

Innovación para generar valor social

La innovación es un elemento fundamental cuando las empresas, a través de sus productos, tienen el propósito de generar un impacto social positivo al mismo tiempo con obtener utilidades. Esta estrategia de creación de valor compartido, es claramente percibida en la compañía Lácteos Campo Real, que creó el queso Más Vida, un producto que busca aumentar los niveles de calcio en las mujeres, especialmente en quienes padecen cáncer y atraviesan por tratamientos como la quimioterapia.

Adicionalmente, esta línea de negocio permite la generación de empleo para algunas de las mujeres que luchan contra esta enfermedad. Esta compañía genera 160 empleos indirectos y 70 directos (siendo el 62% de su equipo humano compuesto por mujeres).

Lácteos Campo Real reconoce la innovación como eje del desarrollo de la empresa. Ha sido el vehículo que ha encontrado para lograr diferenciación, crecimiento y competitividad en el sector de quesos. El instinto emprendedor le ha permitido identificar nichos de mercado desatendidos, basándose en la teoría de Océanos Azules. En el año 2011, la compañía participó en el Programa Bogotá Innova de la Cámara de Comercio de Bogotá, cuyo objetivo es sistematizar la innovación para impulsar el alto potencial de crecimiento de las compañías, fomentar el desarrollo y mejoramiento de productos y mejorar el posicionamiento de sus marcas.

La implementación de este programa permitió a la empresa posicionarse en el mercado con un modelo de negocio que describe como una empresa femenina que diseña, produce y comercializa alimentos

naturales, saludables y divertidos. Campo Real apalanca su modelo de negocio en la replicabilidad del proceso productivo en las 10 plantas aliadas para transferir los conocimientos en BPM (Buenas Prácticas de Manufactura), cocrear productos, ampliar la capacidad de producción estandarizando los procesos, logrando así alcanzar su promesa de servicio: "los mejores quesos, con la más alta calidad e innovación".

Queso Más Vida

Según la Liga Contra el Cáncer, cada año 6.500 mujeres son diagnosticadas con cáncer de seno en Colombia. Un poco más de 2.300 de los casos pueden terminar en muerte a causa de una detección tardía. Aunque algunas de las afectadas descubren la enfermedad a tiempo, el sistema de salud sólo les permite iniciar el tratamiento tres o seis meses después del diagnóstico.

En 2010 algunas organizaciones solicitaron a Campo Real el apoyo para distintas actividades de prevención del cáncer. A partir de este requerimiento, el equipo de la



“Llevo siete meses trabajando en esta empresa, y ha sido una experiencia gratificante. Campo Real es una compañía que jamás saldrá de mi corazón, pues me ha dado la oportunidad de capacitar a las mercaderistas que venden los productos, además de brindarme la posibilidad de desarrollarme profesionalmente”.

Martha Esperanza Jiménez Díaz
Mercaderista de Campo Real y beneficiaria de la Asociación Amese

“Podimos haber entregado solamente una donación, como hace cualquier compañía, pero pensamos en hacer algo con lo que pudiéramos ayudar de una forma sostenible en el tiempo. En lugar de dar una sola vez cada año, logramos aportar de manera constante, generando beneficios para la empresa y para la sociedad”.

Óscar Felipe Godoy
Gerente de Mercadeo de Campo Real

IMPACTO CON VALOR SOCIAL

Tanto Campo Real, como las organizaciones aliadas y los consumidores, obtienen beneficios del queso Más Vida, desarrollado desde una propuesta de negocios basada en la Creación de Valor Compartido. Más que una donación, la empresa realizó una inversión para desarrollar un producto que alcanzara ese impacto integral más allá de los objetivos económicos de la compañía.

Los siguientes son los principales resultados de la estrategia:

Los rendimientos económicos para la empresa

- Desde el 2011, año de lanzamiento del producto, se han vendido más de 113.000 unidades.



”

“Debemos tener conciencia de que la sociedad no se mueve sola, la movemos nosotros. Sólo se presentan cambios, si los impulsamos. No puede existir nada en el futuro que no se haya hecho desde el presente. No podemos ser observadores de la situación, tenemos que actuar para que la sociedad se transforme, empezando por cosas grandes o pequeñas”.

Luz Marina Mora
Gerente General de Lácteos Campo Real

”

“La recursividad nos ha llevado a ser diferentes y a ofrecer lo mejor que tenemos para la sociedad. Luego de los reconocimientos por este producto, empezamos a trabajar la innovación de manera sistemática. Generamos una cultura de innovación en la compañía. Nos dimos cuenta de que es bueno innovar cuando hay un orden metódico, y así es posible desarrollar nuevos procesos en beneficio de la compañía y de la sociedad”.

Luz Marina Mora
Gerente General de Lácteos Campo Real

compañía inició un proceso de innovación y diseñó la estrategia de Queso Más Vida, con la intención de aportar a la lucha de las mujeres contra esta enfermedad.

Tras varias consultas con expertos del Centro Colombiano de Nutrición Integral – Cecni-, la empresa conoció que el calcio es un elemento esencial para las mujeres que sufren de cáncer y que puede ser absorbido por el organismo si este componente hace parte del 35% del queso. Un contenido mayor o menor dificulta la adecuada absorción. Además el Queso Más Vida es libre de colesterol y grasas trans, lo que lo convierte en un alimento con un alto contenido nutricional.

La Asociación Ámese (Apoyo a Mujeres con Enfermedades del Seno) ha sido una organización aliada para Campo Real. Cada año esta institución recibe a 886 mujeres en Bogotá y les ofrece apoyo en su lucha contra la enfermedad a través de soporte psicológico y asesoría en temas legales y de derechos en el sistema de salud. El 75% de estas mujeres llegan en los estadios más avanzados de la enfermedad.

- En un poco más de tres años se han producido casi 13 toneladas de Queso Más Vida.
- El Queso Más Vida ha registrado más de 400 millones de pesos en ventas.
- Durante el primer semestre del 2014 esta marca registró un crecimiento del 33% en comparación a todo el 2013,
- A junio de 2014 el Queso Más Vida presentó un crecimiento del 212% en contraste el primer semestre del año anterior.
- Con los recursos que aporta la línea de negocio 886 mujeres reciben apoyo su tratamiento y lucha contra el cáncer.
- El producto aporta mayor porcentaje de calcio a las mujeres que enfrentan el cáncer, pues este elemento es uno de los que más se pierden con esa patología.
- El Queso Mas Vida ayuda a disminuir el riesgo de sufrir cáncer en las mujeres sanas.

Valor social creado

- La Asociación Amese recibe parte de las ganancias de la venta del queso Más Vida, y con ello puede continuar impactando a más de 95.000 mujeres al año en campañas de detección temprana.

La compañía espera un crecimiento superior al 35% al año, pues los últimos resultados han alcanzado un 33% de crecimiento en solo seis meses.

Premio Valor Compartido

Cámara de Comercio de Bogotá

PREMIO VALOR COMPARTIDO

El Premio de Valor Compartido, creado por la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), es un reconocimiento a las empresas que a partir de un negocio rentable han logrado mejorar condiciones sociales, económicas o ambientales. Con el premio se busca promover una nueva cultura empresarial basada en las compañías como protagonistas del bienestar de la sociedad.

Los criterios de evaluación de las 53 postulaciones recibidas fueron:

- **Impacto y contribución** para solucionar una problemática específica y para obtener beneficio económico en la empresa.
- **Potencial y acciones** de escalabilidad para ampliar la cobertura del proyecto o para su réplica.
- **Enfoque innovador** para solucionar un problema determinado, así como la huella del proyecto en la organización interna de la empresa.

La innovación aplicada en productos y servicios que resuelvan necesidades sociales o den respuesta a retos ambientales es uno de los caminos más potentes de generación de Valor Compartido. La innovación no es una herramienta exclusiva de grandes empresas, sino que es un proceso sistemático que puede darse en organizaciones de diferentes tamaños. Por su iniciativa Queso Más Vida, un producto con mayor contenido de calcio que contribuye a la nutrición de mujeres, el jurado del Primer Premio Valor Compartido, organizado por la Cámara de Comercio de Bogotá, reconoció a la empresa Lácteos Campo Real.