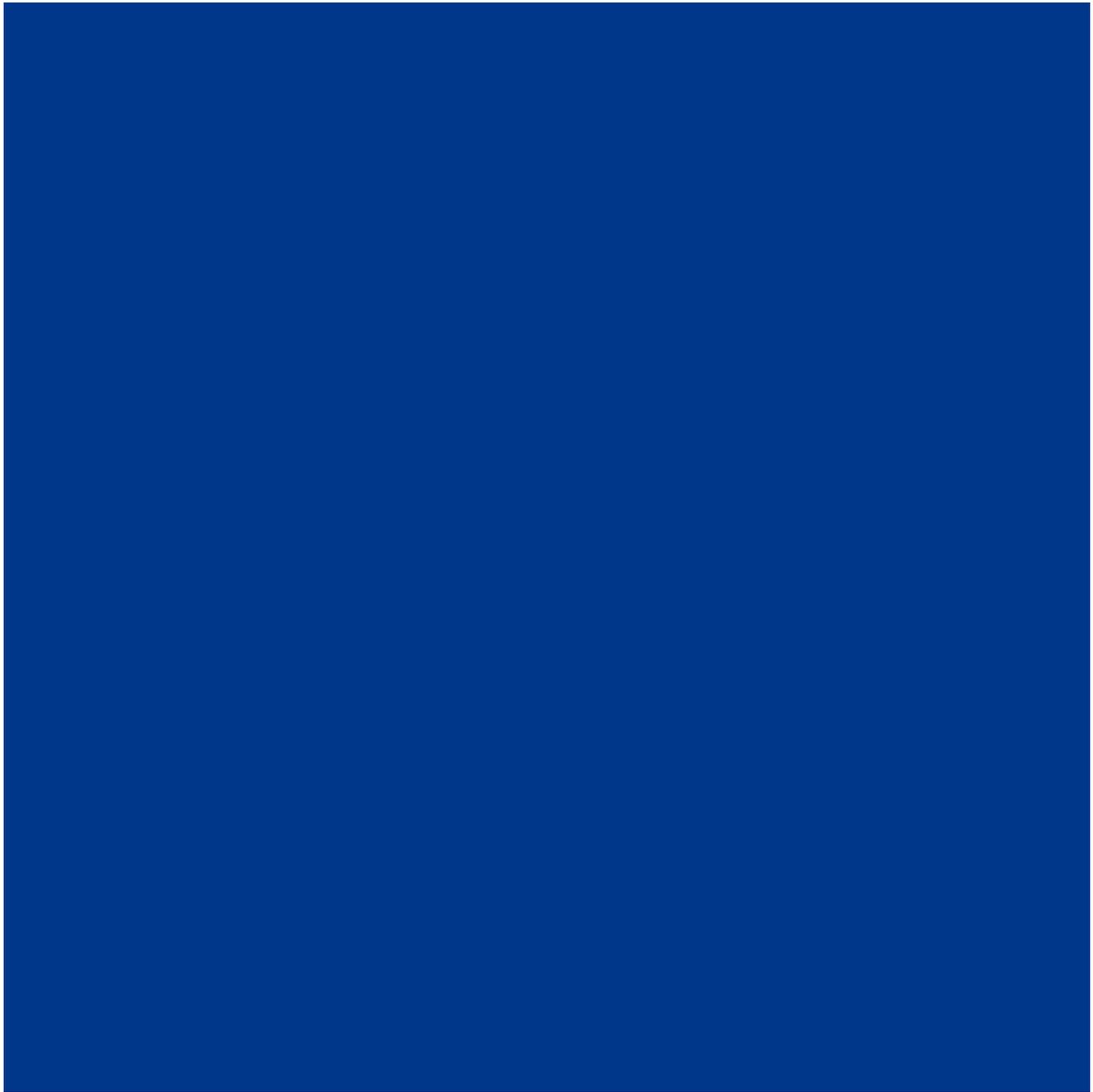


Reporte de Desarrollo Sostenible 2009







Reporte de
Desarrollo Sostenible
2009



Índice

6

Carta del Presidente
del Directorio

8

Backus
en cifras

14

Nuestra
empresa

34

Nuestros grupos
de interés

52

Nuestras
prioridades

93

Declaración del
Nivel de Aplicación

94

Comprobación
por Tercera Parte

98

Índice del
Contenido GRI

106

Encuesta de
evaluación



109

Anexo

Carta del Presidente del Directorio

Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A., en adelante Backus, es una empresa comprometida con el Perú y su gente. Por ello buscamos contribuir con el desarrollo económico, social y ambiental del país, tomando en cuenta las expectativas e intereses de nuestros grupos de interés.

Conscientes de los impactos económicos, sociales y ambientales que pueden tener nuestras operaciones y en línea con las políticas de gobierno corporativo de SABMiller plc, Backus ha establecido Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible.

En este sentido, nos complace poner a su disposición el presente Reporte de Sostenibilidad, en el cual encontrarán información relevante sobre las actividades realizadas por Backus, en especial las relacionadas con nuestras Diez Prioridades.

La diferencia fundamental respecto a nuestro reporte del 2008 se refleja en haber asumido el reto de prepararlo conforme a los lineamientos propuestos por la Global Reporting Initiative (GRI), que es el estándar más utilizado por las organizaciones a nivel mundial para informar sobre su gestión de responsabilidad social.

Esta mejora nos permite dar un nuevo paso adelante en nuestro compromiso con la sociedad, en especial en las comunidades que se encuentran dentro de nuestra área de influencia, lo que creemos nos permitirá seguir siendo considerados como una empresa líder en el ámbito corporativo y en responsabilidad social.

A continuación presentamos las Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible de Backus, en torno a las cuales gira nuestra política de responsabilidad social. Las principales acciones realizadas por la empresa en estos temas son parte esencial de este reporte.

1. Desalentar el consumo irresponsable.
2. Reducir el consumo de agua.
3. Reducir nuestra huella de energía y carbono.
4. Reducir, reutilizar y reciclar empaques.
5. Trabajar hacia el "0" desperdicio en nuestras operaciones.
6. Apoyar el desarrollo empresarial y gestionar nuestra cadena de valor.
7. Respetar los derechos humanos.
8. Beneficiar a las comunidades de nuestra área de influencia.
9. Contribuir con la reducción del impacto del VIH/Sida en nuestra esfera de influencia.
10. Ser transparentes y éticos en el manejo de nuestro negocio y en el reporte de nuestro progreso en las prioridades de desarrollo sostenible.

Alejandro Santo Domingo Dávila

Presidente del Directorio

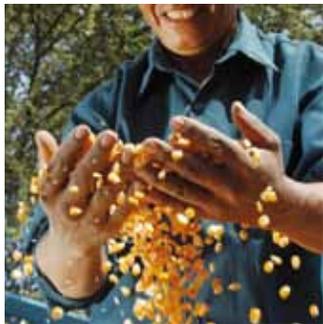


Backus en cifras





Este capítulo presenta datos y números que reflejan el compromiso de Backus con la economía del país y con su sociedad



Presencia a nivel nacional



Planta Ate (Lima)

> 6.1 millones hl¹

Capacidad de producción de cerveza, gaseosas y bebidas nutritivas.

Planta Motupe (Lambayeque)

> 1.71 millones hl

Capacidad de producción de cerveza.

> 0.6 millones hl

Gaseosas y aguas.

Planta Arequipa

> 1.54 millones hl

Capacidad de producción de cerveza.



Planta San Mateo (Huarochirí, Lima)

> 1.5 millones hl

Capacidad de producción en gaseosas y aguas.

Planta Trujillo (La Libertad)²

> 1.05 millones hl

Capacidad de envasado de cerveza.

Planta Cusco

> 0.74 millones hl

Capacidad de producción de cerveza.

Planta Maltería (Ñaña, Lima)

> Malta 78,000 TM

> Maíz 64,500 TM

Capacidad de procesamiento.

Este reporte de sostenibilidad abarca la gestión de estas siete plantas de producción que se dedican al giro principal del negocio de Backus, que es la elaboración, envasado, distribución y venta de cerveza, así como toda clase de negociaciones con bebidas malteadas, gaseosas y aguas.

1. hl = Hectolitros

2. Las operaciones de esta planta fueron trasladadas a la planta de Motupe en marzo del 2010.

Contribución de Backus a la economía del país

Mercado y generación de empleo

- Cerca de 4,000 puestos de trabajo permanentes, descentralizados y bien remunerados.
- Más de 6,000 puestos de trabajo indirectos.
- Más de 150,000 puntos de venta minorista.
- Cerca de 6,000 proveedores de bienes y servicios.
- El 33% de las ventas para consumo en el hogar proviene de bodegas y licorerías, constituyendo una fuente de ingresos para pequeños negocios familiares.



Estado, industria e inversión social

- Pagos en impuestos por más de US\$ 500 millones anualmente, incluyendo Impuesto General a las Ventas, Impuesto a la Renta, Impuesto Selectivo al Consumo, aranceles, impuestos municipales, etc.
- S/. 203 millones pagados en Impuesto a la Renta el 2009.
- Compras por más de US\$ 500 millones, convirtiéndonos en un gran motor de demanda de bienes y servicios de otras industrias.
- S/. 100.7 millones de inversión en mejoras y ampliación de plantas.
- 36% de las compras de bienes y 100% de los servicios adquiridos a proveedores en el mercado interno.
- Más de US\$ 7.5 millones destinados a programas y eventos de promoción social, cultural, educativa y deportiva.

Resultados financieros



Ventas netas (miles de nuevos soles)

Las mayores ventas (incluyendo cervezas, licores y bebidas no alcohólicas) se sustentaron en el adecuado manejo de la política de precios y del portafolio de marcas de la empresa, lo que incrementó significativamente la participación de las cervezas *premium* en dicho portafolio.

Participación de mercado (volumen)

A pesar de la alta intensidad competitiva del mercado de cervezas peruano en el 2009, la participación de mercado de Backus (en volumen) se incrementó. La fuerza de ventas y la alta preferencia por las marcas de Backus fueron claves para lograr ese excelente desempeño.

Participación de mercado (en valor)

En el 2009, la participación de mercado en términos monetarios también se incrementó superando el nivel de 90%, llegando a 90.7%.

Utilidad Neta

La utilidad neta creció significativamente, debido al incremento en los ingresos, la reducción de los gastos de marketing y de ventas, así como por la mayor utilidad derivada de las empresas subsidiarias.

Exportaciones de cerveza

El incremento de nuestras ventas al exterior resulta muy significativo para el posicionamiento de nuestras marcas de exportación, en mercados clave como Reino Unido, Estados Unidos, España y Chile.

	2008	2009	%
Ventas netas (miles de nuevos soles)	S/. 2,343,289 miles	S/. 2,447,616 miles	+4.9%
Participación de mercado (volumen)	84.5%	88.4%	+3.9%
Participación de mercado (en valor)	87.7%	90.7%	+3.0%
Utilidad Neta	S/. 403.0 millones	S/. 488.3 millones	+21.2%
Exportaciones de cerveza	S/. 8.6 millones	S/. 10.5 millones	+22.1%

Innovando y progresando

- El 2009 lanzamos Quara, una bebida alcohólica hecha sobre la base de cebada y sabores cítricos, dirigida al segmento femenino.
- Cusqueña se afianzó como marca *worthmore* con el lanzamiento de las variedades Red Lager y Trigo, presentadas como edición limitada para brindar nuevas opciones al consumidor.
- Dedicamos 95,363.50 horas de entrenamiento para nuestro personal, haciendo un promedio de 24.70 horas por trabajador.
- Estamos exportando talento, pues varios de nuestros ejecutivos han asumido cargos de responsabilidad en subsidiarias de SABMiller en otros países.



- Hemos relanzado nuestro sitio en Internet (www.backus.com.pe), incluyendo en el diseño los principios de uso y navegación simple, facilitando el acceso a toda la información contenida en el sitio.
- Hemos trabajado con 221 productores de maíz amarillo duro que recibieron capacitación y asistencia técnica en temas organizacionales, productivos y de gestión empresarial.
- Nuestro programa Progresando Juntos ha capacitado a más de 600 empresarios (clientes y proveedores de Backus), más de 80 artesanos de Moche y Túcume y más de 90 mujeres en la localidad de Motupe.



Nuestra empresa





> Más de 600
empresarios de la micro y pequeña
empresa capacitados con Progresando
Juntos

> S/. 2,447.6 millones
sumaron nuestras ventas el 2009

> Más de US\$ 500 millones
en impuestos pagados anualmente



Nuestra empresa

Backus es Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. y es la empresa líder en el mercado cervecero peruano. Contamos con instalaciones y plantas industriales en todo el país, y a través de un eficiente sistema de distribución, comercializamos nuestras marcas llegando hasta el último rincón del Perú, con un permanente enfoque en la satisfacción de nuestros clientes y consumidores.

Línea de tiempo

1876

Jacobo Backus y Howard Johnston fundan una fábrica de hielo en el distrito de Rímac.

1879

La fábrica se convierte en Backus & Johnston Brewery Ltd.

1954

Un grupo de empresarios peruanos, liderados por Ricardo Bentín Mujica, adquiere la empresa cervecera.

1993

Inauguración de la planta en el distrito de Ate. Esta inversión permitió contar con la capacidad instalada necesaria para la expansión del mercado cervecero.

El crecimiento de la empresa a través de las marcas constituye uno de los pilares fundamentales de nuestro plan de negocio. La innovación permanente y las constantes inversiones en infraestructura y tecnología de punta garantizan la calidad de nuestros productos y servicios.

Las oficinas administrativas de Backus se encuentran localizadas en Av. Nicolás Ayllón 3986, distrito de Ate-Vitarte, Lima, Perú.

Backus es una Sociedad Anónima Abierta y es subsidiaria indirecta de SABMiller plc, empresa con domicilio legal en el Reino Unido, que posee el 97.21%³ del capital social a través de diversas subsidiarias.

Al 31 de diciembre del 2009, el capital social de la compañía estaba representado por 78'072,202 acciones comunes, cada una con un valor nominal de S/. 10.00, suscritas y pagadas, de las cuales el 30.5% pertenece a inversionistas extranjeros y 69.5% a inversionistas nacionales. Asimismo, existen 569'514,715 acciones de inversión valorizadas en S/. 1.00 cada una, las cuales no confieren acceso al Directorio ni a la Junta de Accionistas.



1994

Adquisición de Compañía Nacional de Cerveza S.A., principal competidor de Backus por más de un siglo. Ingreso al mercado de aguas y gaseosas del país.



2000

Adquisición de Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A. (Cervesur).



1996

Fusión de Cervecería Backus y Johnston S.A., Compañía Nacional de Cerveza S.A., Cervecería del Norte S.A. y Sociedad Cervecera de Trujillo S.A.; creando Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.

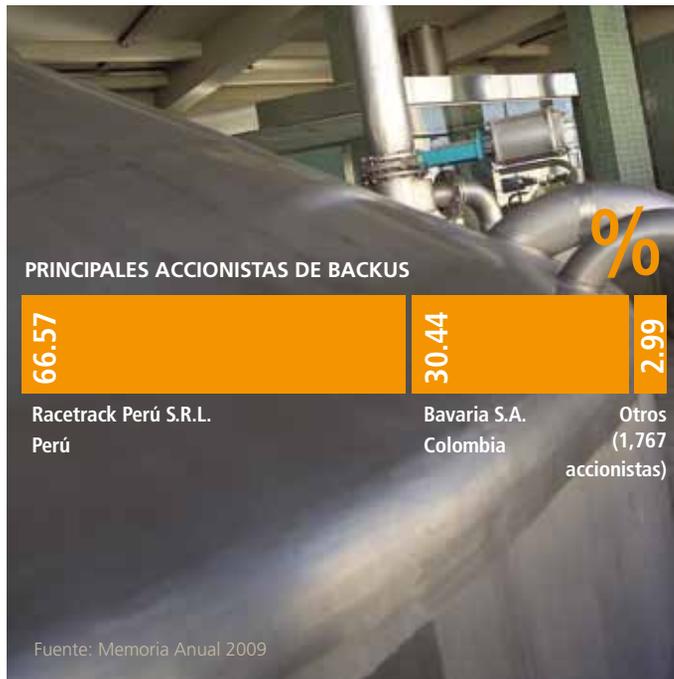
2002

Grupo Empresarial Bavaria, de Colombia, ingresa al accionariado de Backus.

2005

SABMiller, con sede en Londres, Reino Unido, adquiere Bavaria. Backus pasa a formar parte del segundo grupo cervecero más grande del mundo.

3. Este dato está referido a la participación de SABMiller en Backus, la misma que existe de forma indirecta a través de subsidiarias (como se señala en la última línea del párrafo), lo cual es diferente a la participación de las empresas que figuran directamente como propietarias de acciones.



La estructura de participación accionaria en el capital social es como sigue:

Porcentaje de participación individual en el capital	Número de accionistas	Total de participación %
Hasta 1.00	1,766	1.77
De 1.01 a 5.00	1	1.23
De 5.01 a 20.00	-	0.00
De 20.01 a 40.00	2	97.00
Total	1,769	100.00

Fuente: Memoria Anual 2009

Backus forma parte del grupo económico SABMiller plc, cuya actividad principal es la fabricación de cerveza. La denominación (razón social) y el objeto social de las principales entidades que

conforman dicho grupo y tienen presencia en el Perú son los siguientes:

Razón social	Objeto
SABMiller plc	Corporación Financiera y Holding.
SABMiller Latin American Ltd.	Inversionista.
Bavaria S.A.	Elaboración, embotellado y comercialización de cerveza y bebidas gaseosas.
Racetrack Perú S.R.L.	Holding.
Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.	Elaboración, embotellado y comercialización de cerveza y bebidas gaseosas.
Cervecería San Juan S.A.	Producción y comercialización de cerveza, bebidas, aguas y jugos.
Transportes 77 S.A.	Servicios de transporte y mantenimiento de vehículos.
Naviera Oriente S.A.C.	Transporte fluvial y terrestre.
Industrias del Envase S.A.	Fabricación de productos de plástico e impresión de etiquetas.
Agro Inversiones S.A.	Comercialización, distribución y fabricación de cebada malteada, sus derivados y otros.
Club Sporting Cristal S.A.	Actividades deportivas.

Fuente: Memoria Anual 2009

Adicionalmente, debemos mencionar que **a partir del 2007**, Backus realiza la comercialización principalmente a través de empresas comisionistas mercantiles⁴ relacionadas al grupo SABMiller plc, así como por mayoristas independientes, cuya actividad económica es la distribución de productos elaborados por Backus. Esta estructura otorga a nuestros productos una presencia en todo el territorio nacional. Entre estas empresas comisionistas figura San Ignacio S.A., que se encarga de la distribución en todo el territorio menos la zona de selva, en la cual la distribución, por motivos tributarios, la realiza la empresa DICOPOSAC.

Nuestras marcas

La principal actividad económica de Backus es la elaboración, envasado, distribución y venta de cerveza, así como bebidas malteadas, gaseosas y aguas. Para ello cuenta con cinco plantas productoras, las que están ubicadas en Ate-Vitarte (Lima),

4. Son empresas distribuidoras que cobran comisión por producto distribuido.

Huarochirí (Lima), Motupe (Lambayeque), Arequipa y Cusco, así como una planta ubicada en Ñaña (Lima) para la producción de malta. Backus es el principal abastecedor de cerveza en las regiones norte, centro y sur del país.

Cabe señalar que hasta marzo del 2010 se contaba con una planta en Trujillo, pero debido al crecimiento de la ciudad se decidió trasladar sus operaciones a la planta de Motupe. Las principales marcas de Backus son:

- Cerveza Cristal
- Cerveza Pilsen Callao
- Cerveza Pilsen Trujillo
- Cerveza Cusqueña
- Cerveza Arequipeña
- Cerveza Barena
- Cerveza Peroni Nastro Azzurro (Importada)
- Agua gaseosa Guaraná
- Agua gaseosa Viva Backus
- Maltin Power
- Quara
- Agua mineral San Mateo
- Agua tónica Backus

Las ventas por categoría de producto para los años 2008 y 2009 se muestran en la siguiente tabla (en miles de nuevos soles):

Categoría	2008	2009
Cerveza	2,159,938	2,269,554
Gaseosas	67,379	57,296
Aguas	24,905	27,178
Bebidas nutritivas	3,769	7,561
Licores	4,707	10,683
Regalías	25,604	27,411
Otros ingresos	56,982	47,933
Total ventas netas	2,343,289	2,447,616

Fuente: Memoria Anual 2009



Las exportaciones de cerveza sumaron S/. 10.5 millones el 2009, lo que significó un incremento de 22.1% con respecto al 2008.

Para consultar en detalle la información de los estados financieros de la empresa, incluyendo gastos de capital, gastos administrativos, ventas, montos de inversiones, etc., visite la página correspondiente en nuestro sitio en Internet: <http://www.backus.com.pe/wb.website/memoria-anual.html>. Allí encontrará nuestra Memoria Anual 2009 completa.

Nuestra estructura

La estructura orgánica de Backus

Durante el periodo que abarca el presente reporte, no se han producido cambios significativos en la estructura y propiedad de Backus.

Al cierre del 2009, el personal a tiempo completo que laboraba en Backus sumaba 1,620 colaboradores. El desgregado por departamentos y género es el siguiente:

PERSONAL POR DEPARTAMENTO Y GÉNERO

Procedencia	Género		Total general
	Femenino	Masculino	
Arequipa	7	176	183
Cusco	4	106	110
La Libertad	4	67	71
Lambayeque	7	202	209
Lima	150	896	1,046
Ucayali		1	1
Total general	172	1,448	1,620

Fuente: Recursos Humanos Backus

Asimismo, el total de colaboradores según categoría ocupacional es el siguiente:

PERSONAL POR CATEGORÍA Y GÉNERO

Categoría	Género		Total general
	Femenino	Masculino	
Ejecutivo	2	52	54
Empleado	152	513	665
Manager	18	102	120
Operario		781	781
Total general	172	1,448	1,620

Fuente: Recursos Humanos Backus

La empresa tiene una posición firme de no discriminación y busca fomentar la diversidad, sin embargo se aprecia una fuerza laboral con un mayor porcentaje de colaboradores del género masculino frente al femenino (89.4% contra 10.6%). Esta característica sería consecuencia de la naturaleza de las actividades en esta industria, que se relaciona mayormente con labores en planta.

El desgregado por tipo de contrato es el siguiente:

PERSONAL POR TIPO DE CONTRATO

Categoría	Tipo de contrato		Total general
	CPF	CPI	
Ejecutivo		54	54
Empleado	216	449	665
Manager	4	116	120
Operario	201	580	781
Total general	421	1,199	1,620

CPF = Contrato a plazo fijo

CPI = Contrato a plazo indeterminado

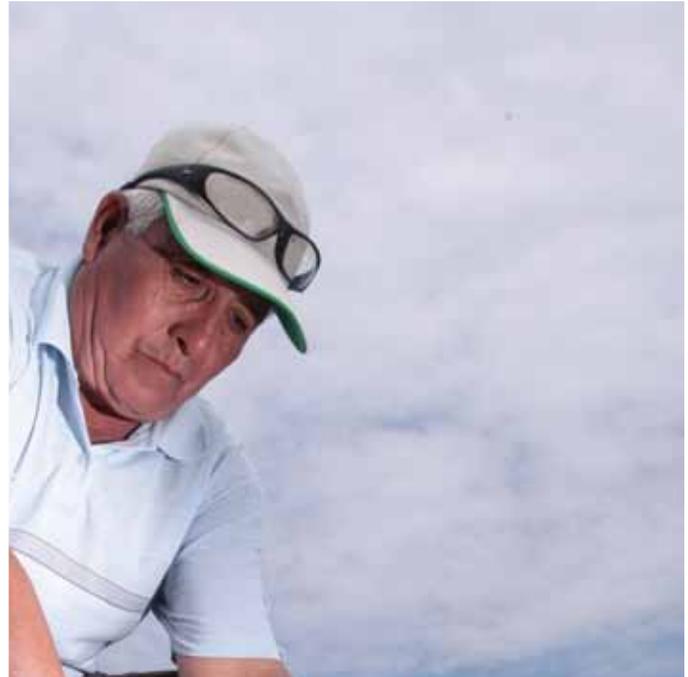
Fuente: Recursos Humanos Backus

En la siguiente tabla se presenta un desgregado del personal que se ha retirado de la empresa por departamento y edades.

ROTACIÓN DE PERSONAL POR DEPARTAMENTO, EDAD Y GÉNERO

Por planta	Género		Edad			Total general
	Fem.	Masc.	<30	>50	30-50	
Arequipa	1	13	11	2	1	14
Cusco		9	8		1	9
La Libertad		14	8	1	5	14
Lambayeque	1	61	29	7	26	62
Lima	14	87	22	31	48	101
Total general	16	184	78	41	81	200

Fuente: Recursos Humanos Backus

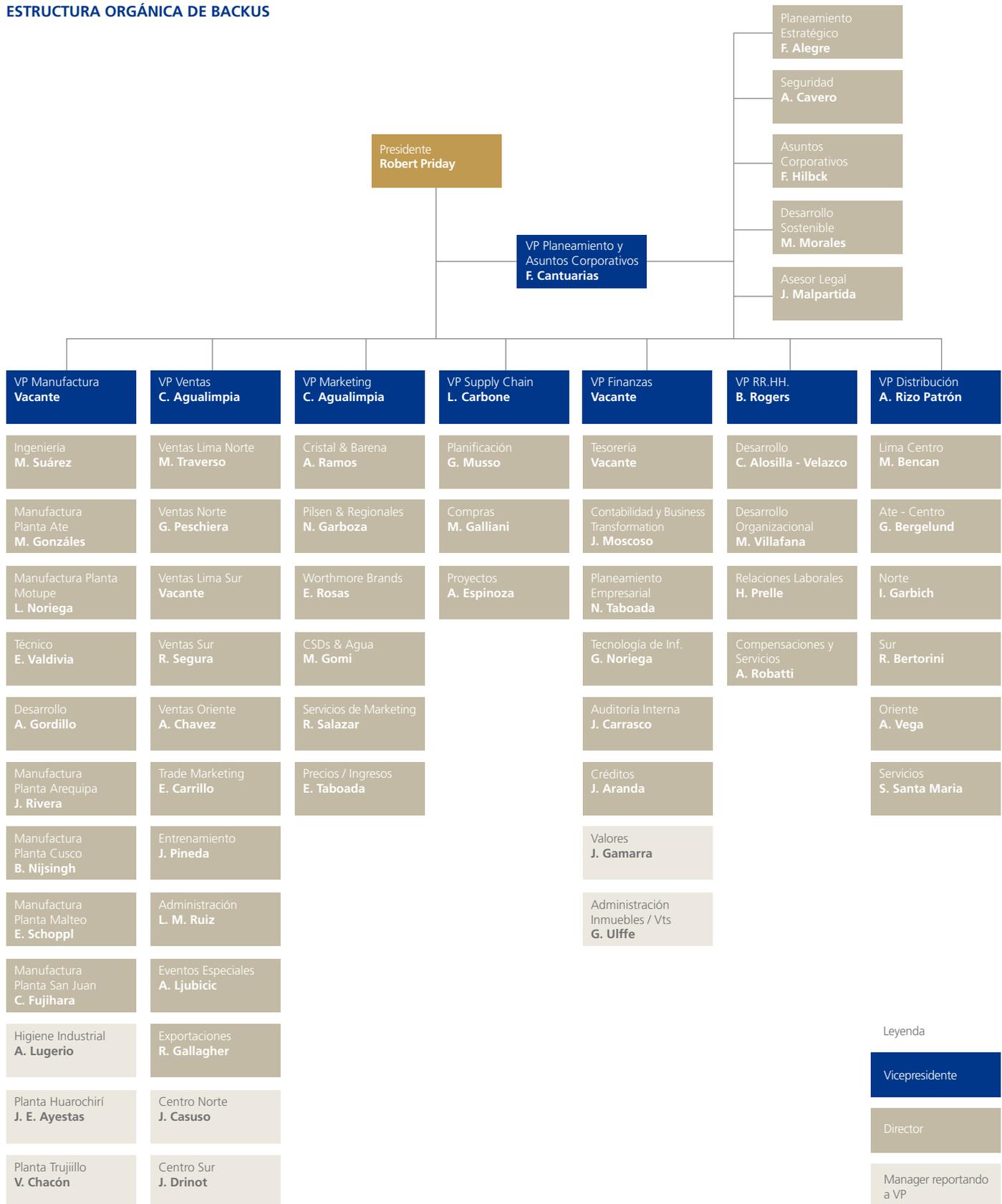


Premio Perú 2021 a la Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible

Primer lugar para nuestros programas de Consumo Responsable y Progresando Juntos: Productores de Maíz Amarillo Duro



ESTRUCTURA ORGÁNICA DE BACKUS



Premios y distinciones

Durante el presente periodo la empresa recibió los siguientes premios y distinciones a nivel nacional:

- **Reconocimiento por el tratamiento de aguas residuales.** Backus recibió el premio otorgado por el Pacto Mundial⁵, por sus buenas prácticas medioambientales.
- **Premiación ANDA⁶ a la mejor empresa anunciante.** En la última edición de los Premios ANDA, Backus obtuvo el Premio ANDA a la Excelencia, en la categoría de Empresa Anunciante, por la implementación de una estrategia de portafolio de marcas con gran éxito durante el 2008, en términos de crecimiento, desarrollo de nuevos mercados, lanzamiento y relanzamiento de productos.
- **Premio del Noveno Concurso Nacional de Proyectos de Fondo Empleo.** Otorgado por unanimidad al proyecto “Generación de empleo y mejora de ingresos consolidando el producto turístico Huacas de Moche”, promovido por el Patronato Huacas del Valle de Moche. El premio ascendió a S/. 1’318,979.62, monto que será complementado con aportes de Backus e instituciones internacionales.
- **Premio por Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo.** La Bolsa de Valores de Lima (BVL) nos premió por ser una Empresa con Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo. El objetivo de este premio es dar mayor visibilidad a las empresas que cuentan con las mejores prácticas de gobierno corporativo y a su vez otorgar al inversionista una nueva herramienta para la toma de decisiones de inversión.
- **Premio Perú 2021⁷ a la Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible de las Empresas.** Backus recibió dos importantes reconocimientos que evidencian el compromiso que tenemos con el Desarrollo Sostenible. Nuestro programa de Consumo Responsable obtuvo el primer lugar en la categoría Clientes, destacando el involucramiento de los trabajadores y fuerza de ventas, entre otros actores, para el éxito de programa. En la categoría Proveedores, ocupó el primer lugar nuestro Programa Progresando Juntos: Productores de Maíz Amarillo Duro, dirigido a pequeños productores de la zona norte del país.

Del mismo modo, durante el presente periodo las diversas marcas de Backus han recibido los siguientes premios y distinciones a nivel nacional e internacional:

- **Cusqueña, Calidad de Producto.** Premio Dos Estrellas del “International Taste & Quality Institute”. El International Taste & Quality Institute - iTQi - (Instituto Internacional de Sabor y Calidad) de Bruselas es una organización independiente de chefs y *sommeliers* dedicada a catar y promover los alimentos y bebidas (www.itqi.org).
- **Cusqueña, Calidad de Producto.** Premio Silver Award en el “Australian International Beer Awards”. Esta es la premiación más importante en la región Asia Pacífico y una de las mayores en el mundo; participan cervezas *premium* de 40 países (www.beerawards.com).
- **Cusqueña, Calidad de Producto.** Premios Medalla de Oro y el International High Quality Trophy en el “Monde Selection”. El International Institute for Quality Selections (Bélgica), verifica la calidad de diversas categorías de productos de consumo y otorga las medallas de calidad que correspondan según sus estándares. También otorga el “High Quality Trophy” a aquellas empresas y/o marcas que mantienen altos niveles de calidad sosteniblemente (www.monde-selection.com).
- **Cusqueña, Calidad de Producto.** Premio Medalla de Plata en el “World Beer Championship”. Esta es la premiación de cerveza más antigua de Estados Unidos y la más internacional; está abierta a todas las cervezas producidas comercialmente en el mundo, independientemente de si se comercializan en dicho país (www.tastings.com).
- **Pilsen Callao, Best Multimedia Brand Campaign. Por la campaña “Día del Amigo”.** Premio Commended Award (mención honorosa) en el “Mercatus Mundial”. Mercatus premia las mejores prácticas comerciales de todas las operaciones de SABMiller en dos instancias, Regional y Mundial (www.sabmiller.com).

5. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es una iniciativa de compromiso ético destinada a que las empresas de todos los países acojan como una parte integral de su estrategia y de sus operaciones diez principios de conducta y acción en materia de Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción (tomado de <http://www.pactomundial.confiep.org.pe>).

6. Asociación Nacional de Anunciantes del Perú, agrupa a las principales empresas que invierten en publicidad en el Perú y que representan más del 70% de la torta publicitaria privada en nuestro país. Su fin es propiciar una comunicación comercial honorable, respetuosa de la dignidad y condición humana, con especial consideración hacia la familia y sus valores fundamentales, que aliente el desarrollo de las cualidades superiores del ser humano y que contribuya al progreso de la comunidad (tomado de <http://www.andaperu.org/anda/quienes-somos>).

7. Asociación civil sin fines de lucro, liderada por empresarios, que trabajan para lograr una visión nacional compartida y por la difusión y promoción de la Responsabilidad Social (RS) como metodología de gestión empresarial, para que la empresa se convierta en agente de cambio para alcanzar el Desarrollo Sostenible del Perú (tomado de <http://www.peru2021.org/peru-2021/quienes-somos.html>).

- **Pilsen Callao**, Best Demonstration of Mainstream Beer Brand Building. Premio Ganador en el “Mercatus Regional”. Mercatus premia las mejores prácticas comerciales de todas las operaciones de SABMiller en dos instancias, Regional y Mundial (www.sabmiller.com).
- **Pilsen Callao, Best Multimedia Brand Campaign. Por la campaña “Día del Amigo”**. Premio Ganador en el “Mercatus Regional”. Mercatus premia las mejores prácticas comerciales de todas las operaciones de SABMiller en dos instancias, Regional y Mundial (www.sabmiller.com).
- **Cristal, Productos**. Por la campaña “Héroes de la Unión”. Premio EFFIE Oro. Premio a la efectividad en campañas de comunicación de marketing (www.effie.org).

Principales asociaciones a las que Backus pertenece:

Backus pertenece a las siguientes asociaciones, las cuales forman parte de las instituciones de influencia dentro de sus grupos de interés:

- Asociación de Exportadores del Perú (ADEX)
- Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA)
- Cámara de Comercio de Lima
- Cámara de Comercio Peruano-Americana (AMCHAM)
- Cámara Peruano Británica
- Cámara de Comercio e Industria Peruano-Japonesa
- Cámara de Comercio Italiana del Perú
- Bolsa de Valores de Lima
- Sociedad de Comercio Exterior (Comex Perú)
- CONASEV
- Instituto Peruano de Acción Empresarial (IPAE)
- Instituto Peruano de Economía (IEP)
- Sociedad Nacional de Industrias
- Asociación Peruana de Recursos Humanos (APERHU)
- Consejo Empresarial Peruano en Respuesta al VIH/Sida
- Asociación Automotriz del Perú
- Asociación Nacional de Transporte Terrestre de Carga

- Patronato del Teatro Nacional
- Perú 2021
- Empresarios por la Educación
- CONFIEP

Parámetros del Reporte de Sostenibilidad

Presentamos a continuación el alcance y la cobertura establecidos por los parámetros GRI para el presente reporte:

- El presente reporte cubre el periodo comprendido entre el 1 de abril del 2009 y el 31 de marzo del 2010, siguiendo así los parámetros que SABMiller plc aplica en todas sus operaciones internacionales. De ahora en adelante, los reportes GRI anuales de Backus comprenderán similar espacio temporal.
- Ha sido elaborado en base a las **Diez Prioridades del Desarrollo Sostenible** establecidas por SABMiller plc para sus operaciones a nivel internacional, las mismas que se encuentran directamente relacionadas con los impactos sociales, económicos y ambientales relacionados con las operaciones de Backus.
- Abarca las siete plantas de Backus que estuvieron operativas en el periodo cubierto: Ate, Motupe, Arequipa, San Mateo, Trujillo, Cusco y Ñaña.
- Las limitaciones de este reporte están relacionadas con la información financiera, la cual se basa en la Memoria Anual de Backus del periodo 1 de enero del 2009 al 31 de diciembre del 2009; mientras que la información social y ambiental se reporta del 1 de abril del 2009 al 31 de marzo del 2010.
- Se ha elaborado tomando en cuenta los datos utilizados para la herramienta de medición SAM (Sustainability Assessment Matrix) empleada por SABMiller plc en sus operaciones internacionales, los cuales han sido analizados y comparados con los indicadores del GRI. Aquellos indicadores GRI no identificados en el sistema SAM han sido elaborados por las diversas áreas operativas de Backus.
- El único cambio apreciable es la adecuación del periodo que comprendió el Reporte de Sostenibilidad del 2008 (enero-diciembre), al empleado por SABMiller plc (marzo-abril). Sin embargo, esta modificación no va a merecer variaciones significativas en los datos a reportar, salvo el hecho de ser el primer Reporte de Sostenibilidad que toma como base la Guía de Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del GRI.
- Toda comunicación referida al presente reporte debe ser dirigida a: Asuntos Corporativos – Comunicaciones Externas de Backus.

E-mail: Comunicaciones.Externas@backus.sabmiller.com.

Nuestra estrategia de gestión de desarrollo sostenible

El modelo de gestión de Backus define la forma en la que gestiona el negocio desde la **aspiración de la empresa** traducida en nuestra Visión, Misión y Valores; hasta la estrategia basada en los **5 Pilares del Negocio** y en la planificación, comunicación y metas funcionales. Asimismo, contamos con facilitadores o herramientas que nos ayudan en la implementación, seguimiento y control de la estrategia.



Misión

Poseer y potenciar las marcas de bebidas locales e internacionales preferidas por el consumidor.



Visión

Ser la empresa en el Perú más admirada por:

- El crecimiento del valor de nuestra participación del mercado a través de nuestro portafolio de marcas.
- Otorgar el más alto retorno de inversión a nuestros accionistas.
- Ser el empleador preferido.

Valores

Nuestra gente es nuestra ventaja más duradera.

- El calibre y compromiso de nuestra gente nos distingue de los demás.
- Apreciamos y fomentamos la diversidad.
- Seleccionamos y desarrollamos a nuestro personal para el logro de metas a largo plazo.
- Lo que cuenta para nosotros es el desempeño.

La responsabilidad es clara e individual.

- Apoyamos la gerencia descentralizada, con autonomía local.
- Las metas y los objetivos están alineados y claramente articulados.
- Valoramos tanto el rigor intelectual, como el compromiso emocional.
- Decimos la verdad sobre nuestro desempeño.
- Exigimos y permitimos la autogestión.



Trabajamos y ganamos en equipo.

- Desarrollamos y compartimos activamente el conocimiento dentro de la empresa.
- Equilibramos conscientemente los intereses locales y los de la empresa.
- Fomentamos la confianza y la integridad en las relaciones internas.
- Promovemos la camaradería y la diversión.



Entendemos y respetamos a nuestros clientes y consumidores.

- Nos preocupamos siempre por conocer las necesidades y percepciones de nuestros clientes y consumidores.
- Construimos relaciones duraderas basadas en la confianza.
- Aspiramos a ofrecer las mejores opciones de productos y servicios.
- Somos innovadores y pioneros en un mundo en constante cambio.

Nuestra reputación es indivisible.

- Nuestra reputación se basa en lo que hace y dice cada uno de nuestros colaboradores.
- Construimos nuestra reputación para un futuro a largo plazo.
- Somos justos y éticos en todos nuestros negocios.
- Beneficiamos a las comunidades locales donde operamos.

Pilares del negocio

Junto con sus valores, Backus considera en su modelo de gestión cinco pilares del negocio:

Crecimiento con las marcas

Competitividad

Calidad total

Control de costos

Desarrollo sostenible



Backus también cuenta con una Política de Sistemas Integrados de Gestión, por lo cual sus operaciones se encuentran certificadas en las normas ISO 9001 (gestión de calidad), ISO 14001 (gestión ambiental) y en la norma OSHAS 18001 (salud y seguridad ocupacional).

Nuestra Política del Sistema Integrado de Gestión reconoce los compromisos de la empresa en torno a cada uno de los siguientes aspectos:

- Cumplir con los requisitos y mejorar continuamente la eficacia del sistema integrado de gestión, asumiendo la responsabilidad por la calidad de nuestros productos y servicios, la prevención, control y mitigación de los impactos al medio ambiente así como los riesgos de seguridad y salud ocupacional que estos puedan generar.
- Establecer y revisar periódicamente objetivos y metas de calidad, medio ambiente, seguridad y salud ocupacional, en coherencia con esta política.
- Cumplir con las normas legales y regulaciones vigentes así como otros compromisos suscritos, aplicables a la calidad, higiene y protección alimentaria, al medio ambiente, a la seguridad y a la salud ocupacional de sus actividades, productos y servicios.
- Hacer un uso racional de los recursos naturales renovables y no renovables.

Esta política de gestión se puede consultar en el sitio en Internet de la empresa (www.backus.com.pe/wb.website/politica-sistema-integrado.html), lo mismo que nuestro Código de Ética, que guía la conducta de todos los miembros de Backus (www.backus.com.pe/wb.website/etica-corporativa.html) y la Forma Responsable de Operar, compuesta por los 6 Principios Fundamentales del Alcohol y la Política de Comunicación Comercial, que establece los estándares que nuestra empresa debe cumplir en temas de alcohol (www.backus.com.pe/wb.website/politicas.html).

Por otro lado, en lo que se refiere al respeto de los derechos humanos, Backus ha suscrito el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, iniciativa voluntaria de responsabilidad cívica corporativa sobre la que basa su política interna de derechos humanos.

Adicionalmente, Backus cuenta con una **Dirección de Desarrollo Sostenible**, que forma parte de la Vicepresidencia de Planeamiento y Asuntos Corporativos, encargada de velar por el avance de la empresa en cada una de las Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible. En este sentido, el área de Desarrollo Sostenible es directamente responsable de la implementación de todas las políticas relacionadas con la prioridad de desalentar el consumo irresponsable; del diseño y ejecución de los programas de inversión social corporativa de Backus; de las actividades que se realizan en el marco de la prioridad del VIH/Sida en relación con grupos de interés externos y de las actividades de reporte sobre los avances de la empresa en temas de desarrollo sostenible, de acuerdo con la prioridad de transparencia en nuestras operaciones.



Backus ha suscrito el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, iniciativa voluntaria de responsabilidad cívica corporativa



Nuestras Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible

Consciente de los impactos económicos, sociales y ambientales que pueden tener sus operaciones, Backus ha establecido Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible, acordes con las políticas de SABMiller plc.

Desalentar el consumo irresponsable

Fomentamos el consumo de bebidas alcohólicas como una experiencia personal, socialmente agradable y una fuente de entretenimiento. Por esa razón, desalentamos el consumo nocivo (menores de edad y madres gestantes), el beber y conducir, así como el consumo excesivo.

Durante el 2009, continuamos con la campaña educativa "Ponte un límite". También participamos en la campaña "Amigo Elegido", liderada por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

El programa de Consumo Responsable de Backus ha sido reconocido por la sexta edición del premio Perú 2021 a la Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible de las empresas, en la categoría Clientes y Consumidores.

1

Reducir el consumo de agua

Todas nuestras plantas cuentan con su respectivo Programa de Adecuación y Manejo Ambiental (PAMA), aprobados por el Ministerio de la Producción. Una empresa certificada realiza anualmente dos monitoreos ambientales.

Backus mantiene un programa de tratamiento de aguas residuales que permiten su reutilización y disposición sin generar mayor contaminación.

En el periodo evaluado, el consumo de agua por hectolitro producido de cerveza fue de 4.32 hectolitros, lo que representa una disminución de 4.4% respecto del 2008. En la producción de maltas el consumo de agua se redujo en 5.9%.

2

Reducir nuestra huella de energía y carbono

Estamos convencidos que nuestro crecimiento debe estar acompañado del uso eficiente de la energía, permitiendo su buen manejo y promoviendo la reducción del dióxido de carbono que provoca el efecto invernadero.

En las plantas Ate y Motupe se instaló el Sistema de Evaporación al Vacío, lo que generó un ahorro de energía directa del 35% en el proceso de cocimiento.

En la planta Cusco se llevó a cabo un proyecto de reducción de energía térmica de 152 MJ/hl a 120 MJ/hl, el cual actualmente se viene implementando en la planta Motupe.

3



Reducir, reutilizar y reciclar empaques

Consideramos que la promoción de la práctica del reciclaje y la reutilización de envases y empaques, contribuye decididamente con la creación de un retorno amigable y una conducta socialmente responsable.

Respecto al reciclaje, las botellas de vidrio contienen un 80% de material reciclado, mientras que las latas de aluminio contienen un 30% de aluminio reciclado.

El porcentaje de desechos de envasado que son reciclados o reutilizados llega al 87%, sin incluir las botellas retornables, ya que no están consideradas en la categoría de desechos.

4



Trabajar hacia el "0" desperdicio en nuestras operaciones

Nuestra labor de reducir desperdicios en todas nuestras plantas, mediante actividades de manejo de residuos sólidos, residuos peligrosos y no peligrosos, entre otros, busca contribuir con el equilibrio ecológico y la comunidad.

Cumplimos con las disposiciones de acuerdo a ley para el manejo de los residuos peligrosos y contamos con empresas contratistas certificadas para el manejo de residuos.

Los residuos peligrosos son enviados a las compañías proveedoras para su reciclaje.

5



Apoyar el desarrollo empresarial y gestionar nuestra cadena de valor

Fomentamos una cultura de calidad en nuestros proveedores, integrándolos a nuestros procesos, valores, ética corporativa y nuestro compromiso con el desarrollo sostenible.

El desarrollo de proveedores se ejecuta mediante programas de capacitación según las oportunidades de mejora identificadas, certificación, evaluación del desempeño y homologación.

Nuestros proveedores deben comprometerse con el cumplimiento de nuestros Principios de Abastecimiento Responsable (PAR).

6



Respetar los Derechos Humanos

Nuestro compromiso con los derechos humanos se refleja en la libre suscripción del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, iniciativa sobre la que basamos nuestra política interna de derechos humanos.

Backus tiene políticas claras sobre el respeto a los derechos humanos, tanto hacia sus colaboradores, activos y jubilados, como hacia sus proveedores, la comunidad y la sociedad en general.

En diciembre del 2009, solicitamos a nuestros proveedores que los obsequios, regalos o cortesías con ocasión de las fiestas navideñas, se conviertan en un donativo, a fin de ayudar a las instituciones que trabajan con los más necesitados.

7



Beneficiar a las comunidades de nuestra área de influencia

El programa Progresando Juntos busca mejorar las condiciones de eficiencia, productividad, ambientales y sociales en las que los pequeños y micro empresarios desarrollan sus actividades.

El programa Escuela Virtual Backus tiene como propósito contribuir en la calidad de la educación peruana, desarrollando competencias y habilidades de los maestros a través de programas virtuales de capacitación.

Las Huacas del Sol y de la Luna, en La Libertad y el Monumento Pirámides de Túcume forman parte de los proyectos arqueológicos promovidos por Backus a través de nuestro programa Conservación de Monumentos Arqueológicos.

8

Contribuir con la reducción del impacto del VIH/Sida en nuestra esfera de influencia

Hemos establecido un plan de acción de largo plazo que incluye la definición de políticas y acciones para ayudar a evitar que más personas contraigan el VIH/Sida y evitar la discriminación de las personas con VIH/Sida.

En alianza con el colectivo de ONG Miradas y Voces, elaboramos 50,000 folletos de sensibilización y educación, dirigidos a adolescentes y adultos jóvenes, que fueron distribuidos entre nuestros colaboradores, visitantes, maestros, entre otros grupos de interés.

En marzo del 2009 se constituyó el Consejo Empresarial Peruano en respuesta al VIH/Sida (CEVIH), cuya presidencia recayó en la representante de Backus.

9



Ser transparentes en el manejo de nuestro negocio y en el reporte de nuestro progreso en las prioridades de desarrollo sostenible

En Backus buscamos mantener informados a nuestros grupos de interés sobre nuestras acciones y actividades.

Comunicamos nuestros avances a través de documentos públicos como la Memoria Anual y Reporte de Desarrollo Sostenible, así como en nuestro sitio en Internet (www.backus.com.pe).

Contamos con un Código de Buen Gobierno Corporativo, el cual mide el cumplimiento de los principios de responsabilidad para con los accionistas y *stakeholders*.

10

Nuestros grupos de interés





> Cerca de 6,000
proveedores nacionales y extranjeros

> 348 clientes
y proveedores capacitados en gestión
empresarial

> 56,339 visitantes
en las plantas Ate, Motupe, Arequipa,
Cusco y Pucallpa



Nuestros grupos de interés

Los **grupos de interés** o *stakeholders* son las personas y organizaciones que tienen participación directa o indirecta en la empresa, cuyas políticas, objetivos y prioridades pueden ejercer alguna influencia sobre ellos. Backus desarrolla actividades para fortalecer sus vínculos con sus grupos de interés, tanto dentro como fuera de la empresa.

Los grupos de interés han sido identificados y seleccionados en función a la relación e impacto de Backus sobre ellos, así como por los impactos y/o expectativas que estos grupos de interés generan sobre Backus.

Consumidores

Gobierno

Proveedores

Público en general



Accionistas

Medios de comunicación

Instituciones de influencia

Distribuidores

Clientes

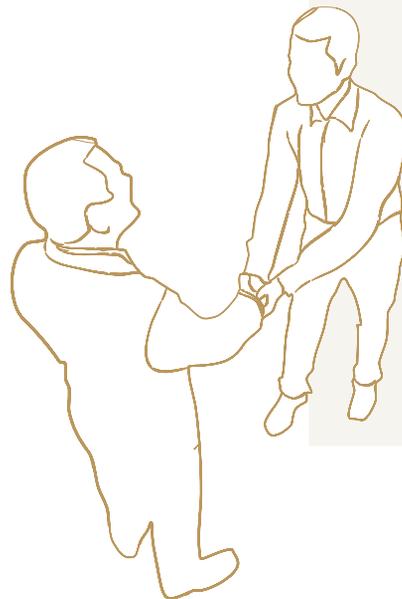


Colaboradores

“Nuestros clientes son un *stakeholder* muy importante, pues Backus fabrica y comercializa productos que llegan a los consumidores de forma indirecta”

Estos grupos de interés y la base para su identificación y selección, así como los mecanismos de comunicación con ellos, se presentan a continuación:

Grupo de Interés (GI)	Descripción (a quiénes abarca)
1. Público en general	La sociedad en general, consumidores y no consumidores.
2. Accionistas	Los accionistas mayoritarios y minoritarios.
3. Distribuidores	Empresas comisionistas mercantiles relacionadas al grupo SABMiller plc, así como por mayoristas independientes.
4. Colaboradores	Trabajadores de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.



Procedimiento para identificarlo como GI de la empresa	Importancia de ese GI para la empresa (impacto/ riesgo/ amenaza, etc.)	Forma de comunicación con este grupo de interés
Se realizó un mapeo ⁸ de <i>stakeholders</i> .	Tiene importancia para la empresa por la percepción que puede llevarse de ella. Por ello nuestras campañas de consumo responsable se dirigen tanto a nuestros consumidores como al público en general.	Notas de prensa, publicidad en medios, sitio en Internet (<i>website</i>).
Se realizó un mapeo de <i>stakeholders</i> .	Contribuyen financieramente con las operaciones de la empresa.	Junta General de Accionistas, notas de prensa, publicidad en medios, <i>website</i> .
Se realizó un mapeo de <i>stakeholders</i> .	Backus realiza la comercialización de sus productos principalmente a través de empresas comisionistas mercantiles relacionadas al grupo SABMiller plc, así como por mayoristas independientes. Esto le otorga una presencia en todo el territorio nacional.	Encuestas, trato directo, <i>website</i> .
<ol style="list-style-type: none"> Se realizó un mapeo de <i>stakeholders</i>. Se reconoció a nuestros colaboradores como un <i>stakeholder</i> principal. Se cuantificó y clasificó el universo de colaboradores de Backus. 	<p>La importancia que Backus reconoce a sus colaboradores se ve reflejada en la presencia de aquellos en su visión y valores:</p> <ul style="list-style-type: none"> Visión: Ser la empresa en el Perú más admirada por: Ser el empleador preferido. Valores: Nuestra gente es nuestra ventaja más duradera. 	<p>Trabajamos en base a nuestra gestión de comunicaciones internas, por medio de la cual tenemos canales de comunicación abierta, promoviendo importantes campañas internas como la difusión de la estrategia del negocio, nuestro portafolio de marcas y nuestra cultura de alto desempeño, y damos a conocer directa y permanentemente los resultados del negocio. Hemos basado nuestras comunicaciones internas en 3 canales:</p> <ol style="list-style-type: none"> Canal Verbal: <ul style="list-style-type: none"> “Hablando con nuestros líderes”: se realiza 2 veces al año, dirigido a todos los trabajadores, se difunden temas claves para el negocio. “Trabajo en equipo”: reuniones semanales u ocasionales de trabajo y discusión por áreas. “One on One” y Revisiones de Desempeño: reuniones periódicas que mantienen todos los colaboradores con su jefe inmediato. Canal Escrito: <ul style="list-style-type: none"> “Trabajando Juntos”: boletín informativo que se reparte entre todos los colaboradores de manera trimestral. Pilares del Plan de Negocio: boletín interno y vitrinas. Canal Electrónico: <ul style="list-style-type: none"> Intranet: Portal principal Web Ideas, boletines electrónicos, correos electrónicos masivos, publicidad interna de proyectos, correos electrónicos por áreas.

8. Proceso de identificación de los grupos de interés de una organización, así como de sus expectativas o intereses sobre la empresa.



Grupo de Interés (GI)	Descripción (a quiénes abarca)
5. Consumidores	Público a nivel nacional mayor de 18 años (consumidores de bebidas alcohólicas).
6. Clientes	Puntos de venta a nivel nacional (atención directa). Incluye puntos de venta de chapa abierta y chapa cerrada.

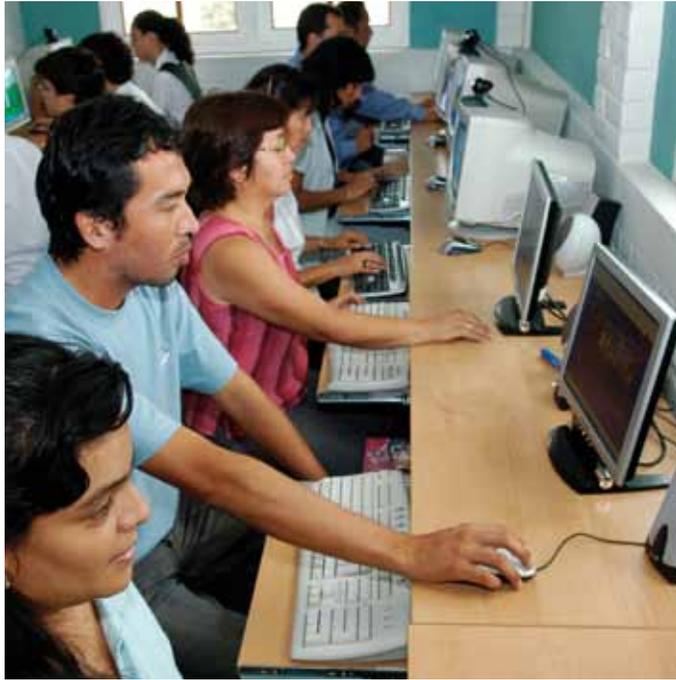
Procedimiento para identificarlo como GI de la empresa	Importancia de ese GI para la empresa (impacto/ riesgo/ amenaza, etc.)	Forma de comunicación con este grupo de interés
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se realizó un mapeo de <i>stakeholders</i>. 2. Se identificó que nuestros consumidores reconocen en Backus a una empresa líder y con productos de gran calidad. 3. Se estableció que toda nuestra comunicación comercial está dirigida a consumidores mayores de edad. 4. Se cuantificó y clasificó el universo de consumidores de Backus. 	<p>Nuestros consumidores tienen especial relevancia para nuestro negocio, siendo una empresa de consumo masivo debemos dirigir nuestra estrategia comercial hacia ellos.</p> <p>En Backus estamos innovando constantemente la imagen de nuestras marcas y productos, lanzando nuevos productos, extensiones de línea, creando nuevas categorías, etc., con la finalidad de sobrepasar las expectativas de nuestros consumidores.</p> <p>Con la finalidad de promover el consumo responsable de nuestras marcas y productos, Backus mantiene desde mediados del 2006 un Programa de Consumo Responsable dirigido a todos nuestros consumidores y público en general.</p>	<p><i>Focus groups</i>, reuniones con <i>stakeholders</i>, Memoria Anual, Reporte de Desarrollo Sostenible, publicidad en TV, radio, periódicos, revistas, Internet, <i>website</i>, <i>mailing</i>, comunicados de prensa, <i>warnings</i> en nuestros productos, etc.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se realizó un mapeo de <i>stakeholders</i>. 2. Se identificó a nuestros clientes como el principal punto de contacto con el consumidor final. 3. Se cuantifico y clasificó el universo de clientes de Backus. 	<p>Nuestros clientes han sido identificados como un <i>stakeholder</i> muy importante, debido a que Backus es una empresa que produce y comercializa productos que llegan a los consumidores finales de forma indirecta, por lo que nuestras acciones con este público siempre son prioridad para el negocio, permitiendo que nuestros productos tenga mayor relevancia en el punto de venta.</p>	<p>Contamos con un Call Center, línea gratuita en la que se atienden 6 tipos de inquietudes por parte de nuestros clientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Reclamos. 2. Sugerencias. 3. Consultas. 4. Solicitudes. 5. Servicio técnico de equipos de frío (este tipo de solicitudes tiene asignado un anexo especial que se denomina "<i>Cold Center</i>", que atiende todos los problemas de nuestros puntos de venta con respecto a sus equipos de frío). 6. Consultas por promociones. <p>Asimismo, se realiza una encuesta general, mensual y a nivel nacional sobre nuestro mercado en la que se incluyen temas de satisfacción al cliente; con la finalidad de conocer sus opiniones con respecto a la atención que les brindamos.</p>

“Nuestros proveedores son parte del éxito de nuestro negocio y nos preocupamos por capacitarlos en Sistemas de Gestión de la Calidad”

Grupo de Interés (GI)	Descripción (a quiénes abarca)
7. Proveedores	Nuestros proveedores locales y extranjeros (cerca de 6,000) incluyendo las empresas relacionadas al grupo: San Ignacio S.A., DICOPOSAC, Naviera Oriente S.A, Transporte 77.
8. Medios de Comunicación / Prensa	Medios de comunicación en general: TV, radio, <i>online</i> y prensa escrita (diarios y revistas).

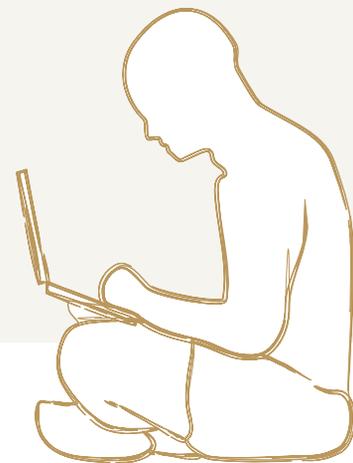


Procedimiento para identificarlo como GI de la empresa	Importancia de ese GI para la empresa (impacto/ riesgo/ amenaza, etc.)	Forma de comunicación con este grupo de interés
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se realizó un mapeo de <i>stakeholders</i>. 2. Se identificó a nuestros proveedores como una parte fundamental de la cadena productiva del negocio, además como una oportunidad de agregar valor a la empresa. 3. Se cuantificó y clasificó el universo de proveedores de Backus. 	<p>Nuestros proveedores son parte del éxito de nuestro negocio; en Backus nos preocupamos por desarrollar un plan anual de capacitación a proveedores enfocado principalmente en Sistemas de Gestión de la Calidad y desde el año pasado, hemos incluido temas referidos a Desarrollo Sostenible, Principios de Abastecimiento Responsable y Responsabilidad Social, los cuales se encuentran íntimamente relacionados.</p> <p>En Backus contamos con un Programa de Desarrollo de Empresarios de la Micro y Pequeña Empresa, como parte de nuestras actividades de Inversión Social Corporativa: "Progresando Juntos", que desarrolla capacidades en diversos grupos de interés, entre los que figuran un grupo proveedores de servicios y empresarios de reparto que han sido capacitados en temas de Constitución de Empresas, Mercadeo, Costos y Buenas Prácticas de Gestión. Asimismo, contamos con un programa para fomentar la compra local de insumos y articular cadenas productivas con pequeños productores de maíz amarillo duro que también reciben capacitación técnica productiva y de gestión empresarial en el marco del programa Progresando Juntos.</p>	<p>Mediante encuestas y reuniones periódicas. Las encuestas pretenden medir la satisfacción de nuestros proveedores y las reuniones pretenden recoger <i>feedback</i> y sugerencias para mejorar como empresa cliente.</p> <p>Dentro del programa de medición de desempeño (Performance Manager), tenemos previsto el <i>feedback</i> de los proveedores, a quienes se les hace llegar un cuestionario para que ellos pueden medir el desempeño del área de compras. Adicionalmente, se ha contratado a una entidad especializada (Universidad de los Andes - Colombia) para que directamente contacte a nuestros proveedores y les solicite llenar una encuesta referida a temas éticos en nuestra cadena de suministros.</p> <p>Además, a través de nuestro <i>website</i>, Memoria Anual, Reporte de Desarrollo Sostenible.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se realizó un mapeo de <i>stakeholders</i> (comercial e informativos). 2. Se identificó a los medios de comunicación como un aliado importante de nuestro negocio y como una plataforma ideal para comunicar nuestras marcas y productos, actividades, programas, inversiones, etc. a todo el público en general. Debemos recordar que todas nuestras comunicaciones están dirigidas al público mayor de edad. 3. Se tiene clasificado el universo de medios de comunicación con los que Backus interactúa. 	<p>Los medios de comunicación son una plataforma para poder llegar a todos nuestros <i>stakeholders</i>.</p> <p>En Backus estamos en constante coordinación con los medios de comunicación con la finalidad de transmitir nuestras actividades, nuevos lanzamientos, programas, etc., de manera directa y fidedigna.</p>	<p>Central de medios y gerencia de medios (área comercial).</p> <p>En Backus contamos con una gerencia de Comunicación Corporativa, que se encarga de estrechar relaciones con todos los medios de comunicación.</p> <p>Asimismo, a través de nuestro <i>website</i>, comunicados de prensa, <i>mailing</i>, Memoria Anual, Reporte de Desarrollo Sostenible.</p>



Grupo de Interés (GI)	Descripción (a quiénes abarca)
9. Gobierno	Autoridades electas que pertenezcan al Gobierno Nacional, gobiernos regionales y gobiernos locales.
10. Otras instituciones con influencia	<ul style="list-style-type: none"> • ONG relacionadas a temas de alcohol, medio ambiente, educación y salud. • Gremios empresariales. • Líderes de opinión claves. • Universidades.

Procedimiento para identificarlo como GI de la empresa	Importancia de ese GI para la empresa (impacto/ riesgo/ amenaza, etc.)	Forma de comunicación con este grupo de interés
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se realizó un mapeo de <i>stakeholders</i>. 2. Se identificó en el Gobierno a las autoridades con influencia en las políticas aplicables a la industria de bebidas alcohólicas. 3. Se tiene clasificado el universo de autoridades del Gobierno con los que Backus interactúa, de acuerdo con los temas estratégicos del negocio. 	<p>En Backus hemos identificado a diversos sectores del gobierno (nacional, regionales y locales) como actores con gran influencia en las políticas de nuestro negocio por lo que con cada sector se han identificado autoridades, y se han establecido objetivos y planes de acercamiento.</p>	<p>Reuniones con <i>stakeholders</i>, envío de nuestra Memoria Anual y de nuestro Reporte de Desarrollo Sostenible, foros, alianzas, <i>website</i>, <i>mailing</i>, reuniones uno a uno, etc.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se realizó un mapeo de <i>stakeholders</i>. 2. Se identificó a diversas instituciones con capacidad de influenciar en nuestro negocio. 3. Se tiene clasificado el universo de estas instituciones con las que Backus interactúa, de acuerdo con los temas estratégicos del negocio. 	<p>Backus reconoce la importancia de las asociaciones civiles, universidades, gremios (pertenecemos a más de 20 gremios relacionados con nuestro negocio, a nivel nacional), líderes de opinión, etc.</p>	<p>Reuniones con <i>stakeholders</i>, envío de nuestra Memoria Anual y de nuestro Reporte de Desarrollo Sostenible, foros, ferias, alianzas, <i>website</i>, <i>mailing</i>, reuniones uno a uno, etc.</p>



Gobierno corporativo: nuestros accionistas

El máximo órgano de gobierno de Backus es su Junta General de Accionistas (JGA), la misma que elige a los miembros del Directorio que, en su representación, toman decisiones a nivel estratégico y supervisan la gestión de la empresa.

El Directorio está compuesto por catorce (14) miembros. El Reglamento del Directorio estipula que con la finalidad de cumplir con los principios del Buen Gobierno Corporativo de Backus, la JGA debe tener en cuenta la elección de un número suficiente de **directores independientes**. Se considera independiente a aquel director seleccionado por su prestigio profesional o destacada trayectoria empresarial y que no se encuentre vinculado a la administración de la empresa, ni con la administración de ninguna de las compañías que conforman el grupo SABMiller plc, o con los accionistas principales de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. o de SABMiller plc. A la fecha, son cinco (5) los miembros independientes del Directorio.

Más de 20

gremios a nivel nacional cuentan con Backus como uno de sus miembros

La composición del Directorio en el periodo abarcado por el presente reporte fue la siguiente:

Nombre	Cargo	Desde	Condición
Alejandro Santo Domingo Dávila	Presidente	2002	
Manuel Romero Caro	Vicepresidente	2004	Independiente
Carlos Bentín Remy	Director	Setiembre del 2004	Independiente
Alex Paul Gastón Fort Brescia	Director	Abril del 2008	Independiente
Juan Carlos García Cañizares	Director	2003	
Luis Eduardo García Rosell Artola	Director	Diciembre del 2005	
Pedro Pablo Kuczynski Godard	Director	Mayo del 2008	Independiente
Francisco Mujica Serelle	Director	Mayo del 2008	Independiente
Felipe Osterling Parodi	Director	2004	
José Antonio Payet Puccio	Director	Diciembre del 2005	
Carlos Pérez Dávila	Director	2002	
Robert Priday Woodworth	Director	Diciembre del 2005	
Mauricio Restrepo Pinto	Director	2003	
Barry John Kingsley Smith	Director	Diciembre del 2005	

Fuente: Memoria Anual 2009

Cabe indicar que el Presidente del Directorio no realiza labores ejecutivas. Asimismo, el Presidente Ejecutivo, cargo equivalente a la Gerencia General, reporta al Directorio. La Gerencia General cuenta con un equipo de vicepresidencias con las cuales se lleva a cabo la gestión de la entidad de acuerdo con su estructura organizacional.

El **Reglamento del Directorio** de Backus contiene el procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del directorio a fin de poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos:

- La Gerencia General es la responsable de la inducción a los nuevos miembros del Directorio sobre los aspectos relevantes de Backus, las políticas y las reglas claras de gobierno corporativo.
- La compañía podrá establecer programas de actualización de conocimientos destinados a los directores.
- Los directores podrán solicitar la información que requieran para el mejor desempeño de sus funciones, solicitándola al Presidente del Directorio y al Gerente General.

El Reglamento del Directorio es de cumplimiento obligatorio y establece que el Directorio actuará buscando el desarrollo de las políticas de calidad total, control de costos, desarrollo sostenible y el respeto a las personas y los lineamientos de política de ética de la compañía.

El equipo gerencial (vicepresidentes) está conformado de la siguiente manera:

Nombre	Cargo	Fecha inicio
Robert Damian Priday Woodworth	Gerente General	01/01/2006
Carlos Agualimpia Varela	Gerente de Marketing	01/06/2009
Felipe Cantuarias Salaverry	Gerente de Asuntos Corporativos y Planeamiento	24/11/2009
Luis Enrique Carbone Nicolini	Gerente de Logística	01/04/2008
Carlos Agualimpia Varela	Gerente de Ventas	Dic. 2009
Robert Damian Priday Woodworth	Representante Legal	01/01/2006
Augusto Rizo Patrón Bazo	Gerente de Distribución	07/09/2006
Bret Rogers	Gerente de Recursos Humanos	07/09/2006
Eduardo García Rosell	Gerente de Finanzas	2004 hasta dic. 2009
Salomón Fidel Tuesta Atala	Gerente de Manufactura	22/02/1995 hasta 31/03/2010

Fuente: Memoria Anual 2009



La plana gerencial de Backus recibe, además de su remuneración, bonos por desempeño por el cumplimiento de metas, las que se miden a través de indicadores entre los cuales se considera el desempeño social y ambiental. Asimismo, existen acuerdos de pagos y beneficios por abandono de cargo.

A fin de evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno, Backus cuenta, desde noviembre del 2003, con un **Código de Buen Gobierno Corporativo**, el cual establece los derechos de los accionistas; las funciones y deberes del Directorio y directores, incluyendo conflictos de interés; las funciones y responsabilidades de la gerencia y los temas relativos a la revelación de información y principios de transparencia en la información.

La reseña biográfica de cada uno de los miembros del Directorio, así como de la plana gerencial, figura en nuestra Memoria Anual 2009 (www.conasev.gob.pe/emisoras/Emi_memoria.asp?p_codigo=47).



Comités de gestión

Con el fin de mantener una adecuada y objetiva gestión del Directorio, se han establecido tres comités:

- **Comité de Auditoría**, con la función de examinar los estados financieros, revisar los controles medioambientales internos y la eficacia de la auditoría externa e interna.
- **Comité de Ética**, que debe divulgar entre los trabajadores, proveedores y terceros vinculados a la sociedad, los alcances de la Política de Ética, velando por su cumplimiento, investigando y recomendando las sanciones por su incumplimiento. Para formular una denuncia por infracciones a la Política de Ética, podrá seguir los procedimientos señalados en la siguiente dirección: www.backus.com.pe/wb.website/etica-corporativa.html.
- **Comité de Buen Gobierno Corporativo**, con el fin fundamental de recomendar sistemas para la adopción, seguimiento y mejora de las prácticas de Buen Gobierno Corporativo.

Como un complemento de lo anterior, también se cuenta con **auditorías** externas periódicas para verificar la certificación del Sistema Integrado de Gestión, el mismo que abarca las normas de gestión de calidad ISO 9001, de gestión ambiental ISO 14001 y el estándar internacional en salud y seguridad ocupacional OSHAS 18001, cuyos resultados también brindan información relevante al Directorio.

Comunicación con accionistas y colaboradores

El principal mecanismo de comunicación de los accionistas está dado por su participación en la Junta General de Accionistas (JGA), la que se constituye en el máximo órgano de gobierno de la sociedad. Esta junta puede ser convocada incluso por accionistas con, al menos, un 5% de acciones con derecho a voto.

El área de Valores de la empresa recibe consultas de accionistas e inversionistas. Dependiendo del tipo de requerimiento, esta área lo remite al Directorio o al Gerente de Finanzas. Lo pertinente se envía a la JGA según lo acuerde el Directorio.

Asimismo, conforme con la Política de Ética de Backus, tanto los colaboradores, proveedores, como terceros involucrados pueden presentar sus quejas o denuncias a través de la "Línea Ética", la que incluye un número telefónico de línea interna y un número externo, así como una cuenta de correo electrónico (lineaeticaperu@backus.sabmiller.com). A los números señalados se puede acceder por medio del sitio en Internet de Backus, siguiendo la ruta "Nuestro Negocio/Gobierno Corporativo/Línea Ética".

Además de la JGA, que evalúa el desempeño económico de la organización, el Directorio elegido por dicha JGA cuenta, para mantener una gestión objetiva, con los tres comités de gestión mencionados, así como con el Sistema Integrado de Gestión, el cual es auditado por empresas externas.

Por su parte, la JGA realiza la supervisión de la identificación y la gestión del desempeño económico, ambiental y social a través de instancias como la Asamblea Anual, en la cual la JGA evalúa y aprueba la Memoria Anual, documento en el que el Directorio presenta todo lo actuado durante el ejercicio anual en los aspectos económicos, sociales y ambientales. Adicionalmente, se cuenta

con el Reporte de Desarrollo Sostenible, que permite expresar a los diversos grupos de interés las actividades realizadas por Backus y, por lo tanto, recibir una retroalimentación.

Los grupos de interés y nuestras prioridades

La siguiente tabla muestra la relación entre nuestros grupos de interés y nuestras Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible:

Prioridades de Desarrollo Sostenible	Grupos de interés relacionados
1. Desalentar el consumo irresponsable	Público en general, consumidores, medios de comunicación, Gobierno, instituciones de influencia, colaboradores, proveedores, clientes, distribuidores, accionistas.
2. Reducir el consumo de agua	Accionistas, Gobierno, instituciones de influencia, proveedores, colaboradores.
3. Reducir nuestra huella de energía y carbono	Accionistas, Gobierno, instituciones de influencia, proveedores, colaboradores.
4. Reducir, reutilizar y reciclar empaques	Accionistas, proveedores, instituciones de influencia, público en general, colaboradores.
5. Trabajar hacia el "0" desperdicio en nuestras operaciones	Accionistas, instituciones de influencia, proveedores, colaboradores.
6. Apoyar el desarrollo empresarial y gestionar nuestra cadena de valor	Proveedores, distribuidores, clientes.
7. Respetar los Derechos Humanos	Colaboradores, proveedores, instituciones de influencia, distribuidores, clientes.
8. Beneficiar a las comunidades de nuestra área de influencia	Público en general, medios de comunicación.
9. Contribuir con la reducción del impacto VIH/Sida en nuestra esfera de influencia	Gobierno, instituciones de influencia, colaboradores.
10. Ser transparentes en el manejo de nuestro negocio y en el reporte de nuestro progreso en las prioridades de desarrollo sostenible	Público en general, consumidores, medios de comunicación, Gobierno, instituciones de influencia, colaboradores, proveedores, clientes, distribuidores, accionistas.

Elaboración propia.

Herramientas de comunicación

El contacto directo con nuestros grupos de interés nos ha permitido identificar sus principales preocupaciones, las mismas que están relacionadas con los impactos que pueden generar nuestras operaciones. En este sentido, en atención a estos impactos y las preocupaciones resultantes, Backus ha diseñado programas de trabajo enmarcados en nuestras Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible.

La comunicación con nuestros grupos de interés se realiza haciendo uso de diversas herramientas y canales, tal como se describe a continuación:

Sitio de Backus en Internet

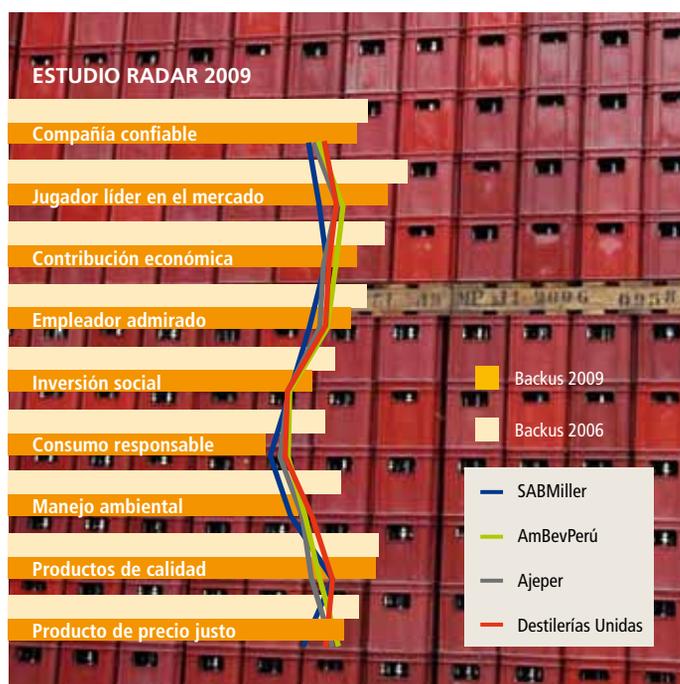
Durante el 2009, relanzamos nuestro sitio corporativo en Internet (www.backus.com.pe), incluyendo en el diseño los principios de uso y navegación simple, facilitando el acceso a toda la información contenida en el sitio. Asimismo, incluimos palabras claves que usan los navegantes en sus búsquedas y desarrollamos versiones en HTML y PDF, para brindar una información más amigable a los buscadores.

Esta mejora fue realizada con la finalidad de mantener una comunicación fluida con diferentes públicos en tiempo real, con información del portafolio de marcas de cerveza y otras bebidas, alcances de nuestra organización; así como nuestro marco de desarrollo sostenible y diversas actividades. Además, hemos implementado una nueva sección de **Servicio al Cliente y Proveedores**, con información y canales de contacto para resolver consultas y sugerencias.

Estudio Radar 2009

La encuesta Radar es una herramienta de medición de la reputación, que es utilizada por SABMiller en los mercados donde está presente a nivel mundial. Desde el 2005, se ejecuta a través de la empresa canadiense Globe Scan; y en el Perú, se ha realizado en dos oportunidades: en el 2006 y el 2009.

La metodología utilizada por el Radar incluye a diversos grupos de interés y los resultados se comparan con empresas del sector y otras representativas de cada país, permitiendo medir a las subsidiarias a nivel mundial bajo los mismos parámetros. Está basada en los



drivers de reputación, es decir, “conductores” o criterios de reputación, a los que se asocia una serie de atributos relacionados con un tema específico, a fin de evaluar a la empresa en su desempeño con sus diferentes grupos de interés.

> Drivers globales de reputación

En el último estudio realizado, se evaluaron nueve *drivers* en cuatro grupos de interés: público en general, colaboradores, medios y autoridades. Los *drivers* evaluados fueron los siguientes:

- Compañía confiable
- Jugador líder en el mercado
- Empleador admirado
- Inversión social
- Consumo responsable
- Contribución económica
- Productos de calidad

- Manejo ambiental
- Producto de precio justo

Los resultados mostraron una mejora en el desempeño de todos los *drivers* de la reputación y en todos los públicos, lo cual se traduce en una sólida reputación empresarial. Además, el estudio mostró una significativa mejora en el *driver* “consumo responsable”, en comparación con los resultados obtenidos en el 2006, y mejoras sustanciales en los *drivers* relacionados con “manejo ambiental” e “inversión social”.

Los resultados del Radar 2009 nos han permitido conocer la relevancia de los atributos de reputación evaluados para cada uno de los grupos de interés encuestados. En base a ello, hemos desarrollado estrategias y planes de acción que contribuyen a la mejora continua de la percepción de los diferentes grupos de interés, en cada *driver* específico, focalizando esfuerzos en aquellos *drivers* y públicos que ofrecen mayor oportunidad de mejora, siempre con la finalidad de seguir contribuyendo y aportando valor a nuestro negocio.

Es importante mencionar que el trabajo en equipo de las diversas áreas de la empresa y su compromiso con la mejora continua, nos han permitido lograr estos resultados tan positivos (ver gráfico).

Reuniones y conferencias de prensa

Backus lleva a cabo presentaciones y reuniones directas con diversos grupos de interés (autoridades, medios de comunicación, clientes, entre otros), en las que se dialoga sobre los proyectos de la empresa, las expectativas de dichos grupos de interés, las alianzas que se pueden generar y otros temas de interés mutuo.

Por otro lado, se llevan a cabo conferencias de prensa, mediante las cuales se busca, a través de los medios de comunicación, mantener informados a todos los grupos de interés sobre nuestras actividades corporativas.

Comunicaciones internas

El área de Comunicaciones Internas de Backus desarrolla programas de comunicación directa e indirecta con sus colaboradores a través de la administración y producción de distintos medios y canales

para la difusión de mensajes, alineados con la estrategia de la empresa, su cultura y valores.

Los canales que se utilizan son el verbal, a través de sesiones plenarias, reuniones de trabajo en equipo y reuniones One on One, las cuales tienen un carácter informal y permiten la revisión y redefinición de metas. El área también es responsable de la comunicación electrónica vía la distribución de correos oficiales y el manejo de la intranet IDEAS.

En el canal escrito, el área se encarga de la producción de boletines, revistas, carteleras y vitrinas, garantizando la unidad de los mensajes que se comunican a los diferentes públicos. Asimismo, es responsable de diseñar, elaborar y ejecutar campañas de comunicación interna para reforzar conceptos y proyectos estratégicos de la empresa.

Actividades estratégicas de relacionamiento de marca

Visitas a las plantas

Con la finalidad de difundir de forma eficaz la imagen de Backus, dar a conocer lo mejor de sus marcas, su gran dominio tecnológico y su filosofía de trabajo basada en su modelo de gestión, de abril del 2009 a marzo del 2010 se desarrollaron 1,154 visitas a planta. Se recibió a 56,339 visitantes en las plantas Ate, Motupe, Arequipa, Cusco y Pucallpa.

Backus itinerante

Es una iniciativa diseñada para difundir y compartir aspectos importantes del funcionamiento de nuestra empresa. En el periodo de reporte se buscó difundir nuestro modelo de gestión empresarial, basado en nuestros cinco pilares de negocio, en los departamentos del país, principalmente donde no contamos con una planta industrial, utilizando recursos y soportes audiovisuales.

Esta actividad congregó, de abril del 2009 a marzo del 2010, un total de 33,766 asistentes en las ciudades de Lima, Tarapoto y Tacna, siendo en su mayor parte estudiantes de universidades e institutos de educación superior. Esta actividad también contribuyó a atraer el interés de talentos que en el futuro deseen laborar en Backus.

22,553

asistentes a la cata de nuestras marcas de cerveza en Huancayo, Huaraz, Huánuco y Arequipa

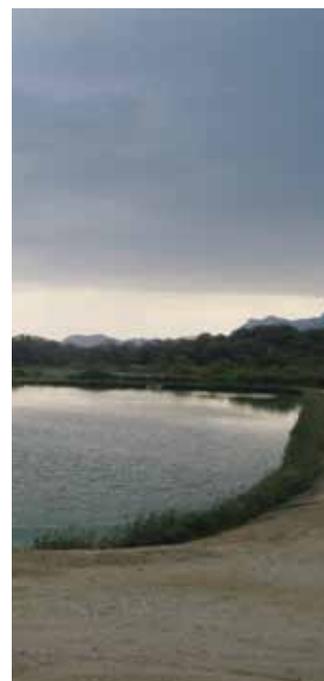
Cata de cerveza

Esta actividad se realiza a fin de dar a conocer el posicionamiento y las características intrínsecas y extrínsecas de las diferentes marcas de nuestro portafolio, a través de la experiencia técnica de catar una cerveza. En el periodo de reporte, esta actividad congregó a 22,553 asistentes en 4 ciudades: Huancayo, Huaraz, Huánuco y Arequipa. En esta última la cata se realizó por primera vez en la Feria Internacional de Arequipa.

Copa Cristal

Buscamos la integración, amistad y confraternidad entre las principales instituciones públicas y privadas, compartiendo nuestra filosofía, cultura y valores, a través de la práctica del fútbol. De abril del 2009 a marzo del 2010, se realizaron 9 actividades en todo el país, correspondientes a la etapa departamental del campeonato en las ciudades de Huancayo, Tarapoto, Iquitos, Pucallpa, Trujillo, Chiclayo, Arequipa, Cusco-Puno, Tacna, Moquegua e Ilo, convocando a 468 equipos y 6,103 futbolistas. Es preciso resaltar la participación de las mujeres que, en forma paralela, participaron en el Primer Torneo de Fútbol de Damas, realizado en la ciudad de Huancayo.

Nuestras prioridades





> 4.4% de reducción
en consumo de agua para la producción
de cerveza

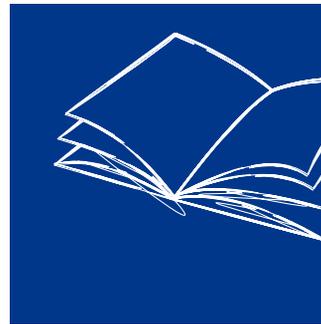
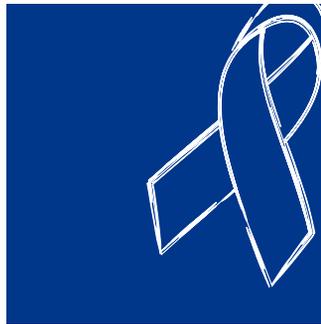
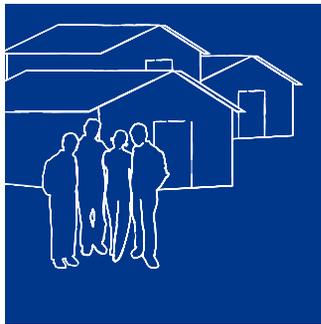
> 95.4% de residuos
fue reciclado para su reutilización

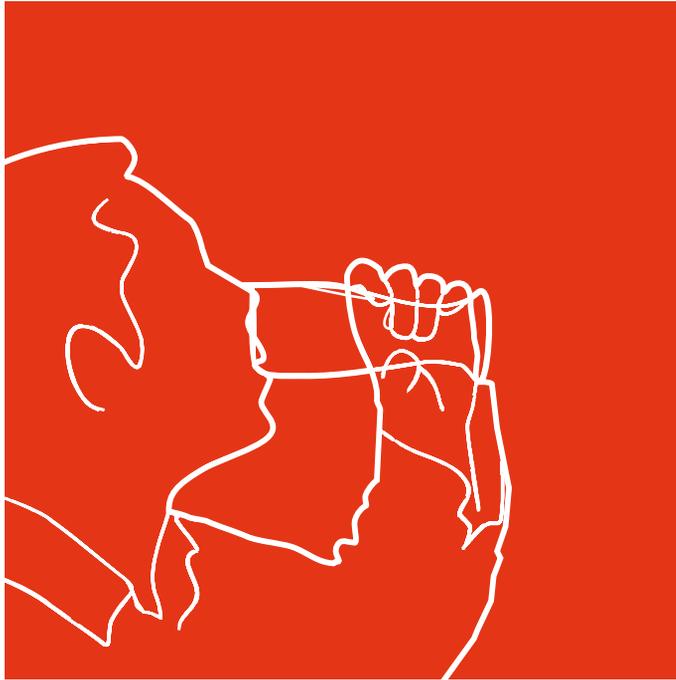
> 392 docentes
participaron del curso "Maestros
promotores de estilos de vida saludable"



Nuestras prioridades

Backus y SABMiller comparten una visión común en relación con la responsabilidad social. Backus es una empresa comprometida con el Perú y su gente, por ello no solo contribuye con el desarrollo económico del país sino también con el desarrollo social y ambiental, tomando en cuenta las expectativas e intereses de sus grupos de interés. Somos una empresa firmante del Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y asumimos nuestro compromiso de cumplir con sus 10 principios e incorporarlos en nuestras operaciones y estrategias.





Prioridad 1

Desalentar el consumo irresponsable

Backus trabaja con especial énfasis en sensibilizar e informar a la población sobre el consumo responsable de bebidas alcohólicas, además de educar al minorista y al adulto consumidor sobre la importancia de la no comercialización y el no consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad.

Fomentamos el consumo de bebidas alcohólicas como una experiencia personal, socialmente agradable y una fuente de entretenimiento. Por esa razón, desalentamos el consumo nocivo, es decir, el consumo de menores de edad y madres gestantes, el beber y conducir, así como el consumo excesivo.

Para este fin, contamos con un **Comité de Cumplimiento de Ventas y Mercadeo**, conformado por representantes de las áreas de Ventas, Marketing, Asuntos Corporativos, Desarrollo Sostenible, Legal y un tercero independiente. Este comité es responsable, desde octubre del 2006, de supervisar que todas las comunicaciones comerciales de nuestro portafolio de marcas cumplan con los lineamientos establecidos en nuestro **Código de Comunicación Comercial** (En: www.backus.com.pe/wb.website/politicas.html), antes de ser difundidas.

Acciones realizadas:

- Continuamos con la campaña educativa “Ponte un límite”, con activaciones en las playas de Lima durante los meses de verano. Asimismo, con el objeto de evitar el consumo y la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad, de agosto a diciembre del 2009, auspiciamos la campaña “No le des a los menores problemas mayores”, promovida por Radio Capital, la cual incluyó *spots* radiales para sensibilizar a los padres, adultos y puntos de venta; así como entrevistas a psicólogos, educadores, médicos y especialistas en el tema. Además, se realizaron operativos coordinados con las municipalidades, a fin de identificar los locales que estaban vendiendo bebidas alcohólicas a menores de edad.
- Participamos en la campaña “Amigo Elegido”, liderada por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, que incluyó el uso

de estrategias de comunicación como vallas, *spots* de televisión, radio y activaciones en los puntos de venta.

- Desarrollamos material informativo sobre el no consumo de **bebidas alcohólicas por los menores de edad**, dirigida a padres y adultos, además de una versión para los jóvenes. Entregamos 300 mil folletos informativos a todos los colaboradores de las empresas de Backus, proveedores, visitantes de nuestras plantas cerveceras, padres de familia, docentes, entre otros. Igualmente, enviamos boletines virtuales a nuestra base de contactos (líderes de opinión, periodistas, empresarios, etc.) y el material se colgó en el sitio en Internet del programa educativo **Escuela Virtual Backus** y en el de **Backus**. En el Cusco, iniciamos la campaña de entrega del material informativo a instituciones educativas de nivel secundario durante las asambleas de padres de familia.
- Con el objeto de desarrollar un trabajo preventivo, se ejecutó el programa de capacitación virtual para docentes denominado "Maestros promotores de estilos de vida saludable", diseñado e implementado en alianza con la ONG ACEPTA, especializada en estos temas. Así, 392 docentes de las ciudades de Lima, Chiclayo, Trujillo, Piura y Puno participaron del curso, el cual tuvo una duración de tres meses. Su objetivo es que el docente logre estructurar acciones y programas con sus alumnos y padres para promover las habilidades sociales, los estilos de vida saludable y dar a conocer cómo las bebidas alcohólicas pueden afectar el desarrollo de los menores de edad.
- El programa de Consumo Responsable ha sido reconocido por la sexta edición del premio Perú 2021 a la Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible de las empresas, en la categoría Clientes y Consumidores.





Prioridad 2

Reducir el consumo de agua

En la coyuntura global de cambio climático, uno de los principales riesgos asociados con las operaciones de Backus está ligado a la disponibilidad de agua para sus operaciones, así como a las contingencias que podría ocasionar la presencia del fenómeno de El Niño en sus operaciones en el norte del país (lluvias prolongadas) y en el sur (sequías).

La oportunidad que se presenta está dada por las alternativas de optimización en el uso de agua que pueda redundar en menores costos operativos.

Creemos que el recurso hídrico es indispensable para la vida y su manejo responsable es una tarea diaria en el cuidado del medio ambiente. La gestión del manejo del agua incluye la reducción del consumo de agua y la reutilización del agua tratada.

En cuanto a las captaciones de agua por parte de Backus para sus procesos productivos, estas se realizan de dos fuentes, siendo la principal la fuente subterránea, con un 94% del total, operación debidamente supervisada por las empresas de tratamiento de agua de cada localidad.

La segunda fuente es la red pública, que representa el 6% restante. Cabe destacar que Backus no utiliza agua captada directamente de fuentes superficiales, como pueden ser ríos o lagunas.

En el periodo se ha evaluado el consumo total de agua (en hl), por cada hl producido de cerveza, indicador que fue de 4.32 hl en el 2009, versus 4.52 hl del periodo anterior, lo que representa una disminución de 4.4%. Asimismo, en la producción de maltas el consumo de agua pasó de 5.10 hl a 4.80 hl por tonelada producida de malta; lo que significó una reducción de 5.9%.

Acorde con su responsabilidad con el ambiente, Backus mantiene un programa de tratamiento de aguas residuales que permiten su reutilización y disposición sin generar mayor contaminación al ambiente. Por aguas residuales nos referimos a los sobrantes de agua utilizada durante el proceso productivo, como son los residuos líquidos industriales y los residuos domésticos.

En este sentido, todas nuestras plantas cuentan con un Programa de Adecuación y Manejo Ambiental (PAMA), aprobados por el Ministerio de la Producción, en base a los cuales anualmente se realizan dos monitoreos ambientales a través de una empresa ambiental certificada.

En lo que se refiere a la descarga de efluentes en el alcantarillado, la planta de Ate cumple con todos los estándares legales, mientras que en el caso de las plantas de Arequipa y Cusco, se tiene programada, acorde con sus respectivos PAMA, la construcción de plantas de tratamiento de aguas residuales (Arequipa en 2010-2011 y Cusco en 2011-2012).

Respecto a las plantas cuyos efluentes son descargados a un cuerpo receptor (ríos/lagos), las plantas de Motupe, Maltería Lima y Huarochirí cumplen con los límites máximos permisibles del Ministerio de la Producción, al mismo tiempo que se están adecuando a la nueva legislación de Estándares de Calidad de Agua (ECA) recientemente dispuesta por el Ministerio del Ambiente.

En el periodo de reporte, el agua residual alcanzó un volumen de 27,514,184 hl, la misma que, una vez tratada, fue utilizada internamente para riego de jardines y en otros usos en servicios de la cervecería y la comunidad. En virtud de un convenio, un 5% fue entregado por la planta de Motupe a la empresa Agroindustrias A y B.



Acciones realizadas:

Ate

- Reutilización de agua de la Planta de Tratamiento de Efluentes para riego tecnificado de jardines.
- Recuperación de agua caliente en el área de cocimiento para ser reutilizada en esta misma área.
- Recuperación de agua de desecho de la Planta Ionics para utilizarla en la limpieza de pisos en el área de envasado.

Motupe

- Recuperación de agua de la lavadora para limpieza de pisos.
- Recuperación de agua del rinser de CSD (bebidas carbonatadas) para la limpieza de espuma en botellas después de las llenadoras.

- Uso del agua del pasteurizador del último tanque para el enfriamiento del aceite del sistema hidráulico.
- Reducción del nivel de llenado de las pozas de las torres de enfriamiento, de 95% a 70%, evitando reboses de agua.
- Reutilización del agua de la nueva torre para el lavado del CO₂, evitando el consumo de 16 m³/día.
- Reducción del consumo de agua en el proceso de eliminación de la levadura, a través de la instalación de una tubería portátil para direccionar la levadura al desagüe.

Arequipa

- Reutilización de agua en el sistema de refrigeración de compresores y lavado de CO₂, reduciendo el desperdicio de 1,400 m³/mes a 300 m³/mes.
- Recuperación de agua caliente del área de elaboración, reduciendo de 120 m³/semana a 30 m³/semana.
- Reducción del consumo de agua en la limpieza química de tanques de gobierno (CIP), llevando un buen control de la sanitización.
- Programación en Braumat del ingreso intermitente de agua y productos de limpieza en tanques de gobierno.
- Cambio de métodos de limpieza de pisos en el área de envasado.

Cusco

- Disminución del número de CIP en la paila de cocción (de 3 cocimientos a 6 cocimientos).
- Recuperación del agua del último enjuague del CIP para utilizarla en el primer enjuague de los TEX (tanque cilindro cónico) y BBT (tanque de cerveza).
- Se controló el consumo de agua en los condensadores evaporativos.
- Instalación de un enfriador para el pasteurizador (implicará un ahorro de 0.2 hl/hl).
- Sistema de recuperación de los CIP de las llenadoras. El agua recuperada, previamente enfriada, se utilizará en las bombas de vacío de las llenadoras, lo cual implicará un ahorro de 0.1 hl/hl.
- Automatización del CIP en los BBT, esperándose un ahorro de 0.1 hl/hl.

Maltería

- Reutilización del agua del último proceso de remojo para el bombeo de la malta a las cajas de germinación.
- Optimización del uso de agua en el proceso de bombeo de la malta desde el área de remojo a las cajas de germinación (placas orificio para regular flujo de agua).

San Mateo

- Recuperación del agua del rinser para utilizarla en la limpieza de planta y en el primer lavado de botellones.



“Acorde con su responsabilidad con el medio ambiente, Backus mantiene un programa de tratamiento de aguas residuales que permite su reutilización”





Prioridad 3

Reducir nuestra huella de energía y carbono

Invertimos en tecnología amigable con el medio ambiente y en la modernización de los procesos industriales, trabajando permanentemente en la reducción del uso de energía y de las emisiones de carbono. Estamos convencidos que nuestro crecimiento económico debe estar acompañado del uso eficiente de la energía, permitiendo su buen manejo y promoviendo la reducción del dióxido de carbono que provoca el efecto invernadero.

Las plantas de Backus se abastecen de energía proveniente del sistema interconectado nacional, el cual recibe la energía producida por dos grandes fuentes: hidroeléctrica y termoeléctrica. Entre enero y diciembre del 2009, la producción nacional de energía de fuente hidroeléctrica representó el 63% del total, mientras que la termoeléctrica fue el 37%. Esta última tiene a su vez como principal fuente de combustible el gas natural, con un 84% del total generado por las termoeléctricas, siguiéndole el carbón con 8.4%, y el diesel o residual con 7.6%. Por lo anterior, podemos considerar que las plantas de Backus, en promedio, adquieren su energía de dichas fuentes en estas mismas proporciones.

Acciones realizadas:

- El consumo total de energía eléctrica de las plantas de Backus fue de 1,538,028,274 MJ⁹, generada con fuentes renovables y no renovables según lo ya señalado líneas arriba (no se diferencia el consumo directo del indirecto). En la producción de gaseosas se generó un aumento de 5.9% en el consumo por hl producido debido a que la producción fue menor a la del ejercicio anterior, lo que provocó una menor dilución de los consumos fijos. No obstante, en la producción de cerveza se obtuvo una disminución en 3.2% en el consumo de energía por hl de cerveza producida, mientras que en maltas la disminución fue de 2.7% por tonelada producida.

9. MJ = Mega Joule.

- La emisión de gases de efecto invernadero (CO₂) ocasionados por la generación de electricidad en el proceso productivo llega a 22,756.40 toneladas. Asimismo, la emisión generada por combustible fósil fue de 130,021.80 toneladas¹⁰. En el caso de las gaseosas, esto significó, respecto al ejercicio anterior, un ligero aumento de 1% por la misma razón explicada en el párrafo precedente. Para la producción de cerveza se produjo una disminución de 11% en kg de CO₂ por hl de cerveza producida y de 19% por tonelada en el caso de maltas.
- Respecto a las emisiones de CO₂ en kg por hl, generadas por otras fuentes relacionadas con Backus, en el caso de nuestros principales proveedores para la producción y distribución de nuestros productos, solamente se cuenta con información para el presente ejercicio (lo que impide hacer comparaciones con periodos anteriores). Dichas emisiones fueron de 129.29 kg de CO₂ por hl, en materia prima e insumos y de 0.76 kg/hl por el lado del transporte en nuestros distribuidores¹¹.
- Las emisiones de otras sustancias que impactan en la capa de ozono, donde se incluyen CFC, HCFC, los halones y el bromuro de metilo, alcanzan los 9,227 kg. No es posible comparar estas emisiones con las del ejercicio anterior debido a que recién a partir del presente ejercicio se ha considerado la reposición de los gases de los sistemas de refrigeración de plantas, mientras que, hasta el ejercicio anterior, solo se consideraba la reposición de gases de aire acondicionado.
- Finalmente, las emisiones de SO_x y NO_x fueron de 528.95 y 154 toneladas, respectivamente, representando incrementos en kg/hl de cerveza producida de 291% y 19% respectivamente. En maltas se produjo un incremento en 71% en NO_x, mientras que en gaseosas hubo una disminución de 97% en NO_x. Los incrementos se debieron principalmente al aumento de la producción, la calidad de los combustibles empleados y la eficiencia de la combustión.

Entre las acciones ejecutadas con relación al ahorro de energía figuran:

- En las plantas Ate y Motupe se instaló el Sistema de Evaporación al Vacío, representando un ahorro de energía directa del 35% en el área de cocimiento.



10. A diferencia del resto de cifras mostradas en este reporte, aquí están incluidos los datos de la planta San Juan.

11. Información entregada por el área de Manufactura.



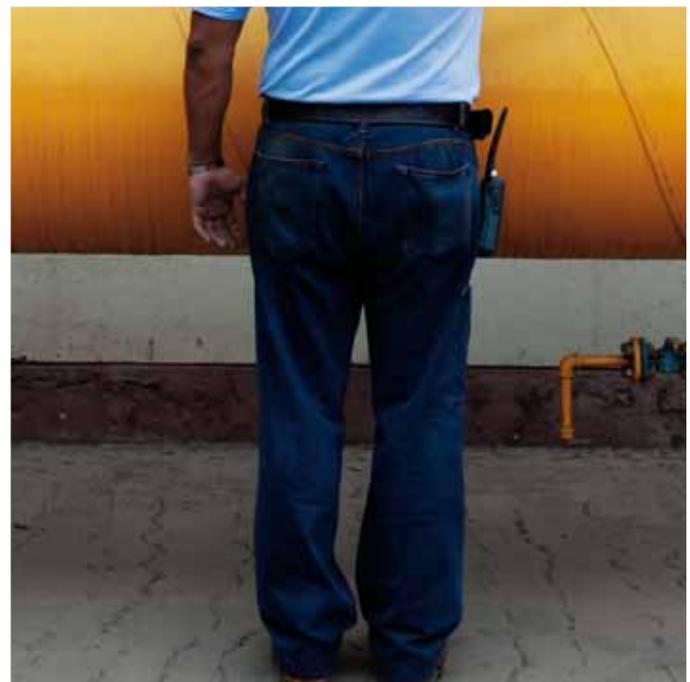
- En la planta Cusco se llevó a cabo un proyecto de reducción de energía térmica de 152 MJ/hl a 120 MJ/hl, el cual se viene implementando en la planta Motupe.
- Manejo eficiente de presiones de vapor. Ahorro: 5.6 MJ/hl.
- Acortar la frecuencia de limpieza de tubos de fuego de calderos a 8 meses. Ahorro: 2.1 MJ/hl.
- Reducción de la merma, lo cual reduce los consumos en el área de elaboración. Ahorro: 0.7 MJ/hl.
- Se viene utilizando el Energy Saver, que es una herramienta de autoevaluación para ayudar a identificar e implementar oportunidades de ahorro de energía y costos. Esta herramienta permite calcular el CO₂ emitido por cada una de nuestras plantas.
- Se ha implementado la huella de carbono en todas nuestras plantas y en los proveedores inmediatos.

Entre las acciones ejecutadas con relación a la reducción de emisiones de gases figuran:

- En la planta Ate se cuenta con instalaciones, equipo y maquinaria a gas natural mientras que en las plantas Motupe y Maltería Lima se vienen ejecutando proyectos para migrar a este combustible. Así, en la planta Motupe se procedió a la adquisición e instalación de una caldera para generación de vapor saturado de 20 TM/h a 12 bar de presión, que viene equipada con dos quemadores duales, de tal manera que se reemplace el uso de combustible líquido (petróleo residual) por combustible gaseoso (gas natural), lo cual implica la generación más limpia de energía (aproximadamente 31% menos de emisiones de CO₂ vertidos al medio ambiente).
- En las plantas Ate, Motupe y Cusco se instalaron plantas de recuperación de CO₂, eliminando así la necesidad de comprar CO₂ en el mercado. La instalada en la planta Cusco tiene una capacidad de 500 kg/h y permite recuperar el CO₂ con un 99% de pureza de los tanques de fermentación, obteniendo al final del proceso un 99.998% de pureza, con un mínimo contenido de oxígeno.
- Nuestro principal socio comercial para la distribución de productos cuenta con una flota de transporte amigable con el medio ambiente, que supera las exigencias legales en lo que se refiere a emisión de gases, uso de líquido refrigerante longlife biodegradable y zapatas de freno que no utilizan asbesto.
- Se inició el proyecto de sembrado de árboles en alianza con los centros de distribución de nuestro socio comercial SISA. A través de este proyecto, entre abril del 2009 y marzo del 2010 se han sembrado más de 10 mil árboles a nivel nacional.



“En la planta Ate se cuenta con equipo y maquinaria a gas natural, y en las plantas Motupe y Maltería Lima se proyecta migrar a dicho combustible”





Prioridad 4

Reducir, reutilizar y reciclar empaques

El reciclaje y la reutilización de empaques forman parte de nuestras prioridades a lo largo de nuestra cadena productiva y de comercio, lo que implica la reutilización de botellas de vidrio, la reducción del peso de los envases y el uso progresivo de materiales reciclables en nuestros empaques.

Consideramos que la promoción de la práctica del reciclaje y la reutilización de envases y empaques, contribuyen decididamente con la creación de un retorno amigable y una conducta socialmente responsable.

Acciones realizadas:

- Uso de tecnología que posibilite la reutilización o reciclaje:
 - Nueva tecnología "Blow in Blow": reducción del peso de las botellas hasta en 7%.
 - Planta de inyección de cajas plásticas "In House" en las plantas Ate y Motupe. El 30% de la materia prima proviene del reciclaje de cajas antiguas.

- Reciclaje post consumo:
 - **Reciclaje de vidrio:** el 90% de nuestras ventas corresponde a botellas de vidrio retornables y aquellas que cumplieron su ciclo de vida son recicladas, para ser utilizadas nuevamente como botellas retornables.
 - **Reciclaje de envases PET:** Programa “Reciclar para ayudar” con ASBEGA (Asociación de la Industria de Bebidas Gaseosas del Perú), a beneficio de la ONG ANIQUEM (Asociación de Ayuda al Niño Quemado).

La producción de Backus en el periodo de este reporte se distribuyó en los siguientes tipos de empaques:

- Botellas no retornables
170,119 hl
- Botellas retornables
9,211,502 hl
- Cajas plásticas - PET
657,949 hl
- Barriles
93,844 hl
- Latas de aluminio
104,216 hl

Respecto al reciclaje de estos materiales, las botellas de vidrio contienen un 80% de material reciclado, mientras que las latas de aluminio contienen un 30% de material reciclado. El porcentaje de desechos de envasado que son reciclados o reutilizados es de 87% (sin incluir las botellas retornables, ya que no están consideradas en la categoría de desechos).



“Consideramos que la promoción de la práctica del reciclaje y la reutilización de envases y empaques, contribuyen con la creación de un entorno amigable”



Prioridad 5

Trabajar hacia el "0" desperdicio en nuestras operaciones

En Backus hacemos un uso racional de los recursos y materias primas con los que trabajamos. Nuestra labor de reducir desperdicios en todas nuestras plantas, mediante actividades de manejo de residuos sólidos, residuos peligrosos y no peligrosos, entre otros, busca contribuir con el equilibrio ecológico y el bienestar de la comunidad.

Entre las acciones que implican la segregación y reutilización de desechos realizadas por la empresa figuran:

- Afrecho y levadura: venta y procesamiento por empresas especializadas como alimento balanceado para animales.
- Venta de la pulpa de etiquetas de la planta Ate, la cual se está utilizando en la elaboración de *files* de cartón y en porta huevos, entre otros.
- Cumplimos con las disposiciones de acuerdo a ley para el manejo de los residuos peligrosos.
- Contamos con empresas contratistas certificadas para el manejo de residuos.
- Participamos en la campaña de reciclaje de papel, entregando 3,626 kg a FUNDADES para sus acciones sociales en beneficio de personas con discapacidad.

En lo que respecta a los sub-productos orgánicos resultado del proceso de producción de cerveza (granos, polvo de malta y *trub*), los residuos peligrosos según legislación vigente, (baterías, pilas, aceites, solventes, trapo industrial con residuos de hidrocarburos, envases de plaguicidas, cartuchos de tinta, tóneres de fotocopadoras, etc.); y otros residuos o desechos de las plantas de producción (ceniza de calderos, cartones, vidrios, efluentes, tierra

de infusorios, etiquetas y papel, metales de desecho), se cuenta con las siguientes estadísticas:

- Productos orgánicos del proceso
202,292 TM
- Productos orgánicos reciclados
196,004 TM / 97%
- Residuos peligrosos generados
63.47 TM
- Residuos peligrosos reciclados
0.09 TM / 0.14%
- Otros residuos o desechos
15,783 TM
- Otros residuos reciclados (papel, cartón, plásticos, etc.)
12,083 TM / 76.56%

En el caso de los residuos peligrosos, las baterías, cartuchos y tóneres utilizados son devueltos a las compañías proveedoras para su reciclaje. Asimismo, el aceite usado en diferentes procesos es negociado a través de recicladores autorizados.

En términos generales, las acciones realizadas de reciclaje y reutilización de empaques y residuos han permitido alcanzar las siguientes cifras:

- Total residuos generados (a)
218,075 TM
(Productos orgánicos y otros residuos, no incluye residuos peligrosos)
- Total residuos reciclados (b)
208,087 TM
- Porcentaje residuos reciclados (b) / (a)
95.42%
- Residuos enviados a botaderos (a) – (b)
9,988.00 TM
- Porcentaje de residuos enviados a botaderos
4.58%





Prioridad 6

Apoyar el desarrollo empresarial y gestionar nuestra cadena de valor

En Backus fomentamos una cultura de calidad en nuestros proveedores, integrándolos a nuestros procesos, valores, ética corporativa y nuestro compromiso con el desarrollo sostenible.

Acciones realizadas:

- Desarrollo de proveedores: capacitación según las oportunidades de mejora identificadas, certificación, evaluación del desempeño y homologación.
- Difusión de nuestro modelo de gestión, buenas prácticas, desarrollo sostenible y Principios de Abastecimiento Responsable.
- Política ética y línea ética para nuestros proveedores.
- Nuestros proveedores deben comprometerse con el cumplimiento de los **Principios de Abastecimiento Responsable (PAR)** de Backus, los cuales resumimos a continuación:
 - **Conducta de negocios.** Debe negociar en forma abierta y justa con sus proveedores.
 - **Condiciones laborales.** Como mínimo, se debe cumplir con los requisitos legales en materia de salud y seguridad ocupacional, debiendo contar con políticas y procedimientos suficientes en caso que no existan normas legales al respecto, de modo de cautelar el bienestar de sus trabajadores.
 - **Empleo.** El trabajo forzado u obligado está prohibido.
 - **Trabajo infantil.** Se debe respetar estrictamente la legislación relevante.
 - **Remuneraciones.** Los pagos y beneficios no serán menores a los señalados por la legislación local.
 - **Diversidad.** Se dará igualdad de oportunidades de empleo, sin ningún tipo de discriminación.
 - **Libertad de asociación.** Debe existir un diálogo constructivo, pudiendo los trabajadores unirse a asociaciones legalmente reconocidas de acuerdo a leyes locales.

- **Medio Ambiente.** Conoce y cumple con las leyes ambientales locales y muestra sensibilidad a otros aspectos medioambientales.

Backus cuenta con un número de proveedores y contratistas considerados como significativos. La cantidad y el porqué se consideran así, se muestra a continuación:

- Se cuenta con 550 proveedores de bienes (nacionales y extranjeros) administrados por el sistema de cadena de suministro (Supply Chain), de los cuales 32 proveedores (0.91%) representan el 80% del monto de compras de la empresa.
- Tenemos aproximadamente 4,500 proveedores de servicios que son administrados por las áreas usuarias, de los cuales 176 proveedores (3.9%) representan el 80% del monto de compras de la empresa.

El porcentaje de contratos con proveedores y contratistas significativos de Backus que incluyen criterios sobre derechos humanos o están sujetos a análisis al respecto, se detalla a continuación:

- Aproximadamente el 50% del monto de compras de bienes se realiza bajo contratos (aproximadamente 100 contratos). Todos estos contratos incluyen cláusulas sobre principios de abastecimiento responsable.
- El 100% de los pedidos de Backus (órdenes de compra) de bienes y servicios incluye una nota respecto a los principios de abastecimiento responsable.

Como parte de este proceso de desarrollo de proveedores, junto con la contribución a la economía peruana, el total de pagos realizados a proveedores por compras realizadas dentro del país asciende a US\$ 245,631,394 lo que corresponde al 68.41% del total de compras realizadas por Backus en el periodo evaluado, contribuyendo así al desarrollo de la industria y comercio nacional. Asimismo, de este monto, un total de US\$ 52,724,429 (21.46%) se ha dedicado al apoyo a entidades priorizadas, como es el caso de las Pymes.

En lo que respecta a la capacitación, contamos con el programa **Progresando Juntos**, cuyo objetivo es promover el desarrollo de emprendedores y pequeños y micro empresarios relacionados con la cadena de valor de Backus. El programa busca ayudarlos





a incrementar sus ingresos y reducir sus costos a través de capacitaciones en temas de emprendimiento y gestión empresarial. Este programa se dirige a 3 grandes grupos de interés: proveedores, clientes y comunidad.

Durante el 2009 el **componente dirigido a proveedores de bienes y servicios y clientes**, que contó con el Instituto Peruano de Acción Empresarial (IPAE) como aliado estratégico, se llevó a cabo en las ciudades de Lima, Piura, Arequipa, Pucallpa y Tacna. En total, se logró capacitar a 348 empresarios y el promedio de aprobación de los cursos fue de 90%, lo que significó un incremento respecto del 2008, año en el que la tasa de aprobación fue de 79%. Asimismo, el 88% de los empresarios señaló que estaba muy satisfecho con el desarrollo de los talleres de capacitación, el 95% consideró que lo aprendido le servirá en el desarrollo de su actividad empresarial en el futuro y el 98% calificó el desempeño de los facilitadores como "muy bueno" o "bueno".

En lo que se refiere al **componente de maíz amarillo duro**, se trabajó con 221 productores que recibieron capacitación y asistencia técnica en temas organizacionales, productivos y de gestión empresarial; y vendieron 8,160 TM de maíz a Backus. Entre los principales logros de este componente figuran el incremento de los rendimientos por hectárea (de 7.5 antes del proyecto a 8.6 a fines del 2009), la creación de una asociación de productores, el acceso a mejores tasas crediticias para los productores (de más de 4% a 1.7%), el ahorro en la compra de semillas, etc.

Adicionalmente, para el componente de productores de maíz amarillo duro se logró obtener un financiamiento de US\$ 205,000 del Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo, el cual se suma a la contrapartida de Backus para la ampliación del ámbito de impacto del proyecto durante los años 2009 y 2010.



“En Backus
fomentamos una
cultura de calidad en
nuestros proveedores,
integrándolos a nuestro
compromiso con el
desarrollo sostenible”





Prioridad 7

Respetar los Derechos Humanos

Estamos convencidos que el respeto de los derechos humanos constituye la base fundamental de los principios y valores sobre los que una empresa debe de operar.

Nuestro compromiso con los derechos humanos se refleja en la libre suscripción del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, iniciativa voluntaria de responsabilidad cívica corporativa sobre la que basamos nuestra política interna de derechos humanos, además de otras normas sobre la gestión del recurso humano y el bienestar de nuestros colaboradores.

Backus mantiene políticas claras sobre el respeto a los derechos humanos, tanto hacia sus colaboradores, activos y jubilados, como hacia sus proveedores, la comunidad y la sociedad en general. Esta preocupación se refleja tanto en el respeto a los trabajadores, estén o no sujetos a un convenio colectivo, en el cuidado de la salud y la seguridad ocupacional del personal, como en la preocupación por su capacitación para que pueda cumplir con eficiencia sus funciones. La empresa respalda las iniciativas y declaraciones internacionales de respeto a los derechos humanos:

- Los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (UDHR).
- Los lineamientos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) para las empresas multinacionales.
- La Declaración Tripartita de Principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en relación a las empresas multinacionales y la política social.
- Los convenios fundamentales de la OIT sobre estándares laborales.
- El Pacto Mundial.

Acciones realizadas:

- Backus cuenta con una Política Corporativa sobre Derechos Humanos.
- Mantiene un Programa Integral de Ética Corporativa: Código de Ética, Código de Conducta del Ejecutivo, Código de Ética para Proveedores, Política de Usuarios de Sistema de Información y Línea Ética.
- Realiza encuestas de satisfacción organizacional (ESO).
- Apoya la libertad de afiliación y negociación colectiva: "sindicatos socios del negocio".
- Lleva a cabo programas de bienestar para los colaboradores y sus familias.
- Ha certificado el estándar internacional OHSAS 18001: compromiso con la seguridad, la salud y el bienestar de los trabajadores.
- Los colaboradores cuentan con examen médico anual (EMA), servicio de comedor, gimnasio, actividades deportivas y de integración, Verano Backus, becas de estudio, entre otros beneficios.
- Se ha implementado el Voluntariado Backus.

Por lo anterior, todo acuerdo de inversión impulsado por Backus, siempre tendrá en cuenta el respeto a estos derechos.

Respecto al tema de **pensiones**, Backus ha reconocido en sus estados financieros, sobre la base de cálculos actuariales anuales realizados por un actuario independiente, una provisión relacionada a pensiones y beneficios que otorga a su personal jubilado y/o retirado con los que se ha acordado darles estos beneficios, consistentes en pensiones de jubilación (5 ex trabajadores), raciones de cerveza que se entregan mensualmente y seguro médico (526 ex trabajadores y 451 ex trabajadores, respectivamente).

Asimismo, Backus cuenta con un fondo de reserva para término de relación laboral, el que se paga por única vez cuando el trabajador, a pedido de la compañía, acepta retirarse de la misma antes de su edad de jubilación a cambio de estos beneficios, o cuando el trabajador llega a la edad de jubilación y se desvincula de la compañía¹².

12. Tomado de notas a los Estados Financieros, Memoria Anual 2009.



Cabe señalar que el 16.8% de los trabajadores (649) está cubierto por un convenio colectivo.

Durante el periodo, 209 trabajadores dejaron la compañía, existiendo así una rotación anual de 5.4%.

En casos de desvinculación laboral, existe una práctica de la organización, de dar un preaviso mínimo de 30 días, o el que sea necesario en común acuerdo con el trabajador.

Es importante mencionar que Backus no hace diferencias en los salarios entre hombres y mujeres en ninguna categoría profesional.

Las medidas tomadas en materia de **salud y seguridad ocupacional**, han permitido que no se presenten casos de víctimas mortales por accidentes. Ocurrieron 44 casos de heridos por accidentes industriales, con una pérdida de 281 días de trabajo, lo que implica una tasa de ausentismo de 1%. Los accidentes se registran y reportan en concordancia con las normas nacionales.



El total de **horas de entrenamiento** ha sido de 95,363.50, haciendo un promedio de 24.70 horas por trabajador.

Siempre dentro del marco de respeto a los derechos humanos, cabe resaltar que en el periodo evaluado no se han producido casos de incidentes de discriminación, de actividades que hayan puesto en riesgo la libertad de asociación, de riesgo de trabajo infantil, ni de trabajo forzoso.

Un mayor detalle de la gestión de recursos humanos respecto a políticas de personal, motivación, bienestar, desarrollo organizacional y relaciones laborales, puede apreciarse en la Memoria Anual 2009.

Ética Corporativa

Para garantizar la honestidad, decencia y transparencia en la gestión administrativa y de negocio, desarrollamos el Programa Integral de Ética Corporativa (PIEC) (<http://www.backus.com.pe/wb.website/etica-corporativa.html>), basado en la política de SABMiller que busca dar a conocer la forma cómo todos los miembros de sus diferentes empresas alrededor del mundo deben operar y dirigir el negocio, y llevar este comportamiento fuera de la organización.

En ese contexto, iniciamos capacitaciones y talleres dirigidos a nuestro personal en todo el país, con el fin de lograr un mayor conocimiento de nuestra política de ética corporativa, un mayor grado de adhesión y mayor cumplimiento de la misma. Así, al estar estos temas incluidos en el proceso de inducción, se llegó a capacitar al 100% del personal respecto al código de ética institucional, donde se incluye el tema de corrupción, logrando así abarcar en estos temas a todas las áreas de Backus.

Así, si bien el tema de corrupción no ha sido abarcado en la matriz de riesgos, que analiza el grado de riesgo de las operaciones de la organización, se busca prevenir su ocurrencia vía nuestra política de ética corporativa explicada en los párrafos anteriores.

Respecto al cumplimiento de nuestro Código de Ética, entre abril del 2009 y marzo del 2010, se recibieron 67 denuncias, de las

cuales 56 han sido resueltas. Estas denuncias se desagregan por temas de la siguiente manera:

Categoría	Número de denuncias	Porcentaje %
Alcohol (consumo de alcohol en las instalaciones)	0	0
Hostigamiento laboral (actos negativos hacia una persona para que abandone su trabajo)	14	21
Hostigamiento sexual (conducta física o verbal reiterada de naturaleza sexual no deseada y/o rechazada)	0	0
Conflicto de interés (intereses particulares interfieran con deberes)	0	0
Contratos (transparencia en relaciones con proveedores)	9	13
Activos (pérdidas de activos)	15	22
Otros	13	19
Temas administrativos (ocultar información, demoras)	16	25
Total	67	100

A diciembre del 2009, se encontraban en investigación cinco denuncias presentadas.

Asimismo, seguimos esforzándonos para que nuestros socios comerciales (proveedores y centros de distribución) continúen siendo capacitados respecto de los principios éticos de la actividad económica de Backus, para lo cual se cuenta con un **Código de Ética para Proveedores**, el cual busca guiar su conducta dentro de los principios éticos de Backus, trasladándoles así una guía de actuación de respeto a los derechos humanos hacia sus propios colaboradores.

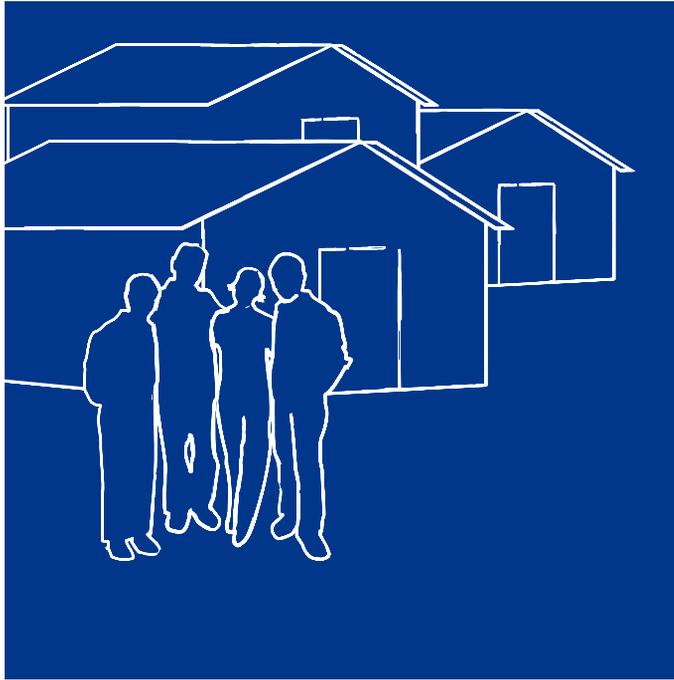
Finalmente, también en el marco de nuestra política de ética, en diciembre del 2009, solicitamos a nuestros proveedores que los obsequios, regalos o cortesías, dirigidos a nuestros funcionarios y colaboradores, con ocasión de las fiestas navideñas, se conviertan

95,363.50
horas de entrenamiento, haciendo un promedio de 24.70 horas por trabajador

en un donativo, a fin de ayudar a las instituciones que trabajan con los más necesitados.

De esta forma logramos recaudar un monto significativo de nuestros proveedores, que, conjuntamente con un donativo de la empresa, fue entregado a S.O.S. Aldeas Infantiles, movimiento social que trabaja a favor de las niñas y niños menos favorecidos. Respetando sus diferentes religiones y culturas, S.O.S. brinda dos servicios fundamentales:

- Las familias Aldeas Infantiles, que acogen a niños abandonados para brindarles atención segura e integral.
- El programa de prevención del abandonado, cuyo objetivo es el fortalecimiento familiar y desarrollo comunitario para la prevención del abandono infantil.



Prioridad 8

Beneficiar a las comunidades de nuestra área de influencia

Backus cree firmemente en el desarrollo conjunto empresa y sociedad, por ello procura que sus actividades no solo tengan el mínimo impacto en la comunidad de su entorno, sino que también ayuden a su desarrollo.

Por lo tanto, los programas de inversión social corporativa que lleva a cabo Backus buscan:

- Implementar iniciativas sostenibles, relevantes a las necesidades de las comunidades donde la empresa opera.
- Orientar los beneficios hacia la comunidad teniendo en cuenta las expectativas de los grupos de interés de la empresa.
- Generar en los trabajadores una cultura que los involucre con la comunidad.

Acciones realizadas:

a) Programa Progresando Juntos

Programa de promoción de empresarios que forman parte de nuestra cadena de valor (proveedores, clientes y comunidad) a través del cual se busca mejorar las condiciones de eficiencia, productividad, ambientales y sociales en las que los pequeños y micro empresarios desarrollan sus actividades, contribuyendo con la creación de oportunidades para el desarrollo local sostenible en términos de desarrollo de mercados, empleo y generación de riqueza.

A la fecha de cierre del periodo de reporte, Progresando Juntos ha capacitado a más de 600 empresarios (clientes y proveedores de Backus), más de 220 productores de maíz amarillo duro, más de 80 artesanos de Moche y Túcume y más de 90 mujeres en la localidad de Motupe.

En lo que respecta al **componente comunidad**, durante el 2009 se continuó con el trabajo en la campaña de Moche y se apoyó la participación de 12 artesanos que fueron capacitados el año anterior en temas de gestión empresarial, en la feria "Exhibe Perú" 2009, desarrollada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) en Lima, y en la feria artesanal organizada en el marco

del FOROMIC 2009 en Arequipa. En estos eventos, los artesanos lograron generar ingresos cercanos a los S/. 13,000 y establecieron importantes contactos con compradores y comercializadores potenciales.

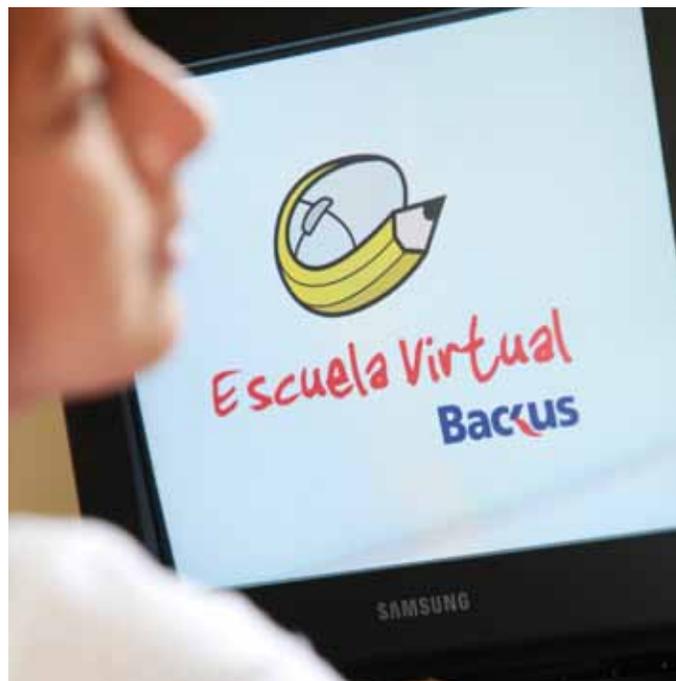
Asimismo, se continuó el trabajo con mujeres en Motupe, en el marco del cual se organizó un tercer taller para el desarrollo y fortalecimiento de capacidades emprendedoras con un grupo de 30 mujeres (durante el periodo anterior se trabajaron dos talleres similares con 60 mujeres), así como un taller de desarrollo de planes de negocio con 25 mujeres que participaron de los talleres de fortalecimiento en el 2008 y mostraron potencial para desarrollarse como empresarias. Como resultado de este último taller, se lograron formular 10 planes de negocio que involucran a 22 participantes. Para el 2010, se tiene programado brindar asesoría a este grupo de mujeres a fin de que puedan constituir y operar sus empresas.

b) Programa Escuela Virtual Backus

Este programa tiene como propósito contribuir en la calidad de la educación peruana, desarrollando competencias y habilidades de los maestros, a través de programas virtuales de capacitación; fomentando el aprendizaje colaborativo y promoviendo el uso de las nuevas tecnologías en su práctica pedagógica. Este programa tiene como objetivos:

- **Contribuir** en la construcción de una educación de calidad para todos.
- **Promover** el desarrollo de competencias y habilidades de los maestros para mejorar su práctica docente y optimizar el uso de las tecnologías de la información y comunicación.
- **Difundir** la integración curricular de los recursos educativos digitales tradicionales y no tradicionales.
- **Informar** sobre temas educativos relacionados a la promoción de estilos de vida saludable.

Los beneficiarios del programa son los maestros, directivos, estudiantes, padres de familia, investigadores y público interesado en temas educativos. Se puede acceder a través del sitio en Internet www.escuelavirtualbackus.edu.pe, que brinda información sobre:



- Programas de capacitación virtual.
- Recursos educativos: audios, multimedia, WebQuest, documentos, imágenes y videos en línea y descargables, entre otras herramientas de apoyo a la labor educativa.
- Espacios de intercambio de recursos y trabajos.
- Blogs temáticos de interés educativo como Edutics: educando en tecnologías de la comunicación e información.
- Conferencias educativas y académicas dirigidas a maestros en video.
- Entrevistas a especialistas en temas educativos.
- Agenda de actividades de capacitación para maestros.
- Noticias educativas relevantes.



El resumen de la capacitación docente se presenta a continuación:

CAPACITACIÓN DOCENTE POR TIPO

Eventos de Aprendizaje	2007	2008	2009	Total
Cursos Virtuales	7	8	7	22
Talleres	16	17	24	57
Charlas	1	1	14	16
Total	24	26	45	95

BENEFICIARIOS DE LA CAPACITACIÓN POR TIPO DE CURSO

Beneficiados	2007	2008	2009	Total
Virtuales	1,044	839	944	2,827
Presenciales	702	340	1,163	2,205
Total	1,746	1,179	2,107	5,032

Los beneficiarios manifestaron un nivel de satisfacción del 97%.

c) Programa Conservación de Monumentos Arqueológicos y Promoción del patrimonio cultural que genere el desarrollo de las comunidades

Acerca de este programa, a unos kilómetros de Trujillo, en la zona conocida como la campiña Moche, se encuentra una de las experiencias más exitosas de rescate y conservación de uno de los patrimonios culturales más importantes de la zona norte; logrado gracias al trabajo conjunto del Estado, la cooperación internacional, la empresa privada, la sociedad civil organizada y la comunidad. Desde 1992, la **Huaca del Sol** y la **Huaca de la Luna** forman parte de los proyectos arqueológicos promovidos por Backus a través del apoyo a los trabajos de excavación, conservación y uso turístico, así como al fortalecimiento de las capacidades microempresariales y productivas de la comunidad local.

Gracias al financiamiento y apoyo permanente proporcionado por Backus, al trabajo profesional y sistemático desarrollado por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Trujillo, y la gestión del Patronato Huacas de Moche se ha logrado obtener la participación y financiamiento de organismos de cooperación internacional y de conservación de patrimonio como la World Monument Fund y el Fondo Contravalor Perú Francia. Las alianzas

y el trabajo coordinado han permitido la conservación de la Huaca de la Luna, uno de los dos edificios monumentales de la antigua capital de los Moche (años 0-750 dC), convirtiendo una ruina abandonada en un atractivo turístico. El proceso de recuperación del patrimonio cultural ha significado, además, la capacitación de 656 nuevos profesionales en el campo de la arqueología, conservación del patrimonio y gestión del turismo, y ha generado más de 120 plazas de trabajo permanente.

La población norteña se ha visto beneficiada por estas investigaciones y trabajos de conservación. Ahora, la campiña Moche cuenta con los servicios básicos que antes no tenía, elevando la calidad de vida de sus pobladores. La comunidad se ha organizado y ha reconocido su problemática y posibilidades de desarrollo sostenible, consolidando su identidad. Además, muchas familias de la zona han encontrado una ocupación que les genera ingresos, desarrollándose una serie de actividades vinculadas al turismo que promueve el Proyecto Arqueológico Huacas del Sol y de la Luna, y que van configurando a esta tradicional campiña como un producto turístico con sus propios valores étnicos y culturales. El proyecto arqueológico Huaca de la Luna anualmente recibe más de 120,000 turistas entre nacionales y extranjeros.

Más al norte, en Lambayeque, desde el 2002 nos sumamos al trabajo que vienen desarrollando diversas instituciones y promovimos la formación del Patronato Valle de las Pirámides, para la puesta en valor de las **Pirámides de Túcume** y el **Museo de Sitio**, contribuyendo así con la recuperación del patrimonio cultural y con la formación de nuevos emprendedores, capacitando a la población local en aquellas tareas que luego les permitirán trabajar en las actividades que los proyectos arqueológicos demandan.

El programa de investigación, conservación y uso social del patrimonio cultural en el norte del Perú es un modelo exitoso porque se ha demostrado que conservar nuestro patrimonio es sostenible y que ello genera empleo directo e impacto en la mejora de la calidad de vida de la población local. Es también un modelo exitoso porque los aportes de Backus han permitido a los actores locales, responsables de la ejecución de los proyectos, palanquear fondos de otras instituciones o sumarse a los aportes de otras instituciones, fomentando así las alianzas públicas-privadas, nacionales y extranjeras. El Fondo Contravalor Perú Francia y el World Monuments Fund de Nueva York, así como el Plan Copesco Nacional y el MINCETUR, son instituciones comprometidas con estos proyectos que logran no solo el rescate y

“Backus cree firmemente en el desarrollo conjunto empresa y sociedad, por ello procura que sus actividades tengan el mínimo impacto en la comunidad”

preservación de nuestro patrimonio, sino también la generación de empleo en las comunidades locales.

d) Apoyo a iniciativas promovidas por terceros

- **Creer para Crear:** Programa de apoyo a jóvenes emprendedores desarrollado por la organización no gubernamental sin fines de lucro PROBIDE (Asociación Pro Bienestar y Desarrollo), para lo cual llevó a cabo una alianza estratégica con la Universidad San Ignacio de Loyola, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Backus y otras empresas privadas del país. Consiste en un fondo de garantías por el cual se apoya, mediante la emisión de un certificado de garantías, a los jóvenes emprendedores que buscan financiar sus proyectos de negocios. El proyecto brinda a los participantes facilidades de acceso a información para la elaboración exitosa de sus proyectos, así como la participación en talleres de capacitación para la elaboración de proyectos. Asimismo, los participantes cuentan con asesoría tanto *online* como en forma personalizada. PROBIDE cuenta también con una red de coordinadores voluntarios regionales a nivel nacional.

- **Lideración**¹³: Programa de capacitación coorganizado por el Instituto Invertir y la Universidad del Pacífico, contando con el patrocinio, además de Backus, de otras instituciones privadas del país. El programa está dirigido a jóvenes universitarios de provincia, teniendo como objetivo brindar la más alta capacitación en temas de liderazgo y emprendimiento a los alumnos universitarios más destacados de las regiones, con el fin de incentivarlos para que logren poner en marcha sus propios negocios y sean así agentes de cambio en sus regiones.
- **Apoyo al Teatro Nacional**: Backus es parte del Patronato del Teatro Nacional y nuestro Presidente forma parte de su Directorio, lo que refleja nuestro compromiso con el apoyo al fomento de la cultura. El Patronato se constituyó hace más de 2 años para apoyar la construcción de un teatro que no solo cuente con todos los adelantos de la tecnología moderna, en un edificio concebido como un teatro multipropósito, sino que se convierta en un eje del desarrollo cultural del país. Para esto contará con las características de las óperas de las grandes capitales del mundo, así como diversas salas para otros tipos de eventos.
- **Operación Éxito**: Programa dirigido a los estudiantes de 3ro, 4to y 5to de secundaria de las instituciones educativas estatales que busca promover el aprendizaje a través de una competencia internacional de conocimientos vía Internet. La competencia se basa en los contenidos de las áreas de Matemática y Ciencia, Tecnología y Ambiente del diseño curricular nacional.
- Aportes para instituciones benéficas:

A nivel nacional:

- Sembrando
- PNP

En Lima:

- CADE Educativo organizado por IPAE
- Cámara de Comercio de Lima
- Fundación Peruana de Cáncer
- Fundación San Marcos
- Hogar Clínica San Juan de Dios
- Liga de Lucha Contra el Cáncer

En el centro:

- Cámara de Comercio de Huancayo
- Municipalidad de Huancayo
- Gobierno Regional de Junín

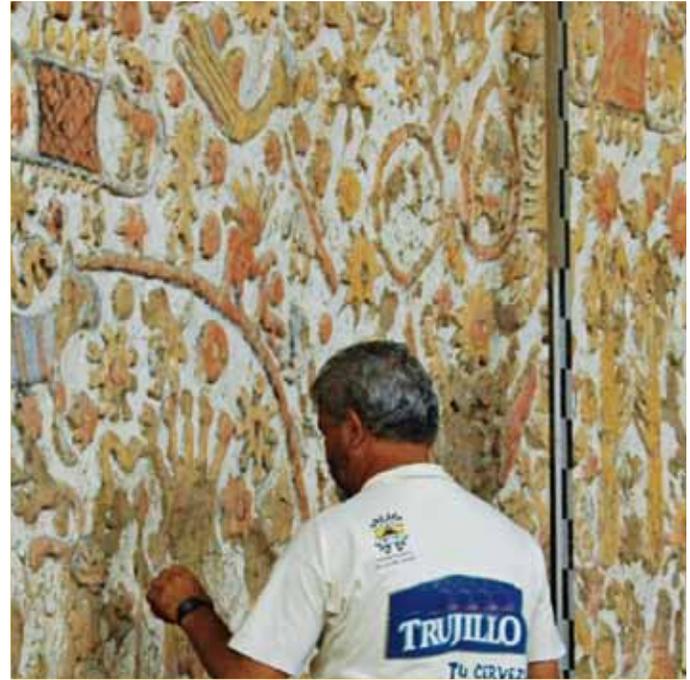
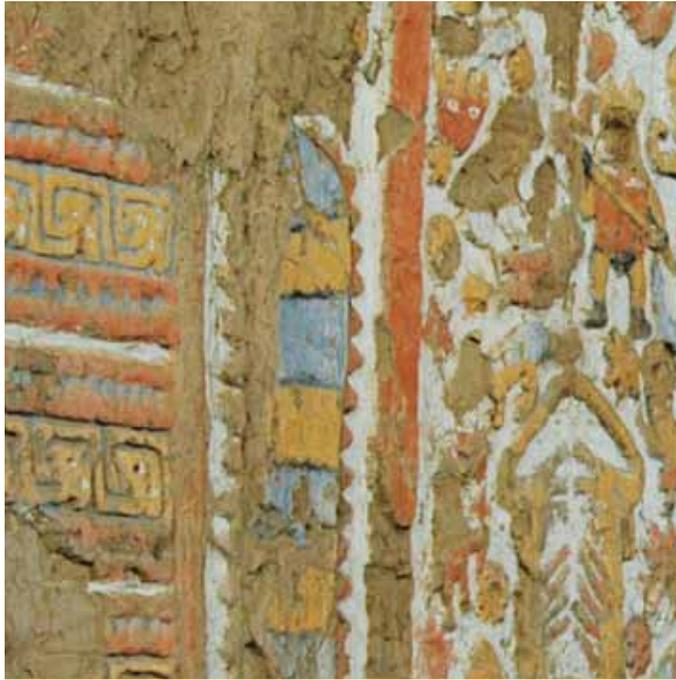
En el sur:

- Hogares de menores
- Instituciones educativas públicas
- Caritas (donaciones para campaña para aliviar los efectos del friaje en Puno)
- Gobierno Regional de Cusco
- Municipalidad de Cusco
- Centro Gerontológico
- Compañías de Bomberos de Arequipa y Tacna
- Policía Nacional de Perú – Compañía de Salvataje Arequipa y Tacna
- Hogar Clínica San Juan de Dios, Arequipa
- Municipalidad Samuel Pastor, Camaná

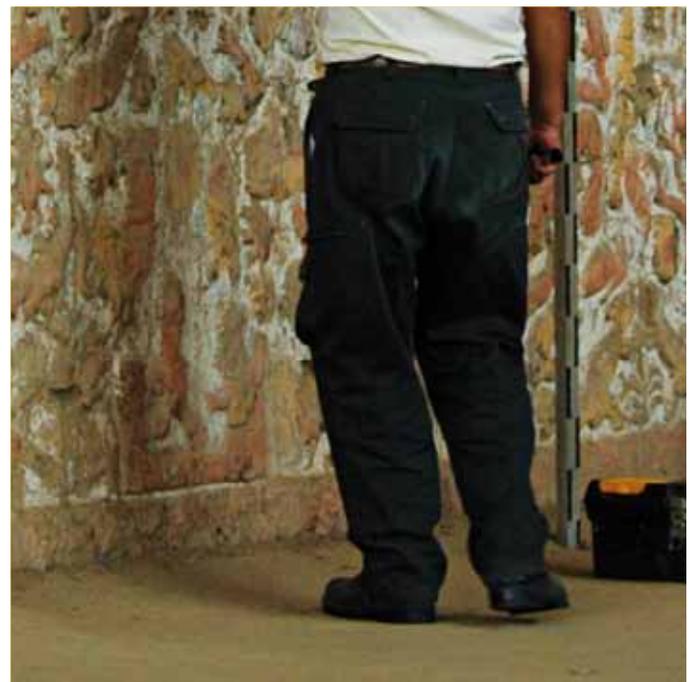
En el norte:

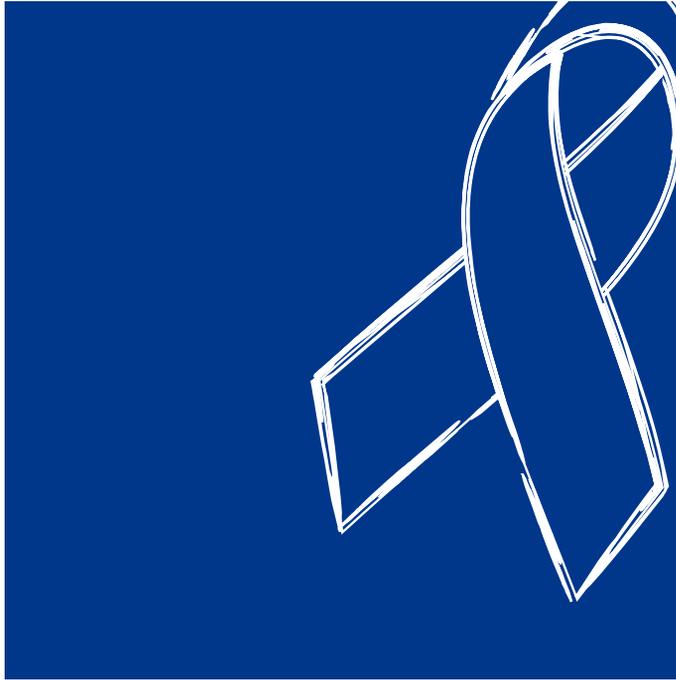
- Municipalidad de Motupe
- Centro de Salud de Motupe Santa María
- Salud de los Enfermos del Obispado de Chiclayo
- Compañía de Bomberos de Chiclayo
- Museo Tumbas Reales del Señor de Sipán
- Liga de Lucha Contra el Cáncer de Lambayeque
- Clínica San Juan de Dios de Chiclayo
- Compañía de Bomberos de Trujillo Salvadora Nro. 26
- Centro Cultural de Trujillo
- Liga de Lucha Contra el Cáncer de La Libertad
- Asociación de Criadores de Caballos Peruanos de Paso

13. Este programa cambió de nombre a EmprendeAhora en el 2010.



“El programa de investigación, conservación y uso social del patrimonio cultural en el norte del Perú es un modelo exitoso porque genera empleo directo”





Prioridad 9

Contribuir con la reducción del impacto del VIH/Sida en nuestra esfera de influencia

En Backus estamos convencidos que desde el lugar de trabajo se puede prevenir el impacto del VIH/Sida en la sociedad, mediante la promoción de programas de sensibilización, información y educación, la promoción de pruebas voluntarias y confidenciales; la adopción de medidas preventivas y la garantía de la seguridad social, entre otros.

Para ello, hemos establecido un plan de acción de largo plazo, que incluye la definición de políticas y acciones para ayudar a evitar que más personas contraigan el VIH/Sida y evitar la discriminación de las personas viviendo con VIH/Sida.

Acciones realizadas:

- Definir y desplegar la política de VIH/Sida de Backus entre todos los colaboradores.
- Diseñar e implementar un programa interno de sensibilización información y educación acerca del VIH/Sida, para los colaboradores, cónyuges y dependientes.
- Extender la educación sobre esta enfermedad a colaboradores, cónyuges y dependientes de las empresas de Backus.
- Ofrecer al trabajador la posibilidad de optar por la prueba de descartar de VIH/Sida.
- Evaluar acciones de inversión social corporativa externas a fin de contribuir con la disminución del VIH/Sida de manera sostenible.
- Promover la formación y consolidación del Consejo Empresarial Peruano en respuesta al VIH/Sida.
- Revisar periódicamente las estadísticas nacionales para evaluar posibles acciones complementarias.

Backus ha asumido esta prioridad como parte de su preocupación y compromiso con la salud pública, tomando en cuenta que este virus, al atacar a la sociedad, también impacta en la actividad empresarial, ya que merma la productividad del personal. En este sentido, Backus realiza labores en dos ámbitos: el interno y el externo.

Ámbito interno

Con el fin de contribuir con la reducción del VIH/Sida en nuestra esfera de influencia, continuamos con el programa interno de sensibilización y educación, dirigido a que nuestros colaboradores y sus familias puedan conocer sobre esta enfermedad y cómo prevenirla, a través de acciones específicas de comunicación, información y educación (charlas, folletos, difusión de materiales mediante nuestros medios virtuales, etc.).

Asimismo, de abril a octubre del 2009, se dictaron charlas de capacitación a las empresas contratistas y terceros a nivel nacional, con la participación del Ministerio de Trabajo, la ONG Miradas y Voces y el apoyo de los médicos de nuestras plantas, en las cuales se entregaron guías metodológicas para la implementación del programa y cartillas informativas. De esa manera, se cubrió 95% de participación de las empresas.

Ámbito externo

En lo referente al trabajo con la comunidad, apoyamos campañas preventivas y, en alianza con ONG especialistas, elaboramos 50,000 folletos de sensibilización y educación, dirigidos a adolescentes y adultos jóvenes, los cuales fueron distribuidos a nivel nacional entre nuestros colaboradores, visitantes de nuestras plantas y maestros, entre otros grupos de interés.

También lideramos la firma de la Declaratoria de Adhesión a los Esfuerzos Nacionales en Respuesta al VIH/Sida, convocada por la OIT, el Ministerio de Trabajo, Pact Perú (Fortaleciendo Capacidades Organizacionales) y la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Como parte de este compromiso, en marzo del 2009 se constituyó el Consejo Empresarial Peruano en respuesta al VIH/Sida (CEVIH), cuya presidencia recayó en la representante de Backus. Este consejo se reúne mensualmente y, actualmente, está integrado por 13 empresas líderes del país.

En adición, el CEVIH cuenta con 11 aliados estratégicos: el Ministerio de Trabajo, el Ministerio de Salud, OIT, Pact Perú, ONUSIDA, la Coordinadora Nacional Multisectorial en Salud (CONAMUSA), el Fondo Mundial de Lucha contra el Sida, USAID, la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (CONFIEP), la Red del Pacto Mundial y la Sociedad Nacional de Industrias (SNI).



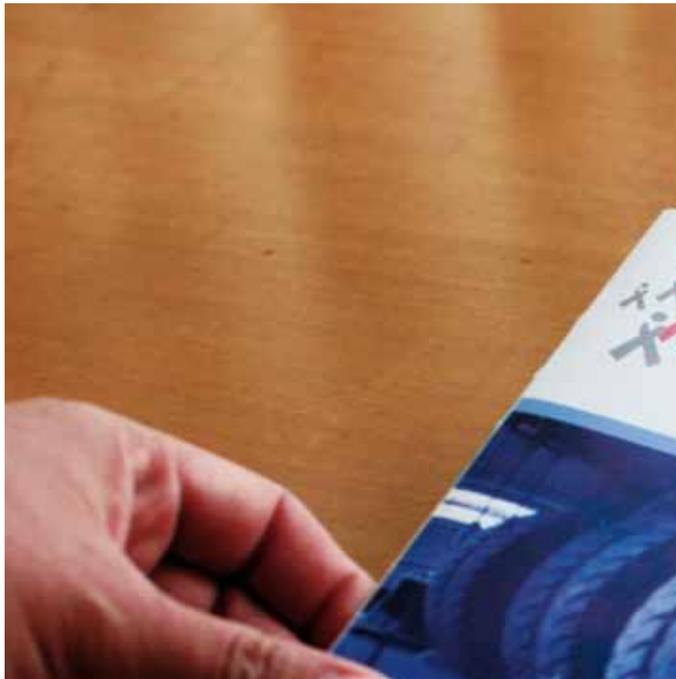


Como líderes del CEVIH, fuimos invitados a los siguientes eventos nacionales e internacionales sobre el VIH/Sida:

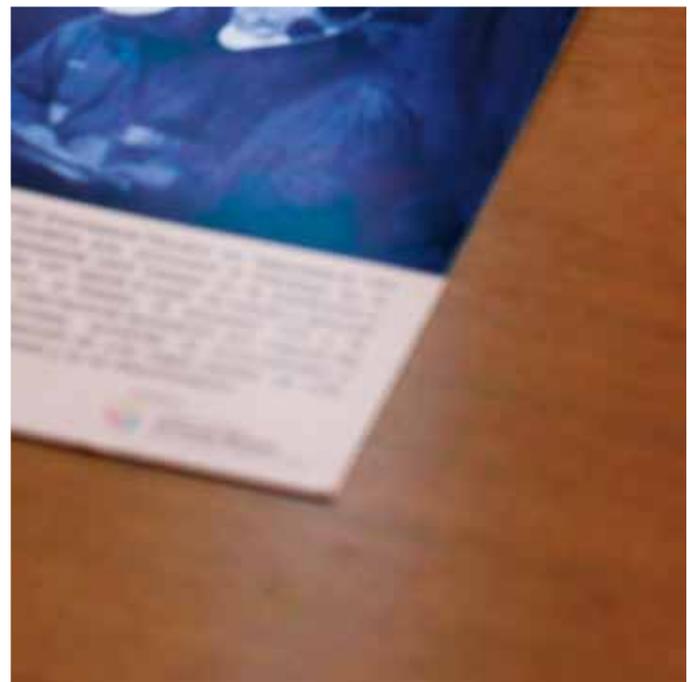
- Seminario “¿Cómo responder al VIH y Sida en el lugar de trabajo?”, organizado por el Ministerio de Trabajo, en el cual participamos junto a la titular de este portafolio, a la coordinadora regional de ONUSIDA y a la representante del Ministro de Salud.
- V Foro Latinoamericano y del Caribe en VIH/Sida e ITS, siendo nuestra participación en el panel sobre “Avances del Sector Laboral – Empresarial en el marco del Acceso Universal a la Prevención y Atención”, junto con la Ministra de Trabajo, los representantes de los Consejos Empresariales de México y Brasil, así como con Jenni Gillies, experta mundial de SABMiller para estos temas.
- Encuentro Regional para los Mecanismos de Coordinación de País / Regionales de América del Sur, realizado en Paraguay y donde representamos al sector privado gracias a la invitación de CONAMUSA.

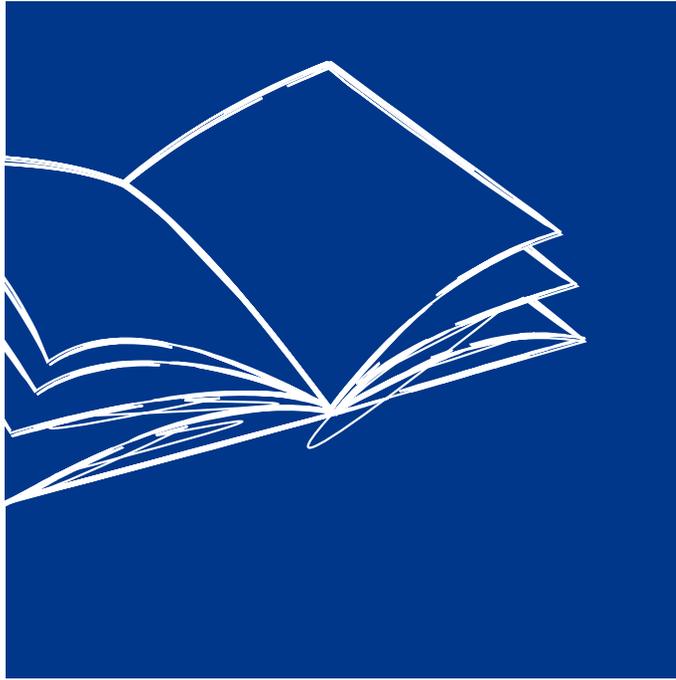
Asimismo, organizamos las siguientes reuniones:

- Encuentro de Consejos Empresariales Regionales de VIH, con la participación del CONAES (México), la SNI, la CONFIEP, el Ministerio de Trabajo, Backus y SABMiller.
- Taller “The Corporate Sector Response to HIV/AIDS: sharing our learnings”, dirigido por Jenni Gillies, experta en prevención del VIH/Sida de SABMiller a nivel mundial, en el marco del V Foro Latinoamericano y del Caribe en VIH/Sida.



“En Backus estamos convencidos que desde el lugar de trabajo se puede prevenir el impacto del VIH/Sida en la sociedad”





Prioridad 10

Ser transparentes en el manejo de nuestro negocio y en el reporte de nuestro progreso en las prioridades de desarrollo sostenible

En Backus buscamos mantener informados a nuestros grupos de interés sobre nuestras acciones y actividades, una actividad que apuesta por el fortalecimiento de la cadena de valor, con relaciones perdurables en el tiempo y que contribuye con el desarrollo del país.

Acciones realizadas:

- Reportar públicamente, de manera oportuna y honesta, las prioridades de desarrollo sostenible.
- Comunicar los compromisos de manera continua y proactiva a los inversionistas, ONG, políticos y otros *stakeholders* que tienen un interés activo en el negocio y en el desempeño de las prioridades de desarrollo sostenible.
- Reportamos nuestros avances a través de documentos públicos como la Memoria Anual y el Reporte de Desarrollo Sostenible, así como a través de nuestro sitio en Internet.
- Contamos con un **Código de Buen Gobierno Corporativo**, el cual mide el cumplimiento de los principios de responsabilidad para con los accionistas y *stakeholders*, basado en la transparencia, confianza, equidad, responsabilidad social, fluidez e integridad de la información.

Dentro de esta política de transparencia, como ya se ha señalado en el presente documento, nuestros colaboradores se rigen por un estricto **Código de Ética** en la relación con los clientes, proveedores y la colectividad, debiendo mantener una conducta acorde con nuestros valores corporativos.

Se puede consultar el Código de Ética a través de nuestro sitio en Internet. Además, por el mismo medio se pueden formular las denuncias que se consideren ante cualquier falta cometida contra dicha normatividad de la empresa. También se puede acceder al Código de Buen Gobierno Corporativo, cuyo cumplimiento es supervisado por la Comisión Nacional de Empresas y Valores (CONASEV).

Debemos resaltar que Backus fue la primera empresa peruana que se suscribió a los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.



“Al estar localizadas nuestras plantas en zonas industriales, estas cuentan con programas de adecuación medioambiental”



Otros aspectos de interés

a) Políticas públicas

Backus participa, a través de los diferentes gremios empresariales, en la revisión de propuestas de normas relacionadas con su giro de negocio. Un aspecto al que la empresa otorga un particular interés es el relacionado con su prioridad número uno: Desalentar el consumo irresponsable, por lo cual es un aliado estratégico de la campaña “Amigo Elegido”, creada e impulsada por el Gobierno. Asimismo, mantenemos iniciativas que están alineadas con las políticas del Gobierno, tales como el programa Escuela Virtual Backus, el concurso “Maestro Digital” en educación y el programa Progresando Juntos, que busca promover buenas prácticas de gestión en Mypes que forman parte de la cadena de valor de la empresa.

Backus ha sido también un aliado estratégico del Gobierno en la implementación de la ley 29230, conocida como la Ley de Obras por Impuestos (Oxi). Con esta norma, el Estado busca impulsar la ejecución de proyectos de inversión pública, a través de la suscripción de convenios entre las empresas privadas y los Gobiernos Regionales (GR) o Gobiernos Locales (GL), para financiar y ejecutar proyectos de inversión pública en infraestructura, a cuenta del pago del Impuesto a la Renta correspondiente al año en el que se celebra el convenio.

El monto invertido es reconocido a través del Certificado de Inversión Pública Regional y Local (CIPRL), emitido por el Ministerio de Economía y Finanzas, una vez culminada la obra. En esta línea, luego de varios meses de trabajo con diversas instituciones del Estado, Backus fue la primera empresa a nivel nacional en acogerse a esta ley. En un trabajo conjunto con la Municipalidad de Ate y con una inversión de S/. 1,660,350, se rehabilitaron 8 kilómetros de la Av. Separadora Industrial, generando un beneficio para la comunidad. El proceso que se llevó a cabo permitió a ProInversión y al Ministerio de Economía y Finanzas pulir el procedimiento que deben seguir las empresas privadas para aplicar la ley Oxi.

Es preciso señalar que Backus no ha recibido subvención alguna de parte del Estado.

b) Contratación local

Respecto al desarrollo del personal de la comunidad, si bien Backus prioriza la cobertura de las vacantes que surgen con personal interno, con el objetivo de apoyar la promoción y ascenso de su personal, cuando no se puede cubrir un puesto mediante esta modalidad, se prioriza la contratación de personal local en las zonas de nuestras operaciones.

c) Cuidado de la biodiversidad

En relación al hábitat natural y la biodiversidad de las zonas de influencia de nuestras operaciones, por el tipo de operaciones que realizamos, dentro de una planta industrial, no se afectan espacios naturales protegidos ni la biodiversidad en nuestras zonas de operación, no habiéndose registrado, por ejemplo, el caso de derrames que pudieran considerarse significativos. Ver tabla pág. 91.

Por otro lado, debido al tipo de actividad realizada y al estar localizadas nuestras plantas en zonas industriales, estas cuentan con los respectivos programas de adecuación medioambiental, en los cuales se incluye la mitigación de impactos por las operaciones, incluyendo las que pudieran involucrar a la comunidad local.

De esta forma, desarrollamos la industria en plena compatibilidad con el medio ambiente. El detalle de los proyectos de inversión relacionados a temas medioambientales, implementados y en ejecución, se encuentra en la sección Gestión Productiva de la Memoria Anual 2009.

d) Cumplimiento de la normatividad

Todos los productos son evaluados durante su desarrollo para cumplir las normas sanitarias, y no afectar la salud y seguridad de los clientes, así como también se cumplen todas las disposiciones sobre envasado y etiquetado al tratarse de productos de consumo. En ese sentido, se cumplen todas las normas de rotulado, considerando tanto los ingredientes para la elaboración de los productos, como las advertencias que por ley deben considerarse, como es “tomar es dañino para la salud”. Asimismo, se cumple con reportar la información solicitada por los entes reguladores. De la misma manera, Backus se ha adherido voluntariamente a

las autorregulaciones de publicidad de la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA).

Nuestros productos, por sus características propias de bienes de consumo, se encuentran regulados por diversas entidades como el Ministerio de Salud y el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), entre otros. Esto, porque se deben cumplir diversas normas, tanto por los aspectos relacionados a la salud como otros inherentes al producto en sí mismo. Por ello, Backus realiza un estricto control de calidad que abarca desde el diseño del producto hasta la puesta en el punto de venta. Así, por ejemplo, se cumple con todas las exigencias sobre la información que debe incluirse en las etiquetas o rotulado de los envases.

Entre las normas que la empresa tiene que cumplir figuran:

- Norma Metrológica Peruana, de carácter obligatorio NMP 001:1995
- Norma Metrológica Peruana, de carácter obligatorio NMP 002:1995
- Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, de carácter obligatorio aprobado mediante D.S. 007-98-SA.
- Norma Técnica Peruana, de carácter recomendable, NTP 209.038 Alimentos Envasados. Rotulado (es una adopción del Codex Alimentario).

- Norma Técnica Nacional. Bebidas Alcohólicas – Cervezas. NTP 213.014
- Norma sobre Protección al Consumidor – Decreto Legislativo 807.
- D.S. 620-90 ICTI/IND “Establece la información que deberá llevar inscrita en el empaque, envase o etiqueta toda bebida alcohólica que sea puesta en venta”.

e) Multas, sanciones y procesos judiciales

En el periodo abarcado por el presente reporte, Backus no ha sufrido la aplicación de multas ni sanciones en materia ambiental.

Como parte de los riesgos operacionales, durante el 2009 Backus siguió afrontando una serie de procesos judiciales, administrativos o arbitrales, relacionados a procedimientos tributarios, demandas mediante procesos civiles y procesos administrativos, en todos los cuales no se considera que la compañía corra mayores riesgos. Un nivel mayor de detalle de estos procesos puede obtenerse en la Memoria Anual 2009. En este mismo sentido, la organización no ha recibido multas ni sanciones derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones ni por el incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos de la organización.

Planta	Material	Fecha del incidente	Cantidad aproximada	Posible causa	Impacto en el medio ambiente	Solución dada
Planta Ate	Soda diluida (utilizada para limpieza)	21/01/10	No disponible	Al abrirse una de las tapas del tanque N° 5 para el vaciado al desagüe de la soda diluida sobrante para limpieza, la caja trampa del buzón por donde debería eliminarse esta soda diluida se encontraba obstruida, produciéndose un rebalse	Parte de la soda diluida cayó al piso de la losa de concreto	Se realizó una limpieza en la zona. Se realizó un informe con recomendaciones



Declaración de Nivel de Aplicación



El presente Reporte de Sostenibilidad ha sido sometido a una autoevaluación y luego a una Comprobación por Tercera Parte, de acuerdo con los Niveles de Aplicación del GRI.

Tal como lo indica el GRI, la notificación de uso, el registro del reporte en la base de datos y la revisión del nivel de aplicación serán tratados con el GRI después de publicarse este documento.

Este reporte ha obtenido la calificación A "Self Declared", la calificación de A "GRI Checked" y la calificación A "Third Party Checked" realizada por SASE, que revisó nuestra calificación A "Self Declared" de acuerdo con los lineamientos de la "Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad" del GRI, establecidas el 2006.

	C	C+	B	B+	A	A+
Autodeclaración					✓	
Comprobado por Tercera Parte					✓	
Comprobación GRI					✓	

Comprobación por Tercera Parte



A continuación, reproducimos
el informe elaborado por SASE:



Lima, 20 de Octubre del 2010

Señores

Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.

Ate, Lima

De nuestra consideración:

Para la Comprobación de Tercera Parte (Third Party Checked) del cumplimiento del nivel A requerido por el Global Reporting Initiative (GRI) se ha procedido de la siguiente manera:

- Se ha leído y analizado detenidamente la versión del Reporte de Sostenibilidad que se nos alcanzara correspondiente al año 2009, tomando como base la "Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad" del GRI –G3;
- Se ha revisado con las personas encargadas de la preparación del Reporte todos los ítems que corresponden y se les han hecho comentarios y observaciones para su subsanación;
- Se ha hecho una segunda revisión y análisis de la última versión del Reporte de Sostenibilidad del año 2009.

Los aspectos que se han contemplado para el análisis son los siguientes:

- La aplicación de los principios para la definición del contenido (materialidad, participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad y, exhaustividad);
- La aplicación de los principios sobre la calidad de la elaboración de memorias (equilibrio, claridad, precisión, periodicidad, comparabilidad y fiabilidad);
- El cumplimiento de los indicadores que se requiere reportar para alcanzar el nivel A;
- La forma en que se ha establecido la correspondencia de las diez prioridades de desarrollo sostenible de la empresa y los Grupos de Interés Relacionados de la empresa.

Las principales conclusiones de nuestra revisión son las siguientes:

1. El Reporte de Sostenibilidad de la Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. se ha elaborado tomando en cuenta los principios del contenido: materialidad, participación de los grupos de interés, contexto de la sostenibilidad y exhaustividad.

Con relación a la materialidad, el Reporte aborda aspectos e indicadores que permiten establecer los impactos significativos para la empresa y para los grupos de interés. Si bien se emplean diferentes herramientas para recoger las preocupaciones de los distintos grupos de interés; y, si bien se ofrecen resultados cualitativos y cuantitativos, se podría mejorar en futuros reportes la presentación de los impactos significativos (transformadores) tanto para la empresa así como para los grupos de interés.

Con relación a los Grupos de Interés, el Reporte da cuenta de diferentes maneras de establecer la relación con ellos: trato directo, reuniones de trabajo, grupos focales, encuestas, página Web, boletines, y otros. Esta variedad de herramientas les permite tener acceso a un universo de grupos de interés tan voluminoso, amplio y variado como el que tiene la empresa. En futuros reportes, dada la variedad de regiones con las cuales se relaciona; y dada las diferentes características de cada una de éstas, se podrían mostrar las particularidades, y hacer más explícita aún las características de la participación en los distintos lugares y regiones.

Con relación al contexto, el Reporte da cuenta de este aspecto en la explicitación de sus diez prioridades de desarrollo sostenible, incorporando su preocupación por el cambio climático, los derechos humanos y las comunidades con las que se relacionan y su contribución a su manejo en el Perú y a nivel internacional. En futuros reportes se podría hacer una presentación más explícita de los elementos de contextualización nacional y regional que han adoptado.

Con relación a la exhaustividad, el Reporte da cuenta de un rango variado de aspectos de sostenibilidad, contiene una cobertura que incluye diferentes unidades en las distintas Regiones en las que opera por un período de un año. En futuros reportes se podría abordar con mayor detalle lo que ocurre en las regiones en las que opera.

2. El Reporte de Sostenibilidad de la Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Jonhston S.A.A. se ha elaborado tomando en cuenta los principios de la calidad: equilibrio, claridad, precisión, periodicidad, comparabilidad y fiabilidad.

Con relación al equilibrio, el Reporte incorpora no sólo aspectos positivos sino que, además muestra información cuando no se ha logrado lo previsto originalmente y da una explicación. La presentación es clara, comprensible para los Grupos de interés de la empresa. El Reporte evidencia detalle,

teniendo algunos aspectos mayor desarrollo que otros. Se trata del primer Reporte de la empresa y, por lo mismo, es difícil establecer una comparación con el año anterior o señalar una tendencia. La información presentada es fiable y puede ser sujeta a examen sin problema. En futuros reportes se podría pensar en una versión que logre hacer más fácil aún la llegada a la diversidad de grupos de interés de la empresa, dada la variedad de segmentos y regiones a las que impacta.

3. Indicadores del Reporte

El Reporte da cuenta de 49 indicadores principales del GRI requeridos para una verificación de este nivel. Se encuentran distribuidos de la siguiente manera: 7 indicadores referidos al Desempeño Económico, 17 indicadores referidos a la Dimensión Ambiental, 9 indicadores referidos a Dimensión Social-Desempeño de Prácticas Laborales y ética del Trabajo, 6 referidos a Dimensión Social-Derechos Humanos, 6 indicadores referidos a Dimensión Social-Desempeño de Sociedad, y 4 indicadores referidos a Dimensión Social-Desempeño de la Responsabilidad sobre Productos.

4. Correspondencia entre Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible de la Empresa y aspectos del GRI.

No es usual que las empresas en el Perú formulen sus prioridades de Desarrollo Sostenible y establezcan principios, políticas y pautas para lograrlas. La empresa Backus lo ha hecho. De una manera creativa el Reporte articula sus Diez Prioridades con los distintos aspectos del GRI y los Grupos de Interés Relacionados.

Por las razones expuestas anteriormente confirmamos que el **Reporte de Sostenibilidad 2009 de la Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. cumple con las condiciones del nivel A: Third Party Checked establecido por el GRI.**

Atentamente,



Baltazar Caravedo Molinari

Presidente



Índice del Contenido GRI

1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

Contenido básico del GRI		Páginas	Pacto Mundial
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización.	6	
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	30, 52	

2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

Contenido básico del GRI		Páginas	Pacto Mundial
2.1	Nombre de la organización.	16	
2.2	Principales marcas, productos y servicios.	18, 19	
2.3	Estructura operativa de la organización.	19, 22	
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	17	
2.5	Número de países en los que opera la organización.	16	
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	17	
2.7	Mercados servidos.	19	

2.8	Dimensiones de la organización informante.	12	
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	19	
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	23	

3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA

Contenido básico del GRI		Páginas	Pacto Mundial
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	24	
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	24	
3.3	Ciclo de presentación de la memoria (anual, bianual, etc.).	24	
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	24	
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria.	24	
3.6	Cobertura de la memoria.	24	
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	24	
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (<i>joint ventures</i>), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	10	
3.9	Técnicas de medición datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria. Explicar los motivos por lo que se ha decidido no aplicar los protocolos del GRI, o las discrepancias con respecto a los mismos.	24	
3.10	Descripción del efecto que puede tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo: fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración).	24	
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	24	
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria. Identifica los números de página o enlaces web donde se pueda encontrar la información de acuerdo a los parámetros del GRI.	98	
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	Este reporte no cuenta con una verificación externa; pero sí con una declaración de Third Party Checked	

4. GOBIERNO, COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial
4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités de máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización. Describe el mandato y composición (incluyendo en número de miembros independientes y de miembros no ejecutivos) de dichos comités e indica su responsabilidad directa sobre el desempeño económico, social y ambiental).	46, 48	Principios 1 - 10
4.2 Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	46	Principios 1 - 10
4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos. Indíquese cómo define la organización los términos "independiente" y "no-ejecutivo".	46	Principios 1 - 10
4.4 Mecanismos de los accionistas y trabajadores para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno. Se identificarán los aspectos relacionados con el desempeño económico, social y ambiental que se hayan suscitado a través de estos mecanismos durante el periodo que cubre el informe.	48	Principios 1 - 10
4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	47	Principios 1 - 10
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	47	Principios 1 - 10
4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	46	Principios 1 - 10
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	25	Principios 1 - 10
4.9 Procedimiento del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios. Indíquese la frecuencia con que el máximo órgano de gobierno evalúa su desempeño en materia de sostenibilidad.	48	Principios 1 - 10
4.10 Procedimiento para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	48	Principios 1 - 10
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución. El Artículo 15 de los Principios de Río introdujo el enfoque de precaución. Una respuesta a este apartado podrá incluir el enfoque de la organización en materia de gestión de riesgos en relación con la planificación operativa o el desarrollo y la introducción de nuevos productos.	30	Principio 7
4.12 Principales programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	28	Principios 1 - 10
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	24	Principios 1 - 10

4.14	Relación de los grupos de interés que la organización ha incluido.	36	
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete. Incluirá el procedimiento de la organización para la definición de sus grupos de interés así como para la determinación de los grupos que participan y los que no lo hacen.	38	
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categorías de grupos de interés.	49	
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	49	

5. ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES DE DESEMPEÑO

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial
Enfoque de gestión Desempeño Económico (DMA EC).	Pilares del Negocio (p.27)	Principios 1,4,6 y 7
Enfoque de gestión Desempeño Ambiental (DMA EN).	Política del Sistema Integrado de Gestión (p.28)	Principios 7, 8 y 9
Enfoque de gestión Prácticas Laborales y Ética del Trabajo (DMA LA).	Política del Sistema Integrado de Gestión (p.28) Código de ética (p.28)	Principios 1,3 y 6
Enfoque de gestión Derechos Humanos (DMA HR).	Principios de Aprovisionamiento Responsable (p.70) Prioridad 7: Respetar los Derechos Humanos (p.74)	Principios 1 - 6
Enfoque de gestión Sociedad (DMA SO).	Programa Integral de ética Corporativa (p.76)	Principio 10

Enfoque de gestión Responsabilidad sobre Productos (DMA PR).	Valores (p.27) Cumplimiento de la normatividad y nuestros productos (p.90)	Principios 1 y 8
--	---	------------------

I. Indicadores de desempeño del GRI

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial
EC1. Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos de explotación, retribución a trabajadores, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	19	
EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	58	
EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	75	
EC4. Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	19, 90	
EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	19, 71	
EC7. Contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad en lugares donde realizan operaciones significativas.	90	Principio 6
EC8. Desarrollo del impacto de inversiones en infraestructura y los servicios prestados principalmente para beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie.	19	

DIMENSIÓN AMBIENTAL

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial
EN1. Materiales utilizados por peso o volumen.	67	Principio 8
EN2. Porcentaje de materiales que son materiales reciclados.	67, 69	Principios 8 y 9
EN3. Consumo directo de energía por fuente primaria.	62	Principio 8
EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	62	Principio 8

EN8.	Captación total de agua por fuentes.	58	Principio 8
EN11.	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionadas, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	90	Principio 8
EN12.	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidas o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivadas de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	90	Principio 8
EN16.	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	63	Principio 8
EN17.	Otras emisiones indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso (proveedores).	63	Principio 8
EN19.	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	63	Principio 8
EN20.	NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	63	Principio 8
EN21.	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	59	Principio 8
EN22.	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	68	Principio 8
EN23.	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	90	Principio 8
EN26.	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos o servicios, y grado de reducción de este impacto.	59	Principios 7 - 9
EN27.	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de producto.	67	Principios 7 y 8
EN28.	Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	91	Principio 8

DIMENSIÓN SOCIAL

Indicadores del desempeño de prácticas laborales y ética en el trabajo

Contenido básico del GRI		Páginas	Pacto Mundial
LA1.	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por departamento.	20	
LA2.	Número total de empleados y rotación media de empleados desglosados por grupo de edad, sexo y departamento.	20	Principio 6
LA4.	Porcentaje de trabajadores cubiertos por un convenio colectivo.	75	Principios 1 y 3
LA5.	Periodos mínimos de preaviso relativos a cambios organizativos, incluyendo si estas modificaciones se especifican en los convenios colectivos.	75	Principio 3
LA7.	Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por departamento.	75	Principio 1

LA8.	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias y a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	86	Principio 1
LA10.	Promedio horas de formación al año por trabajador, desglosado por categoría de trabajador.	76	
LA13.	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	46	Principios 1 y 6
LA14.	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	75	Principios 1 y 6

DIMENSIÓN SOCIAL

Indicadores del desempeño de derechos humanos

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial
HR1. Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de DDHH o que hayan sido objeto de análisis en materia de DDHH.	75	Principios 1 - 6
HR2. Porcentaje de principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de DDHH y medidas adoptadas como consecuencia.	71	Principios 1 - 6
HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	76	Principios 1, 2 y 6
HR5. Actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos, pueden correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	76	Principios 1, 2 y 3
HR6. Actividades identificadas que conlleven un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil. Medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	70, 76	Principios 1, 2 y 5
HR7. Operaciones con riesgo de trabajo forzoso o no consentido y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	70, 76	Principios 1, 2 y 4

DIMENSIÓN SOCIAL

Indicadores del desempeño de sociedad

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial
SO1. Naturaleza, alcance y efectividad de los programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	90	
SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	76	
SO3. Porcentaje de trabajadores formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	76	Principio 10
SO4. Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	77	Principio 10
SO5. Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de las actividades de "lobbying".	90	Principios 7 - 10
SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de leyes y regulaciones.	91	

DIMENSIÓN SOCIAL

Indicadores del desempeño de la responsabilidad sobre productos

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial
PR1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en los que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	90, 91	Principio 1
PR3. Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentajes de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	91	Principio 8
PR6. Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y patrocinios.	91	
PR9. Costo de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos de la organización.	91	

Encuesta de evaluación



En Backus estamos comprometidos con la mejora continua de nuestro Reporte de Desarrollo Sostenible. Entendemos que este documento debe satisfacer las demandas de información de nuestros grupos de interés en forma razonable y equilibrada. Es por ello que estamos muy interesados en conocer su opinión.

Le invitamos a responder esta encuesta y enviarla al fax 311 3099 o al correo Comunicaciones.Externas@backus.sabmiller.com, para lo cual también podrá descargar una versión electrónica en nuestro sitio en Internet www.backus.com.pe.

Agradecemos de antemano sus comentarios.

1. ¿A qué grupo de interés de Backus pertenece?

- Público en general
- Medio ambiente
- Accionistas
- Consumidores
- Clientes
- Colaboradores
- Proveedores
- Medios de comunicación
- Gobierno
- Instituciones de influencia
- Distribuidores
- Otro _____

2. Seleccione las partes de nuestro reporte que le parecieron más interesantes

- Carta del Presidente del Directorio
- Backus en Cifras
- Nuestra Empresa
- Nuestros Grupos de Interés
- Nuestras Prioridades
- Declaración del Nivel de Aplicación
- Comprobación por Tercera Parte
- Índice del Contenido GRI

3. En relación a las siguientes características, ¿qué le ha parecido nuestro reporte?

- a) **Extensión: Cantidad de información presentada**
 - Muy bueno
 - Bueno
 - Regular
 - Malo
- b) **Utilidad: Satisfacción de expectativas en cuanto al contenido presentado**
 - Muy bueno
 - Bueno
 - Regular
 - Malo
- c) **Presentación y diseño: Formato, fotografía, estructura, etc.**
 - Muy bueno
 - Bueno
 - Regular
 - Malo
- d) **Claridad: La información se presenta de manera ordenada y entendible**
 - Muy bueno
 - Bueno
 - Regular
 - Malo

e) Calidad en general de este reporte

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

4. ¿Existe algún dato o información de su interés no publicado en este Reporte? Por favor, indíquenos cuál:

Anexo

El Pacto Mundial y sus principios

El Pacto Mundial (Global Compact) es un instrumento de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) que fue anunciado en 1999. Su fin es promover el diálogo social para la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita conciliar los intereses de las empresas con los valores y demandas de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, sindicatos y organizaciones no gubernamentales (ONG), sobre la base de **Diez Principios** en áreas relacionadas con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción.

El Pacto Mundial se inserta en la lista de iniciativas orientadas a prestar atención a la dimensión social de la globalización. Es un instrumento de libre adhesión para las empresas, sindicatos y organizaciones de la sociedad civil, para aplicar los Diez Principios que lo integran en sus estrategias y operaciones. La entidad que adhiere al Pacto Mundial asume voluntariamente el compromiso de

ir implementando los Diez Principios en sus actividades cotidianas y rendir cuentas a la sociedad, con publicidad y transparencia, de los progresos que realiza en ese proceso.

La Oficina del Pacto Mundial está conformada por seis agencias de la ONU: la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (OACDH), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI).

Los Diez Principios del Pacto Mundial son los siguientes:

Derechos humanos

1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.
2. No ser cómplice de abusos de los derechos.

Ámbito laboral

3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva.
4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.
5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil.
6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

Medio ambiente

7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.
8. Promover mayor responsabilidad medioambiental.
9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.

Anticorrupción

10. Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y la criminalidad.

Conceptualización, diseño y edición general:

> b+A Comunicación Corporativa

Fotografía:

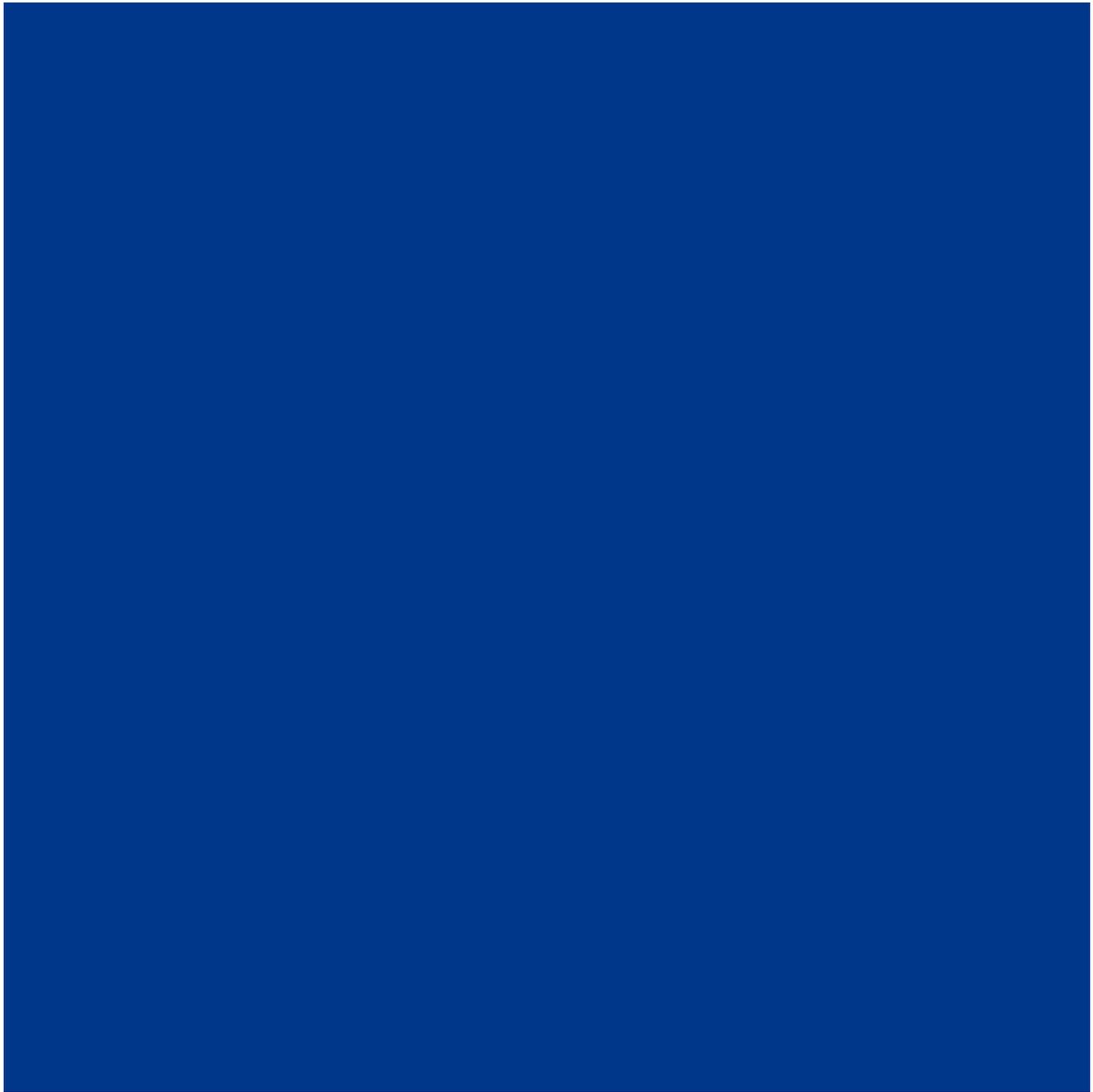
> Javier Ferrand

> Ed Robinson/Jason Alden OneRedEye Visual Consultancy

> Archivo fotográfico de Backus

Impresión:

> Impreso Gráfica



www.backus.com.pe

Unión de Cervecerías Peruanas

Backus y Johnston S.A.A.

Av. Nicolás Ayllón 3986 – Ate Vitarte

Lima – Perú

T: (511) 311 3000

www.backus.com.pe

Mayor información:

Asuntos Corporativos – Comunicaciones Externas

E-mail: Comunicaciones.Externas@backus.sabmiller.com