de mejora permanentes.

Alta fidelidad

Además de los reportes de sostenibilidad y las memorias, en la Fundación Romero se generan proyectos concretos de relacionamiento con los *stakeholders* para que, como grupo empresarial o como empresas independientes, se lleven a cabo. Es en esta instancia donde, gracias al diálogo y a la atención de las necesidades, se generan líneas de acción que se adecuan a un contexto determinado.

Los planes que hemos venido trabajando a lo largo de los años implican capacitaciones periódicas, asistencia técnica, articulación comercial, materiales de comunicación, transferencia de conocimientos, entre otros. De esa manera, potenciamos capacidades empresariales en sectores com-

petitivos, tanto en contextos urbanos como rurales. Esa eficiencia se logra con una gestión adecuada que reduzca costos y multiplique los beneficios para todos los actores inmersos en el quehacer empresarial.

Las estrategias de comunicación que desarrollamos vuelven cercana nuestra relación con los grupos de interés. De esa manera, la finalidad de los reportes no es otra que la de dar cuenta de las metas fijadas por cada empresa y de su avance. En suma, saber cuánto se ha caminado y cuánto falta aún por andar. Este reporte ha sido un ejemplo de ello.



En los últimos tres años, se han producido

9 reportes

de **sostenibilidad** para nuestras empresas.

CERTIFICACIONES



ISO

La Organización Internacional para la Estandarización (ISO) es un organismo que establece **normas internacionales de fabricación, comercio y comunicación**. Cada número alude a una certificación especial.

ISO 9001:2000

Gestión de la calidad

- Palmas del Espino S.A. (Habilitación Sanitaria Plan HACCP)
- Terminal Internacional del Sur S.A. (Tisur)
- Alicorp
- Ransa Comercial S.A.

ISO 9001:2008

- Caña Brava
- Trabajos Marítimos S.A. (Tramarsa)

ISO 14001

Gestión medio ambiental

- Alicorp
- Terminal Internacional del Sur (Tisur)
- Trabajos Marítimos S.A. (Tramarsa)
- Industrias del Espino S.A.

DNV

Certificadora para obtener el estándar ISO

Nivel I

- Caña Brava

Nivel 3

- Alicorp: en plantas Detergentes y Lamborgini

Nivel 7

- Alicorp: en plantas Calixto Romero, Nutrición Animal Trujillo, Sidsur, Copsa, Fideerías Lima, Galletera Lima, Nutrición Animal Lima, Molinos Lima y CDC todos los almacenes.

DGAC

Certificación otorgada por la Dirección General Aeronáutica Civil del Perú, del Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

- Ransa Comercial S.A.

BASC

La Alianza Empresarial para el Comercio Seguro (BASC, por sus siglas en inglés) aplica estándares y procedimientos de seguridad.

- Alicorp: certificados en plantas Calixto Romero, Nutrición Animal Trujillo y Predio de Av. Argentina para las operaciones de exportaciones en CDC y Fideería Lima.
- Ransa Comercial S.A.
- Terminal Internacional del Sur S.A. (Tisur)
- Trabajos Marítimos S.A. (Tramarsa)



OHSAS

Sistemas de Gestión de Salud y Seguridad Laboral (OHSAS, por sus siglas en inglés) son una serie de normas sobre salud y seguridad en el trabajo.

OHSAS 18001:2007

Seguridad industrial y salud ocupacional a nivel nacional

- Trabajos Marítimos S.A. (Tramarsa)

OHSAS 18001

Sistema de gestión, y seguridad y salud ocupacional

- Terminal Internacional del Sur S.A. (Tisur)



Código ISPS o PBIP

Código internacional para la protección de buques y las instalaciones portuarias, diseñado para proporcionar una estructura estandarizada que permita evaluar riesgos.

- Terminal Internacional del Sur S.A. (Tisur)
- Trabajos Marítimos S.A. (Tramarsa) en el Terminal de Líquidos de Ilo

B2B de Quadrem

Certificación en comercio electrónico

- Ransa Comercial

ISCC

Acreditación europea de biomasa y biocombustibles que garantiza un uso sostenible de la tierra, la protección de biosferas naturales y la reducción de gases de efecto invernadero.

- Caña Brava

LEAF (Linking Environment and Farming)

Certificación internacional que establece normas para actuar de forma responsable con el medio ambiente y el entorno social.

- Caña Brava

Fundo Verde

Certificado que garantiza el manejo responsable de los campos agrícolas por medio del control biológico de plagas (utiliza insectos benéficos para combatirlos).

- Caña Brava

Campo Limpio

Certificado que asegura la eliminación y el re-procesamiento de los residuos generados en las operaciones.

- Caña Brava

Marca de Garantía

Certificación que garantiza la reducción de los plazos de estadía de los buques y del tiempo destinado al atraque y desatraque de las naves. Promueve la eficiencia y la calidad de las actividades portuarias.

- Trabajos Marítimos S.A. (Tramarsa)

ABS (American Bureau of Shipping)

Certificación que permite realizar trabajos subacuáticos.

- Trabajos Marítimos S.A. (Tramarsa)



Global Reporting Initiative (GRI)

Es una red internacional cuya misión es elaborar y difundir la **Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad**.

- Grupo Palmas 2008, 2009, 2010
- Ransa 2008
- Caña Brava 2009
- Tramarsa 2010
- Tisur 2010
- Alicorp 2008, 2010

Responsabilidad

20

Social

Empresarial

20





