

# Reporte de Desarrollo Sostenible 2006-2007



# Índice

## 2 ¿Quiénes somos?

- Trayectoria
- Presencia a nivel nacional
- Contribución de Backus a la Economía

## 4 ¿En qué creemos?

- Modelo de Gestión

## 6 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible

## 8 Promoviendo el consumo responsable

- Compromisos
- Cooperar e influir
- La experiencia “Ponte un Límite”

## 14 Protegiendo el medio ambiente

- Hacer más cerveza usando menos agua.
- Reducir el uso de energía y nuestro impacto en emisiones de carbón.
- Reusar y reciclar empaques
- Trabajar hacia el “0” desperdicio en las operaciones.

## 20 Construyendo relaciones

- Desarrollo de proveedores
- Compromiso con nuestros colaboradores
- Voluntariado Backus
- Contribuir con la reducción del VIH/Sida en nuestra esfera de influencia

## 28 Desarrollando comunidades

- Educación
- Desarrollo local
- Donaciones varias

## 36 Fortaleciendo nuestra marca corporativa

- Presencia en foros y eventos

## 38 Transparencia en nuestros actos

- Código de Buen Gobierno Corporativo
- Comunicación e información

## 41 Anexo

- Pacto Global



Somos una empresa con una larga tradición y liderazgo en el Perú, gracias a una sólida cultura empresarial y compromiso con la sociedad. La responsabilidad social empresarial ha sido uno de los valores fundamentales en nuestro desarrollo, evidenciado a través del reconocimiento de la sociedad como una empresa admirada, líder y socialmente responsable; lo que refleja la consistencia y coherencia entre nuestras acciones internas y externas con cada uno de nuestros grupos de interés.

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping loop followed by a horizontal line extending to the right.

**Robert Priday Woodworth**  
**Presidente**

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

# ¿Quiénes somos?

**Backus es la empresa cervecera líder en el mercado cervecero peruano. Contamos con instalaciones y plantas industriales en todas las regiones del país. A través de un completo y eficiente sistema de distribución, comercializamos nuestras marcas llegando hasta el último rincón del Perú, con un permanente enfoque en la satisfacción de los clientes y consumidores. El crecimiento de la empresa a través de las marcas, constituye uno de los pilares fundamentales de nuestro plan de negocio. La innovación permanente y las constantes inversiones en infraestructura y tecnología de punta garantizan la calidad de nuestros productos y servicios.**

## Trayectoria

Nuestros orígenes se remontan a 1876, año en que Jacobo Backus y Howard Johnston, estadounidenses, fundan una fábrica de hielo en el distrito del Rímac, la cual se convierte en Backus & Johnston Brewery Ltd., en 1879. Años más tarde, en 1954, un grupo de empresarios peruanos, liderados por Ricardo Bentín Mujica, adquirieron la empresa cervecera, estableciendo un ejemplo de nacionalización por iniciativa privada y accionariado difundido.

Ante la creciente demanda de nuestras marcas cerveceras, en 1993, inauguramos la planta de Ate. Esta importante inversión permitió contar con la capacidad instalada necesaria para la expansión del mercado cervecero, convirtiéndose en una de las más modernas de América.

Para maximizar la eficiencia a través de las sinergias en el negocio cervecero, en 1996, se fusionan Cervecería Backus y Johnston S.A., Compañía Nacional de Cerveza S.A., Cervecería del Norte S.A. y Sociedad Cervecera de Trujillo S.A.; creando Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A., la empresa cervecera más importante del Perú. En el 2000 adquirimos la Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A. (Cervesur) con el objetivo de consolidar una empresa capaz de competir efectivamente en un entorno globalizado.

En el 2002, el Grupo Empresarial Bavaria, ingresa al accionariado de Backus para que, finalmente, en el 2005, SABMiller, empresa sudafricana con sede en Londres, adquiera Bavaria. Así, pasamos a formar parte del segundo grupo cervecero más grande del mundo, con presencia en 60 países y un portafolio de más de 170 marcas.



## Presencia a nivel nacional

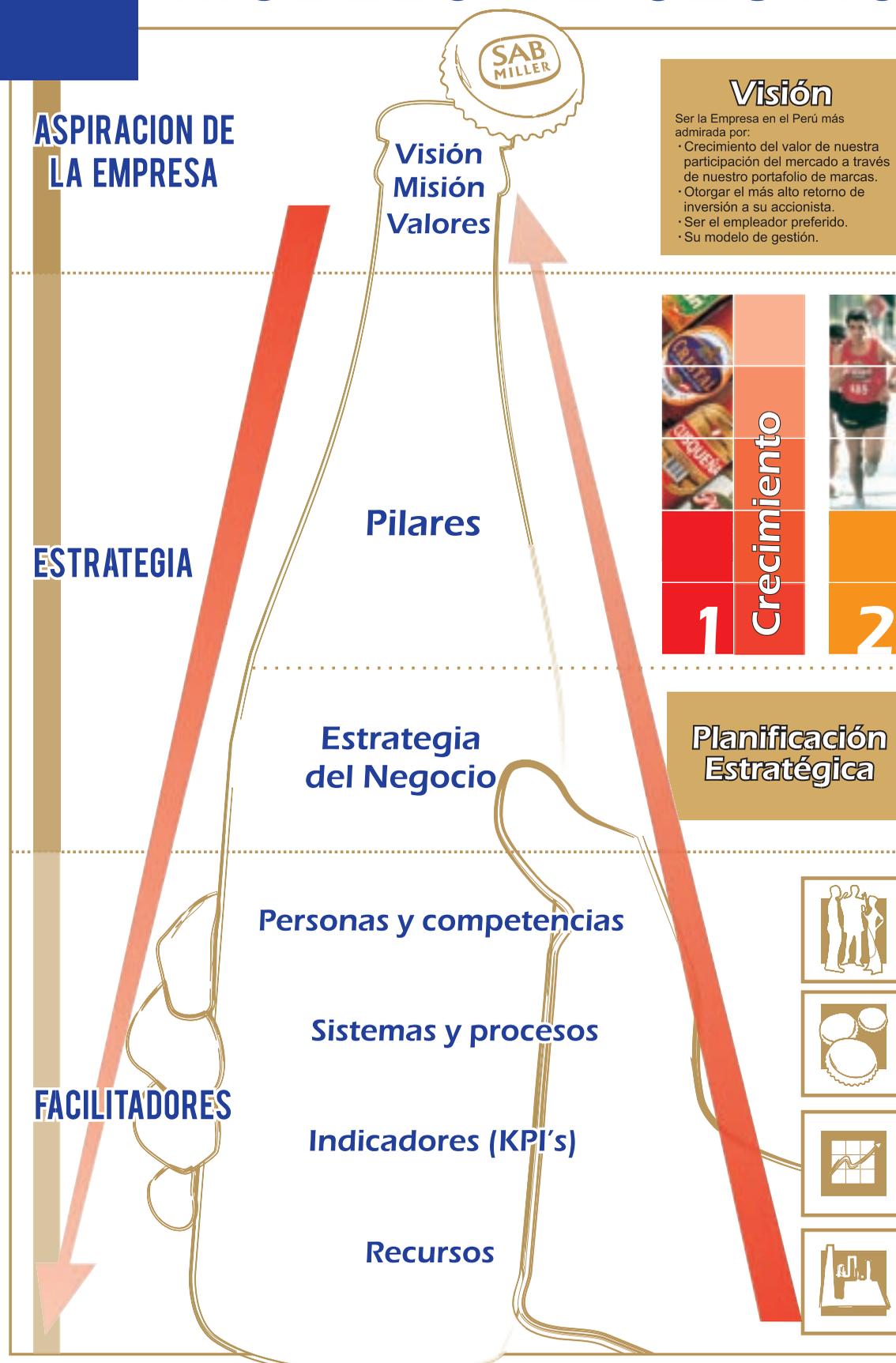


## Contribución de Backus a la economía del país

<p><b>MERCADO Y GENERACIÓN DE EMPLEO</b></p>	<p>Cerca de <b>6 mil</b> puestos de trabajo permanentes, descentralizados y bien remunerados.</p>	<p><b>ESTADO, INDUSTRIA E INVERSIÓN SOCIAL</b></p>	<p><b>Compras</b> por más de <b>US\$ 450 millones</b>, convirtiéndonos en un gran motor de demanda de bienes y servicios de otras industrias.</p>	<p><b>Inversiones anuales</b> permanentes. <b>US\$ 250 millones</b> de inversión para el periodo <b>2007-2008</b> en ampliación de capacidad productiva.</p>
<p>Más de <b>17,620</b> vendedores particulares.</p>	<p>Nuestras ventas generaron utilidades por más de <b>US\$ 326 millones</b> para cerca de <b>180 mil</b> de venta minorista, entre bodegas y licorerías, brindando una fuente de ingreso para miles de familias.</p>	<p>Pagos en <b>Impuestos</b> por más de <b>US\$ 500 millones</b> anualmente.</p>	<p><b>61%</b> de las compras se realizan a <b>proveedores locales</b>.</p>	<p>Cerca de <b>US\$ 9 millones</b> destinados a <b>programas y eventos</b> de promoción social, cultural, educativa y deportiva.</p>

¿En qué creemos?

# MODELO DE GESTIO



## Misión

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

## 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.

Competitividad



Calidad Total

3



Control de Costos

4



Desarrollo Sostenible

5

## Comunicación de Estrategia

## Metas Funcionales

**Nosotros utilizamos el Performance Management**, como una herramienta, para desarrollar una cultura de alto desempeño, de trabajo en equipo e individual, que constantemente se evalúa con sus metas funcionales.

**Nos guiamos por los SABMiller Ways**, que son procesos que incorporan mejores prácticas para realizar benchmarking y compartir el conocimiento, con el fin de asegurar un alto desempeño sostenible.

**Nosotros usamos Indicadores (KPI's)**, los que conjuntamente con los Dashboards, permiten al negocio autoevaluar su desempeño sobre las metas acordadas y corregir las desviaciones que se puedan presentar.

**Nosotros contamos con los recursos financieros, de infraestructura y tecnológicos**, que permiten al negocio llevar a cabo sus actividades de manera eficiente y efectiva.

## VALORES

### Nuestra gente es nuestra ventaja más duradera:

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

### La responsabilidad es clara e individual:

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

### Trabajamos y ganamos en equipo:

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

### Entendemos y respetamos a nuestros clientes y consumidores:

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

### Nuestra reputación es indivisible:

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

# TOP DS

# 10 Prioridades del Desarrollo Sostenible

Reconocemos que nuestras operaciones generan impactos económicos, sociales y ambientales. En base a esto, establecimos 10 prioridades que constituyen la base del Desarrollo Sostenible en nuestra empresa, directamente relacionadas a la industria en la que estamos:

 <p>Consumo Responsable</p>	<p>1. Desalentar el consumo irresponsable.</p>	 <p>Cadena de Suministro</p>	<p>6. Tener proveedores que reflejen nuestros valores y compromiso con el Desarrollo Sostenible.</p>
 <p>Agua</p>	<p>2. Hacer más cerveza usando menos agua.</p>	 <p>DD.HH.</p>	<p>7. Respetar los derechos humanos.</p>
 <p>Impacto Ambiental</p>	<p>3. Reducir el uso de energía y nuestro impacto en emisiones de carbón.</p>	 <p>Comunidad</p>	<p>8. Beneficiar a las comunidades en las que operamos.</p>
 <p>Reciclaje</p>	<p>4. Reusar y reciclar empaques.</p>	 <p>VIH/Sida</p>	<p>9. Contribuir con la reducción del VIH/Sida en nuestra esfera de influencia.</p>
 <p>0 Desperdicio</p>	<p>5. Trabajar hacia el "0" desperdicio en las operaciones.</p>	 <p>Transparencia</p>	<p>10. Ser transparentes en reportar nuestro progreso en las prioridades ambientales y sociales del Desarrollo Sostenible.</p>

## Promoviendo el Desarrollo Sostenible

Desde el 2005 formamos parte de SABMiller. Se unen así, dos culturas empresariales con una visión común en relación a la responsabilidad social. Creemos que el desarrollo equilibrado de la empresa implica actuar simultáneamente y, con el mismo énfasis, en las dimensiones económicas, ambientales y sociales. Estas dimensiones incluyen los resultados económicos; la información financiera; los derechos laborales y humanos; el desarrollo, seguridad y salud de nuestros colaboradores; el impacto ambiental y la relación con la comunidad. Como empresa firmante del Pacto Mundial, asumimos nuestro compromiso de cumplir con los 10 principios del Pacto e incorporarlos en nuestras operaciones y estrategias.

A inicios del 2006 incluimos el concepto de Desarrollo Sostenible, uno de los pilares del Modelo de Gestión Backus que incluye la promoción de una conducta ética en todos los actos. Este concepto atraviesa todos nuestros procesos y permite establecer objetivos y planes de corto, mediano y largo plazo. Con ellos buscamos ser agentes de desarrollo comunitario y progreso social, impactando positivamente en la calidad de vida de las personas, asegurando que el entorno sea más sostenible, y que la empresa pueda

operar exitosamente. Nuestras acciones promueven la mejora de la calidad de vida de las comunidades en las que operamos.

Al incorporar el concepto de Desarrollo Sostenible y definir sus prioridades, iniciamos una nueva etapa unida a una cultura empresarial en la que la comunicación es un factor clave para el logro de metas. Compartimos, de forma abierta e inmediata, una visión del Desarrollo Sostenible: integral, específica al negocio y compartida. Integral, puesto que las prioridades incluyen no sólo los resultados sociales, sino también ambientales y a los grupos de interés o *stakeholders* (proveedores, colaboradores, clientes, consumidores, Gobierno, comunidad, medio ambiente y accionistas); específica, pues hemos definido prioridades que son trascendentales para nuestra empresa y para nuestro negocio; compartida, porque el Desarrollo Sostenible es transversal a la organización y, por consiguiente, todas las áreas están involucradas compartiendo la visión y orientando sus acciones hacia ello.

Este reporte marca un hito en nuestra historia, además de informar a nuestros grupos de interés sobre las acciones de la empresa, permite expresar nuestro compromiso con la promoción del Desarrollo Sostenible como una forma segura de trabajar en armonía con la comunidad y el medio ambiente.

A inicios del 2006 incluimos el concepto de Desarrollo Sostenible, uno de los pilares del Modelo de Gestión Backus que incluye la promoción de una conducta ética en todos los actos.

## Promoviendo el consumo responsable

Como industria cervecera fomentamos el consumo de bebidas alcohólicas como una experiencia personal agradable, como una actividad social y una fuente de entretenimiento. Creemos que las bebidas alcohólicas consumidas de manera responsable acompañan las celebraciones de millones de personas en nuestro país.



“Solo de mi depende que beber signifique siempre pasar un buen momento, por eso yo, si bebo, no manejo”.

–Diego Rosselló, Estudiante universitario

## Compromisos

En el 2006, adicionalmente a cumplir con la legislación nacional existente, las normas legislativas y los códigos autorregulatorios de la industria en el Perú, nos preocupamos por implementar el Manifiesto Sobre el Alcohol, una declaración que expresa nuestra posición con respecto al alcohol y establece nuestro accionar.

Esta declaración busca, principalmente, promover el consumo responsable de bebidas alcohólicas y, al mismo tiempo, contempla educar al comercio detallista sobre el uso responsable de los productos de la compañía, evitando la venta a menores de edad y el consumo excesivo de alcohol. Buscamos educar a los consumidores sobre el uso responsable de los productos de la empresa; sobre todo, en asuntos como el consumo entre menores, el conducir vehículos bajo los efectos del alcohol y el consumo excesivo.

Esta política ha sido desplegada a los colaboradores de la organización, especialmente de las áreas de marketing y ventas. También se ha involucrado a las agencias y proveedores de publicidad y promoción, exigiéndoles la incorporación de los lineamientos en los proyectos y acciones relacionados con nuestro portafolio de marcas.

### Consumo responsable para nuestros colaboradores

Contamos con una política sobre el consumo de bebidas alcohólicas para nuestros colaboradores, la cual proporciona directrices sobre el consumo responsable. Estamos reforzando, permanentemente, este mensaje a través de diversas campañas internas de comunicación. La principal meta del compromiso es promover una cultura de consumo responsable.

### Código de Comunicaciones Comerciales

Contamos con un código que brinda orientación para el desarrollo de la comunicación comercial de las marcas cerveceras que producimos, adicionalmente a todos los requisitos regulatorios y autorregulatorios que existen en el país, estableciendo lineamientos para los contenidos de las comunicaciones comerciales.

Esta política ha sido desplegada en la organización, involucrando a las agencias y proveedores de publicidad y promoción, exigiéndoles la incorporación de los lineamientos en los proyectos y acciones relacionados con nuestro portafolio de marcas.

Para lograr este objetivo hemos constituido un Comité Interno de Cumplimiento que, desde octubre del 2006, supervisa todas las comunicaciones comerciales antes de ser difundidas en el mercado.



La principal meta del compromiso es promover una cultura de consumo responsable.

# Promoviendo el consumo responsable

## Cooperar e influir

Creemos que cooperar e influir positivamente en la industria de licores, tanto a nivel nacional como internacional, es importante para promover el consumo responsable de bebidas alcohólicas. En nuestro ámbito de acción buscamos colaborar con las autoridades nacionales e internacionales relevantes y las organizaciones no gubernamentales para desarrollar controles efectivos y programas con este objetivo.

### Más allá de la ley

Hemos implementado, por iniciativa propia, la colocación de advertencias sobre el consumo en exceso de bebidas alcohólicas. Incluimos en todas nuestras comunicaciones comerciales y en las etiquetas de las marcas de nuestro portafolio el mensaje: "TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO PARA LA SALUD".

También hemos distribuido afiches con la frase: "Si has ingerido bebidas alcohólicas no manejes" y "Prohibida la venta de bebidas alcohólicas a menores de 18 años", en los puntos de venta con la finalidad de generar conciencia en el público.

De esta forma, nos adelantamos a la Ley N° 28681, promulgada en el 2006, la que no representa obligatoriedad, por no contar con un reglamento establecido de aplicación.

## Liderando la autorregulación en la comunicación comercial

En junio del año 2007 promovimos la suscripción del Código de Autorregulación de Comunicación Comercial, documento que promueve el consumo apropiado y responsable de las bebidas alcohólicas en el mercado peruano, logrando la adhesión del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Pisco, con el respaldo del Consejo de Autorregulación Publicitaria (CONAR), a través de su Comité Permanente de Ética y Procedimientos.

Este compromiso contó con el aval del Ministerio de la Producción, Sr. Rafael Rey Rey; y, como entidad vee-dora, el Colectivo Fem TV, entidad que reúne a organizaciones que promueven los derechos humanos y los derechos de la mujer, quienes saludaron esta iniciativa al señalar que la suscripción de este código es un ejemplo de compromiso con la sociedad civil.



## El Código de Autorregulación de Comunicación Comercial comprende las siguientes áreas:

- a) La autorregulación de la comunicación comercial.
- b) La transparencia de compromiso.
- c) La sensibilización de los participantes en la venta (consumidor y comerciante).
- d) La conformación de un Comité de Cumplimiento del Código.

Creemos que, a través de esta acción conjunta, lograremos una solución efectiva y de impacto sostenido, dando un paso adelante en el sector de bebidas alcohólicas y proponiendo compromisos concretos respecto al consumo responsable de alcohol, la comunicación comercial y la sensibilización del consumidor. Alentamos a que otras empresas productoras de bebidas alcohólicas se adhieran a este código.

Apoyamos al Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONAR) en la promoción y presentación del Nuevo Código de Ética Publicitaria, así como el Procedimiento de Queja para nuestro Código de Autorregulación de Comunicación Comercial.

### **Impulsando la prevención en el consumo de bebidas alcohólicas**

Como en años anteriores, apoyamos la labor de la Asociación Creada Especialmente Para Trabajar con Adolescentes (ACEPTA), una institución privada que trabaja en la prevención del consumo y abuso de alcohol y drogas en niños, jóvenes y adolescentes.

Apoyamos la publicación de manuales informativos dirigidos a docentes, padres de familia y tutores que buscan una guía para educar a los niños y adolescentes en la prevención del consumo de bebidas alcohólicas y drogas. Son materiales ágiles y divertidos, en donde se brinda información, de manera sencilla y práctica, para que los padres y maestros puedan apoyar a sus hijos o alumnos a desarrollar habilidades sociales esenciales para su crecimiento. Se editaron un total de 20 mil manuales, denominados "Info Tips" que fueron distribuidos a padres de familia y escuelas de Lima, con temas tales como:

- Crianza en equipo.
- Cómo lograr con amor que nuestros hijos acepten límites.
- Las acciones y sus consecuencias.
- Cómo comunicarnos con nuestros hijos.
- Ayudemos a nuestros hijos a enfrentar riesgos.
- El deporte como factor de protección.
- Buscando causas.

- Cómo ayudar a nuestros hijos a usar bien su tiempo libre.
- La mejor carta.
- Cómo ayudar a nuestros hijos a decir NO.

También contribuimos con la reedición de 12 mil "Info Tips" con temas relacionados a: cómo ayudar a nuestros hijos a ser responsables, a tomar decisiones adecuadas, a sentirse bien consigo mismos, a aprender habilidades de rechazo.

Adicionalmente, a través de un convenio de cooperación, hemos publicado los "Info Tips", en el Portal de Escuela Virtual Backus, como material de consulta para padres, maestros y alumnos, los cuales pueden ser visualizados en línea o descargados.

Auspiciamos el curso presencial "Docentes como Agentes Preventivos" dirigido a maestros de escuelas de Lima, que ha beneficiado a 400 profesores de los diferentes niveles educativos. Este curso incluyó temas como:

- ¿Por qué prevención?
- Alcohol: empecemos a hablar antes que empiecen a tomar.
- Relatos sobre alcohol y adolescencia.
- Peligros físicos y emocionales del consumo en menores de edad.
- Aprendiendo las señales sobre el consumo de bebidas alcohólicas en los jóvenes.
- Hagamos que lo positivo sea más atractivo: mostrar lo positivo de vivir sanamente.



**Backus**  
PROMOVRIENDO EL CONSUMO RESPONSABLE

Toma con responsabilidad. De ti depende que beber sea siempre una diversión. **Ponte un límite.**

## LA EXPERIENCIA “PONTE UN LÍMITE”



Durante el 2007 lanzamos la campaña “Ponte un Límite”, resultado de un exhaustivo trabajo de investigación en el que participaron consumidores de los diferentes niveles socioeconómicos, especialistas en temas sociales y publicistas. Esta campaña educativa propone el autocontrol y la moderación como una manera de prevenir la exposición a consecuencias negativas o peligros, recordándole al consumidor, que sólo de él depende que beber signifique siempre, pasar un buen momento. Esta campaña incluye la difusión de comunicaciones comerciales en televisión, radio, prensa escrita y paneles.

Asimismo, desarrollamos un programa de capacitación para la fuerza de ventas y un programa dirigido a los puntos de venta con material informativo relacionado a esta campaña, a fin de convertirse en agentes promotores del consumo responsable. La campaña está dirigida al público en general, consumidor y no consumidor, a nivel nacional.

En esta campaña han participado diversos medios de comunicación, entre los que se encuentran: los canales de televisión Frecuencia Latina, América Televisión, Panamericana Televisión, ATV, La Nueva Red Global; la compañía de servicios Cable Mágico; el Grupo RPP, Corporación Radial,

Radio Panamericana; el Grupo ECO, Epena y la compañía de medios de publicidad exterior Punto Visual, quienes participan en la difusión a nivel nacional.

En una primera evaluación la campaña ha resultado positiva. Hemos comprobado que, tanto los recursos utilizados como el mensaje difundido, han sido muy bien recibidos por el público objetivo (personas de 18 a 35 años). Además de ser percibido como algo único que resulta interesante para los distintos segmentos y que genera una recordación moderada.

Somos conscientes de que la compañía influirá en el mediano plazo y continuaremos desarrollando acciones dirigidas a promover el consumo responsable especialmente en los jóvenes, pero también, con los padres, profesores y líderes de opinión, entre otros.

Algunas empresas e instituciones han difundido el material de la campaña “Ponte un Límite” entre sus trabajadores, asociados o beneficiarios, a través de diversos medios, vitrinas, intranet, banners, etc. Estamos muy satisfechos con la importancia que los medios de comunicación le están dando a la campaña y la respuesta recibida de diferentes líderes de opinión, empresarios y las ONG.

## Protegiendo el medio ambiente

La protección y preservación del medio ambiente ha sido siempre uno de nuestros principales objetivos. Realizamos, permanentemente, acciones vinculadas a la optimización en los procesos de producción, orientadas a la reducción del impacto ambiental, el menor consumo de agua y de energía, el trabajar hacia el “0” desperdicio y el reusar y reciclar empaques.



**“Contamos con unidades de última tecnología, que superan las exigencias ambientales de la legislación peruana, características que reflejan nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente.”**

*–Augusto Rizo Patrón, Vicepresidente de Distribución de Backus*

### Política del Sistema Integrado de Gestión

Las empresas que conforman el Grupo Cerveceros Backus: UCP Backus y Johnston S.A.A., Cervecería San Juan S.A., reconocen su compromiso de:

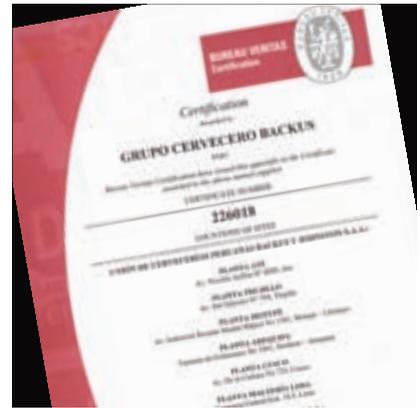
- Cumplir con los requisitos y mejorar continuamente la eficacia de su sistema integrado de gestión, asumiendo la responsabilidad por la calidad de sus productos y servicios, la prevención, control y mitigación de los impactos al medio ambiente, así como los riesgos de seguridad y salud ocupacional que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

### Plantas certificadas en ISO 9001, 14001 y OHSAS 18001

Todas nuestras plantas cerveceras cuentan con las certificaciones ISO 9001, 14001 y OHSAS 18001. En el 2007, luego de concluida la rigurosa auditoría realizada por la certificadora Bureau Veritas Certification, obtuvimos las re-certificaciones de calidad ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001 para las 6 plantas productivas a nivel nacional y la planta maltera.

Esta validación significa el reconocimiento, por parte de un organismo certificador, del Sistema Integrado de Gestión Backus en temas relacionados a la calidad, medio ambiente, seguridad, salud ocupacional y al cumplimiento de las normas ISO 9001:2000, ISO 14001:2004 y OHSAS 18001:1999, vigentes.

La re-certificación, que tiene alcance mundial, ha sido otorgada por el organismo acreditador del Reino Unido "UKAS", destacando nuestros compromisos con el mejoramiento continuo de la calidad en procesos, productos y servicios, aspectos ambientales y de seguridad y salud ocupacional.



Todas nuestras plantas cerveceras cuentan con las certificaciones ISO 9001, 14001 y OHSAS 18001.

## Protegiendo el medio ambiente



# US\$ 750,000

invertidos en la Planta de Ate, para la adecuación de las instalaciones, equipos y maquinarias al gas natural como nuevo suministro de energía, en reemplazo del petróleo, en las actividades productivas.

### Hacer más cerveza usando menos agua

Continuamos trabajando en la reducción del consumo de agua, al reducir a 4.64 hl de agua /hl de cerveza. Esta disminución ha sido posible gracias a proyectos de mejora implementados en todas las plantas cerveceras, como parte de la política de Desarrollo Sostenible en la que estamos involucrados.

#### Planta de tratamiento de residuos líquidos industriales

Asumimos la necesidad de mejorar el tratamiento de los residuos líquidos industriales a través de la utilización de lagunas de oxidación y bio-estabilización. El proceso incluye el tratamiento de las aguas residuales de las plantas cerveceras de Motupe, Pucallpa y la planta de malta de Ñaña (ex-Maltería Lima).

La Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA), organismo del Ministerio de Salud, realiza una evaluación periódica de nuestras aguas tratadas; los resultados de sus informes demuestran la efectividad de nuestro sistema de tratamiento.

La instalación de plantas de tratamiento de agua ha permitido reutilizar las aguas tratadas en otras cadenas productivas, generar fuentes de trabajo y productos, preservando la ecología en el entorno de la comunidad. Además de utilizarse para la limpieza y riego de los jardines de nuestras cervecerías.

Parte de nuestros proyectos medio ambientales para el próximo año contemplan la construcción de una planta de tratamiento de residuos líquidos industriales en la planta cervecera ubicada en el distrito de Ate, Lima.

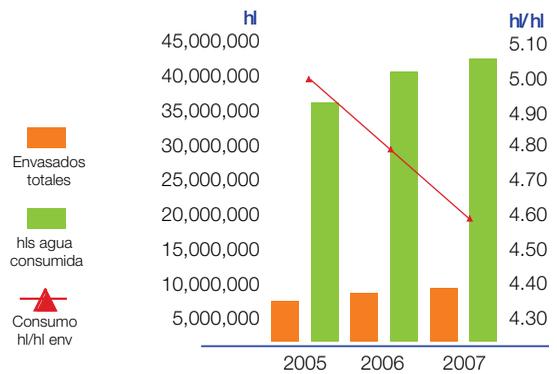
### Reducir el uso de energía y nuestro impacto en emisiones de carbón

#### Energía limpia en Planta Ate

Como parte de las acciones realizadas para alcanzar estos objetivos, realizamos en el año 2006 una importante inversión en la planta ubicada en el distrito de Ate, equivalente a US \$ 750,000 para la adecuación de las instalaciones, equipos y maquinarias al gas natural como nuevo suministro de energía, en reemplazo del petróleo, en sus actividades productivas.

Nuestros niveles de emisión de gases siempre han estado por debajo de los niveles permitidos por ley. Actualmente, con la adecuación de nuestras instalaciones y equipos al suministro de gas natural, el impacto en el medio ambiente es mínimo. Luego de la conversión a gas natural, según los reportes de resultados de los parámetros ambientales de los gases de combustión en los calderos, se ha logrado reducir drásticamente la emisión de gases; así mismo, mejorar la eficiencia de la combustión.

Producción vs. hls agua consumida



# 35%

de ahorro directo de energía, gracias a la implementación de nuevos sistemas de evaporación al vacío en las Plantas de Ate y Motupe.

Esta iniciativa de transformación por energía más limpia responde a las políticas de medio ambiente y de desarrollo sostenible que venimos implementando, desde hace años, a través de la política del Sistema Integrado de Gestión, en el que se establece desarrollar la industria en plena compatibilidad con el medio ambiente

El proceso tradicional consideraba la evaporación del mosto en 8% para lograr la calidad especificada de nuestro producto final. Con el nuevo sistema de evaporación al vacío, se requiere sólo un 4.5% de evaporación, manteniendo la calidad especificada y un ahorro de energía directa del 35%.

### Sistema de recuperación de CO<sub>2</sub>- plantas Ate y Motupe

En el año 2007 iniciamos la instalación de sistemas de recuperación de dióxido de carbono en las plantas de Ate y Motupe, con la finalidad de recuperar, purificar y almacenar este gas, que se produce en los tanques de fermentación, para luego ser utilizado en la carbonatación de la cerveza y otros procesos.

### Flota de transporte amigable con el medio ambiente

El esfuerzo por reducir nuestro impacto sobre el medio ambiente es integral. No solo nos preocupamos por reducir el impacto ambiental en la producción, sino también en la distribución. Como parte de nuestras acciones durante el 2007 adquirimos una nueva flota de camiones. Estas unidades, de última tecnología, superan las exigencias de nuestra legislación en lo que se refiere a emisión de gases, sumado al uso de líquido refrigerante *long life* biodegradable y zapatas de freno que no utilizan asbesto; características que reflejan nuestro compromiso.

Debido al crecimiento proyectado de la demanda, nuestra capacidad de recuperación de dióxido de carbono en Planta Ate, se incrementará de 1,800 kg/h a 3,300 kg/h; y en el caso de Planta Motupe, de 600 kg/h a 1,600 kg/h, lo cual representa evitar emisiones en ambas plantas en el orden de 0.5 kg CO<sub>2</sub>/hl de cerveza fermentada.

## Reusar y reciclar empaques

### Nuevo sistema de evaporación al vacío: plantas Ate y Motupe

En el área de cocimiento, con la finalidad de reducir el consumo de energía, hemos desarrollado un nuevo sistema de evaporación.

### Reciclaje de vidrio

Como parte de nuestros procesos de optimización, hemos disminuido las roturas de botellas en la línea de envasado. Las botellas rotas, o que ya cumplieron su ciclo de vida, son vendidas mediante contrato de exclusividad a Owens-Illinois (O-I), empresa que nos suministra

## Protegiendo el medio ambiente

botellas para el envasado de la cerveza. Esta estrategia nos permite reciclar este material, convirtiéndose en materia prima para la producción de nuevos envases. El vidrio es transportado por la empresa INGEMEDIOS, bajo las normas de DIGESA, SGA, entre otras.

### Nueva tecnología para nuestras botellas

Con la aplicación de la tecnología “Blow in Blow” en la renovación del parque de envases de 620 ml para nuestras marcas Pilsen Trujillo, San Juan y Arequipaña, logramos reducir el peso de la botella de 440 g a 390 g. Del mismo modo, en el nuevo diseño de envases para nuestras marcas Cristal y Pilsen Callao, en los envases 650 ml y 330 ml, se consiguió mejorar la relación peso/hl entre 5% y 7%, respectivamente.

Este cambio ha implicado una importante reducción de vidrio en nuestros envases contribuyendo, de esta forma, con el uso eficiente de los recursos renovables y no renovables.

### Planta de inyección de cajas plásticas “In House”

En nuestras plantas de Ate y Motupe hemos iniciado el proceso de inyección de cajas plásticas, empleando las cajas deterioradas que están en mejores condiciones, como insumo de las cajas nuevas. De esta forma, venimos renovando el parque de cajas de 620 ml, utilizando como materia prima 30% de material del reciclaje de cajas antiguas. Se logra un mejor diseño, mejor maniobrabilidad y mejor presentación para el cliente y, solo quedan para la venta las consideradas como sucio imposible.

### Reciclar para ayudar

Participamos activamente en la campaña “Reciclar para ayudar”, iniciativa de la Asociación de la Industria de Bebidas Gaseosas del Perú (ASBEGA), de recolectar botellas plásticas y entregarlas a la Asociación de Niños Quemados (ANIQUEM), con el fin de contribuir con el tratamiento de niños y adolescentes, provenientes de familias de escasos recursos económicos, que han sufrido quemaduras graves o leves.

La instalación de plantas de tratamiento de agua ha permitido reutilizar las aguas tratadas en otras cadenas productivas, generar fuentes de trabajo y productos, preservando la ecología en el entorno de la comunidad.



## Trabajar hacia el “0” desperdicio en las operaciones

Creemos que para lograr la estabilidad del medio ambiente no sólo es importante disminuir el consumo de recursos, sino, además, trabajar bajo el enfoque de reducción de desperdicios; así contribuimos, también, a la protección del medio ambiente y del equilibrio ecológico.

### Manejo de residuos no peligrosos

Transformamos un problema en un recurso que crea fuentes de trabajo y desarrollamos la industria en plena compatibilidad con el medio ambiente.

El afrecho, resultado de la elaboración de cerveza, es vendido a clientes estratégicos, a los cuales se suministra dicho insumo de acuerdo a la producción de cada una de nuestras plantas. El manejo para la venta del afrecho se establece bajo contratos para un determinado periodo. La levadura es retirada por una empresa agropecuaria que la procesa como alimento balanceado.

### Manejo de residuos peligrosos

Cumplimos con las disposiciones de acuerdo a ley para el manejo de los residuos peligrosos. Entre los principales desechos de este tipo se encuentran: baterías, pilas, aceites, solventes y derivados de hidrocarburos, wpye y

trapos industriales impregnados con restos de productos derivados de hidrocarburos, envases de plaguicidas, cartuchos de tinta de impresoras y toner de fotocopidora. Durante los dos últimos años hemos desarrollado acciones relacionadas a mejorar los sistemas y el manejo directo de estos desechos.

### Acciones de mejora:

- Elaboramos un tríptico para la difusión al personal sobre Residuos Sólidos Peligrosos
- Construcción, de acuerdo a Ley, del Almacén de Residuos Sólidos Peligrosos, sobre un área de 100 metros cuadrados. Además de la implementación de cilindros metálicos con tapa pintadas y rotuladas para el almacenamiento de “Residuos Peligrosos”.
- Implementación de formatos, a manera de registros de calidad, para ser utilizados en el control de la recepción de residuos sólidos peligrosos en el almacén y el registro de cantidades y procedencia.
- Envío al Ministerio de la Producción de los manifiestos de disposición final de los residuos peligrosos, de acuerdo a norma legal.
- Envío de residuos peligrosos hacia el relleno de seguridad autorizado, a través de la empresa INGEMEDIOS (EPS – RS) y visitas de verificación al relleno sanitario para residuos peligrosos.



## Construyendo relaciones

Creemos en la importancia de establecer vínculos que permitan la construcción de relaciones fuertes y perdurables en el tiempo. Estamos convencidos que generar oportunidades de negocio y desarrollo permanente, será lo que determine la calidad de las futuras generaciones y un Perú mejor.



**“La comunicación directa y el trato cordial ha caracterizado nuestra relación con Backus”.**

*–Denis Avila, proveedor Logodisac*

## Desarrollo de proveedores

Buscamos el establecimiento de niveles de asociación para construir relaciones fuertes, perdurables y de lealtad, a través de los procesos de comercio electrónico, contratos de abastecimiento y alianzas estratégicas con nuestros proveedores; entendiendo que las relaciones comerciales deben basarse en el respeto, dignidad e igualdad de oportunidades.

Gestionamos el trabajo con nuestros proveedores buscando compartir nuestros estándares, valores y compromisos; con ello promovemos el desarrollo de sus empresas. Contamos con un área dedicada al entrenamiento y perfeccionamiento de nuestros proveedores, encargada de diseñar programas de capacitación, según las oportunidades de mejora identificadas en los procesos de certificación y evaluación del desempeño. Estos cursos son dictados por instructores internos.

En los últimos tres años hemos desarrollado diversos cursos a nivel nacional, entre los que podemos destacar: Introducción a la Calidad de Gestión y sus Resultados, Aseguramiento de la Calidad y Normalización del Sistema de Gestión Ambiental, Higiene y Protección Alimentaria, Nuevos Enfoques de Recursos Humanos, Seguridad Industrial y Manipuleo de Productos Químicos, Gestión de Cadena de Suministros, Servicio al Cliente, Gestión de Calidad y Aseguramiento, Proceso de Compras - Abastecimiento, Certificación de Proveedores - ISO 9000, entre otros.

Además, a través de planes y actividades, buscamos difundir dos conceptos claves en nuestra cadena de suministro: Abastecimiento Responsable y Desarrollo de Proveedores.

### Principios de Abastecimiento Responsable (PAR)

Nuestros proveedores deben comprometerse con el cumplimiento de los PAR:

#### 1. Conducta empresarial

Backus y sus proveedores negociarán abierta e imparcialmente, adhiriéndose a los términos del contrato.

#### 2. Condiciones de trabajo

Las políticas y procedimientos de salud y seguridad deben cumplir, como mínimo, con los requisitos legales y, donde estos no existan, es suficiente con desarrollarlos e implementarlos para proteger el bienestar de nuestros empleados.

#### 3. Trabajo forzoso

Está prohibido el trabajo forzado u obligatorio. Los empleados no deben ser forzados hacia una labor involuntaria y la coerción en el trabajo no es aceptable.

#### 4. Trabajo Infantil

Acorde con la asamblea ILO (International Labour Organization), los niños podrían ser contratados en circunstancias en que se garantice su seguridad ante una posible explotación, que los proteja de peligros morales o psíquicos y daños de salud a largo plazo, y que no se interpongan con su educación.

#### 5. Salarios

El pago no será menor al requerido por la ley local. En la ausencia de una ley, el nivel de pago deberá ir acorde con la industria.



Gestionamos el trabajo con nuestros proveedores, buscando compartir a nuestros estándares, valores y compromisos.

# Construyendo relaciones

## 6. Diversidad

Siendo respetuosos de las diferencias culturales, esperamos el desarrollo de iguales oportunidades en el empleo sin discriminación en base a raza, religión y género, u otras razones arbitrarias.

## 7. Libertad de asociación

Debe haber un diálogo constructivo entre los trabajadores y la gerencia. Los empleados deben sentirse libres de incorporarse a asociaciones lícitas.

## 8. Ambiente

Los proveedores serán conscientes de cumplir con las leyes ambientales locales y mostrar sensibilidad hacia otros problemas ambientales que puedan repercutir ya sea en las comunidades locales o en plantas de Backus.

Durante el 2007 hemos realizado el despliegue de estos principios en la organización a través de los medios de comunicación interna; además, 153 trabajadores de las diferentes áreas de nuestra empresa, que mantienen contacto directo con proveedores, han sido capacitados en temas relacionados al desarrollo sostenible y en PAR.

Con la incorporación de ambos conceptos adecuamos nuestro Sistema de Gestión de Proveedores, permitiendo evaluar el desempeño, certificar u homologar, y capacitar a nuestros proveedores para integrarlos a nuestros procesos, y desarrollar una cultura de calidad.

## Gestión de Pymes: TecnoGas, una experiencia de desarrollo de proveedores

Participamos en el proyecto “Promoción de Responsabilidad Social Empresarial”, desarrollado por el Patronato Perú 2021, para promover la inclusión de esta filosofía en la gestión de las Pymes y para incrementar su competitividad.

Este proyecto se realizó de manera simultánea en cuatro países: Brasil, Chile, El Salvador y Perú. Nuestro proveedor invitado, Tecnogas S.A., recibió información y capacitación, para luego compartir su experiencia con otros proveedores de nuestra cadena de suministro.

Adicionalmente, hemos desarrollado cuestionarios para sensibilizar y solicitar información a nuestros principales proveedores sobre las prácticas de responsabilidad social aplicadas en su empresa. Esta información nos permitirá medir el grado de avance de nuestra cadena de suministros en estos temas y la formulación de planes de mejora conjunta para conciliar los criterios económicos, sociales y ambientales.



153 trabajadores de las diferentes áreas de nuestra empresa, que mantienen contacto directo con proveedores, han sido capacitados en temas relacionados al desarrollo sostenible y en Principios de Abastecimiento Responsable.

### **Certificación y homologación de proveedores**

En el 2006 trabajamos con 522 proveedores nacionales y 201 proveedores extranjeros, de los cuales 65 han sido homologados por SGS del Perú. Esta homologación consiste en certificar los procesos del proveedor para garantizar el abastecimiento de los requerimientos de nuestra empresa. De esta manera, se evalúa su actividad, capacidad, sistemas de calidad y sistema comercial.

En este proceso de certificación y homologación de proveedores, además de evaluar y analizar la situación financiera, capacidad operativa, gestión de calidad, gestión comercial, seguridad, salud y medio ambiente, de nuestros principales proveedores nacionales; estamos incluyendo temas referidos a los principios de abastecimiento responsable, basados en las 10 prioridades del Desarrollo Sostenible, como uno de los aspectos a evaluar en nuestros proveedores.

### **Ética y valores para nuestros proveedores**

Dentro de nuestro Programa Integral de Ética Corporativa, buscamos la adhesión de los proveedores a nuestra Política de Ética, la cual ha sido difundida a través de talleres y conferencias.

En el caso de los proveedores extranjeros, difundimos la Política de Ética a través de la vía electrónica, estableciendo una comunicación permanente para verificar el

cumplimiento de la misma. También contamos con un canal de comunicación directa, a través del boletín electrónico "Comunicándonos", distribuido a nivel nacional e internacional, entre nuestros proveedores.

## **Compromiso con nuestros colaboradores**

Somos una empresa enfocada en el desarrollo de las personas y reconocemos que nuestra ventaja competitiva se basa esencialmente en nuestra gente. Reconocemos que desarrollar a nuestra gente es clave para alcanzar nuestros objetivos de negocio. Por ello, buscamos brindarles el mejor ambiente y condiciones de trabajo para que puedan ofrecer a nuestros clientes externos productos y servicios de primera calidad.

Nuestra estrategia de talento es simple: atraer, conservar y desarrollar el talento. Tenemos un claro compromiso con su perfeccionamiento, y para ello, utilizamos herramientas relacionadas a la administración del desempeño; de esta forma, invertimos en la puesta en marcha de procesos formales e instrumentos que aseguren el desarrollo del conocimiento y las habilidades de nuestros empleados. Contratamos a nuestros empleados, de modo que ellos quieran permanecer con nosotros y construir una carrera dentro de nuestra organización.



En el 2006 trabajamos con 522 proveedores nacionales y 201 proveedores extranjeros, de los cuales 65 han sido homologados por SGS del Perú.

# Construyendo relaciones

## Respeto por los Derechos Humanos

Formamos parte del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, una iniciativa voluntaria de responsabilidad cívica corporativa que destaca el interés de las empresas, de las organizaciones laborales y de la sociedad civil en la necesidad de adoptar una serie de medidas consensuadas para perseguir un importante reto: una economía global, integral y sostenible. Esta iniciativa se basa en diez principios universales en materia de derechos humanos: trabajo, medio ambiente y en la lucha contra la corrupción.

Contamos con una política corporativa sobre derechos humanos en la que se establecen lineamientos bajo 12 principios relacionados a: trato igualitario y justo, respeto a las leyes, no discriminación, remuneración justa, brindar condiciones laborales favorables, ambiente seguro y saludable, no al trabajo forzoso y obligatorio, no al trabajo infantil, libertad sindical, no a la corrupción, ser buenos vecinos, comercialización responsable de nuestros productos, integración de los principios de consumo responsable de alcohol y la aplicación de estos principios a toda la cadena de suministros.

Asimismo, existen una serie de políticas específicas de Recursos Humanos relacionadas a desarrollo y capacitación del personal, reclutamiento, contratación, incentivos, beneficios, programas de satisfacción, administración de quejas, servicios de alimentación, salud ocupacional, entre otras; las cuales apuntan a desarrollar una cultura de alto desempeño, con responsabilidad y respetando los derechos humanos.

## El Club de Catadores Ciegos

Desde hace 46 años contamos con la presencia del Club de Catadores Ciegos, un grupo de 10 catadores invidentes cuya misión es distinguir el amargor, el sabor, el cuerpo y el aroma de la cerveza; reconocer sus características, similitudes y diferencias, para luego calificarlas dentro de los rangos establecidos para el perfil de una determinada marca de cerveza. Para cumplir esta labor son entrenados durante 12 meses, perfeccionando aún más los sentidos del gusto y olfato, además de aprender a diferenciar técnicamente los aromas y sabores de la cerveza.

El aporte de este grupo de catadores complementa la labor del Panel Técnico, conformado por Ingenieros de Control de Calidad y Cerveceros del área de Elaboración, entrenados especialmente en los sabores y aromas típicos de la cerveza, así como las probables desviaciones que pudiera tener su perfil, todo esto con el propósito de asegurar la calidad de los productos.

Este programa ha permitido dar trabajo estable a discapacitados invidentes, además de brindarles formación técnica para realizar labores de cata en otras industrias no relacionadas a las bebidas alcohólicas.





## Ética y valores

Comprendemos que el liderazgo, el éxito, la rentabilidad y el lugar en la economía global dependen de nuestra forma de gestionar y de la conducta ética que practiquemos. La integridad de nuestros colaboradores es la base de las relaciones con los clientes, proveedores y la sociedad. Por ello, para garantizar la honestidad, decencia y transparencia en la gestión administrativa y el negocio, desarrollamos el Programa Integral de Ética Corporativa (PIEC).

Así, los colaboradores deben cuidar, en todo momento, que cualquier actividad en la que estén involucrados se realice en forma honesta, decente y transparente; evitando se cuestione la integridad, responsabilidad y reputación de Backus.

El PIEC consta de 4 documentos: Código de Ética, Código de Conducta del Ejecutivo, Código de Ética para Proveedores, Política de Usuarios de Sistema de Información.

## Clima laboral

Nos preocupamos, permanentemente, por conocer la satisfacción de nuestros colaboradores; desarrollamos, dos veces por año, la Encuesta de Satisfacción Organizacional (ESO).

El objetivo de ESO es conocer las percepciones de los colaboradores sobre diversos temas relacionados con la satisfacción y el compromiso de los empleados, además

de su opinión respecto a la implementación de los planes de acción y otros eventos críticos, identificar los aspectos que generan satisfacción/insatisfacción, para luego analizar y comprender, cualitativamente, los resultados cuantitativos obtenidos en ambos estudios.

De esta forma, se identifican los focos de atención a través del análisis de las diferentes dimensiones y factores.

## Libertad de afiliación y negociación colectiva

Los procesos de negociación colectiva, de los dos últimos años, representaron un cambio importante en la relación Empresa-Sindicato. El concepto del Sindicato como socio del negocio, primó como base para asegurar un clima de armonía laboral. Esto facilitó la implementación de una fluida y abierta comunicación interna de los avances de la negociación, así como el cambio en el enfoque para la generación de propuestas que garanticen equidad interna a nivel de sedes de la Operación Perú.

### 2006:

Se cerró el convenio colectivo por un año y medio con el Sindicato Nacional de Obreros Backus, modificando la fecha de vigencia al mes de abril.

### 2007:

Se cerró el convenio colectivo por 3 años con el Sindicato de Trabajadores Obreros de San Juan S.A.A. y con el Sindicato de Trabajadores de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. Planta San Mateo – Huarochirí.



## Línea Ética: juntos protegemos nuestra integridad

Es el canal por el cual se reciben y canalizan las denuncias que formulan nuestros colaboradores, proveedores y terceros, sobre eventuales conductas antiéticas en que podrían incurrir los colaboradores del Grupo Backus. Para su cumplimiento y administración, se ha creado un Comité de Ética encargado de velar por el cumplimiento de la Política de Ética, recibir, registrar y conducir la investigación.

¿Qué se puede reportar?

- Conflictos de interés.
- Sobornos y coimas.
- Abuso en el consumo de bebidas alcohólicas.

- Solicitud de pagos y préstamos.

- Aceptación de obsequios y cortesías que excedan la suma acordada como límite (S/.70 nuevos soles), entre otras acciones consideradas en contra del PIEC.

# Construyendo relaciones

## Bienestar para los colaboradores y sus familiares

Somos conscientes de la demanda del mercado y del reto que implica lograr el equilibrio entre la vida personal y la productividad de nuestros colaboradores.

Contamos con una gerencia dedicada a desarrollar la estrategia de bienestar de nuestra empresa. El enfoque bajo el que trabajamos, busca desarrollar un programa innovador para nuestros clientes internos, que permita contribuir a mejorar su calidad de vida. La meta es lograr la interdependencia de los colaboradores y su identificación con la cultura empresarial y con nuestras marcas, en un excelente clima laboral.

### • OHSAS 18001

Considerada dentro de nuestra política del Sistema Integrado de Gestión, evidencia nuestro compromiso con la seguridad, la salud y el bienestar de los trabajadores.

En el 2007 se elaboró la Política de Salud Ocupacional y se trabajaron los lineamientos generales para los exámenes médicos, logrando la recertificación de Bureau Veritas.

### • Examen Médico Anual (EMA)

Anualmente, se realiza el examen médico a todos los colaboradores, en el cual se identifican los grupos de riesgo con quienes se desarrollan talleres de prevención y tratamiento dirigidos por profesionales de la salud y médicos especialistas. La cobertura es de 1,535 trabajadores.

### • Servicio de comedor

Contamos con el servicio de alimentación en nuestras plantas a nivel nacional, mediante el cual brindamos a nuestros trabajadores alimentación balanceada y saludable. Cada seis meses, todos nuestros comedores, son sometidos a exigentes revisiones de control microbiológico, buenas prácticas de manipulación de alimentos y evaluación médica para personal de cocina y atención.

En el 2007 se elaboró e implementó una Política de Servicio de Alimentación, alineada y en cumplimiento con la Política del Sistema Integrado de Gestión.

### • Actividades deportivas de integración

Desarrollamos actividades de integración para nuestros trabajadores, destacando las actividades deportivas en donde se practican fútbol, fulbito, tenis, vóley mixto,

entre otras disciplinas. Durante el 2006 y 2007 participaron 1,548 colaboradores.

Nuestras actividades no solamente alcanzan a nuestros colaboradores, también a sus familiares, tanto hijos como cónyuges, participan en diversas actividades y se benefician con programas especialmente diseñados para ellos.

### • Verano Backus

Es el programa que promueve el uso adecuado del tiempo libre a través de actividades recreativas, culturales, artísticas, deportivas y educativas para los hijos de nuestros colaboradores, entre 5 y 15 años de edad. Durante los veranos 2006-2007 participaron 1,483 niños y adolescentes.

### • Becas de estudio

Contamos con un programa de Becas Educativas a través de una alianza estratégica con el Instituto Peruano de Fomento Educativo (IPFE), dirigido a los hijos de los trabajadores en etapa escolar, técnica y superior con un alto rendimiento académico durante el año previo. Durante el 2006 y 2007 se entregaron 919 becas.

Para garantizar la transparencia en la elección de los beneficiarios, el IPFE realiza la evaluación de los candidatos. Esta beca se refleja en una asignación económica anual otorgada al trabajador.

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

Preocupados por la salud de los miembros que conforman la comunidad donde nos desarrollamos, Backus ha evaluado los niveles de incidencia de VIH/Sida en el Perú y ha establecido un plan de acción para los próximos años que incluye acciones de sensibilización, información, educación y prevención con los colaboradores y sus familias. Actualmente, contamos con una política revisada y una campaña ad hoc para la difusión interna. Además, a través del examen médico anual, el trabajador tendrá la posibilidad, voluntaria y confidencial, de saber si está infectado con este virus.

## VOLUNTARIADO BACKUS



El Voluntariado Backus es un programa de responsabilidad social que responde al Modelo de Gestión Backus, involucrando al trabajador de manera libre y desinteresada en acciones que busquen satisfacer necesidades de la comunidad donde, tanto la empresa como los trabajadores, actúan coordinadamente, poniendo a disposición recursos no sólo económicos, sino también horas de trabajo en beneficio de alguna actividad previamente seleccionada.

Durante el 2006 y 2007 el Voluntariado Backus ha ejecutado diversas campañas a nivel nacional, destacando la gran campaña de solidaridad de los trabajadores de Backus y de las distribuidoras para los damnificados del sur. Se donaron 45 toneladas de víveres y 15,000 botellas de agua a los afectados en Cañete, Chincha y Pisco.

Ante la ola de friaje, apoyamos a diversas localidades ubicadas a más de 3,500 m.s.n.m. con la donación de 1,970 paquetes conformados por frazadas, pantalonetas, medias, y botas de jebe, que se entregaron en los centros poblados de Melgar, Carabaya, Chucuito y Pizacona, en la ciudad de Puno; así como en Calca y Paruro, en el Cusco.

La solidaridad no solo es externa, a finales del 2007, se reactivó el Voluntariado Backus a través de la campaña "Todos por Raúl", un compañero de trabajo quien viene siendo afectado por una dolencia grave. Esta iniciativa ha permitido colaborar, activa y económicamente, con el tratamiento médico y unir fuerzas con su familia para su pronta recuperación.

## Desarrollando comunidades

Desde hace varias décadas promovemos y desarrollamos programas y actividades de inversión social con enfoque en educación, cultura, generación de empleo, desarrollo local; así como actividades artísticas, literarias y deportivas.



**“La conservación de la Huaca de la Luna nos ha permitido convertirnos en una comunidad económicamente activa y atractiva turísticamente”.**

*–Alex Clavo, asistente de conservación*

## Educación

Reconocemos que la educación es un factor clave para asegurar el crecimiento sostenido de un país. Por ello, como empresa líder, tomamos la iniciativa de apoyar esta área de manera directa.

### Del video casete al ciberespacio: Escuela Virtual Backus

En 1993 se creó el programa educativo de responsabilidad social Videoteca Backus, con la finalidad de brindar soporte a la educación ofreciendo los servicios de préstamo de videos y capacitación docente en seis departamentos: Lima, Lambayeque, La Libertad, Arequipa, Cusco y Ucayali. Además, se desarrollaron eventos vocacionales a nivel nacional, beneficiando a más de 1 millón de estudiantes y a 65 mil maestros, aproximadamente, en las 1,311 instituciones educativas afiliadas. Gracias a la labor desarrollada en apoyo a la educación, Videoteca Backus fue reconocida con diversos premios y por distintas instituciones, destacando, en el 2006, un especial reconocimiento del Ministerio de Educación.

En el 2007 Videoteca Backus evoluciona hacia un nuevo programa educativo: Escuela Virtual Backus. Alineándose a las prioridades educativas nacionales establecidas por el Ministerio de Educación, así como también al Proyecto Educativo Nacional (PEN) en relación a la capacitación docente continua, a la promoción de uso de las nuevas tecnologías en la educación, a la crea-

ción de redes de intercambio entre maestros de todo el país, y la revalorización de la carrera docente. Este programa educativo desarrolla, reúne y difunde recursos educativos digitales, capacitación virtual, noticias educativas e información profesional, con el fin de contribuir al crecimiento profesional de los educadores y a la formación integral de niños y jóvenes.

Está basado en la gestión de recursos y herramientas educativas a través de la website: [www.escuelavirtualbackus.edu.pe](http://www.escuelavirtualbackus.edu.pe), es decir, hace uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para llegar al maestro y a los alumnos. Este programa cuenta con el auspicio del Ministerio de Educación y fue presentado oficialmente a nivel nacional

Uno de los principales objetivos de Escuela Virtual Backus es desarrollar competencias y habilidades en los maestros para mejorar su práctica docente y optimizar el uso de las tecnologías de la información y comunicación, lo cual permitiría reducir la brecha digital y cognitiva de maestros y alumnos, y ofrecer a la comunidad educativa nacional acceso a diversos recursos educativos digitales: videos, conferencias, presentaciones, publicaciones, entre otros. Además de informar a los estudiantes sobre temas vinculados a orientación profesional.

Actualmente, 27 instituciones nacionales y extranjeras proveen recursos y/o programas de capacitación, destacando la Fundación Cisneros (Venezuela), Universidad Peruana Cayetano Heredia, Universidad de



Mas de 9,000 docentes hacen uso permanente de los recursos del portal Escuela Virtual Backus y reciben información educativa actualizada.

# Desarrollando comunidades



# 79,040

visitaron el portal Escuela Virtual Backus, de los cuales el 86% fueron maestros y el 9% alumnos.

Piura, Universidad Alas Peruanas, Universidad Señor de Sipán, Instituto de Formación Bancaria, Consigna Educativa, Foro Educativo, Asociación Nacional para el Desarrollo Social Sustentado en Tecnología de la Información y Comunicación (Andestic), Prom Perú, Instituto Nacional de Radio y Televisión (IRTP), Asociación para la Niñez y su Ambiente (ANIA), Consejo Nacional del Ambiente (CONAM), Te Quiero Verde, Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (ASPEC), entre otras. Contamos con 523 recursos disponibles en línea y/o para descarga para los maestros, de los cuales 201 son videos.

Hasta diciembre del 2007 el portal ha sido visitado por 79,040 personas, de las cuales el 86% fueron maestros y el 9% alumnos, registrándose 9,036 personas como usuarios de los nuevos servicios, programas y actividades. En este primer año se han ofrecido 7 cursos virtuales y 13 cursos presenciales, capacitando a 1,746 profesores. Asimismo, hemos ofrecido 16 conferencias para visualización en línea.

## Consejo Consultivo

Para una mejor evaluación de las acciones y planes del Programa Educativo Escuela Virtual Backus, hemos conformado un equipo de profesionales especializados en el área educativa, representantes del Estado y medios de comunicación. Este Consejo Consultivo se reúne tres veces al año para analizar el avance del programa en base a los resultados presentados por el equipo de Escuela Virtual Backus. Además de presentar e identificar

nuevos enfoques, aportes y oportunidades de mejora para el programa.

## Equipo Consultivo:

**Programa Huascarán:** María Luisa Maguiña y Jorge Peralta. Miembros de la Dirección General de Tecnologías Educativas del Ministerio de Educación.

**Consejo Nacional de Educación:** Patricia Salas O'Brien, Presidenta.

**Foro Educativo:** Peregrina Morgan, Directora Ejecutiva.

**Lerner y Lerner Asociados:** Roberto Lerner Stein, Director

**Universidad Antonio Ruiz de Montoya - Consigna:** Luis Bretel, Director de Consigna Educativa.

**SASE:** Baltazar Caravedo, Consultor Asociado.

**Diario El Comercio:** Silvia Miro Quesada, Editora de Servicios Periodísticos.

## Zoocriadero San Juan

Contamos con un programa de educación ambiental dirigido a la comunidad en nuestro Zoocriadero San Juan de Pucallpa. Esta es una iniciativa científica y conservacionista de especies oriundas de la selva peruana que se encuentran amenazadas o en peligro de extinción.

Este programa ha permitido, en los últimos dos años, que más de 17,000 personas de diferentes instituciones

El desarrollo de esta zona como eje turístico ha permitido que sus pobladores se conviertan en una comunidad económicamente activa, mejorando su calidad de vida y su entorno.



# 98,000

personas visitaron la Huaca de la Luna en el último año, entre turistas nacionales y extranjeros.

educativas locales y nacionales participen de una experiencia vivencial en el zoológico y conozcan los temas de medio ambiente de la zona.

Nuestro zoológico cuenta con 10 especies de fauna silvestre, entre otorongos, sajinos, tigrillos, guacamayos y sachavacas. Especialistas y estudiosos, nacionales y extranjeros, realizan investigaciones sobre el comportamiento y desarrollo biológico de estas especies.

pobladores se conviertan en una comunidad económicamente activa, mejorando su calidad de vida y su entorno.

El proyecto arqueológico Huaca de la Luna, es coadministrado por la Universidad Nacional de Trujillo, el Patronato Huacas del Valle de Moche y el Instituto Nacional de Cultura.

## Desarrollo local

### De una huaca vacía a un valle con desarrollo

A solo unos kilómetros de Trujillo, en la zona conocida como la campiña Moche, por la civilización que habitó este lugar, se encuentra una de las experiencias más exitosas de rescate y conservación de uno de los patrimonios culturales más importantes de la zona norte; logrado gracias al trabajo de la empresa privada, el Estado y la comunidad. Desde el año 1992, la Huaca de la Luna forma parte de los proyectos arqueológicos promovidos por nuestra empresa a través del apoyo a los trabajos de excavación, conservación y uso turístico.

La recuperación de parte de nuestra historia y civilización a través de uno de los monumentos arqueológicos más importantes de la cultura Moche, ha logrado constituir un polo de desarrollo en la zona, generando empleo de manera directa e indirecta, a través de diferentes actividades económicas que se vienen desarrollando alrededor de la huaca. El desarrollo de esta zona como eje turístico ha permitido que sus

### Proyecto Huaca de la Luna

## 2001

Premio Creatividad Empresarial

## 2004

Premio a las Buenas Prácticas de Gestión de Turismo Cultural, otorgado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España.

## 2005

Premio Internacional "Reina Sofía de Conservación y Restauración del Patrimonio Cultural".

## 2007

Buenas Prácticas Gubernamentales, en la categoría Promoción de la Cultura e Identidad por el desarrollo del proyecto.

## Desarrollando comunidades

Gracias al financiamiento, la asesoría permanente del proyecto y el trabajo sistemático de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Trujillo, se han rescatado y conservado 1,550 m<sup>2</sup> de murales policromos.

El proyecto Huaca de la Luna ha generado más de 575 espacios de formación para estudiantes, extranjeros y nacionales, de pregrado, licenciatura y postgrado de diversas disciplinas ligadas a las actividades del proyecto; hallando en él una oportunidad para la aplicación de sus conocimientos y el desarrollo de nuevas tecnologías y herramientas. En el último año fueron capacitadas un total de 94 personas en el Proyecto Huacas del Sol y de la Luna, 90 nacionales y 4 extranjeros, (10 estudiantes de arqueología, 54 conservadores y 30 guías en turismo).

En cuanto a la generación de empleo, el Proyecto Huaca del Sol y de la Luna genera 116 empleos directos en el proyecto, distribuidos entre codirectores, personal administrativo, arqueólogos, conservadores, guías de turismo y químicos; la gran mayoría de ellos, trujillanos. Y los técnicos de campo, provenientes, casi en su totalidad, de la Campiña de Moche. Se favorece así, a profesionales jóvenes y se beneficia a la población local. También se han generado 34 puestos de trabajo para artesanos, quienes ofrecen productos y servicios para el turismo en el Centro de Investigación y Visitantes de Huaca de la Luna.

Sin duda, la población norteña se ha visto beneficiada por estas investigaciones y trabajos de conservación. Ahora la Campiña de Moche cuenta con los servicios básicos que antes no tenía, elevando la calidad de vida de sus pobladores. La comunidad se ha organizado y ha reconocido su problemática y posibilidades de desarrollo sostenible, consolidando la identidad de la comunidad local. Además, muchas familias de la zona han encontrado una ocupación lucrativa, desarrollándose una serie de actividades vinculadas al turismo que promueve el Proyecto Arqueológico Huaca de la Luna, y que van configurando a esta tradicional campiña como un producto turístico con sus propios valores étnicos culturales.

Hoy, la campiña Moche, cuenta con 25 restaurantes y centros de esparcimiento que generan 140 empleos regulares; 2 empresas de transporte con 26 unidades y 104 trabajadores; 35 bodegas con 41 empleos y oportunidad de negocio para 50 artesanos; dando como resultado 335 empleos indirectos. Alrededor de este proyecto se generan un total de 451 empleos.

En el último año, más de 98,000 personas visitaron este complejo, entre turistas nacionales y extranjeros, incremen-



tándose en un 24.43% el turismo extranjero y, batiendo récord de ingresos por visitas en los últimos nueve años.

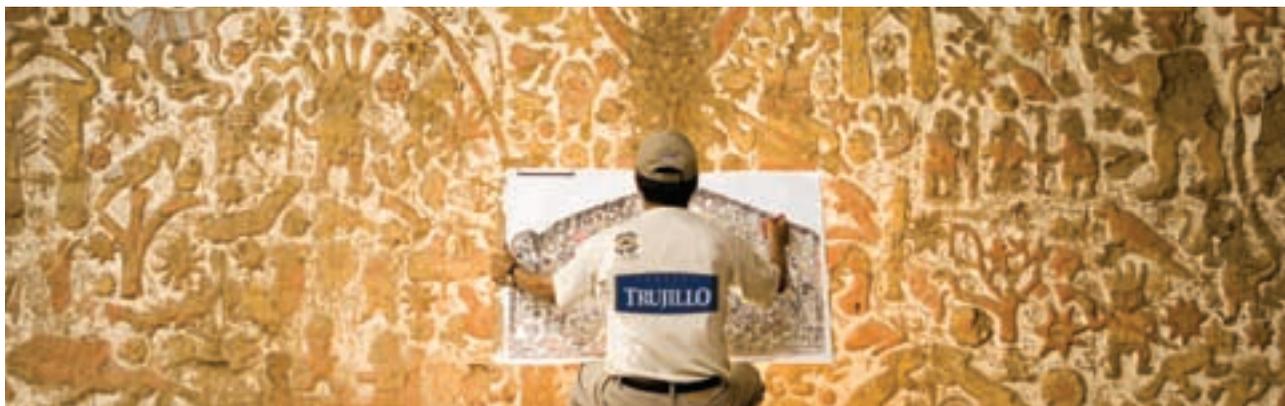
El Proyecto Huaca de la Luna ha sido reconocido por una serie de instituciones, peruanas y extranjeras, por su modelo de gestión y por los resultados obtenidos. Destacan el premio Creatividad Empresarial 2001 en la categoría Cultura; en el año 2004 el Premio a las Buenas Prácticas de Gestión de Turismo Cultural, otorgado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España, que fue calificado como uno de los 11 mejores modelos de gestión de Iberoamérica. En el 2005, el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación de España, a través de la Agencia Española de Cooperación Internacional, otorgó al proyecto arqueológico Huaca de la Luna, la cuarta edición del Premio Internacional “Reina Sofía de Conservación y Restauración del Patrimonio Cultural”, uno de los más importantes galardones a nivel internacional. Finalmente, en el último año, este proyecto fue reconocido con el premio Buenas Prácticas Gubernamentales, en la categoría Promoción de la Cultura e Identidad, por el desarrollo del proyecto.

### Promoviendo el turismo en Túcume

Contribuimos con la investigación, conservación y puesta en valor del complejo arqueológico Túcume y con el Museo de Sitio que maneja una colección conformada por los materiales procedentes de las pirámides y, realiza labores de investigación, preservación y conservación de estas piezas. El Museo promueve y desarrolla diversas actividades relativas a la incorporación de la comunidad local en tareas de conservación y desarrollo del patrimonio turístico, para lo cual realiza talleres de sensibilización y capacitación dirigidos a escolares, artesanos, prestadores de servicios de transporte, guías locales, restaurantes y organizaciones diversas. El Museo ha promovido la creación de una organización de coordinación local denominada: Asociación para la Conservación del Patrimonio y el Desarrollo Turístico de Túcume, organismo dirigido por el Museo y que incorpora a la Municipalidad, la Gobernación Política, el Club de Turismo y a maestros de la localidad.

Asimismo, hemos contribuido económicamente para la construcción del aula de educación, diseñada con patrones arquitectónicos y materiales tradicionales.

Túcume es otro ejemplo que demuestra, que la conservación del monumento arqueológico con un enfoque turístico, contribuye con el de desarrollo local.



### Desarrollando Motupe

Como parte del aporte al desarrollo de diferentes zonas de nuestro país, en Motupe se ha realizado un sostenido trabajo de proyección social, cuyo objetivo es atender las necesidades concretas de la población en: salud, deporte, agricultura y en el fortalecimiento de su identidad religiosa-cultural. Destacan acciones como la construcción del Muro de la Santísima Cruz de Chalpón; el mantenimiento de las aulas de la institución educativa 10152 Hermanos Galino-Palo Blanco y de la comisaría "B"; la recuperación y resembrado del estadio de la ciudad; y el apoyo, en coordinación con el Arzobispado de Chiclayo, al Centro Médico Santa María Salud de los Enfermos, a través de la donación de una ambulancia, medicinas a bajos costos y servicios gratuitos.

### Contribuyendo con Cusco

Desde hace 17 años contribuimos con la ciudad del Cusco a través de un importante aporte económico voluntario destinado a la ejecución de obras de infraestructura en zonas urbano-marginales. Además, de la difusión y promoción del arte y cultura cusqueña.

Gracias a este aporte, durante el 2007, se realizaron 21 obras físicas en 8 distritos de la ciudad. La construcción de escalinatas, pavimentación de pistas y veredas y losas deportivas que mejoran las condiciones de vida de las personas que viven en estas zonas, además de contribuir con el ornato de la ciudad.

En lo relacionado a la difusión y promoción del arte y cultura cusqueña, se destinó un 10% del último aporte del convenio para la edición de libros.

## Tradiciones y cultura nacional

Continuamos con el trabajo de conservación, preservación y difusión de nuestras tradiciones y cultura nacional.

### Caballo Peruano de Paso

Desde 1978, a través de la alianza con la Escuela de Chalanes de la Universidad Nacional Agraria La Molina, la Universidad Pedro Ruiz Gallo de Chiclayo, la Asociación de Criadores de Caballo de Paso de Trujillo y la Asociación de Criaderos y Propietarios de Caballos de Paso de La Libertad, promovemos la preservación, difusión y mejoramiento de la crianza del caballo Peruano de Paso; imponente raza equina criolla, de orgullo nacional, considerada patrimonio del Perú.

En Motupe contamos con 36 ejemplares que, anualmente, participan en 120 exhibiciones, ya sea en ferias patronales, corzos de la región norte o ferias agropecuarias. También brindamos servicios de reproducción a los criadores de la zona, con la finalidad de mejorar las líneas genéticas y la calidad de los caballos. Además, en convenio con universidades locales, los estudiantes de las carreras de Medicina Veterinaria y Zootecnia, realizan prácticas pre-profesionales en cuidado y producción de equinos.

## Progresando Juntos Programa de desarrollo de empresarios de la micro y pequeña empresa

Durante el 2007 realizamos una investigación de diagnóstico, externa e interna, para definir las necesidades y oportunidades para desarrollar un programa orientado al desarrollo de empresarios de la micro y pequeña empresa, vinculada a los sectores de servicios, comercialización y turismo de las áreas geográficas de influencia de las empresas del Grupo Backus.

Para el diagnóstico, diseño y preparación de la intervención contamos con la asesoría de SASE (Seguimiento Análisis y Evaluación para el Desarrollo), institución especializada en el desarrollo de programas de responsabilidad social y de promoción de la micro y pequeña empresa.

Luego del trabajo de diagnóstico, se diseñó el programa y se definieron las líneas de intervención en las que se

centrará: capacitación, acompañamiento y asesoría, asistencia técnica, certificación y financiamiento.

Esta iniciativa promueve grandes objetivos nacionales, como son: la competitividad, descentralización y la formalidad. A través de este programa, buscamos mejorar las condiciones ambientales y sociales, de eficiencia y productividad de las micro y pequeñas empresas; contribuyendo en la creación de oportunidades para el desarrollo local sostenible. Asimismo, promover relaciones estratégicas entre los gobiernos locales y los empresarios de la micro y pequeña empresa.

El programa Progresando Juntos será implementado en el 2008 y esperamos lograr la participación de más de 500 empresarios de la micro y pequeña empresa.

# Desarrollando comunidades

## Asistencia social

### Presentes con el sur

A sólo dieciocho horas del sismo de 7.9 grados en la escala de Richter, que causó la muerte de cientos de personas y dejó miles de heridos en la Región Ica, iniciamos conversaciones con el Gobierno para brindar apoyo a la zona afectada.

Como parte de las acciones iniciales, se entregaron 10,000 frazadas, 162 carpas de campaña y 2 toneladas de avena para las ciudades de Pisco, Chincha, Cañete e Ica, las más afectadas por el sismo. La entrega de estos donativos se inició el 17 de agosto de 2007 a través de instituciones locales en cada zona afectada (Iglesia, Ministerio de Salud, centros de salud, municipios y Cruz Roja). Además, a través del Cuerpo General de Bomberos del Perú, se entregó un lote de 4,350 botellas de agua Cristalina.

Colocamos a disposición del Ministerio de Salud, una unidad de transporte para el traslado de medicinas, además de un camión provisto con agua mineral San Mateo y Cristalina para los hospitales del sur y, dos camiones cisterna y 2,000 baldes de plástico para proveer de agua a los pobladores afectados por el terremoto. Además, se entregó un importante lote de medicinas para ser distribuidas en los hospitales de la zona. En esta misma línea, se activó el Voluntariado Backus, equipo conformado por trabajadores de la empresa, quienes desarrollaron una colecta para adquirir las medicinas necesarias y otros productos de primera necesidad.

Nuestra empresa también ofreció apoyo logístico a la Presidencia del Consejo de Ministros, poniendo a disposición 25 camiones de la flota de reparto, con la finalidad de lograr una distribución eficiente de alimentos y donativos en la zona del desastre y así asegurar que los damnificados reciban la ayuda lo antes posible. Diez camiones de transporte pesado movilizaron la ayuda material desde el Grupo Aéreo N° 8 hacia Chincha, Pisco e Ica, y 15 unidades de reparto a puntos de venta, fueron utilizadas para la distribución de los donativos en las zonas periféricas y áreas rurales de Ica.

Con la finalidad de continuar con el apoyo a las víctimas de las zonas afectadas, se creó, en coordinación con SABMiller Latinoamérica, un fondo de contribución dólar por dólar, denominado "Matching Fund". El proyecto consistía en que por cada dólar que fuese aportado por un empleado de SABMiller o de cualquiera de sus subsidiarias, a este Fondo, SABMiller Latinoamérica, aportaría otro dólar.

Para facilitar el aporte de los empleados de SABMiller y sus subsidiarias, se creó un *link* desde el *website* de SABMiller hacia el minisite "Ayuda para los Damnificados del Terremoto", ubicado en el *website* de Backus. Este espacio ofrece información relacionada a los aportes y las acciones a realizar en los próximos meses.

A través de esta iniciativa hemos logrado recaudar un total de US \$ 382,398, que incluye aportes de empleados, proveedores, aportes del Fondo Cristal por el partido de fútbol Perú vs. Colombia, el Matching Fund, aportes del extranjero, entre otros.

Con este fondo esperamos trabajar en dos proyectos puntuales en el 2008. El primer proyecto se viene coordinando con PAMS-Peruvian American Medical Society. Implica la construcción, equipamiento y puesta en servicio de un centro médico y un centro comunitario en la ciudad de Pisco para proveer servicios de salud, educativos y sociales a la población damnificada de la zona. El aporte de Backus para este proyecto es de US \$ 125,000, aproximadamente.

El segundo proyecto se realizará en asociación con COPRODELI, una ONG que busca contribuir al desarrollo integral de los sectores urbano-marginales de Lima y el Perú. Este proyecto implica la construcción de aproximadamente 447 viviendas en las zonas afectadas de Ica, para las familias en situación de pobreza extrema. El proyecto contempla, además, una zona comercial y losas deportivas. El aporte de Backus para este proyecto es de US \$ 250,000, destinados a gestionar la compra y habilitación del terreno; a partir de lo cual, las familias interesadas, podrán acceder al bono de Techo Propio (beneficio otorgado por el Gobierno peruano para la construcción de casas en la zona).

### Donaciones varias

Como todos los años, contribuimos con el trabajo de importantes instituciones, tales como: la Liga Peruana de Lucha contra el Cáncer, la Fundación Peruana de Cáncer, el Instituto de Enfermedades Neoplásicas y la Asociación de Damas de Ayuda al Instituto Neoplásicas-ADAINEN. El invaluable trabajo de estas instituciones ha logrado resultados satisfactorios a lo largo de todo este tiempo en temas de prevención y cuidado de la salud.

Asimismo, se han realizado importantes donaciones de frazadas, carpas y víveres a pobladores damnificados de las zonas de desastre, causadas por condiciones climatológicas, en Arequipa, Cusco, Puno y Aguaytía.



A través de esta iniciativa “Ayuda para los damnificados del terremoto” ubicado en el *website* de Backus, hemos logrado recaudar un total de US\$ 382,398, que incluye aportes de empleados, proveedores, aporte del Fondo Cristal por el partido de fútbol Perú versus Colombia, el Matching Fund, aportes del extranjero, entre otros.

## Fortaleciendo nuestra marca corporativa



Desarrollamos diversas estrategias relacionadas a fortalecer la reputación de nuestra empresa, difundir las mejores prácticas del negocio, dar a conocer nuestro modelo de gestión y nuestro portafolio de marcas.

Nos preocupamos por el desarrollo de competencias en los profesionales y jóvenes, es por esto que participamos en foros y eventos, compartiendo nuestras prácticas empresariales y de responsabilidad social.



Este fortalecimiento se realizó bajo 5 actividades claves:

### Visitas a planta

Consiste en difundir, en forma eficaz, la imagen de las empresas del Grupo Cerveceros Backus, con la finalidad de dar a conocer su gran dominio tecnológico, lo mejor de sus marcas y su filosofía de trabajo basada en su Modelo de Gestión. Se realizaron 926 visitas, alcanzando un número de 45,540 visitantes.

### Backus itinerante

En aquellas ciudades del país donde no tenemos plantas productivas se realizó el evento denominado Backus Itinerante, que tuvo 3 presentaciones en las ciudades de Cusco, Piura y Trujillo, con la participación de más de 25,975 personas.

### Secretos de la cerveza

Este programa está enfocado en brindar información de interés sobre el manejo y venta de nuestro portafolio de marcas de cerveza a nuestros clientes a nivel nacional, a través de una estrategia de comunicación audiovisual creativa e innovadora. Durante el último año se realizaron 20 presentaciones, llegando a 6,185 personas.

### La cata de la cerveza

Busca resaltar las bondades, características y ocasiones de consumo de nuestras diferentes marcas de cervezas, a través de una estrategia amena, creativa e innovadora, dirigida a públicos específicos. Se realizaron 2 presentaciones, a las que asistieron 3,983 personas, entre clientes y líderes de opinión.

### Copa Cristal

Promueve la integración, amistad y confraternidad, entre las principales instituciones públicas y privadas en las ciudades donde se desarrolla, a través de la difusión del sano esparcimiento. Además de convertirse en una oportunidad para compartir, con las instituciones, participantes nuestra filosofía y cultura de valores.

En el año 2007 se realizaron 8 actividades, en las que participaron más de 4,608 personas.

## Presencia en foros y eventos

### Desarrollo profesional

En Backus nos preocupamos por el desarrollo de competencias en los profesionales y jóvenes, es por esto que apoyamos diversos eventos educativo-formativos organizados por instituciones de reconocido nivel.

Durante el 2006 y 2007 participamos en eventos realizados por diversas instituciones, como: la Asociación de Exportadores, la Cámara de Comercio Americana, el Instituto Peruano de Administración de Empresas, la Sociedad Nacional de Industrias, la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEX), la Comisión para la Promoción de Exportaciones, la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, el Ministerio de la Producción, la Pontificia Universidad Católica del Perú, la Universidad del Pacífico y la Confederación Nacional de Comerciantes, entre otras.

### Perú 2021

Auspiciamos y participamos como expositores en la Expoferia de Responsabilidad Social organizada por Perú 2021, con el objetivo de presentar a las empresas las múltiples formas de practicar la RSE y las estrategias corporativas, códigos de conducta y valores que se desarrollan en la actualidad.

Además, contribuimos con el Simposio Internacional "Empresa Moderna y Responsabilidad Social", el cual permitió difundir experiencias y conceptos de Responsabilidad Social Corporativa.

# Transparencia en nuestros actos



## Código de Buen Gobierno Corporativo

Nuestro Código de Buen Gobierno Corporativo, aprobado en sesión de Directorio el 17 de noviembre del 2003, permite desarrollar actividades comerciales dentro de un marco autorregulatorio que garantiza a los clientes, accionistas y otros aportantes de recursos, la transparencia, objetividad y competitividad con que se realiza nuestra gestión empresarial.

Cada año se evalúan los 26 principios que establece el código, los mismos que están agrupados en cuatro grandes títulos:

- a) Derechos de los Accionistas y de la Junta General de Accionistas.
- b) Directivos y Directores.
- c) Funciones de la Gerencia.
- d) Revelación de la Información (que incluye los temas de transparencia y auditoría).

La información sobre el cumplimiento de los principios de este código se publica cada año en nuestra Memoria Anual.

También tenemos disponibles estos documentos en versión PDF a través de nuestro *website*: [www.backus.com.pe](http://www.backus.com.pe)

## Comunicación e información

### Información para nuestros colaboradores

Creemos que mantener informado a nuestro público interno sobre la gestión de transparencia, valores y buen gobierno corporativo, a través de publicaciones internas, mailing diario, campañas específicas, entre otras iniciativas; es vital para la organización.

El trabajo estratégico en las comunicaciones nos permitió, a través de la estrecha coordinación con la alta Dirección, conocer de primera mano la estrategia del negocio, garantizar y planificar su despliegue. Uno de los aspectos relevantes en el proceso de comunicación del cambio fue utilizar diversos canales y mecanismos de comunicación de manera creativa y alineada a los objetivos del negocio.

### Información para públicos externos

Contamos con diversos medios de comunicación; buscamos, en todo momento, mantener informados a nuestros grupos de interés de nuestras acciones y actividades.

### Reporte Anual de Responsabilidad Social

Desde el 2003 reportamos nuestros avances a través del documento público "Reporte de Responsabilidad Social Backus", distribuido entre líderes de opinión, empresarios, insti-

Buscamos en todo momento mantener informados a nuestros grupos de interés de nuestras acciones y actividades.

# Transparencia en nuestros actos

tuciones vinculadas a la responsabilidad social y opinión pública en general. Disponible también en nuestro *website* para las personas interesadas en conocer sobre nuestro trabajo en este campo.

## Página web Backus

En el año 2007 publicamos en línea un nuevo *website*: [www.backus.com.pe](http://www.backus.com.pe), más dinámico y cercano. Con este nuevo espacio de comunicación, buscamos llegar a diversos públicos en tiempo real, de manera amigable y fácil de navegar. Este *website* cuenta con información relacionada al portafolio de marcas de cerveza y gaseosas; una sección orientada al negocio, de interés para inversionistas, estudiantes y público en general, con información descargable en formato PDF; y la sección Nuestro Compromiso, en la que se puede encontrar información sobre la estrategia y acciones de responsabilidad social de nuestra empresa, el Desarrollo Sostenible, consumo responsable, el Manifiesto Sobre el Alcohol, los diversos proyectos, entre otros.

## Comunicaciones diversas

En el año 2007 desarrollamos una estrategia de comunicación diferenciada con los diversos grupos de interés. Esto nos ha permitido establecer contacto permanente, y tender puentes para la implementación de acciones y actividades.

Para reforzar nuestra comunicación sobre la Campaña de Consumo Responsable, enviamos un mailing informativo y 1,500 mini discos multimedia a líderes de opinión, autoridades, prensa, clientes, proveedores, entre otros; conteniendo información sobre el objetivo de esta campaña y la publicidad de esta importante iniciativa.

Además, como parte de nuestro compromiso con la autorregulación, difundimos a más de 1,400 líderes gubernamentales, empresariales y sociales, el Código de Autorregulación de Comunicación Comercial, firmado con el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Pisco.

Cabe mencionar, el envío del boletín mensual de Escuela Virtual Backus a más de 11,000 usuarios entre maestros, líderes educativos, entre otros.

## Indicadores de gestión

El definir nuestro marco de Desarrollo Sostenible y sus prioridades nos ha permitido organizar y sistematizar la información cuantitativa y cualitativa de nuestro desempeño y avances. Trabajamos con una herramienta denominada Sustainability Assessment Matrix (SAM), que nos permite ver el avance alcanzado en las variables de cada una de las 10 prioridades. El avance es gradual, con calificaciones que van de 0 al 4, donde 0 es que no existe acción alguna sobre un tema y 4, es el máximo nivel, es decir, la mejor práctica.

Los planes de Desarrollo Sostenible se realizan a 5 años con revisiones y ajustes semestrales. En ellos participan todas las áreas de la empresa y es aprobado por el Comité Ejecutivo. La evaluación se realiza semestralmente y toda la información es reportada a través del SAM. Esta herramienta es utilizada por otras empresas cerveceras en el mundo, nos permite comparar nuestros resultados y aprender de las experiencias y de las mejores prácticas. La herramienta, además, mide el nivel de cumplimiento de los indicadores del GRI (Global Reporting Initiative), utilizado a nivel mundial por diversas industrias.



En el año 2007, publicamos en línea un nuevo *website*: [www.backus.com.pe](http://www.backus.com.pe), más dinámico y cercano. Buscamos llegar a diversos públicos en tiempo real, de manera amigable y fácil de navegar.

## Pacto Global

Somos una de las primeras empresas peruanas que se adhirió al Pacto Global en noviembre del 2003, iniciativa voluntaria de responsabilidad cívica corporativa que destaca el interés propio de las empresas, y de las instituciones u organizaciones de la sociedad civil, por poner en práctica principios universales relacionados a los derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Nuestras acciones están alineadas al cumplimiento de estos 10 principios:

**Principio 1:** Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales a nivel internacional dentro de su esfera de influencia.

**Principio 2:** Asegurarse de que sus propias corporaciones no actúan como cómplices en la violación de los derechos humanos.

**Principio 3:** Se pide que las empresas apoyen la libertad de afiliación y el reconocimiento efecto del derecho a la negociación colectiva.

**Principio 4:** Que promuevan la eliminación de todo tipo de trabajo forzoso u obligado.

**Principio 5:** Que promueven la erradicación del trabajo infantil.

**Principio 6:** Que promuevan la eliminación de la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.

**Principio 7:** Se pide a las empresas que fomenten los enfoques preventivos ante los desafíos medioambientales.

**Principio 8:** Lleven a cabo iniciativas para fomentar una mayor responsabilidad medioambiental.

**Principio 9:** Faciliten el desarrollo y la divulgación de medios tecnológicos respetuosos con el medio ambiente.

**Principio 10:** Se pide a las empresas trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

### Programas y acciones realizadas que contribuyen al cumplimiento de los principios del Pacto Global:

#### Políticas internas y de relación con los trabajadores (p. 24-25)

- ✓ Política corporativa sobre derechos humanos.
- ✓ Política de Recursos Humanos sobre contratación y empleo, compensación salarial y normas en el lugar de trabajo.
- ✓ Política de Recursos Humanos sobre libre asociación y negociación colectiva.
- ✓ Relaciones cordiales empresa-sindicatos. Procesos de negociación colectiva sólidos. Concepto de sindicato como socio del negocio.

#### Ética y transparencia (p. 25,37)

- ✓ Política integral de ética corporativa y Línea Ética. Código de conducta.
- ✓ Código de Buen Gobierno Corporativo.
- ✓ Informe anual de Desarrollo Sostenible.

#### Relación con nuestros proveedores (p. 21-23)

- ✓ Principios de abastecimiento responsable.
- ✓ Programa para desarrollo de proveedores.

#### Medio Ambiente y Salud Ocupacional (p. 14-19, 25-26)

- ✓ Sistema Integrado de Gestión (calidad, medio ambiente y salud ocupacional).
- ✓ Programa de auditoría y re-certificaciones ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001.
- ✓ Sistemas de control que aseguran condiciones seguras y sanas de trabajo.
- ✓ Evaluaciones de clima: Encuesta de Satisfacción Organizacional (ESO).
- ✓ Programas de bienestar: Examen Médico Anual, servicio de comedor, actividades de integración y recreación del trabajador y sus familias.
- ✓ Iniciativas que promueven responsabilidad por el medio ambiente y desarrollo de tecnologías respetuosas del medio ambiente:
  - Prioridades 2, 3, 4 y 5 de nuestro marco de Desarrollo Sostenible:
    - Reducción de energía y emisiones de carbono: uso de gas natural en la planta de Ate; sistema de recupera-

ción de CO<sub>2</sub> y sistema de evaporación al vacío en las plantas Ate y Motupe; camiones con control de gases contaminantes; nueva flota de camiones con tecnología de punta que minimizan el impacto ambiental; congeladoras ecológicas, libres de CFC.

- Reducción de agua y reuso de la misma: lagunas de oxidación y bioestabilización.
- Reciclaje de empaques:
  - Reciclaje de vidrio (convenio con Owens Illinois)
  - Reciclaje de cajas plásticas
  - Tecnología "Blow in Blow" para reducir el peso de las botellas en un 5% a 7%.
  - Campaña Reciclar para ayudar (envases PET).
- Cero desperdicios : reducción de merma másica

#### Inversión social corporativa (p. 8-13 28-35)

- ✓ Programa de Consumo Responsable:
  - Manifiesto sobre el alcohol (nuestra posición sobre el alcohol)
  - Código de comunicación comercial
  - Código de autorregulación de las comunicaciones comerciales
  - Política de alcohol para empleados
  - Campaña "Ponte un límite"
- ✓ Programa Escuela Virtual Backus.
- ✓ Programa "Progresando Juntos" de desarrollo de empresarios de la micro y pequeña empresa.
- ✓ Programa de educación ambiental y Zoológico San Juan.
- ✓ Proyecto arqueológico Huaca de la Luna.
- ✓ Proyecto de desarrollo arqueológico y local Túcume.

Todas las políticas y programas cuentan con sistemas de control y monitoreo; asimismo, tanto las políticas como los resultados y avances de los programas son comunicados a todos los colaboradores a través de los medios de comunicación interna. Igualmente, son reportados externamente a través del reporte de sostenibilidad que es publicado y enviado a nuestros principales stakeholders y colgado en nuestra página web para conocimiento público.

**Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.**  
Av. Nicolás Ayllón 3986 - Ate Vitarte  
Lima - Perú  
T: (511) 311-3000  
[www.backus.com.pe](http://www.backus.com.pe)

Mayor información  
Asuntos Corporativos – Comunicaciones Externas  
E- mail: [Comunicaciones.Externas@backus.sabmiller.com](mailto:Comunicaciones.Externas@backus.sabmiller.com)