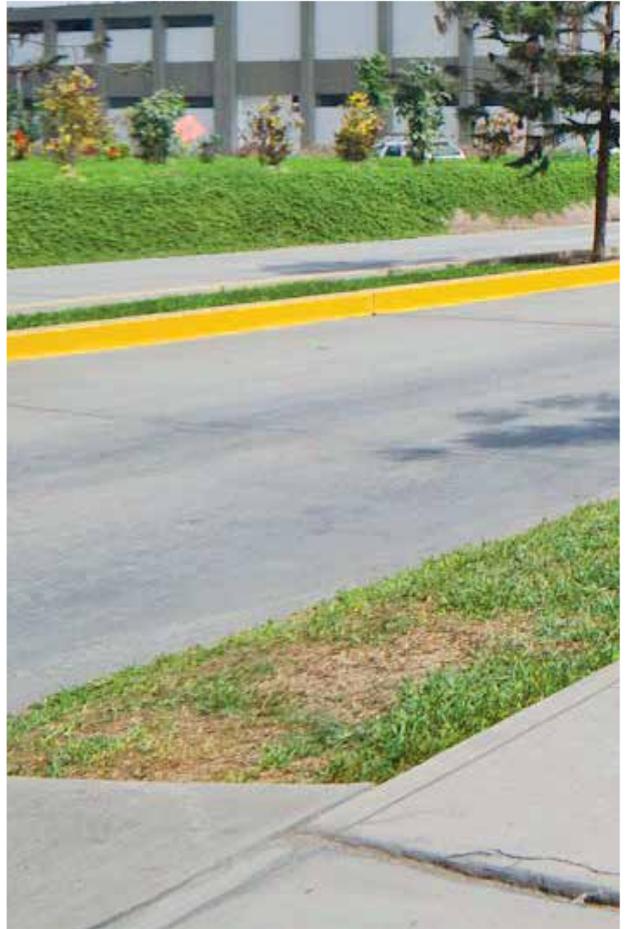
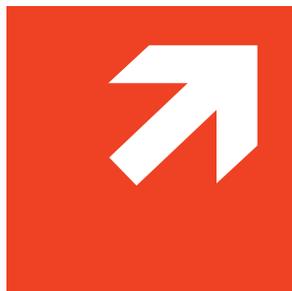
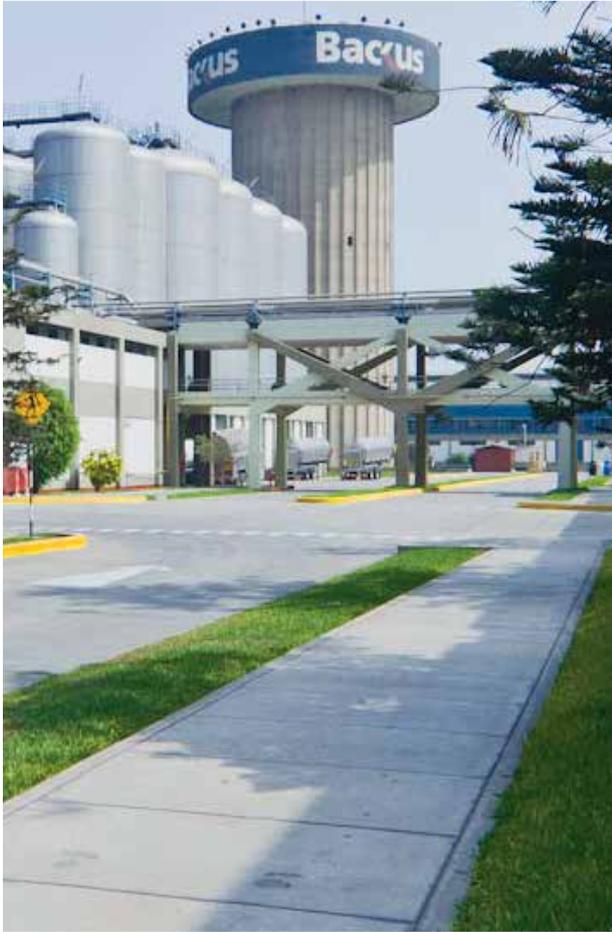


Reporte de Desarrollo Sostenible

2011



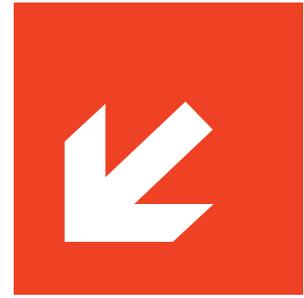


Reporte de Desarrollo Sostenible 2011



Contenido

Carta del Gerente General	5
Parámetros del Reporte	6
¿Quiénes somos?	7
Nuestra Estrategia de Desarrollo Sostenible	11
Nuestro Compromiso para el año 2012 - 2013	49
Índice de los principios del Pacto Global	51



Carta del Gerente General

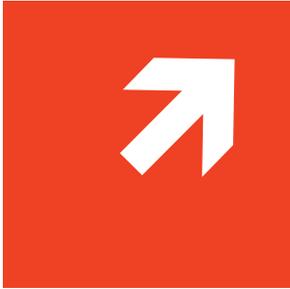
En Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A., y Cervecería San Juan S.A. (a quienes en adelante, para efectos de este documento, se hará referencia como “Grupo Backus”) trabajamos con un enfoque de desarrollo sostenible con el objetivo de impactar de forma positiva y generar valor compartido con nuestros grupos de interés.

La fórmula del éxito, que nos ha llevado a ser líderes en el mercado, está basada en nuestro Modelo de Gestión que toma en cuenta la Colaboración entre los trabajadores para enfrentar nuevos retos y aprovechar sinergias de manera permanente; nuestro enfoque en entender y satisfacer las necesidades de nuestros Clientes y Consumidores con nuestro amplio portafolio de marcas; y nuestro compromiso por el bienestar de la Comunidad, del Perú y su gente. Es por ello que nos complace presentar nuestra Memoria de Sostenibilidad 2011-2012, la cual refleja los objetivos y metas de calidad alcanzados entre abril de 2011 y marzo de 2012, en el marco de la Estrategia de Desarrollo Sostenible del Grupo, diseñada a partir de nuestras 10 prioridades:

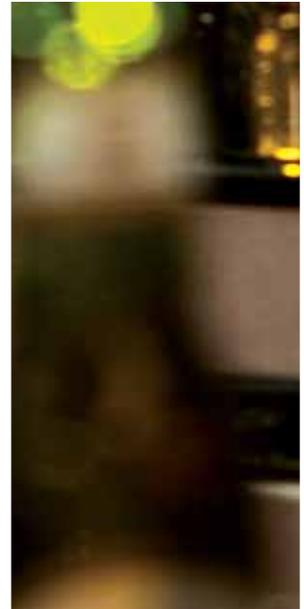
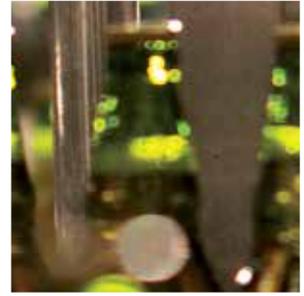
1. Desalentar el consumo irresponsable.
2. Reducir el consumo de agua.
3. Reducir nuestra huella de energía y carbono.
4. Reducir, reusar y reciclar empaques.
5. Trabajar hacia el “0” desperdicio en nuestras operaciones.
6. Apoyar el desarrollo empresarial y gestionar nuestra cadena de valor.
7. Respetar los derechos humanos.
8. Beneficiar a las comunidades en nuestra área de influencia.
9. Continuar 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 reportar nuestro progreso en las prioridades de Desarrollo Sostenible.

Es importante mencionar que ha sido un año positivo ya que hemos continuado con nuestra consolidación y posicionamiento como líderes del mercado y crecido bajo una estrategia que incluye las expectativas de nuestros diferentes grupos de interés.

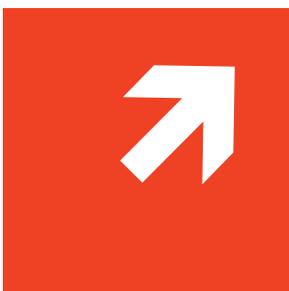
Parámetros del Reporte



- > El presente reporte cubre el periodo comprendido entre el 1 de abril de 2011 y el 31 de marzo de 2012, siguiendo así los parámetros que SABMiller plc aplica en todas sus operaciones internacionales.
- > Asimismo, el reporte abarca las siete plantas del Grupo Backus: Ate, Motupe, Arequipa, San Mateo, Cusco, Pucallpa (San Juan) y Ñaña (Maltería).
- > La elaboración se ha hecho en base a los datos utilizados para la matriz de evaluación de sostenibilidad SAM¹, por sus siglas en inglés, empleada por SABMiller plc en sus operaciones internacionales.
- > Toda comunicación referida al presente reporte debe ser dirigida a Asuntos Corporativos - Comunicaciones Externas del Grupo Backus: comunicaciones.externas@backus.sabmiller.com.



¿Quiénes somos?



Somos el grupo líder en el mercado cervecero peruano con un permanente enfoque en la satisfacción de sus clientes y consumidores. Comercializamos nuestras marcas en todo el Perú a través de un eficiente sistema de distribución y gracias a la ubicación estratégica de nuestras instalaciones y plantas industriales en la costa, sierra y selva del país.

La calidad de nuestros productos y servicios es garantizada por las continuas inversiones en infraestructura y en las más modernas tecnologías. Contamos además con las certificaciones ISO 9001 (gestión de calidad), ISO 14001 (gestión ambiental) y OHSAS 18001 (salud y seguridad ocupacional) que evidencian nuestro compromiso con la mejora continua de nuestras operaciones. Formamos parte del Grupo Económico SABMiller plc, cuya actividad económica principal es la fabricación de cerveza.

Visión

Ser el Grupo empresarial peruano más admirado, así como un importante contribuidor de valor y reputación para SABMiller plc, todo esto a través de:

- Crecimiento del valor de nuestra participación del mercado a través de nuestro portafolio de marcas.
- Ser el mejor socio de nuestros proveedores.
- Contar con un modelo de gestión ejemplar que desarrolla y retiene talento.
- Ser un actor ejemplar en la sociedad.
- Mantenernos entre las 5 principales operaciones de SABMiller plc.

Misión

- Mantener un portafolio de marcas globales y nacionales que sea la primera opción de nuestros consumidores. Fomentar que nuestras marcas nacionales invoquen un fuerte sentido de peruanidad.

Valores

- Nuestra gente es nuestra ventaja más duradera.
- La responsabilidad es clara e individual.
- Trabajamos y ganamos en equipo.
- Entendemos y respetamos a nuestros clientes y consumidores.
- Nuestra reputación es indivisible.

Presencia a nivel nacional

Nuestra actividad principal es la elaboración, envasado, distribución y venta de cerveza, así como toda clase de negocios con bebidas malteadas, gaseosas y aguas. Contamos con las siguientes plantas:

- > Planta Ate: Ubicada en la provincia de Lima, tiene una capacidad anual de 6.1 millones de hectolitros de producción de cerveza, gaseosas y bebidas nutritivas.
- > Planta Motupe: Ubicada en la provincia de Lambayeque, cuenta con una capacidad anual de 2.8 millones de hectolitros de producción de cerveza, gaseosas y aguas.
- > Planta Arequipa: Ubicada en la provincia de Arequipa, posee una capacidad anual de 1.56 millones de hectolitros de producción de cerveza.
- > Planta Cusco: Ubicada en la provincia de Cusco, con una capacidad anual de 0.74 millones de hectolitros de producción de cerveza.
- > Planta Pucallpa: Ubicada en la provincia de Coronel Portillo, tiene una capacidad anual de 1.05 millones de hectolitros de producción de cerveza. Esta planta corresponde a Cervecería San Juan S.A.
- > Planta San Mateo: Ubicada en la provincia de Huarochirí, cuenta con una capacidad anual de 1.05 millones de hectolitros de producción de gaseosas y aguas.
- > Planta Maltería: Ubicada en Ñaña, en la provincia de Lima, tiene con una capacidad anual de 89,000t de producción de malta y 64,500t de procesamiento de maíz².

Nuestras oficinas administrativas se ubican en la Avenida Nicolás Ayllón 3986, distrito de Ate, provincia de Lima, Perú.

² hl = Hectolitros, t = Toneladas métricas.

Nuestra Contribución a la Economía del País

- > Nuestras ventas representan cerca del 1.2% del PBI nacional.
- > Tenemos más de 142 mil puntos de venta a nivel nacional.
- > El 35% de la venta de nuestros productos para consumo en casa provienen de bodegas y licorerías, lo cual representa una fuente importante de ingresos para pequeños negocios familiares.
- > Generamos más de 4,000 puestos de trabajo permanentes, descentralizados y con remuneraciones competitivas en el mercado.
- > Hemos pagado en impuestos más de S/.2,200³ millones en el año 2011, incluyendo Impuesto General a las Ventas, Impuesto a la Renta, Impuesto Selectivo al Consumo, aranceles e impuestos municipales, entre otros.⁴
- > Sólo por concepto de Impuesto a la Renta nuestros pagos sumaron S/.254.5⁵ millones en el año 2011.
- > Contamos con cerca de 5,000 proveedores de bienes y servicios.
- > Hemos articulado cadenas productivas con más de 300 pequeños agricultores de maíz amarillo duro de los valles de Jequetepeque y Barranca.
- > El 69.1% de nuestras compras de bienes fue de origen local y su monto ascendió a US\$385 millones, lo que constituye un motor para el desarrollo de otras industrias en el Perú.
- > Ocupamos el segundo puesto en contribución al desarrollo nacional, según la encuesta a nivel nacional realizada por Ipsos Apoyo.

Trayectoria, 132 años a la vanguardia

Cumplir 132 años es un gran logro en el sector empresarial peruano y nos convierte en uno de los grupos empresariales más longevos del país. Estamos comprometidos con el desarrollo del Perú y por eso continuamos invirtiendo en modernizar nuestras operaciones, haciéndolas más productivas y ambientalmente responsables. A la par, seguimos preocupándonos por el desarrollo de nuestra gente, el respeto a los derechos humanos, la promoción del consumo responsable y el desarrollo sostenible de nuestras comunidades; todo ello en cumplimiento irrestricto de las normas y alineados a nuestras 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible.

Evolución del Grupo Backus

1876 Jacobo Backus y Howard Johnston fundan una fábrica de hielo en el distrito del 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 Se inaugura la planta en el distrito de Ate. Dicha inversión, le permitió a la Empresa contar con la capacidad necesaria para la expansión del mercado cervecero.

1994 Backus adquiere la Compañía Nacional de Cerveza S.A., principal competidor del Grupo Backus por más de un siglo. Ingresa al mercado de aguas y gaseosas del país.

1996 Se produce la 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. Nace, así, Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.

2000 UCP Backus y Johnston adquiere Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A. (Cervesur).

2002 El Grupo Empresarial Bavaria, de Colombia, ingresa al accionariado del Grupo Backus.

2005 SABMiller plc, con sede en Londres, Reino Unido, adquiere Bavaria. El Grupo Backus se convierte en parte del segundo grupo cervecero más grande del mundo.

³ Memoria Anual Backus 2011.

⁴ Memoria Anual Backus pg. 38

⁵ Memoria Anual Backus 2011.

2008 En octubre, el Grupo Backus anuncia un nuevo récord en el volumen de ventas anuales de sus marcas de cerveza, alcanzando más de 10 millones de hectolitros. A ello se suma la consolidación del portafolio de marcas a través de una acertada estrategia de segmentación.

2011-2012 Se incrementa la participación del Grupo tanto en volumen como en ingresos, gracias a la sólida estrategia de portafolio de marcas y la implementación del nuevo modelo comercial, que prioriza la venta directa utilizando una estrategia alineada a las necesidades y expectativas de sus clientes.

Premios y distinciones a nuestra estrategia de Desarrollo Sostenible

Durante el periodo cubierto por el presente reporte, recibimos los siguientes premios y distinciones a nivel nacional e internacional por nuestra estrategia de Desarrollo Sostenible:

- > Logramos el VIII Premio Perú 2021 a la Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible de las Empresas en la categoría Clientes por el Programa Progresando Juntos.
- > Obtuvimos el Premio Cemefi 2011 a las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en mérito a nuestra Estrategia de Desarrollo Sostenible e Inversión Social Corporativa.
- > Recibimos el distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR) otorgado por Perú 2021 y Cemefi.
- > Merecimos el Premio Luis Hochschild Plaut, otorgado por el Instituto Peruano de Acción Empresarial (IPAE), como reconocimiento al aporte empresarial al desarrollo de la cultura del país.
- > Fuimos reconocidos por la Bolsa de Valores de Lima como una empresa con Buenas Prácticas Corporativas consolidando nuestra reputación y nuestras buenas prácticas tanto en el trato igualitario a nuestros accionistas como la transparencia en nuestra gestión.



Nuestra Estrategia de Desarrollo Sostenible



En el Grupo Backus estamos comprometidos con el desarrollo sostenible del Perú. Brindamos productos de excelente calidad a través de operaciones eficientes y responsables, promoviendo un consumo responsable, generando empleo de calidad, respetando los derechos humanos de nuestros trabajadores, desarrollando una cadena de suministro sostenible, promoviendo el desarrollo de pequeños proveedores e implementando acciones que permitan el cuidado del medio ambiente. Asimismo, contribuimos a la promoción del empleo y del emprendimiento en las comunidades donde operamos, respetando principios éticos y de transparencia en toda nuestra gestión y en relación con nuestros diversos grupos de interés.

Es así que, contamos con una Organización que contribuye a la sostenibilidad de manera transversal. La Dirección de Desarrollo Sostenible y Asuntos Corporativos, que forma parte de la Vicepresidencia de Planeamiento y Asuntos Corporativos, es la encargada de diseñar la estrategia de sostenibilidad y gestionar su implementación en el Grupo Backus, en coordinación con las demás áreas.

Nuestra estrategia responde a las principales necesidades globales y locales en temas sociales, económicos y ambientales; y está estructurada a través de las 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible. Para garantizar el cumplimiento de estas 10 prioridades, SABMiller plc ha desarrollado una matriz de indicadores de desempeño, SAM por sus siglas en inglés, que comparten sus setenta empresas alrededor del mundo, entre ellas el Grupo Backus, y que permite monitorear el nivel de cumplimiento en cada una de ellas.

Adicionalmente, estamos suscritos al Pacto Mundial y asumimos el compromiso de cumplir con sus diez principios e incorporarlos en nuestras operaciones y estrategias.

Estamos convencidos de que nuestra estrategia de desarrollo sostenible, reconocida por nuestros grupos de interés, asegura la generación del valor compartido y contribuye con la reputación del Grupo Backus y con la sostenibilidad del negocio como lo demuestran diversos estudios de reputación.

Estudios de reputación e imagen corporativa

La encuesta Radar 2011 es una herramienta de medición de la reputación utilizada por SABMiller plc a nivel mundial. La metodología utilizada por la encuesta evalúa el desempeño de la empresa por medio de entrevistas a sus diversos grupos de interés. Los resultados obtenidos se comparan con aquellos de empresas del sector y otras representativas de cada país, permitiendo medir a las subsidiarias a nivel mundial bajo los mismos parámetros. El estudio está basado en drivers de reputación, es decir, "conductores" o criterios de reputación, a los que se asocian una serie de atributos relacionados con un tema específico. En el Perú, se han realizado estudios en los años 2006, 2009 y 2011.

En el último estudio realizado en el 2011, se evaluaron los nueve *drivers* en dos grupos de interés, medios y gobierno:

- > Compañía confiable
- > Jugador líder en el mercado
- > Empleador admirado
- > Inversión social
- > Consumo responsable
- > Contribución económica
- > Productos de calidad
- > Manejo ambiental
- > Producto de precio justo

La encuesta mostró resultados positivos en la mayoría de los *drivers* de reputación en todos los públicos, lo cual se traduce en una sólida reputación empresarial. Además, el estudio mostró una significativa mejora en "productos de calidad", en comparación con los resultados obtenidos en el 2009, y mejoras sustanciales en "producto de precio justo" y "empleador admirado". Los resultados del Radar 2011 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.

Adicionalmente, de acuerdo con la Encuesta de Imagen Corporativa de Ipsos Apoyo aplicada en el año 2011 (dirigida a la opinión pública, líderes de opinión y sector empresarial), el Grupo Backus está considerado entre los cinco primeros grupos empresariales que más apoya a la comunidad y contribuye al desarrollo nacional.

Algunos de los principales resultados de este estudio son los siguientes:

Opinión Pública:

- > 2° en contribución al desarrollo nacional
- > 2° en apoyo a la comunidad

Líderes de opinión:

- > 4° en contribución al desarrollo nacional
- > 2° en apoyo a la comunidad

Sector empresarial:

- > 2° en contribución al desarrollo nacional
- > 3° en apoyo a la comunidad

Nuestros Grupos de Interés

En base a nuestras 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible, trabajamos con nuestros grupos de interés para escuchar sus expectativas, recibir su retroalimentación y alcanzar nuestros objetivos en temas de sostenibilidad.

Nuestros grupos de interés han sido identificados y seleccionados en función a la relación e impacto de nuestro Grupo sobre ellos, así como por los impactos y/o expectativas que estos generan sobre nosotros. La relación se canaliza a través de diversos mecanismos de comunicación que se detallan a continuación:

→ Comunidades

Las comunidades en las que operamos y la sociedad en general (consumidores y no consumidores).

Medios de comunicación

- Notas de prensa
- Reportajes a través de los medios
- Publicidad en medios
- Sitio en Internet (*website*)
- Reuniones de coordinación
- Visitas a planta

→ Colaboradores

Trabajadores de UCP Backus y Johnston S.A.A. y de Cervecería San Juan S.A.

Medios de comunicación

1. Canal Verbal

- Trabajo en Equipo: Reuniones de trabajo y discusión por áreas. Frecuencia semanal u ocasional
- *One on one* y Reuniones de Desarrollo: Reuniones periódicas que mantienen todos los colaboradores con su jefe inmediato

2. Canal Escrito

- Trabajando Juntos: Revista corporativa
- Plan de Negocio: Documento de despliegue de las metas y prioridades del negocio
- Boletín interno y vitrinas

3. Canal electrónico

- Web interna: Portal principal IDEAS, boletines electrónicos, correos masivos (*mailing*), publicidad interna de proyectos, correos por áreas

→ Accionistas

Los accionistas mayoritarios y minoritarios.

Medios de comunicación

- Junta General de Accionistas (JGA), la que constituye el máximo órgano de gobierno del Grupo
- El área de Valores del Grupo recibe consultas de accionistas e inversionistas
- Información a través de notas de prensa y reportajes a través de los medios, publicidad en medios y sitio en Internet

→ Consumidores

Público a nivel nacional, mayor de 18 años (consumidores de bebidas alcohólicas).

Medios de comunicación

- *Focus groups*
- Reuniones con grupos de interés
- Memoria Anual y Reporte de Desarrollo Sostenible
- Publicidad
- *Website, y mailing*
- Comunicados de prensa, entre otros

→ Proveedores

Cerca de 6,000 proveedores locales y extranjeros incluyendo distribuidores, empresas comisionistas mercantiles, empresas relacionadas al grupo SABMiller plc, mayoristas independientes y empresas vinculadas (Naviera Oriente S.A., Transporte 77 S.A.).

Medios de comunicación

- Encuestas de satisfacción
- Reuniones periódicas
- Cuestionario para medir el desempeño del área de Compras. Encuesta referida a temas éticos
- *Página web*
- Memoria Anual y Reporte de Desarrollo Sostenible
- Comunicándonos: Boletín periódico para proveedores

→ Clientes

Puntos de venta a nivel nacional (atención directa). Incluye puntos de venta de chapa abierta y chapa cerrada.

Medios de comunicación

- *Call center* de línea gratuita que atiende 7 tipos de inquietudes de nuestros clientes:
 - > Reclamos
 - > Sugerencias
 - > Consultas
 - > Solicitudes
 - > Servicio técnico de equipos de frío
 - > Consultas por promociones
 - > Publicidad
- Consultas en línea vía nuestro sitio en Internet.
- Encuesta general, mensual y a nivel nacional que incluye temas de satisfacción al cliente.
- Visitas periódicas de los agentes comerciales a los clientes.

→ Líderes de opinión y medios de comunicación

Líderes de opinión y medios de comunicación en general: TV, radio, *online* y prensa escrita (diarios y revistas).

Medios de comunicación

- Central de medios y de manejo de medios.
- La Gerencia Nacional de Asuntos Corporativos se encarga de estrechar relaciones con todos los medios de comunicación.
- *Página web*
- Comunicados de prensa, *mailing*, Memoria Anual y Reporte de Desarrollo Sostenible.

→ Gobierno

Autoridades del Gobierno central, Gobiernos regionales y locales.

Medios de comunicación

- Presentaciones a las autoridades de nuestros programas.
- Participación en campañas, alianzas público-privadas, reuniones y debates.
- Memoria Anual y Reporte de Desarrollo Sostenible.
- Página *web*.
- Boletines electrónicos informativos, entre otros.



→ Sociedad Civil

ONG relacionadas a temas de consumo de alcohol, medio ambiente, educación y salud; gremios empresariales; líderes de opinión, asociaciones civiles y universidades.

Medios de comunicación

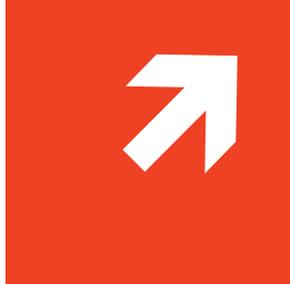
- Memoria Anual y Reporte de Desarrollo Sostenible
- Foros, ferias, alianzas
- Página *web*
- Boletines electrónicos informativos, reuniones uno a uno, entre otros.



Nuestras 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible



1. Desalentar el consumo irresponsable
2. Reducir el consumo de agua
3. Reducir nuestra huella de energía y carbono
4. Reducir, reusar 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 en nuestra área de influencia.
9. Continuar 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 reportar nuestro progreso en las prioridades de Desarrollo Sostenible.



Prioridad 1

Desalentar el consumo irresponsable

En el Grupo Backus trabajamos con especial énfasis en sensibilizar e informar a la población sobre el consumo responsable de bebidas alcohólicas, así como en sensibilizar a los encargados de los puntos de venta y al adulto consumidor sobre la importancia de evitar la comercialización y el consumo de bebidas alcohólicas por parte de menores de edad.

Nuestra estrategia de consumo responsable se basa en 6 principios que son compartidos por todas las empresas subsidiarias de SABMiller plc:

- > El consumo de alcohol es para adultos, y es un tema de juicio y responsabilidad individual.
- > Nos preocupamos por los efectos dañinos del consumo irresponsable de alcohol.
- > La información divulgada sobre el consumo de alcohol debe ser precisa y equilibrada.
- > Esperamos trabajadores con altos niveles de conducta en el consumo de alcohol.
- > Nuestras cervezas contribuyen al disfrute de la vida para la gran mayoría de nuestros consumidores.
- > Nos comprometemos y trabajamos en conjunto con nuestros grupos de interés.

Nuestras políticas de consumo responsable

Política de Alcohol para empleados

Esta política cubre el consumo de alcohol por empleados del Grupo, buscando asegurar la salud y seguridad de nuestros colaboradores, mantener altos niveles de comportamiento individual y establecer estándares uniformes de consumo responsable de alcohol por nuestros empleados en una variedad de situaciones.

Política de Comunicación Comercial

La Política de Comunicación Comercial ofrece a las empresas del Grupo SABMiller una serie de estándares mínimos coherentes para la colocación de la comunicación comercial. Los principios básicos contenidos en la política señalan que la Comunicación Comercial debe:

- > Ser legal, decente y veraz, de conformidad con los principios aceptados de competencia justa y las buenas prácticas de negocios.
- > Ser elaborada con un estricto sentido de responsabilidad social.
- > Cumplir con todos los requerimientos legales y regulatorios.
- > Ser ética y no atentar contra la integridad y dignidad humana.
- > Ser sensible en lo relativo a los valores culturales locales, de género, raza, orientación sexual, religión, entre otros.
- > Evitar emplear temas, imágenes, símbolos y figuras que puedan ser consideradas ilegales, ofensivas, despectivas, peyorativas o degradantes.

El Comité de Cumplimiento de Ventas y Mercadeo (CCVM), presidido por un miembro independiente del Directorio y conformado por representantes de las áreas de Ventas, Marketing, Asuntos Corporativos, Desarrollo Sostenible y Legal, es responsable, desde octubre de 2006, del despliegue de nuestro Código de Comunicación Comercial en nuestra Organización, así como de asegurar el cumplimiento del mismo en todas las comunicaciones comerciales de nuestro portafolio de marcas, antes de ser difundidas.

Código de Comunicación Comercial:
www.backus.com.pe/WB.WebSite/politicas.html

Política de Portafolio de Productos

Esta política presenta nuestros requerimientos a nivel de Grupo para la producción o adquisición de nuevas marcas, al igual que los principios para la evaluación de la idoneidad de los productos dentro del portafolio actual. Asimismo, la política soporta nuestros seis Principios de Alcohol Esenciales, nuestra Política sobre Comunicación Comercial y nuestra Política de Investigación del Mercado. Todas las disposiciones de la Política se encuentran sujetas a leyes y reglamentos locales.

Política de Investigación de Mercados

La Política de Investigaciones de Mercado fue aprobada en el 2006 y modificada en el 2010. SABMiller busca que sus bebidas alcohólicas solo sean consumidas por mayores de edad. Para evitar cualquier interpretación errónea de esas intenciones, la Política de Investigaciones de Mercado prohíbe la investigación de mercado por o para las compañías del grupo hecha con menores de edad y con personas que no sean por lo menos consumidores ocasionales de bebidas alcohólicas, cuando dichas investigaciones sean efectuadas para apoyar el negocio de las bebidas alcohólicas.

Programas implementados en el periodo de reporte

Campaña “Súmate, Sólo + 18: Promoviendo la Venta Responsable”

Ante la problemática del consumo de alcohol por parte de menores de edad, y en el marco de nuestra prioridad de Desarrollo Sostenible orientada a promover el consumo y venta responsable de bebidas alcohólicas, en diciembre de 2011 lanzamos la campaña “Súmate, Solo +18: Promoviendo la Venta Responsable”.

El objetivo de la campaña es sensibilizar a la población sobre la importancia de evitar el consumo y la comercialización de bebidas alcohólicas a menores de edad y promover que todos los actores sociales asuman un rol activo respecto a este tema.

Para lograr el objetivo se contempla una campaña de 360°: Televisión, radio, prensa escrita, paneles en lugares estratégicos, comunicación interna, activaciones BTL, trabajo con puntos de venta y trabajo con comunidades educativas. Todas estas



plataformas invitan a la población a sumarse a esta iniciativa a través de las redes sociales con los *call to action* "Súmate" y "solo+18".

Un componente esencial de la primera fase de la campaña fueron sus cinco embajadores: Teófilo Cubillas, Jaime Yzaga, Ramón Ferreyros, Fresialinda y Rosita Espinar. Estos importantes líderes de opinión están plenamente comprometidos con los objetivos de la campaña y llevan el mensaje a las principales ciudades del país.

Los principales resultados obtenidos por la campaña en el periodo cubierto por este reporte son los siguientes:

- > Se ha logrado colocar el problema del consumo de bebidas alcohólicas a menores de edad en la agenda pública de autoridades, líderes de opinión y medios de comunicación. Esto se refleja en su interés por ser parte de la misma y formar alianzas con Backus para implementar acciones concretas respecto de este tema.
- > El objetivo de la campaña en Facebook fue lograr 35,000 fans a los tres meses del lanzamiento; la meta se superó ampliamente pues en dicho periodo se obtuvieron más de 45,000 fans y actualmente se cuenta con más de 51,000 seguidores. En Twitter la meta fue conseguir 300 seguidores y se logró un total de 380.
- > En términos de recordación de la campaña, un estudio encargado a Ipsos Apoyo mostró que el 69% de la población a nivel nacional la recordaba.

- > Entre quienes recordaron la campaña, el 70% consideró que ésta "les dice algo importante" y 59% que "el mensaje es creíble". Este indicador es importante considerando que la propuesta parte de Backus, el mayor fabricante de bebidas alcohólicas del país. Asimismo, la campaña genera empatía; destacando el atributo "es para gente como yo" (52%).
- > La campaña ha logrado más de 255 impactos a nivel nacional *free press* (publicaciones generadas en medios) valorizados en más de US\$169,059, de los cuales 108 han salido en los medios más relevantes a nivel nacional.
- > Más de 560 puntos de venta a nivel nacional se han sumado a la campaña a través de la firma de un compromiso de venta responsable de bebidas alcohólicas, el cual hace especial énfasis en la importancia de no vender estos productos a menores de edad.
- > Importantes autoridades y líderes de opinión como la Primera Dama, la Alcaldesa de Lima y 13 alcaldes regionales y locales se han sumado a la campaña. Gracias al compromiso de estos últimos se hacen operativos en los puntos de venta para fiscalizar que no se venda alcohol a menores de edad.
- > 140,000 puntos de venta a nivel nacional han recibido material informativo sobre la venta responsable de bebidas alcohólicas.

Programa “Convivencia Ciudadana”

Durante el año 2011 lanzamos el programa “Convivencia Ciudadana”, el cual articula nuestras acciones de sensibilización y promoción de patrones de consumo responsable, desincentivando el consumo excesivo, la venta y consumo de bebidas alcohólicas a menores de edad, y el beber y conducir.

Este programa propone el consumo responsable de bebidas alcohólicas como parte de la solución a los temas de convivencia ciudadana, al mismo tiempo que promueve una coexistencia pacífica y responsable, en la que se respeten las libertades individuales y empresariales de los diferentes actores sociales y se encuentren soluciones concertadas a los principales problemas de la comunidad. La estrategia de implementación contempla un trabajo conjunto entre gobierno central, gobiernos regionales y locales, policía nacional, sociedad civil y empresa privada.

En el marco de Convivencia Ciudadana durante el periodo cubierto por este reporte realizamos las siguientes acciones:

1. Iniciamos un importante trabajo de capacitación a personas encargadas de puntos de venta a través de charlas sobre comercialización responsable de bebidas alcohólicas y la difusión de material informativo. Asimismo, a la fecha de cierre de este reporte hemos logrado suscribir un compromiso de ventas responsable con más de 560 puntos de venta a nivel nacional. Este trabajo continuará realizándose durante el año 2012.
2. Lanzamos un coleccionable sobre temas de gestión empresarial y mejora del negocio que fue distribuido gratuitamente a 10,000 puntos de venta y que contenía mensajes claves relacionados al consumo y venta responsable de bebidas alcohólicas.
3. Continuando con el trabajo educativo hacia la comunidad, desarrollamos talleres de prevención para alumnos de secundaria, padres de familia y docentes en 23 escuelas de Lima,

Arequipa y Cusco, en alianza con la ONG Acepta. El proyecto benefició a un total de 10,497 alumnos, 2,941 padres de familia y 1,379 maestros.

4. A través de la plataforma Escuela Virtual Backus y de la mano con la ONG Acepta, ejecutamos también el programa de enseñanza virtual para docentes Maestros Promotores de Estilos de Vida Saludable, gracias al cual se capacitó a 390 maestros en la estructuración de programas para promover habilidades sociales y estilos de vida saludable.
5. Continuamos con la cuarta edición de la campaña No le Des a los Menores Problemas Mayores en alianza con Radio Capital. La campaña, dirigida a padres de familia, autoridades y puntos de venta, tuvo como objetivo sensibilizarlos sobre la importancia de prevenir el consumo de bebidas alcohólicas por parte de menores de edad. A través de microprogramas radiales y entrevistas a psicólogos, educadores, médicos y especialistas se abordaron los siguientes temas: (i) Infórmate, (ii) conversa con tus hijos, (iii) conoce a los amigos de tus hijos y, (iv) ayúdalos a desarrollar sus habilidades sociales.
6. Trabajamos en alianza con la compañía de seguros Rímac en la activación de estaciones de seguridad vial en dos grifos de la carretera Panamericana Sur en las que se ofreció a los conductores la posibilidad de hacer pasar sus vehículos por una revisión técnica básica y se les entregó material informativo con consejos de seguridad vial como: respetar los límites de velocidad, no beber y conducir, utilizar cinturón de seguridad, etc.
7. Como parte de nuestras actividades dirigidas al fortalecimiento de las instituciones encargadas de velar por el cumplimiento de la ley y fiscalizar el adecuado uso y la correcta comercialización de bebidas alcohólicas, donamos 65 alcoholímetros y 251 computadoras a dependencias policiales y municipalidades a nivel nacional.



Prioridad 2

Reducir el consumo de agua

Buscamos promover el manejo adecuado del agua, tanto dentro como fuera de nuestras plantas. La disponibilidad de agua en cantidades y calidades adecuadas es vital para nuestras operaciones, lo que nos ha llevado a asumir un compromiso para la mejora continua de nuestros procesos, optimizándolos y promoviendo un uso responsable del recurso con acciones internas y externas.

Consumo de Agua

Para el desarrollo de nuestras operaciones nos abastecemos principalmente de agua subterránea (94% del consumo total de agua) a través de pozos ubicados dentro de nuestras instalaciones, con excepción de la planta de Cusco que se abastece de la red pública (6% del consumo de agua total).

Internamente trabajamos hacia la mejora continua, identificando oportunidades para la reducción de nuestro consumo de agua. En la Tabla N° 1 se presenta el consumo de agua para los últimos tres años. A través de los planes de optimización se logró reducir en el 2011 el 7% y 9% del consumo de agua para la producción de cerveza y gaseosa, respectivamente. Parte de esta reducción se debe a la reutilización del agua tratada de nuestras plantas de tratamiento de efluentes industriales en procesos secundarios como lavado de camiones, pisos y riego de jardines.

TABLA N°1 REGISTRO HISTÓRICO DE CONSUMO DE AGUA EN PROCESO PRODUCTIVO

(litro de agua por litro de producto producido)

	2009	2010	2011	% de variación 2010-2011
Cerveza	4.39	3.93	3.66	-7%
Gaseosa	2.04	1.74	1.58	-9%

Es importante destacar que todas nuestras plantas cerveceras cuentan con Programas de Adecuación y Manejo Ambiental (PAMA), aprobados por el Ministerio de la Producción, en los cuales se establece que deben realizarse dos monitoreos ambientales anuales. Para la elaboración de los monitoreos en mención, contratamos a empresas ambientales registradas en el Ministerio de la Producción y acreditadas ante Instituto de Defensa del Consumidor (INDECOPI).

Descarga de Efluentes

Las plantas de Ate, Cusco y Arequipa disponen sus efluentes directamente en la red de alcantarillado, mientras que los efluentes de las plantas de Maltería Lima, Huarochirí, San Juan y Motupe son descargados a un cuerpo receptor (ríos/lagos).

En el periodo cubierto por este reporte, 26'250,638hl de efluentes fueron tratados por las plantas de tratamiento de aguas residuales (plantas de Ate, Motupe, San Juan y Maltería) y utilizados internamente para riego de jardines y procesos secundarios como el lavado de pisos y camiones.

Por otro lado, las plantas Arequipa y Cusco tienen programada la construcción de sus plantas de tratamiento de aguas residuales para los años 2012 y 2013, respectivamente.

Acciones Internas

Arequipa

1. Reutilización de agua en los sistemas de refrigeración de compresores y de lavado de dióxido de carbono (CO₂).
2. Recuperación de agua caliente en el proceso de elaboración.
3. Reducción del consumo de agua en el sistema de limpieza.
4. Cambio de métodos de limpieza de pisos en el área de Envasado.

Motupe

1. Reducción del nivel de llenado de las pozas de las torres de enfriamiento.

Cusco

1. Reuso y disminución del uso de agua en el proceso de limpieza de líneas, tanques y equipos (CIP – *clean in place*).
2. Implementación del sistema de recuperación de agua de los CIP (*clean in place*) de las llenadoras. El agua recuperada, previamente enfriada, se utiliza en las bombas de vacío de las llenadoras.

Maltería

1. Optimización del uso de agua en el proceso de bombeo de la malta desde el área de remojo hasta las cajas de germinación.

San Mateo

1. Recuperación del agua del *rinser* de la planta.

San Juan

1. Mejoras en el sistema de control y consumo de agua en el área de Envasado y Elaboración.
2. Mejoras en el sistema de recuperación de agua en el área de Elaboración (CIP de filtración, CIP de bodegas y fermentaciones, CIP de Cocimiento).
3. Mejoras en los sistemas de recuperación de condensado (tanques de petróleo, envasado y elaboración).

Acciones Externas

Estamos comprometidos con promover una gestión adecuada de las fuentes de agua, entendiendo la situación de las mismas y desarrollando proyectos tanto a lo largo de nuestro proceso productivo como en las cuencas donde operamos, siempre de la mano de importantes aliados estratégicos.

En el 2009, la Agencia de Cooperación Alemana para el Desarrollo (GIZ), el World Wildlife Fund (WWF) y SABMiller, crearon la Alianza Water Futures con los objetivos de mitigar los riesgos que enfrentaban las fuentes de agua, frente a la creciente demanda de este recurso, y de promover su adecuada gestión. Backus, como subsidiaria de SABMiller en el Perú, participa de esta alianza que representa una excelente oportunidad para nuestro país.

Water Futures Perú eligió empezar su trabajo en la cuenca del río Rímac pues ésta, junto con el río Chillón, son las principales fuentes de abastecimiento de agua de Lima Metropolitana. El primer paso de Water Futures consistió en estudiar la situación del agua en la zona donde se quería trabajar, para así detectar oportunidades de mejora (tanto de cantidad de agua disponible como de su calidad) e identificar a las principales empresas e instituciones del área. Gracias a este primer paso, hemos identificado una serie de proyectos que pueden ejecutarse para cumplir los objetivos deseados.

Uno de estos proyectos, por ejemplo, es la preservación de canales de riego y áreas agrícolas cercanas al río. Estos canales y áreas permiten que el agua se filtre en la tierra y se acumule en pozos subterráneos que luego abastecen a la población de Lima. Proyectos de este tipo deben involucrar a la población y autoridades locales para garantizar su éxito y sostenibilidad en el tiempo.

A pesar que en estos casi tres años de la alianza se han realizado importantes avances, queda aún un largo camino que recorrer. Para ello, es indispensable comprometer a grupos de interés claves y lograr que se sumen a la Alianza Water Futures - Perú. La única manera de asegurar la preservación de las fuentes de agua es trabajando conjunta y coordinadamente con todos los actores relacionados con la gestión del agua, tanto autoridades como usuarios e investigadores.

Adicionalmente, participamos de manera activa en el Comité Directivo del Fondo de Agua para las Cuenas de Lima y Callao, denominado Aquafondo y constituido en noviembre de 2010 por la Sociedad Peruana de Derecho Ambiental, la Pontificia Universidad Católica del Perú, el Grupo Gea, el Fondo de Las Américas, The Nature Conservancy y nuestro Grupo. Durante el período de reporte, Aquafondo desarrolló talleres participativos con la finalidad de identificar objetos de conservación e inició el proyecto de constitución de los consejos para las cuencas de los ríos Chillón, Rímac y Lurín.



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 las emisiones de carbono.

Nuestras plantas se abastecen de energía proveniente del sistema interconectado nacional. El porcentaje de energía utilizada proveniente de fuentes renovables, tanto en relación al consumo de electricidad como de combustibles, fue de 10.5% en el periodo que concierne al presente reporte.

Consumo de Energía y emisiones de CO₂

En el periodo cubierto por este reporte, el consumo directo de energía primaria fue de 2,086'583,256.5mj y el consumo de energía eléctrica generada *on-site* fue de 2'679,631.20mj. El detalle de la energía primaria consumida se presenta en la siguiente tabla:

TABLA N° 2 CONSUMO DIRECTO DE ENERGÍA PRIMARIA

Tipo de Energía Primaria Consumida Directamente		Consumo abril 2011 - marzo 2012 (En Megajulios)
Fuentes No Renovables	Consumo de gasolina	27'345,739
	Consumo de gas/ petróleo Diesel	804'994,609.50
	Consumo de combustible de petróleo residual	293'939,956
	Consumo de gas licuado de petróleo	79'219,885
	Consumo de gas natural	881'083,067
	Electricidad generada on site (por ejemplo generadores)	2'679,631.20
Total		2,089'262,887.70

El consumo de energía indirecta en nuestras plantas fue de 1,652'634,709.20mj y esta fue generada por fuentes renovables y no renovables:

TABLA N° 3 CONSUMO INDIRECTO DE ENERGÍA PRIMARIA

Tipo de Energía Primaria Consumida Indirectamente		Consumo abril 2011 - marzo 2012 (En Megajulios)
Fuentes No Renovables	Energía eléctrica consumida de fuentes externas	452'065,597.20
Fuentes Renovables	Energía térmica consumida	1,200'569,112
Total		1,652'634,709.20

En la siguiente tabla se aprecia la emisión de CO₂ ocasionada por la generación de electricidad en el proceso productivo. Esta tabla refleja una disminución en la emisión de CO₂ por hectolitro producido.

TABLA N°4 GENERACIÓN DE CO₂ POR HECTOLITRO PRODUCIDO (kilogramo por hectolitro)

	2009	2010	2011	Porcentaje
CO ₂ por hectolitro de cerveza	8.38kg	7.21kg	6.71kg	-6.94%
CO ₂ por hectolitro de gaseosa	1.03kg	0.60kg	0.59kg	-1.67%

Acciones Realizadas

1. Reemplazamos los *banners* tradicionales de PVC por los de polietileno que son más amigables con el medio ambiente. Estos nuevos *banners* son fabricados con gas natural, a diferencia de los primeros, que utilizan petróleo. Cabe señalar que, el gas natural es

un combustible más limpio y tiene un menor impacto en el medio ambiente debido a que utiliza menos procesos de transformación. Asimismo, este tipo de *banner* es reciclable, no contiene cloro y permite una mejor adherencia de las tintas en relación al de PVC, pesa 75% menos y su huella de carbono es 60% menor, contribuyendo con ello a cuidar el medio ambiente. Adicionalmente, este *banner* se imprime con tinta reactiva a la luz ultravioleta, la cual está compuesta por foto iniciadores, monómeros y oligómeros que al ser expuestos a la luz ultravioleta por una impresora especial, reaccionan transformándose de líquido a sólido, evitando el uso de solventes para su secado; por ende, la capa de ozono no se contamina en ningún momento del proceso.

2. Se efectuaron mejoras en el consumo de energía eléctrica, por ejemplo, a través del reemplazo de motores convencionales por motores de alta eficiencia, generando un ahorro del 5%; el uso de variadores de frecuencia en compresores de aire con carga variable, generando un ahorro del 6%; la optimización en el uso de energía térmica o combustible a través de la instalación de la nueva línea de envasado N° 3 en reemplazo de la Línea N° 2 en planta Motupe, consumiendo 40% menos vapor.
3. Promovemos la recuperación del bosque amazónico a través de nuestro Ecoparque Vive Responsable. El Ecoparque es un circuito ecológico implementado en la ciudad de Pucallpa con la finalidad de crear un modelo integral de gestión ambiental y demostrar que las empresas pueden manejar sus impactos ambientales de una manera positiva, integral y sostenida; generando desarrollo local. El proyecto cuenta con los siguientes componentes:

Actividades de Reforestación

En el año 2009, nuestra Empresa inició los estudios para el aprovechamiento de sus predios cerveceros. Como resultado de los estudios de suelos y de mercado realizados, se diseñó un programa de reforestación a cinco años considerando las siguientes especies de alto valor forestal y alta captura de carbono: (i) Caoba (*Swietenia macropylla*); (ii) Cedro (*Cederla odorata*); (iii) Capirona (*Callycophyllum spruceanum*); (iv) Bolaina (*Guazuma crinita*); (v) Teca (*Teutona grandis*); y (vi) Eucalipto (*Eucalyptus urograndis*).



De estas especies, la caoba y el cedro se encuentran en situación de amenaza de extinción y por lo tanto están siendo protegidas en más de un país de América. Cabe señalar que el eucalipto utilizado (*Eucalyptus urograndis*) corresponde a un híbrido creado por el Instituto Nacional de Pesquisas Amazónicas de Brasil y es una especie que no consume mucha agua, no compite con otras especies vegetales, no impacta el suelo y presenta una tasa de crecimiento mayor como el eucalipto común.

Dado que el proyecto de reforestación contempla la siembra de 275,528 árboles en 248 ha de propiedad de la cervecera en cinco años, se consideró la construcción y operación de un vivero forestal, el cual tiene una capacidad de producción de 2,000 plantones diarios.

Las actividades de reforestación se realizan de manera modular y esperamos culminarlas en el año 2015.

Planta de Compostaje

Del mismo modo, el proyecto de reforestación considera la producción de abono orgánico a partir de los sub-productos cerveceros de la Planta San Juan tales como lodos de filtración, pulpa de etiqueta y levadura. Para ello, se implementó una planta artesanal de abonos orgánicos que actualmente procesa el 100% de los sub-productos generados por San Juan, el cual en promedio equivale a 10 t por día. El abono orgánico producido es utilizado para

la habilitación de los predios a reforestar y para la fertilización de los plantones.

Conservación de especies de Flora y Fauna

Contamos con un zoológico en el cual se protege al jaguar (*Panthera onca*) y a especies de su cadena alimenticia como el sajino (*Tayassu tajacu*), huangana (*Tayassu pecari*) y tapir (*Tapirus terrestris*). Este zoológico se ha utilizado desde su construcción en el año 2006, para el desarrollo de visitas guiadas de colegios, universidades y público en general con la finalidad de sensibilizar a los visitantes acerca de la importancia de la fauna silvestre amazónica.

Un elemento clave para el éxito del Proyecto Ecoparque Vive Responsable son nuestros aliados. Una de las principales alianzas generadas para el proyecto es con Reforesta Perú, empresa especialista en brindar servicios de reforestación con responsabilidad social y ambiental. Reforesta trabaja como asesor principal y ejecutor del proyecto, pero ha invertido asimismo un importante número de recursos en la difusión del mismo, a través de participación en ferias medio ambientales, eventos y publicaciones relacionadas.

A través de la alianza estratégica con Reforesta Perú se identificó la oportunidad de desarrollar un proyecto de innovación tecnológica complementario al Ecoparque Vive Responsable. Es así que, en el mes de octubre de 2011 que se presentó el Proyecto de

“Innovación Tecnológica, Servicios Ambientales y Capacitación en Plantaciones Forestales en Tierras Degradadas en la Amazonía Peruana” al Fondo Concursable del Programa de Manejo de Bosques establecido entre la Cooperación de Finlandia y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Este proyecto tiene como objetivo validar un paquete tecnológico para el desarrollo de prácticas forestales, desarrollar un mecanismo de pago por servicios ambientales y capacitar a 500 personas de la zona. En marzo de 2012 este proyecto resultó ganador y las actividades se iniciaron en agosto de ese año.

Backus ha desarrollado también una alianza estratégica con la Policía Forestal y con los Bomberos Voluntarios de la ciudad de Pucallpa con la finalidad de reducir el riesgo relacionado con los incendios originados por las malas prácticas ambientales desarrolladas por los pobladores para la limpieza de sus predios

(quema) en las inmediaciones al proyecto.

Asimismo, en línea con nuestro objetivo de crear conciencia ambiental en la población, nos encontramos coordinando con el Gobierno Regional de Ucayali para que la autoridad integre el Ecoparque dentro del circuito turístico de la región. Del mismo modo, estamos gestionando la firma de un convenio con la Universidad Nacional de Ucayali para que tanto los alumnos como profesores de la casa de estudios aprovechen el Ecoparque para el desarrollo de proyectos de investigación vinculados con la conservación de la selva amazónica y manejo de plantaciones forestales.

A la fecha de cierre de este reporte, se produjeron 79,992 plantones en el vivero forestal, se sembraron 66,660 árboles en 60 ha y se procesaron 1,848 toneladas de subproductos cerveceros para la producción de abono orgánico.



Prioridad 4

Reducir, reusar y reciclar empaques

El reciclaje y la reutilización de empaques forman parte de nuestras prioridades de desarrollo sostenible; es por ello que promovemos el uso de envases retornables de vidrio, la reducción de la cantidad de materias primas utilizadas en la producción de nuevos envases, y el uso progresivo de materiales reciclables en nuestros empaques. Consideramos que estas prácticas contribuyen decididamente con la creación de un entorno amigable con el medio ambiente y son una conducta socialmente responsable.

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

TABLA N°5 USO DE EMPAQUES POR TIPO Y VOLUMEN

(En hectolitros)

	2009	2010	2011	Variación Porcentual 2010-2011
Botellas no retornables	170,119	186,385	237,002	+27.2%
Botellas de vidrio retornables	10'045,206	11'307,201	11'985,237	+6%
Cajas plásticas – PET	657,949	1'259,729	1'663,524	+32.1%
Barriles	93,844	84,846	85,867	+1.2%
Latas de aluminio	104,216	129,287	146,064	+13%

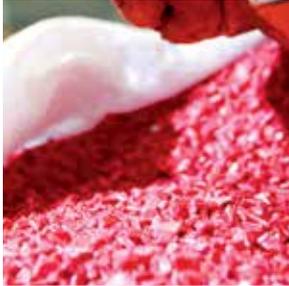


Las botellas de vidrio contienen un 15% de material reciclado, mientras que las latas contienen un 30% de aluminio reciclado. El cambio en el porcentaje de material reciclado en las botellas de vidrio respecto del año pasado se debe a la menor disponibilidad de este insumo en el mercado. El porcentaje de desechos de envasado que son reciclados o reutilizados es de 90.68% en comparación con un 85% del periodo anterior (esto no incluye las botellas retornables, ya que no están consideradas en los desechos).

Acciones Realizadas

1. Uso de Tecnología que posibilita la reducción en el uso de materias primas:
 - > Nueva tecnología *Blow in Blow* que reduce el peso de las botellas hasta en 7%.
 - > Planta de inyección de cajas plásticas *in house* en las plantas Ate, Arequipa y Motupe. El 30% de la materia prima proviene del reciclaje de cajas antiguas.
2. Reciclaje y reducción de impactos ambientales post consumo:
 - > **Reciclaje de envases PET:** Somos parte del Programa "Reciclar para Ayudar" con la Asociación de la Industria de Bebidas Gaseosas del Perú (Asbega), a beneficio de la ONG Asociación de Ayuda al Niño Quemado (Aniquem).

- > **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.
- > **Aditivo oxodegradable:** Inclusión del aditivo oxodegradable en los empaques plásticos de nuestros productos no retornables de lata y vidrio. Este permite la degradación del plástico en un periodo de dos a cinco años bajo condiciones ambientales regulares de luz, calor y oxígeno, en lugar de los 400 años que toma normalmente. La tecnología oxodegradable consiste en incluir un aditivo durante el proceso de producción del plástico, permitiendo que este comience a degradarse al final de su vida útil predeterminada y, hasta que ello ocurra, será tan fuerte y útil como el plástico convencional.



Prioridad 5

Trabajar hacia el "0" desperdicio en nuestras operaciones

Hacemos uso racional de los recursos y materias primas con las 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 la comunidad.

Acciones Realizadas

1. El afrecho y la levadura son subproductos del proceso de cocimiento que se venden para ser utilizados como insumo para alimento balanceado para animales.
2. La pulpa de etiquetas de la Planta Ate se vende para ser utilizada en la fabricación de carpetas de cartón, porta-huevos, entre otros.
3. En la ciudad de Pucallpa, se utilizan los lodos de filtración, levadura y pulpa de etiqueta generada por planta San Juan para la producción de abonos orgánicos como parte del Ecoparque Vive Responsable.

4. Entre los principales residuos peligrosos que manejamos en el Grupo Backus, tenemos baterías, pilas, aceites, solventes y derivados de hidrocarburos, trapo industrial impregnado con restos de productos derivados de hidrocarburos; así como envases de plaguicidas, cartuchos de tinta de impresoras y tóner de fotocopiadoras. En el caso de residuos peligrosos como baterías, cartuchos y tóner, éstos son devueltos a las compañías proveedoras para su reciclaje. Asimismo, el aceite utilizado en diferentes procesos es negociado a través de recicladores autorizados. El resto de residuos peligrosos son enviados hacia el relleno de seguridad autorizado.

Las acciones de reciclaje y reutilización de empaques y residuos nos han permitido alcanzar las siguientes cifras:



TABLA N°6 GENERACIÓN DE RESIDUOS Y SU RECICLAJE

	2009	2010	2011	Variación Porcentual (2010 - 2011)
Total residuos generados peligrosos y no peligrosos (a)	237,079.15 Ton	272,562.41 Ton	285,763.25 Ton	+4.80%
Total residuos peligrosos y no peligrosos reciclados o vendidos (b)	223,342 Ton	250,762.71 Ton	258,698 Ton	+3.16%
Porcentaje residuos reciclados (b) / (a)	94.23%	92.02%	90.55%	
Total residuos peligrosos y no peligrosos enviados a botaderos (a) - (b)	13,737.15 Ton	21,799.7 Ton	27,065.25 Ton	+24.15%
Porcentaje de residuos peligrosos y no peligrosos enviados a botaderos	5.8%	8.00%	9.47%	



Prioridad 6

Apoyar el desarrollo empresarial y gestionar nuestra cadena de valor

Proveedores

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

Difundimos con nuestros proveedores nuestro modelo de gestión, buenas prácticas, desarrollo sostenible y Principios de Abastecimiento Responsable (PAR), para asegurar que los derechos humanos sean reconocidos y respetados en sus actividades, y para que vigilen también que sean respetados por sus propios proveedores. Estos principios son difundidos constantemente en el boletín interno que se elabora exclusivamente para los proveedores, y están incorporados como una nota en cada pedido de compra, los mismos que tienen carácter contractual.

Principios de Abastecimiento Responsable (PAR)

- > **Conducta Empresarial Ética:** Deben negociar en forma abierta y justa con sus proveedores.
- > **Condiciones Laborales Seguras:** Como mínimo, deben cumplir con los requisitos legales en materia de salud y seguridad ocupacional, debiendo contar con políticas y procedimientos suficientes en caso de que no existan normas

legales al respecto, a fin de cautelar el bienestar de sus trabajadores.

- > **Empleo:** El trabajo forzado u obligado está prohibido.
- > **Trabajo Infantil:** Deben respetar estrictamente la legislación relevante.
- > **Remuneración Justa de Acuerdo a Ley:** Los pagos y beneficios no serán menores a los señalados por la legislación local.
- > **Respeto a la 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 las leyes locales.
- > **Respeto al Medio Ambiente:** Se conoce y da cumplimiento a las leyes ambientales locales y se muestra sensibilidad a otros aspectos medioambientales.

Adicionalmente, contamos con la Política Ética, Política Anti-Soborno y Línea Ética dedicada a la atención a consultas y/o denuncias éticas. Las personas que se consideren afectadas por alguna conducta antiética en la que incurran los colaboradores de nuestro Grupo podrán formular sus denuncias al Comité de Ética, las cuales serán gestionadas en forma reservada, para investigar y realizar las acciones correspondientes de acuerdo a las pautas de la Política de Ética.

Acciones Realizadas

1. Continuamos capacitando a proveedores generándoles oportunidades de mejora, de certificación, de evaluación del desempeño y de homologación.
2. Contamos con 838 proveedores de bienes (nacionales y extranjeros) administrados por el sistema de cadena de suministro (*supplychain*), de los cuales 36 (4.3%) representan el 80% del monto de compras del Grupo.
3. Son aproximadamente 3,900 proveedores de servicios administrados por las áreas usuarias, de los cuales 188 (4.8%) representan el 80% del monto de compras del Grupo.
4. El total de pagos a proveedores por compras realizadas dentro del país asciende



a US\$385'005,096.43 lo que corresponde al 69.1% del total de compras realizadas en el periodo evaluado, contribuyendo así al desarrollo de la industria y comercio nacional. De dicho monto, US\$98'893,683.65 (28.66%) se ha destinado al apoyo a entidades priorizadas por una política específica, como es el caso de los proveedores en provincias.

5. Continuamos la implementación del programa Progresando Juntos con Proveedores de Maíz Amarillo Duro, que se detalla a continuación.

Programa Progresando Juntos

Tomando en cuenta nuestro enfoque de inversión social corporativa y como consecuencia de una evaluación diagnóstica de la situación de la micro y pequeña empresa en el Perú, surge Progresando Juntos, un programa que busca promover la mejora económica y el desarrollo de los micro y pequeños empresarios que forman parte de nuestra cadena de valor, con el objetivo de contribuir a la mejora de su calidad de vida.

A través del programa buscamos mejorar las condiciones de eficiencia y productividad ambiental y social en las que estos empresarios desarrollan sus actividades. Progresando Juntos se enmarca dentro de la línea de promoción de negocios inclusivos, ya que buscamos desarrollar a empresarios en la base de la pirámide, ya sean proveedores, distribuidores, clientes o consumidores de nuestro grupo.

Los objetivos del programa son:

- > Mejorar las condiciones de eficiencia y productividad ambiental y social, en las cuales estos empresarios desarrollan sus actividades.
- > Contribuir con la creación de oportunidades para su desarrollo sostenible en términos de promoción de la formalidad, desarrollo de mercados, empleo y generación de riqueza.

Progresando Juntos con Proveedores de Maíz Amarillo Duro

Desde el año 2008, hemos desarrollado una cadena productiva con pequeños agricultores de maíz amarillo duro del valle de Jequetepeque (La Libertad). El programa busca desarrollar las capacidades de estos pequeños productores en tecnologías productivas, así como el fortalecimiento de la asociatividad y la gestión empresarial. El componente de asistencia técnica les ha permitido lograr un incremento del rendimiento de sus cultivos de un promedio de 7.5 a 10TM por hectárea. Además, se ha logrado generar ahorros en los costos de producción, como consecuencia de la asociatividad y la gestión de compras conjuntas, así como la reducción de las tasas de interés en los créditos agrarios.

Durante el período de reporte iniciamos el trabajo en alianza con CEDEPAS Norte, con un segundo grupo de pequeños productores de los valles de Barranca, Supe, Pativilca y Huaura, en el Departamento de Lima. En la campaña 2011 se ha logrado que 98 productores participantes incrementen sus ingresos en un 10%, debido a la asesoría técnica que ha permitido pasar de 8TM a 9TM por hectárea en promedio.

En tres años, hemos pasado de comprar 1,500TM a alrededor de 12,000TM. Asimismo, nos hemos acercado a los pequeños productores para conocer sus necesidades y así poder vincularlos con proveedores que les venda al por mayor, así como con entidades microfinancieras que les ofrezca mejores tasas de interés, de 4.5% a 1.8% anual.

Algunos Resultados:

- > 100% de los productores venden su producción de manera organizada, y con un contrato.
- > Los productores incrementaron su utilidad pasando de S/.1,900 a S/.2,144 por hectárea.
- > 80% de los productores realizan compras conjuntas de semillas, logrando un ahorro del 10% de los costos de producción.
- > 30% de la siembra y cosecha ahora es mecanizada, lo cual supone un ahorro del 30% de los costos de producción.
- > 70% de los productores registran sus costos de producción.
- > 15% de los productores de esta cadena utilizan abonos orgánicos.

- > Los productores de Jequetepeque han creado la Central de Productores del Valle de Jequetepeque (CEPROVAJE); una asociación debidamente registrada y formalizada ante la SUNAT.
- > 80% de los productores organizados a través de CEPROVAJE se encuentran articulados a empresas proveedoras de semillas y a entidades financieras (Caja Nuestra Gente, Agrobanco y Caja Trujillo).
- > 95 productores se han beneficiado con créditos de la Caja Nuestra Gente con un interés de 1.7% en la campaña 2011.

Progresando Juntos con Clientes

Progresando Juntos Clientes es un programa especialmente diseñado y adaptado a las características y necesidades de los pequeño y micro empresarios dueños de bodegas, restaurantes y recreos, que comercializan nuestros productos. En Backus consideramos a estos empresarios como nuestros aliados estratégicos, y somos conscientes de que su progreso es nuestro propio progreso.

Los participantes reciben capacitación en temas de Formalización de la Empresa, Mercadeo, Costos, Finanzas y Tributación a través de las consultoras Asesora-T y Strategia Consultores. Asimismo contamos con módulos de Bancarización y Venta Responsable de Bebidas Alcohólicas que son dictados por representantes de Backus. El objetivo final es mejorar la gestión del negocio, la calidad del servicio, promover la formalización y la venta responsable.

El programa de capacitación ha sido dividido en dos módulos: básico y avanzado, de ocho horas cada uno. En el primero se busca que los empresarios desarrollen capacidades para el buen manejo de sus negocios, y en el segundo desarrollar habilidades que les permitan hacer crecer sus empresas. Asimismo, culminado el módulo avanzado se ofrece un acompañamiento a los 5 empresarios con el mejor desempeño en la capacitación. Para la selección y convocatoria de los clientes beneficiarios del programa, contamos con el apoyo de las áreas de Ventas y Distribución.

Durante el periodo de reporte hemos capacitado a 686 clientes microempresarios en: Arequipa, Lima Este, Lima Sur, Lima Norte, Tumbes, Motupe-Olmos, Cajamarca, Túcume, Tarapoto, Chanchamayo, Cusco, Pucallpa, Iquitos y Ayacucho.



Algunos Resultados:

- > El 86% de clientes manifiesta estar satisfechos con la capacitación.
 - > El 91% de clientes considera el taller muy útil para su trabajo.
 - > El 60% de clientes aplica las herramientas de gestión aprendidas en los talleres a sus negocios.
 - > Los clientes capacitados han experimentado un incremento en sus ventas. Quienes participaron de los talleres en los años 2010 y 2011 compraron 1'901,293 cajas adicionales de cerveza, es decir, un promedio de 750 cajas más al año cada uno.
- > La capacitación en temas de bancarización, el seguimiento del área de Finanzas, ha contribuido a incrementar las transacciones bancarias mensuales, pasando de 19,000 a 31,000.
 - > En diciembre 2011, Progresando Juntos Clientes recibió el Premio Perú 2021 a la Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible en la categoría Clientes.

Prioridad 7

Respetar los Derechos Humanos



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

En el Grupo Backus respaldamos las siguientes iniciativas y declaraciones internacionales de respeto a los derechos humanos:

- > Los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- > 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 de las Naciones Unidas.

Igualmente, contamos con 12 Principios de Derechos Humanos:

1. Todos los trabajadores serán tratados con igual respeto y dignidad sin discriminación, acoso, intimidación o amenazas.
2. La Empresa provee un ambiente de trabajo libre de discriminación por raza, género, color, origen, religión, edad, discapacidad, orientación sexual, opinión política u origen social.

3. La empresa reconoce el derecho a la libertad sindical, por el cual todos los trabajadores tienen derecho a elegir unirse o no a un sindicato o asociación de trabajadores y derecho al trato colectivo; esto implica el reconocimiento del derecho de los trabajadores a organizarse.
4. La empresa está comprometida en sostener un diálogo genuino con los representantes de los sindicatos que permita a ambas partes entender las preocupaciones de cada uno y buscar continuamente opciones de solución a través de la negociación colectiva.
5. Está prohibida toda forma de trabajo forzoso, obligatorio, esclavizado o involuntario.
6. El trabajo infantil de forma ilegal, socialmente inaceptable o que lleve a un niño a perder sus oportunidades de educación no es tolerado por la empresa. Ésta se adhiere a los lineamientos aplicados en la ley laboral vigente, y se compromete a aplicar mecanismos que permitan una verificación de la edad en los procesos de reclutamiento y selección.
7. La empresa brinda un ambiente de trabajo seguro y saludable a todos nuestros trabajadores. Todo esfuerzo de la empresa está hecho con la finalidad de asegurar que los riesgos de accidentes, lesiones o exposición que afecten la salud sean minimizados.
8. La empresa brinda una remuneración justa, condiciones laborales favorables y justas a todos los trabajadores, en cumplimiento de la legislación laboral vigente.
9. La empresa promueve la aplicación de estos principios a lo largo de la cadena de suministro.
10. Buscamos ser buenos vecinos de las comunidades locales alrededor de las fábricas de cerveza respetando los derechos de las comunidades como lo define la ley así como el derecho al agua.
11. Buscamos evitar ser cómplices de los abusos de los Derechos Humanos y no nos involucraremos ni beneficiaremos de crímenes de guerra, crímenes contra la humanidad, genocidio, torturas, desapariciones forzadas, trabajo forzoso u obligatorio, toma de rehenes, otras violaciones del derecho humanitario o crímenes internacionales contra cualquier

persona humana tal como lo define el derecho internacional. No se tolerará soborno ni corrupción.

12. Integramos los principios de consumo responsable en los procesos claves del negocio, incluyendo la manera en la que comercializamos nuestros productos.

Nuestros Colaboradores

Nuestra gente es nuestra ventaja más duradera. Nuestra estrategia es simple: atraer, desarrollar y conservar el talento. Para ello estamos comprometidos con brindar las mejores condiciones laborales, administrar satisfactoriamente el potencial y talento de nuestra gente; y mantener un profundo respeto a los Derechos Humanos de nuestro equipo. En el periodo cubierto por este reporte, contábamos con 4,333 colaboradores que laboraban a tiempo completo. El desagregado por departamentos es el siguiente:

TABLA N°7: PERSONAL POR DEPARTAMENTO

Departamento	Total General
Ancash	77
Arequipa	497
Ayacucho	30
Cajamarca	28
Cusco	194
Huancavelica	5
Huánuco	39
Ica	69
Junín	91
La Libertad	108
Lambayeque	442
Lima	2,222
Loreto	46
Piura	119
Puno	58
San Martín	37
Tacna	25
Tumbes	26
Ucayali	220
Total General	4,333

El total de colaboradores según categoría ocupacional es el siguiente:

TABLA N°8 PERSONAL POR CATEGORÍA Y GÉNERO

Nivel	Total General
Ejecutivo	66
Manager	223
Empleado	2,919
Operario	1,125
Total General	4,333

Si bien en el Grupo priorizamos la cobertura de las vacantes que surgen con personal interno, a fin de apoyar la promoción y ascenso de nuestro personal, cuando no se puede cubrir un puesto mediante esta modalidad, se prioriza la contratación de personal local en las zonas de nuestras operaciones.

Salud y Seguridad

En el Grupo Backus consideramos fundamental el cuidado de la salud y la seguridad de nuestros colaboradores, por ello les brindamos un ambiente de trabajo seguro y saludable. Todo esfuerzo del Grupo tiene la finalidad de asegurar que los riesgos de accidentes, lesiones o cualquier exposición que afecte a la salud de nuestra gente, sean minimizados. Todas nuestras plantas cuentan con la certificación OHSAS 18001.

Nuestros colaboradores cuentan con un examen médico anual, servicio de comedor, gimnasio, así como capacitaciones relacionadas a los principales riesgos que se encuentran en las plantas tales como "Prevención en problemas auditivos, respiratorios y ergonómicos".

Relaciones Laborales

En el Grupo Backus reconocemos el derecho a la libertad sindical, por el cual todos los trabajadores tienen derecho a elegir unirse o no a un sindicato o asociación de trabajadores y derecho al trato colectivo. Esto implica el reconocimiento del derecho de los trabajadores a organizarse. Igualmente, estamos comprometidos en sostener un diálogo genuino con los representantes de los sindicatos, que permita a ambas partes entender las preocupaciones de cada uno y buscar continuamente opciones de solución a través de la negociación colectiva. El 15.59% de nuestros trabajadores está cubierto por un convenio colectivo.

Gestión del Área de Bienestar

Con la finalidad de generar mayor identificación de los trabajadores con el Grupo Backus, alinear los objetivos empresariales y transmitir la cultura institucional, en el año 2011 realizamos las siguientes acciones:

- Desarrollamos actividades para los colaboradores y sus familias:
 - > **Actividades de salud y prevención**
Se continuó posicionando nuestro programa integral de salud y bienestar Vida Saludable a nivel nacional, basado en cuatro conceptos clave (nutrición, actividad física, control médico y prevención).
 - > **Actividades de integración**
Se organizaron celebraciones nacionales y regionales y se desarrolló durante dos meses la Primera Copa Cristal con la participación de colaboradores de todas nuestras plantas y centros de distribución.
 - > **Actividades de identificación con el Grupo Backus**
Realizamos visitas guiadas a nuestras plantas, dirigidas a las esposas e hijos mayores de edad de nuestros colaboradores. Para los menores de edad se realizó el Segundo Concurso de Dibujo y Pintura, y se continuó con la actividad del Verano Backus. En todas nuestras sedes se celebraron reuniones de Navidad. La tarjeta Backus Card fue relanzada con 240 proveedores ofreciendo descuentos en servicios y productos para los colaboradores de Backus a nivel nacional. Asimismo, se mejoraron las condiciones en el gimnasio de la Sede Administrativa en Lima.
 - > **Actividades formativas y recreativas**
Programamos *full days* para los hijos de nuestros colaboradores en enero y febrero, y continuamos con el programa de becas IPFE, tanto en los niveles de educación primaria y secundaria, como técnico y superior, para niños y jóvenes con un alto rendimiento académico.
- Realizamos encuestas de satisfacción organizacional y planificamos acciones de mejora en base a los resultados.
- El total de horas de entrenamiento a nuestros colaboradores ha sido de 81,072.80, haciendo un promedio de 18,753.53 horas por trabajador.



4. Durante el periodo cubierto por este reporte, 212 trabajadores tuvieron derecho a su descanso por maternidad y/o paternidad. Posteriormente, todos se reincorporaron y ninguno ha dejado de laborar con nosotros.

TABLA N°9 DESCANSO POR MATERNIDAD Y PATERNIDAD

Género	Total
Femenino	20
Masculino	192
Total General	212

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 ni de actividades que hayan puesto en riesgo la libertad de asociación ni de riesgo de trabajo infantil ni de trabajo forzoso.

En la Memoria Anual 2011 se encuentra un mayor detalle de la gestión de recursos humanos respecto a políticas de personal, motivación, bienestar, desarrollo organizacional y relaciones laborales.



Prioridad 8

Beneficiar a las comunidades en nuestra área de influencia

En el Grupo Backus creemos en el desarrollo conjunto de la empresa y la sociedad, y por ello procuramos que nuestras actividades generen un impacto positivo en nuestras comunidades de influencia y contribuyan a su progreso.

Desde hace varias décadas trabajamos para beneficiar a las comunidades en las que operamos a través de programas de escala local y nacional, enfocados en la promoción del empleo, el emprendimiento, el desarrollo de capacidades, la educación y capacitación docente, y la promoción de nuestra cultura.

Nuestros programas de inversión social corporativa buscan:

- > Implementar iniciativas sostenibles.
- > Ejecutar proyectos relevantes a las necesidades de las comunidades donde operamos.
- > Generar en nuestros trabajadores una cultura que los involucre con la comunidad.

Programas de Inversión Social Corporativa

Promoción del Desarrollo Económico a través de la Puesta en Valor de Monumentos y Espacios Culturales

Pirámides de Túcume en Lambayeque, y Huacas del Sol y de la Luna en La Libertad

En el Grupo Backus buscamos permanentemente la innovación en todo lo que hacemos. Un ejemplo de

ello es el Programa de Inversión Social Corporativa para la Promoción del Desarrollo Económico Local a través de la Puesta en Valor de Monumentos y Espacios Culturales que promovemos desde hace más de 15 años. El programa tiene como propósito promover el fortalecimiento de capacidades humanas, el desarrollo económico local y la generación de empleo. Esto se logra a través un modelo innovador en el que la investigación, conservación y consolidación de sitios arqueológicos y espacios culturales como atractivos turísticos de primera magnitud, se constituyen en polos de desarrollo; garantizando el incremento del flujo del turismo y el consecuente beneficio económico en la población local.

En el marco de este programa, durante el periodo de reporte, hemos continuado con nuestra contribución al desarrollo y fortalecimiento de capacidades en las áreas de impacto de los monumentos arqueológicos Huacas del Sol y de la Luna en La Libertad y Pirámides de Túcume en Lambayeque.

En lo que respecta a nuestra intervención en La Libertad hemos trabajado de manera articulada con el Patronato de las Huacas del Valle de Moche, el World Monuments Fund, la Universidad Nacional del Trujillo y el Fondo Nacional de Capacitación Laboral y de Promoción del Empleo (FONDOEMPLEO), para continuar con el proyecto “Generación de Empleo y Mejora de Ingresos: Consolidando el Producto Turístico Huacas de Moche”, calificado por el jurado de FONDOEMPLEO para el concurso del año 2010 como el mejor de la región La Libertad.

El fondo otorgado por FONDOEMPLEO, fue de S/.1.3 millones que viene ejecutándose con las contrapartidas de cada uno de los actores, beneficiando hasta la fecha a 470 personas de la comunidad de Moche entre arqueólogos, guías y conductores turísticos, dueños de pequeños negocios y artesanos.

Asimismo, la labor de investigación y puesta en valor de las Huacas, así como las actividades de marketing realizadas para consolidar este atractivo como destino turístico de primer nivel, repercuten positivamente en la cantidad de visitantes al monumento, que actualmente recibe a más de 150 mil personas al año. Durante el periodo de reporte, las Huacas recibieron 13,500 visitantes más que durante el año 2010.

En las Pirámides de Túcume en la Región Lambayeque, la intervención se realiza a través de la alianza establecida con el Museo de Túcume y el Patronato Valle de las Pirámides en Lambayeque.

Los fondos para los trabajos de investigación, conservación, puesta en valor y desarrollo de infraestructura provienen de la Unidad Ejecutora 005 - Naylamp Lambayeque y del Plan COPESCO-MINCETUR. Ello nos permite concentrar nuestro apoyo en el fortalecimiento de las capacidades locales y en la inserción de la comunidad en los planes de promoción, difusión, protección y preservación del patrimonio cultural y natural de la zona a través del Programa Educativo del Museo.

Durante el período de reporte 5,631 jóvenes escolares han sido atendidos por el Programa Educativo del Museo de Túcume. Asimismo, las actividades del monumento y museo han permitido generar 84 empleos directos al mes y 45 empleos indirectos; y el monumento ha recibido 7,200 visitantes más que en el año 2010.

Desarrollo Turístico en Andahuaylillas, Huaró y Urcos-Quispicanchi, Cusco

Desde el año 2010, integramos una alianza con el World Monuments Fund, la Parroquia San Pedro Apóstol de Andahuaylillas, la Asociación Jesús Obrero (CCAIJO) y la Dirección Regional de Cultura de Cusco, con el objetivo de implementar un proyecto para incrementar el empleo neto y los ingresos en los distritos de Andahuaylillas, Huaró y Urcos de la provincia de Quispicanchi en la región Cusco.

Durante el periodo de reporte se desarrolló un estudio cuantitativo sobre el posicionamiento turístico perceptual y el mercado potencial de Andahuaylillas, Cusco (abril de 2011), así como un estudio que mide los niveles de satisfacción de los turistas que visitan Andahuaylillas. Estos demostraron que la zona tiene un alto potencial de crecimiento, tanto de flujo turístico como de tiempo de permanencia, ya que actualmente el tiempo promedio de visitas es menor a una hora.

Asimismo, se realizó una encuesta acerca de la percepción de la actividad turística por parte de la población local, y se llevaron a cabo dos talleres locales para la construcción del Sistema Integrado de Gestión de la Ruta del Barroco Andino, trabajada actualmente por la Compañía de Jesús.

Como resultado, a partir de marzo de 2011 se ejecuta el proyecto “Incremento del empleo a través del desarrollo turístico en Andahuaylillas, Huaró y Urcos – Quispicanchi, Cusco”, el cual, entre otras actividades, incluye la puesta en valor de las iglesias de los alrededores, la capacitación a los artesanos locales y el desarrollo de negocios turísticos que puedan atender las demandas del flujo de turistas que visitan la zona.



En el presente periodo se obtuvieron los fondos del XI Concurso del Fondo Nacional de Capacitación Laboral y Promoción del Empleo (FONDOEMPLEO) con el cual se ha podido conseguir un financiamiento por un monto de S/.1'026,674 para la ejecución del proyecto. Asimismo, fuimos seleccionados por el Programa PPP (Proyectos Público Privados) de la Cooperación Alemana al Desarrollo (GIZ), en cooperación con la Cámara de Comercio e Industria Peruano-Alemana (AHK-Perú) para recibir una contrapartida de €20,000.

Escuela Virtual Backus

Escuela Virtual Backus es un programa de inversión social corporativa dirigido a maestros de instituciones educativas públicas, que a través de recursos educativos digitales, capacitación virtual, noticias educativas e información profesional, contribuye a desarrollar y consolidar conocimientos y competencias en los docentes, y busca ayudarlos a optimizar el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en el aula.

El programa tiene como uno de sus objetivos contribuir a la mejora de la educación de nuestro país a través de la capacitación y actualización de los docentes y el uso de las nuevas tecnologías en la educación.

En Escuela Virtual Backus damos prioridad a temas que benefician a la comunidad educativa y que además aportan a la estrategia de sostenibilidad de la empresa. Es por ello que los cursos de capacitación virtual están alineados a nuestras

10 Prioridades de Desarrollo Sostenible, logrando de esa forma promover y difundir entre la comunidad escolar los siguientes temas:

- > Estilos de vida saludable
- > Cuidado y conservación del medio ambiente
- > Emprendimiento y desarrollo empresarial
- > Orientación y prevención del VIH/SIDA
- > Educación y Tecnologías de la Información (TIC)

En el periodo de esta memoria se capacitó a 1,130 maestros, de los cuales 860 fueron capacitados a través de cursos virtuales y 450 a través de cursos presenciales.

Además durante el año 2011 se desarrolló un nuevo curso virtual llamado *Emprende Maestro* cuyo objetivo principal fue formarlos como agentes promotores del emprendimiento para el desarrollo personal y profesional de sus alumnos.

Durante el curso, que tuvo una duración de veinte semanas, los participantes desarrollaron 50 planes de negocio y unidades didácticas.

Algunos resultados de Escuela Virtual en el período de reporte:

- > 5 cursos virtuales culminados
- > 15 talleres presenciales dictados
- > 4 charlas presenciales
- > 90% de maestros satisfechos con los cursos virtuales y presenciales

Obras por Impuestos

Nuestro grupo fue pionero en el uso del mecanismo de Obras por Impuestos gracias a la ejecución del proyecto de asfaltado de la Avenida Separadora Industrial en Ate Vitarte en el año 2007.

En el presente periodo de reporte formamos un consorcio con Interbank y Southern Copper Corporation, para la construcción del puente Chilina, en el marco de la Ley de Obras por Impuestos. Dicho proyecto consiste en la construcción de un puente en la ciudad de Arequipa, que unirá a más de cinco distritos entre Cayma y Miraflores, y que resulta crucial para disminuir la actual contaminación de la ciudad generada por el alto nivel de congestión vehicular. La puesta en marcha del proyecto constituye un salto tecnológico para el país y sobre todo para Arequipa, pues usará una técnica de construcción conocida como "puente segmentado" o "puente voladizo". En términos de infraestructura será el puente más largo de Perú con más de 500m de longitud, 42m de alto y 11.3m de ancho.

El mecanismo de Obras por Impuesto nos permite poder ejecutar obras de infraestructura pública que tienen un impacto positivo tanto para la comunidad como para la empresa.

Aportes a Eventos de Carácter Cultural, Deportivo y/o Social

En Lima

- > Celebración del Día del Niño (Ministerio de la Mujer).
- > Día Internacional de los Museos y Auspicio Eventos por Inti Raymi, Solsticio de Verano (Ministerio de Cultura).
- > Encuentro de Mujeres Emprendedoras: Evento Tú, Mujer Emprende: La Mejor Pagadora (Municipalidad Metropolitana de Lima).
- > Taller de Fortalecimiento de Capacidades en Educación Ambiental dirigido a docentes de la UDEL 06, campaña de Reforestación Av. Metropolitana, donación de cámaras de vigilancia para sistema de seguridad ciudadana, auspicio actividades del Comité Distrital de Seguridad - Ate y auspicio para la inauguración del Centro Cultural de Ate (Municipalidad Distrital de Ate).
- > Seminario de Renovación Urbana (Municipalidad Distrital del Rímac).

- > Congreso Nacional (Asociación de Municipalidades del Perú).
- > Foro de Inversión - Perú Regiones 2011 (Pro Inversión).
- > Semana Mundial del Emprendimiento y auspicio a eventos varios (Cámara Peruano Británica).
- > Cámara de Comercio Americana del Perú (Auspicio Eventos Varios).
- > Association Internationale des Étudiants en Sciences Économiques et Commerciales (Auspicio Aiesec Alumni Meeting y Auspicio del Congreso Nacional 2011 - 2012).
- > XII Almuerzo Agro Exportador y la Cumbre PYME - APEC (ADEX).
- > Concurso Nacional de Marinera Limeña (Asociación de Marinera Limeña).
- > Auspicio actividades de recaudación de fondos (Aldeas Infantiles SOS Perú).
- > Teletón y Actividades de Aniversario (Clínica San Juan de Dios).
- > II Foro Economía Sostenible e Inclusión Social (Universidad Agraria La Molina).
- > Mentoring Walk 2011 (Voces Vitales Perú).
- > Donación de Libros Acho, Altar de Arena y auspicio a eventos varios (Municipalidad del Rímac).
- > Donación de computadoras a la Policía Nacional del Perú en el Cono Norte de Lima.

En el Norte

- > Municipalidad de Motupe.
- > Hermandad Santísima Cruz de Chalón.
- > Centro Médico Santa María Salud de los Enfermos - Motupe (Obispado de Chiclayo).
- > Compañía de Bomberos de Chiclayo Salvadora N° 27.
- > Museo Tumbas Reales del Señor de Sipán
- > Compañía de Bomberos de Trujillo Salvadora N° 26.
- > Centro Cultural de Trujillo.
- > Proyecto Arqueológico Huaca de la Luna.
- > Dirección Regional de Cultura de La Libertad.
- > Gobierno Regional de Lambayeque.
- > Gobierno Regional de La Libertad.
- > Municipalidad Provincial del Santa.
- > Museo de Sitio de Túcume.

- > Arzobispado Metropolitano de Trujillo.
- > Municipalidad Distrital de Huanchaco.
- > Universidad Nacional de Trujillo.
- > Cámara de Comercio de La Libertad.

Oriente

- > Auspicio a eventos institucionales (Dirección Regional de Ucayali).
- > Promoción del desarrollo del deporte regional (Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, Pucallpa).
- > Donación de computadoras a la Policía Nacional del Perú en Loreto.
- > Festival de Danzas Amazónicas (Escuela de Formación Artística del Distrito de Yarinacocha).

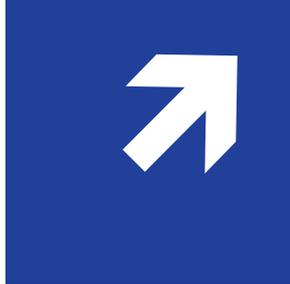
En el Centro

- > Auspicio a la revista Junín Intenso, auspicio a la Exposición Museográfica Caral (Dirección Regional de Turismo de Junín).
- > Donación de computadoras para las dependencias policiales de Chanchamayo, Huacho, Huaraz, Huancayo, Jauja, Cerro de Pasco.
- > Donación de computadoras (Cámara de Comercio de Huancayo).
- > Donación de computadoras, auspicio para diversas actividades (Cámara de Comercio de Ayacucho).
- > Donación de computadoras (Cámara de Comercio de Huancavelica).
- > Donación de computadoras (Cámara de Comercio de Chanchamayo).
- > Donación de computadoras (Colegio de Periodistas de Huaraz).

- > Donación de computadoras, auspicio para diversas actividades (Compañía de Bomberos de Huancayo).
- > Donación de computadoras (Compañía de Bomberos de Jauja).
- > Curso de Reporteros Policiales en Huaraz.

En el Sur

- > Olimpiadas Inter Trabajadores Municipales, torneo de fútbol Semilleros Maltin Power para niños de Asentamientos Humanos de las zonas, premiación a los mejores deportistas en diversas disciplinas (Gobierno Regional del Cusco, en las municipalidades distritales de Wanchaq, San Sebastián y San Jerónimo).
- > Donación de alcoholímetros, computadoras y muebles en desuso para las Direcciones Territoriales PNP de Arequipa y Cusco.
- > Donación de alcoholímetros y computadoras (Policía Nacional de la Región Tacna).
- > Donación de computadoras (Policía Nacional de la Región Ilo).
- > Donación de equipos de rescate, computadoras y muebles en desuso (Compañía de Bomberos de la Región Arequipa).
- > Donación de computadoras y muebles en desuso (Compañía de Bomberos de la Región Tacna).
- > Donación de computadoras (Compañía de Bomberos de la Región Ilo).
- > Auspicio a la realización del CADE Cusco 2011.
- > Donación de computadora y muebles en desuso (Colegio de Periodistas del Perú, Consejo Regional de Arequipa).
- > Donaciones para personas afectadas por el friaje en la región Puno.
- > Financiamiento para los trabajos de conversión del salón comunal en Centro Cultural y Salón de Eventos en la Unidad Vecinal "Zaguán del Cielo" del Distrito de Cusco.



Prioridad 9

Continuar con la reducción del impacto del VIH/SIDA en nuestra esfera de influencia

Estamos convencidos que se puede mitigar el impacto del VIH en la sociedad, desde el lugar de trabajo. Esto es posible 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 otras actividades. Para ello, hemos establecido un plan de acción de largo plazo que incluye la definición de políticas y acciones para reducir el impacto de esta epidemia en nuestra esfera de influencia.

Ámbito Interno

Continuamos con el programa interno de sensibilización y educación, el cual tiene como objetivo que nuestros colaboradores y sus familias puedan conocer sobre esta enfermedad y cómo prevenirla. En este sentido, como parte del proceso de inducción, todos los colaboradores de nuestro Grupo reciben una charla sobre VIH/SIDA. En ella se les explica las medidas preventivas que pueden adoptar, y la política de la empresa frente a esta condición, la cual enfatiza la importancia de no discriminar a las personas que viven con esta enfermedad.

Asimismo, desarrollamos talleres y charlas de capacitación en temas de salud sexual y reproductiva, y distribuimos material informativo



por medios físicos y virtuales. Por otro lado, el 1 de diciembre, Día Mundial de la Lucha contra el VIH/SIDA, realizamos una activación especial en la que invitamos a todos nuestros colaboradores a utilizar el lazo rojo, que simboliza la lucha contra el VIH/SIDA, y a compartir información con sus familiares y amigos sobre los efectos de esta enfermedad y su prevención.

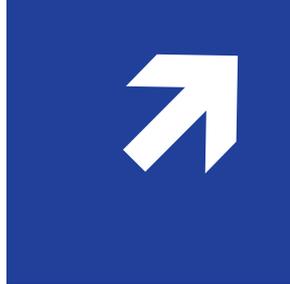
Finalmente, es importante señalar que cada dos años, durante el chequeo médico anual, ofrecemos a los colaboradores la posibilidad de realizarse una prueba de Elisa de manera gratuita, voluntaria y confidencial.

Ámbito Externo

Durante el año 2011 participamos de las reuniones mensuales del Consejo Empresarial Peruano en respuesta al VIH/SIDA (CEVIH), en nuestra calidad de miembro. El CEVIH está conformado por trece

miembros, cuenta con siete aliados estratégicos y tiene como objetivos: (i) Impulsar la adopción de políticas internas y la implementación de programas para la prevención del VIH/SIDA en el lugar de trabajo, en las empresas que son miembros del CEVIH; (ii) fomentar el compromiso con la prevención del VIH/SIDA en un mayor número de empresas, mediante una mayor visibilidad de la labor del CEVIH y sus miembros; y (iii) articular esfuerzos con otras entidades y promover el intercambio de experiencias, aprendizajes y herramientas a fin de sumar esfuerzos en respuesta nacional al VIH/SIDA.

Asimismo, en diciembre de 2011, en una ceremonia pública con motivo del Día Mundial de la Lucha contra el VIH/SIDA, recibimos un reconocimiento por parte del Ministerio de Trabajo por nuestro compromiso en el desarrollo de acciones contra el VIH/ SIDA en nuestro ámbito laboral.



Prioridad 10

Ser transparentes y éticos en el manejo de nuestro negocio y en reportar nuestro progreso en las Prioridades de Desarrollo Sostenible

En el Grupo Backus consideramos que la ética y la transparencia son los principios más importantes sobre los que se basan nuestras operaciones y las relaciones con nuestros grupos de interés.

Ética Corporativa

Para garantizar la honestidad, decencia y transparencia en la gestión administrativa y de negocio, desarrollamos el Programa Integral de Ética Corporativa (PIEC), basado en la política de SABMiller plc, que busca dar a conocer la forma en la que todos los miembros de sus diferentes empresas alrededor del mundo deben operar y dirigir el negocio, y llevar este comportamiento fuera de la organización. El PIEC está conformado por la Política de Ética, el Código de Conducta del Ejecutivo, el Código de Ética para Proveedores, la Política de Usuarios de Sistema de Información y nuestra Política Anti-Soborno, recientemente aprobada. Contamos con una Línea Ética dedicada a recibir consultas y/o denuncias que puedan realizarse por nuestros colaboradores o terceros en general.

Hemos continuado con las capacitaciones y talleres dirigidos a nuestro personal en todo el país, con el fin de lograr un mayor conocimiento de nuestras políticas vinculadas a los temas éticos, un mayor grado de adhesión y mayor cumplimiento de la misma. La capacitación en la Política de Ética es parte del proceso de inducción, habiéndose capacitado al 100% del personal en esta Política, la que también incluye prácticas anticorrupción.

En el año 2011, como parte del PIEC del Grupo Backus implementamos la Política Anti-Soborno, la cual establece que a ninguna de las empresas del Grupo Backus y a ninguno de los trabajadores se les permite pagar, ofrecer, aceptar o recibir un soborno. Asimismo, tampoco pueden realizar “pagos de facilitación” o contratar a “agentes e intermediarios” que se pueda sospechar que harán el pago de sobornos a nombre del Grupo Backus⁶. En el periodo aquí evaluado no se reportó ningún caso de corrupción en ninguna de nuestras empresas.

Línea Ética

En el Grupo Backus reconocemos que puede ser difícil tomar la decisión de denunciar problemas de fraude, abuso, corrupción, incumplimiento de la ley, riesgos de salud y seguridad, u otro tipo de incumplimiento con nuestra Política de Ética. Por lo tanto, no solo fomentamos que nuestros colaboradores denuncien cualquier incumplimiento de esta Política, sino que protegemos la confidencialidad del colaborador, para evitar que éste sea víctima de represalias.

La información protegida es aquella con la cual una persona pretende, razonablemente, demostrar que una o más de las siguientes situaciones se está presentando, se ha presentado, o se puede presentar en el futuro:

- a. Actos criminales o violaciones a las libertades individuales
- b. Acoso sexual
- c. Violación de leyes y fraude económico
- d. Discriminación
- e. Injusticias, marginación por raza o creencias religiosas
- f. Riesgos a la salud o seguridad de individuos
- g. Daños al medio ambiente y biodiversidad
- h. Ocultar cualquier información pertinente relacionada con los puntos anteriores

Contamos con una línea ética interna y externa donde el colaborador puede presentar sus denuncias.

Política de Ética Corporativa del Grupo:
www.backus.com.pe/WB.WebSite/etica-corporativa.html.

Línea Ética: www.backus.com.pe/WB.WebSite/linea-etica.html.

Número de contacto interno: 3139

Número de contacto externo: 311-3199

Número gratuito a nivel nacional:
0800-4-0001

Transparencia

Mantenemos informados sobre nuestras acciones y actividades a nuestros grupos de interés, apostando así por el fortalecimiento de una cadena de valor, con relaciones perdurables en el tiempo y que contribuye con el desarrollo del país.

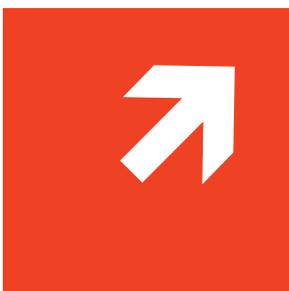
Acciones Realizadas

1. Comunicamos los compromisos con las 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible 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.
2. 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.
3. Contamos con un Código de Buen Gobierno Corporativo y Normas Internas de Conducta que regulan el cumplimiento de los principios de responsabilidad para con los accionistas y *stakeholders*. Este está basado en la transparencia, la confianza, la equidad, la responsabilidad social, la fluidez y la integridad de la información.

⁶ Nueva Política Anti-soborno.



Nuestro Compromiso para el año 2012 - 2013



Continuaremos trabajando en la implementación de nuestra estrategia de Desarrollo Sostenible orientándonos tanto por nuestras 10 PDS como por nuestro Modelo de Liderazgo y Organización, según el cual debemos: concentrarnos más en nuestros Clientes y Consumidores, incrementar la colaboración con el fin de acelerar el aprendizaje, e involucrarnos más con nuestra comunidad y nuestros *stakeholders*.

En este sentido, en el año 2012 - 2013:

- > Seguiremos trabajando en la promoción del consumo responsable de bebidas alcohólicas a través de nuestra campaña “Súmate, Solo+18: Promoviendo la Venta Responsable” y de nuestro programa “Convivencia Ciudadana”, el cual se enfoca en promover el consumo moderado, la seguridad vial y evitar el consumo de alcohol por menores de edad. Asimismo, implementaremos programas para promover estilos de vida saludable a través del deporte.
- > Continuaremos promoviendo un manejo sostenible del agua, mejorando de forma continua nuestros procesos productivos y participando de alianzas como Water Futures y Aquafondo, las cuales buscan implementar proyectos para el manejo de cuencas y contribuir a la preservación de las fuentes de agua.
- > En lo que respecta a nuestro impacto ambiental, consolidaremos el proyecto Ecoparque Vive Responsable, reforestando una mayor cantidad de hectáreas, facilitando la investigación científica y la innovación tecnológica, y promoviendo la inclusión de este proyecto en el circuito turístico de la zona. A nivel interno continuaremos utilizando energías amigables con el medio ambiente y haciendo cada vez más eficiente nuestro consumo.
- > Seguiremos capacitando a nuestros clientes en temas de gestión empresarial, marketing, comercialización responsable de bebidas alcohólicas, formalización y bancarización para promover su crecimiento económico y contribuir a mejorar su calidad de vida. Además continuaremos las acciones que buscan la inclusión financiera de los clientes.
- > Trabajaremos con los pequeños productores de maíz amarillo duro de Jequetepeque y Barranca para ayudarlos a introducir nuevas tecnologías en sus procesos de siembra y cosecha, y consolidar sus organizaciones. Estas acciones les permitirán ahorrar costos e incrementar su rendimiento por hectárea y su utilidad.
- > Fortaleceremos nuestras iniciativas enfocadas en la generación de desarrollo local a través de la puesta en valor del patrimonio cultural. En este sentido, seguiremos apoyando al Patronato de Huaca del Sol y de la Luna así como al Patronato de las Pirámides de Lambayeque, y continuaremos con la ejecución del proyecto “Incremento del empleo a través del desarrollo turístico en Andahuaylillas, Huaró y Urcos – Quispicanchi, Cusco” a través de la Fundación Backus en alianza con Fondoempleo y GIZ.
- > Incorporaremos al programa Escuela Virtual Backus un curso presencial de Ecomercados que complementará el curso de Emprende Maestro, con la finalidad de que puedan aplicar los conocimientos adquiridos y aprendan a elaborar productos con material reciclado.
- > En lo que se refiere a nuestros colaboradores, continuaremos con el trabajo de capacitación, sensibilización y gestión del talento a fin de desarrollar y contribuir a consolidar sus capacidades gerenciales y de liderazgo.
- > En cuanto a Obras por Impuestos, continuaremos impulsando proyectos de inversión pública que tengan un impacto positivo en las comunidades en las que operamos.
- > Continuaremos trabajando en línea con las Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo brindando transparencia y confiabilidad a nuestros accionistas y *stakeholders*.

Con estas iniciativas seguiremos trabajando de manera ética y transparente con nuestros *stakeholders* y generando valor compartido a nivel nacional.



Índice de los principios del Pacto Global



Derechos Humanos

Principio 1(p. 5, 9, 11, 12, 32, 36)
Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.

Principio 2(p. 11, 32, 37)
No ser cómplice de abusos de los derechos humanos.

Ámbito Laboral

Principio 3(p. 33, 37, 38)
Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical, y el derecho a la negociación colectiva.

Principio 4(p. 33, 37)
Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.

Principio 5(p. 33, 37, 39)
Abolir cualquier forma de trabajo infantil.

Principio 6(p. 33, 36, 37, 39)
Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

Medio Ambiente

Principio 7(p. 5, 11, 21, 22, 23, 25, 28)
Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.

Principio 8(p. 5, 7, 11, 21, 22, 23, 25, 28, 29, 30, 33)
Promover mayor responsabilidad medioambiental.

Principio 9(p. 5, 21, 22, 24, 25, 28, 29)
Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.

Anticorrupción

Principio 10(p. 37, 48)
Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y criminalidad.

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

Mayor información

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

