

REPORTE DE DESARROLLO SOSTENIBLE 2013



Bacvus 



ÍNDICE

- 6 NOSOTROS
- 17 CONSUMO RESPONSABLE
- 28 GESTIÓN AMBIENTAL
- 42 COMUNIDAD Y EMPRENDIMIENTO
- 59 CULTURA BACKUS
- 66 INTEGRIDAD
- 73 MIRANDO HACIA EL FUTURO



CARTA DEL PRESIDENTE



Nuestra gestión se guía por un enfoque de sostenibilidad, estrategia de desarrollo que nos enorgullece y entusiasma. En Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. y Cervecería San Juan S.A., buscamos exceder el alcance de nuestro trabajo, con la finalidad de lograr un impacto positivo en nuestra esfera de influencia y generar valor compartido.

Trabajamos en base a 10 prioridades de desarrollo sostenible, alineadas con el impacto que genera nuestro negocio, las expectativas de nuestros grupos de interés y las necesidades del país:

Desalentar el consumo irresponsable de alcohol.

1

Reducir el consumo de agua.

2

Reducir la huella de energía y carbono.

3

Reducir, reusar y reciclar empaques.

4

Trabajar hacia el cero desperdicio en las operaciones.

5

Apoyar el desarrollo empresarial y gestionar la cadena de valor.

6

Respetar los derechos humanos.

7

Beneficiar a las comunidades en el área de influencia de la empresa.

8

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

9

Promover la transparencia y la ética en el manejo del negocio y en reportar el progreso alcanzado en torno a las prioridades de desarrollo sostenible.

10



El 2013 fue un año importante en nuestros procesos de innovación, los que nos han permitido crecer en la variedad de oferta de productos y servicios. Hemos profundizado en el conocimiento de nuestros consumidores y sus expectativas, facilitado a clientes y distribuidores una red comercial con mayor dedicación y logrado presencia en más puntos de venta.

Comprometidos con la promoción del consumo responsable, generamos alianzas con nuestros puntos de venta, con el Estado y con los diferentes actores de la sociedad civil, poniendo en práctica iniciativas enfocadas en la prevención del consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad, la seguridad vial, el consumo responsable y la promoción de estilos de vida saludable a través del deporte.

Contamos con proyectos de inversión social a lo largo de toda nuestra cadena de valor. Trabajamos en el desarrollo de nuestros proveedores con el programa "Progresando Juntos" y en el de nuestros puntos de venta, a través del programa "4e: Camino al progreso". Asimismo, ponemos en valor nuestro patrimonio cultural con un modelo de intervención integral que contribuye con el desarrollo económico y local en Cusco, Trujillo y Lambayeque. Además, hemos ejecutado obras de infraestructura pública para beneficio de la comunidad, mediante el mecanismo de obras por impuestos promovido por el Estado, siendo además un aliado para su promoción a nivel nacional.

Revisamos y mejoramos constantemente las eficiencias de nuestras plantas productivas y centros de distribución en términos de su impacto ambiental, así como también hemos llevado a cabo actividades de reutilización de subproductos para la reforestación y conservación del ambiente.

Estamos ubicados dentro del Top 3 del ranking de las mejores empresas del país en las principales encuestas de reputación. Asimismo, hemos sido reconocidos con diversos premios a lo largo del año, entre los que podemos mencionar: el "Pioneer Award" por el programa con productores de maíz amarillo duro "Progresando Juntos", en la categoría de negocios inclusivos, otorgado por el Centro Regional para América Latina y el Caribe del Pacto Mundial; Creatividad Empresarial, en las categorías Gran Empresa y Cuidado del Medio Ambiente, por el proyecto Ecoparque Vive Responsable; Perú 2021, por el Centro de Distribución bioclimático de Piura; Premio Corresponsables por el Ecoparque Vive Responsable; dos reconocimientos al proyecto Huaca de la Luna, por parte del Ministerio de Cultura y del Shanghai Archaeological Forum; y finalmente, por nuestras buenas prácticas de gobierno corporativo, el reconocimiento otorgado por la Bolsa de Valores de Lima por quinto año consecutivo.

Toda esta gestión es posible gracias a que hacemos de nuestros colaboradores el centro de nuestra sostenibilidad, como parte de la cultura Bacrus, la que se caracteriza por un trabajo con significado basado en la ética y la integridad. Asimismo, como empresa firmante del Pacto Global, incorporamos los diez principios de la Organización de las Naciones Unidas en materia de derechos humanos y laborales, ambiente y lucha contra la corrupción.

Queremos compartir con ustedes nuestros avances de este año, asumiendo el reto de seguir aportando valor al país a través de esfuerzos enfocados en lograr un Perú más próspero.

Fernando Zavala Lombardi



NOSOTROS

8 Compromiso permanente

10 Innovación en el ADN

11 Marcas y servicios con calidad Backus

13 Estrategia digital

14 Nuestros aliados

16 Ámbitos de acción





COMPROMISO PERMANENTE

En Backus, constantemente innovamos nuestra forma de trabajar y de hacer las cosas, para generar mayor valor social, económico y ambiental desde nuestro ámbito de acción. El compromiso de nuestros trabajadores a lo largo de los años, no solo nos ha permitido ofrecer productos y servicios de alta calidad, sino también construir una relación de mutua confianza con la sociedad.

Desde nuestros inicios, hace cerca de 135 años como una fábrica de hielo, hasta la actualidad, en que formamos parte del grupo económico SABMiller, hemos buscado contribuir con el desarrollo del país; por este motivo, nuestra

estrategia de Desarrollo Sostenible se enfoca en asegurar el crecimiento de nuestro negocio en el tiempo, tomando en cuenta las prioridades locales y las expectativas de nuestros accionistas, cadena de valor, consumidores, clientes y comunidades donde operamos.

Lo alcanzado en el año 2013 nos llena de orgullo y al mismo tiempo nos motiva y reta, porque hemos apostado por crear valor social e innovar, utilizando nuevas tecnologías y mejorando la forma tradicional de llegar a nuestros consumidores, manteniendo siempre un comportamiento ético y transparente y buscando más oportunidades de generar valor compartido.



Queremos contribuir con el desarrollo del país, manteniendo siempre un comportamiento ético y buscando oportunidades para generar valor compartido.



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.



MISIÓN

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



VISIÓN

Ser la compañía peruana más admirada, así como un importante contribuidor de valor y reputación para SABMiller, todo esto a través de:

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



INNOVACIÓN EN EL ADN

La innovación es un aspecto fundamental para asegurar el crecimiento sostenible de nuestra empresa, considerando que los consumidores del sector de bebidas buscan vivir experiencias nuevas y diferentes.

Aplicamos un proceso metódico y continuo de revisión de nuestros productos, procesos y programas, que nos permiten generar el mayor valor para el público con el que nos relacionamos.

Contamos con una unidad de innovación multifuncional integrada por representantes de todas las áreas de la compañía, que trabaja en torno a dos grandes ejes: el desarrollo de rutinas y el entrenamiento del equipo.

RUTINAS DE INNOVACIÓN

Son clave e involucran:

- Comités de seguimiento de la innovación local, integrados por ejecutivos de primera línea,

quienes revisan mensualmente el estatus de la cartera de proyectos de innovación y obtienen la aprobación o retroalimentación de estos.

- Reuniones mensuales del equipo multifuncional de innovación, que incluye a directores y gerentes de Marketing, Manufactura, Cadena de Abastecimiento, Legal, Finanzas, Distribución y Ventas. En estos espacios se brinda retroalimentación sobre proyectos específicos.
- Revisión periódica de indicadores que permiten evaluar la contribución de la innovación en la compañía, tanto en términos brutos como netos. Asimismo, también se manejan indicadores específicos para cada proyecto, referidos al cumplimiento de volumen, cobertura, precio e indicadores de marca.



ENTRENAMIENTO DEL EQUIPO

Se provee entrenamiento a las personas involucradas en los grupos y comités descritos. Ellos reciben instrucción en cuanto al proceso global para el desarrollo de la innovación y se les brinda conocimiento para el manejo de proyectos (finanzas, riesgos, negociación, entre otros).

La principal fortaleza de nuestros procesos de innovación es nuestra gente, motivo por el que estamos comprometidos con continuar brindando esta capacitación con el fin de hacer sostenibles los logros conseguidos.

Contamos con una unidad de innovación multifuncional integrada por representantes de todas las áreas de la compañía.



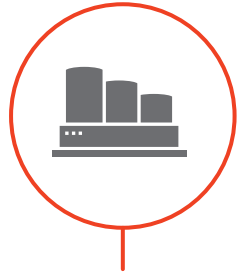
MARCAS Y SERVICIOS CON CALIDAD BACKUS



Nuestro portafolio está conformado por diez marcas de cervezas y seis marcas de bebidas no alcohólicas, con las que llegamos a públicos con distintos gustos, expectativas y personalidades.

Buscamos crear experiencias memorables para cada individuo y para la sociedad, colocando a nuestras marcas como la primera opción de consumo. Esto nos permite brindar a cada uno de nuestros consumidores productos de alta calidad, accesibilidad y con permanente innovación.

Para asegurar la presencia y calidad de nuestra oferta en todo el Perú, contamos con siete plantas y cuarenta y dos centros de distribución a nivel nacional. Estas operaciones descentralizadas nos permiten atender y ofrecer oportunamente nuestros productos.



NUESTRAS PLANTAS

6.1 millones hl
PLANTA ATE

Ubicada en la provincia de Lima, tiene una capacidad anual de 6.1 millones de hectolitros de producción de cerveza, gaseosas y bebidas nutritivas.

2.8 millones hl
PLANTA MOTUPE

Ubicada en la provincia de Lambayeque, cuenta con una capacidad anual de 2.8 millones de hectolitros de producción de cerveza y 0.6 millones de hectolitros de gaseosas y aguas.

1.56 millones hl
PLANTA AREQUIPA

Ubicada en la provincia de Arequipa, posee una capacidad anual de 1.56 millones de hectolitros de producción de cerveza.

1.05 millones hl
PLANTA PUCALLPA

Ubicada en la provincia de Coronel Portillo, tiene una capacidad anual de 1.05 millones de hectolitros de producción de cerveza. Esta planta pertenece a la Cervecería San Juan S.A.

1.05 millones hl
PLANTA SAN MATEO

Ubicada en la provincia de Huarochiri, cuenta con una capacidad anual de 1.05 millones de hectolitros de producción de gaseosas y aguas.

0.74 millones hl
PLANTA CUSCO

Ubicada en la provincia de Cusco, con una capacidad anual de 0.74 millones de hectolitros de producción de cerveza.

89.000 toneladas
PLANTA MALTERÍA

Ubicada en Ñaña, en la provincia de Lima, tiene una capacidad anual de 89,000 t de producción de malta y 64,500 t de procesamiento de maíz.

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



ESTRATEGIA DIGITAL

Con consumidores, clientes y colaboradores mucho más conectados e informados, nuestras estrategias de comunicación deben responder a este nuevo contexto que nos exige mayor interacción, innovación y diferenciación para ser efectivas.

En ese sentido, hemos desarrollado las habilidades en nuestra gente para asegurar que la compañía esté lista y cuente con las herramientas necesarias a fin de detectar y atender las necesidades y preocupaciones de nuestro público objetivo, así como apalancar las diferentes oportunidades que se presenten.

Con una filosofía de ecosistemas de comunicación, se han desarrollado y establecido roles para cada una de las principales plataformas que manejamos:

Redes sociales: Twitter, YouTube y un acuerdo regional con una de las redes sociales más importantes en la actualidad, Facebook



Páginas web



Aplicaciones móviles



Incremento de inversión de publicidad en línea



Presencia en buscadores como Google



A nivel portafolio de marcas, se han desarrollado procesos internos y herramientas de trabajo que promueven la generación de estrategias digitales integradas a los objetivos de negocio, a la vez que soportan la ejecución de las diferentes iniciativas y actividades digitales asociadas. Dichos procesos han servido, además, para fomentar la constante integración de activaciones conocidas tradicionalmente como BTL, llevando innovación a los consumidores a través de la integración de ejecuciones *online* y *offline*.

La consistencia en nuestras ejecuciones en cada uno de los puntos de contacto, con roles claros y objetivos definidos, ha logrado, por ejemplo, que Cristal refleje su posición de liderazgo en la plataforma digital con la mayor audiencia de la categoría en redes sociales, mientras que Pilsen Callao es la marca con mayor *'engagement'*, logrando establecer un vínculo emocional con sus seguidores que se traduce en una conversación continua entre marca y consumidor.

Estos logros han sido reconocidos en el Perú y el extranjero, haciéndose Pilsen Callao acreedora de diversos premios como "El Ojo" de Iberoamérica a mejor sitio *web*, Marca Digital del Año, Landing Page del Año, Mejor campaña de posicionamiento y *brand awareness* por el IAB y mejor aprovechamiento del medio digital por el ANDA.



NUESTROS ALIADOS

Un punto crucial para nuestro crecimiento ha sido la optimización del Modelo Comercial, que nos ha permitido expandir selectivamente nuestra distribución directa y afianzar la relación con los puntos de venta: nuestros clientes.

Gracias a este modelo hemos logrado incrementar nuestra participación de mercado en cervezas, reducir los problemas

de abastecimiento y mejorar la satisfacción de nuestros clientes.

Aún tenemos oportunidades para continuar optimizando nuestro modelo de servicio, a través del desarrollo de una cultura de ejecución perfecta, tanto en la Fuerza de Ventas como en los distribuidores asociados, y a través de la estandarización de políticas a nivel nacional que nos aseguren un crecimiento rentable.





MÁS TIEMPO CON EL CLIENTE

Hemos implementado el Triple Impacto Comercial: (i) *Agentes Comerciales* que desarrollan y gestionan el punto de venta; (ii) *Agentes de Televentas* que toman los pedidos y se contactan vía telefónica; y (iii) *Agentes de Reparto* que entregan el producto en óptimas condiciones. De esta manera, estamos más cerca de nuestros clientes, a quienes ofrecemos paquetes de servicio diferenciados, acorde a sus necesidades.



PROFESIONALIZACIÓN

Nuestra Fuerza de Ventas es capacitada constantemente para potenciar su desarrollo. Asimismo, los Agentes de Reparto de Backus tienen la oportunidad de formar microempresas de transporte donde reciben asesoría y capacitación para asegurar un servicio de alta calidad.



MEJORES PUNTOS DE VENTA

Como parte del enfoque de sostenibilidad de la organización, buscamos elevar la profesionalización de toda la cadena de comercialización. Para ello, nuestros clientes reciben asesoría constante de la Fuerza de Ventas. La asesoría de los Agentes Comerciales es complementada con el desarrollo de campañas y programas como "Foto de Éxito", "Cultura Helada" y "4e: Camino al Progreso". El amplio trabajo que realizamos con nuestros clientes es desarrollado más adelante como parte de nuestra estrategia de Comunidad y Emprendimiento.

ÁMBITOS DE ACCIÓN

Creemos firmemente que el desarrollo de nuestra empresa va de la mano con el desarrollo de las comunidades en las que operamos y por ello buscamos generar valor compartido a través de diversas iniciativas, proyectos y programas ambientales y sociales que contribuyen con el desarrollo del país.

Es en esta línea que nuestra estrategia de Desarrollo Sostenible se basa en 10 prioridades, las que agrupamos en las siguientes cinco grandes áreas:



PROMOVER EL CONSUMO RESPONSABLE

de bebidas alcohólicas, con especial énfasis en prevenir su consumo por parte de menores de edad.

1



SOSTENER UNA GESTIÓN AMBIENTAL ADECUADA

que busca hacer un uso más eficiente del agua, priorizar los envases retornables, reducir la generación de desperdicios y monitorear constantemente nuestra huella de carbono.

2



PROMOVER EL DESARROLLO DE NUESTRAS COMUNIDADES

de influencia y del emprendimiento, a través de programas de inversión social y del trabajo con la cadena de valor.

3

MANTENER NUESTRA CULTURA BACKUS

para captar el mejor talento humano y brindarle un trabajo con significado, favoreciendo un entorno que le permita desarrollar todo su potencial.

4

TRABAJAR CON ÉTICA Y TRANSPARENCIA,

en línea con los principios del Pacto Global y los principios de Buen Gobierno Corporativo.

5

CONSUMO
RESPONSABLE



Nuestros productos están hechos para ser disfrutados como parte de un estilo de vida saludable. Esto implica que sean consumidos de manera responsable: sólo por mayores de edad, de forma moderada y en el contexto adecuado. A fin de fomentar este consumo responsable, desplegamos iniciativas en cinco líneas de acción:

- 19** Responsabilidad en casa
- 21** Trabajo con el punto de venta
- 23** Sólo para mayores de edad
- 25** Alianza por la seguridad vial
- 26** Vida saludable y deporte



RESPONSABILIDAD EN CASA

Empezamos dando el ejemplo. Nos esforzamos por crear una cultura interna de responsabilidad a través de un paquete de políticas que son aplicadas por el Grupo SABMiller a nivel mundial:

- **Política de alcohol para trabajadores**, que describe el comportamiento que Backus espera de sus colaboradores en temas relacionados con el consumo de bebidas alcohólicas. Reforzamos de manera permanente este mensaje a través de diversas y novedosas campañas internas de comunicación. La meta principal es mantener un ambiente de trabajo seguro y saludable.





- **Política de Comunicación Comercial**, que describe las buenas prácticas de comunicación comercial y los estándares que Backus maneja cuando publicita, promueve y comercializa sus marcas. El compromiso implica desarrollar una comunicación legal, honesta, socialmente responsable, respetuosa de los valores y ética, no atractiva para menores de edad, que promueva el consumo responsable y situaciones positivas de la vida, sin resultar ofensiva para ningún grupo social. Nuestros colaboradores, agencias y proveedores de publicidad y promoción son capacitados anualmente en cómo aplicar los lineamientos de esta política. Asimismo, para asegurar el cumplimiento de estas disposiciones, un Comité Interno de Cumplimiento para Ventas y Mercadeo revisa y aprueba todas las comunicaciones comerciales antes de que sean difundidas.



- **Política de Portafolio de Productos**, que describe los criterios que aplicamos para configurar el portafolio de marcas a fin de mantener estándares que consideramos saludables y adecuados de ofrecer a nuestros consumidores.
- **Política de Investigación de Mercados**, que delimita los públicos objetivo a los que podemos dirigir nuestras investigaciones. Buscamos siempre proteger a los menores de edad, por lo que estos no participan de ningún estudio de mercado vinculado a nuestras marcas de bebidas alcohólicas.



Adicionalmente, el Grupo Backus promovió la adopción de un Código de Autorregulación de Comunicación Comercial supervisado por el Comité Permanente de Ética y Procedimientos del Consejo de Autorregulación Publicitaria del Perú (CONAR), y por el Colectivo FemTV. A este Código se han unido el Comité de la Industria Vitivinícola de la Sociedad Nacional de Industrias, el Comité de Pisco de la Gerencia de Agroexportaciones de la Asociación de Exportadores y la Asociación de Productores de Pisco de Ica y de Lima. Asimismo, en el año 2013 la empresa Ambev también se sumó a estas pautas autorregulatorias.

TRABAJO CON EL PUNTO DE VENTA

Los pequeños empresarios que son clientes de Backus son invitados a participar de los talleres de Negocios Responsables que ofrecemos, donde brindamos capacitación para la comercialización responsable de bebidas alcohólicas, resaltando los beneficios de largo plazo que esta representa para un negocio. La capacitación aborda temas variados relacionados con el respeto de las leyes y ordenanzas, la no venta de alcohol a menores de edad y la no venta de alcoholes informales.

En el marco de dichas sesiones y a través de la fuerza de ventas de Backus, invitamos a estos comerciantes a firmar un

“Compromiso de negocios responsables”, en el que cada parte se compromete a asumir un rol activo frente a la venta responsable de bebidas alcohólicas. A la fecha, más de 3,000 puntos de venta se han comprometido con la venta responsable.

Por otro lado, en el 2013 ampliamos el ámbito de intervención de nuestro programa Cliente Incógnito, lanzado en el 2012. Esta iniciativa contempla tres visitas de clientes incógnitos a un grupo de puntos de venta seleccionado al azar, para verificar si cumplen con solicitar DNI antes de vender bebidas alcohólicas. En la primera visita los clientes incógnitos premian a los negocios responsables, e invitan a aquellos que no piden DNI a talleres de capacitación en torno a la comercialización responsable de nuestros productos.

+DE 3,000

puntos de venta se comprometieron con la venta responsable



La venta responsable en el distrito del Rímac se incrementó en

77%

+DE 1,300

negocios se comprometieron con las buenas prácticas de comercialización

Para el 2014 se prevé visitar

+DE 1,000

establecimientos en Lima



En la segunda y tercera visita se monitorea el progreso de los comerciantes en torno a estas buenas prácticas, y se continúa con los incentivos positivos. Al final del programa se realizan ceremonias de premiación para reconocer a los puntos de venta responsables en las que participan las autoridades locales y los embajadores de la campaña Sólo +18.

En el 2012 se visitaron 611 PDV en el distrito del Rímac y se comprobó que el número de puntos de venta que pidió DNI y no vendió bebidas alcohólicas a menores de edad se incrementó en casi 77% gracias a la intervención. En el 2013 se iniciaron actividades en 5 distritos de Lima, implementando la misma metodología, y se tiene programado visitar más de 1000 establecimientos. Los resultados de esta intervención se conocerán a mediados del 2014.

En paralelo, en Arequipa, Puno y Juliaca se desarrolló el proyecto "Soy un punto de venta responsable porque...", en el que más de 1,300 negocios compartieron con nosotros su compromiso con las buenas prácticas de comercialización de bebidas alcohólicas, poniendo en evidencia su actitud respecto a este tema de importancia. Finalmente, se entrenó a más de 100 estudiantes y egresados de *bartending* en temas de cultura cervecera, consumo y venta responsable y la importancia de no vender bebidas alcohólicas a menores de edad.





SÓLO PARA MAYORES DE EDAD

“SÓLO +18: PROMOVRIENDO LA VENTA RESPONSABLE”

Son varias las iniciativas que desarrollamos para promover estilos de vida saludable y en especial para evitar la venta y consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad. “Sólo +18: Promoviendo la venta responsable”, es un programa integral cuyo objetivo es sensibilizar a todos los actores de la sociedad sobre la importancia de evitar la venta y el consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad y lograr que se comprometan a asumir un rol activo en la prevención de este tema.

Según data de DEVIDA del año 2012, la edad promedio de inicio de consumo de bebidas alcohólicas en Perú es de 13.3 años, cifra que se encuentra por debajo de la edad legal permitida. Nuestra propuesta ante esta coyuntura ha sido la de liderar un movimiento, respaldado por deportistas destacados y artistas representativos, así como por importantes medios de comunicación, quienes asumen un rol activo prestando su imagen para la campaña y bonificando la inversión de la pauta publicitaria, permitiendo que este movimiento tenga un mayor alcance y otros actores puedan adherirse.

La campaña se inició en diciembre de 2011, con la invitación a todo

adulto para formar parte y comprometerse de forma activa con este tema de importancia. En enero de 2013, hicimos un llamado a la acción de mostrar el DNI para facilitar la verificación de la mayoría de edad y así lograr la restricción de la venta a menores. Es importante destacar que al ser una campaña integral, no solo se trabajó a nivel de ATL y BTL, sino que se realizaron acciones concretas con el punto de venta y con la comunidad educativa a nivel de sus tres actores principales: alumnos, maestros y padres de familia, mediante el programa “Yo decido, Vivo Saludable”, además de talleres para padres con la ONG Acepta y el curso virtual “Maestros

Buscamos sensibilizar a todos los actores de la sociedad sobre la importancia de evitar la venta y el consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad.



promotores de Estilos de Vida Saludable”, respectivamente (ver siguiente sección “Trabajo con comunidades educativas”). En la misma línea, trabajamos en fortalecer este mecanismo de control en el punto de venta, brindando información y comprometiendo a los negocios a exigir el documento siempre que vendan una bebida alcohólica (ver sección “Trabajo con el punto de venta”).

De la mano de Teófilo Cubillas, Jaime Yzaga, Ramón Ferreyros y Sandra Pleviani, entre otros embajadores, se ha logrado que “Solo +18” se convierta en un compromiso para autoridades locales y regionales, además de estar presentes en diversos eventos a nivel nacional como la Feria Mistura 2013, y en los festejos por las Fiestas de San Juan, entre otras fiestas nacionales en las que estamos presentes.

Para el 2014, invitaremos a la sociedad a unirse al movimiento de Solo+18 a través de su participación en carreras de fondismo, las que se

realizarán en más de 10 ciudades a nivel nacional.

Algunas cifras

7 embajadores comprometidos

70% de recordación (Ipsos Apoyo)

64% asocian a Backus con la campaña (Ipsos Apoyo)

+DE 51 alianzas con gobiernos central y locales

Effie de oro **2012** en la categoría “Campaña no comercial”

TRABAJO CON COMUNIDADES EDUCATIVAS

Durante 2013, trabajamos en el programa “Yo decido, Vivo Saludable”, que buscó que los menores de edad posterguen el inicio de consumo de bebidas alcohólicas a través del desarrollo de habilidades sociales y del fortalecimiento de sus factores de protección. Este trabajo se realizó capacitando a más de 100 maestros de 7 colegios de Lima, que luego desarrollaron sesiones con sus alumnos. Mediante este programa, logramos trabajar con 2,180 alumnos entre 5to grado de primaria y 4to de secundaria, quienes mostraron un cambio significativo

en cuanto a sus conocimientos sobre las principales conductas de riesgo. El programa también contempló sesiones con padres de familia en las que se les brindó herramientas para potenciar la formación en casa.

Por otro lado, en alianza con la ONG ACEPTA, realizamos talleres con más de 18,700 padres de familia donde se impartieron contenidos relevantes para prevenir el consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad. Asimismo, también se trabajó con 1,534 docentes, con la finalidad de que desarrollen sesiones de trabajo en sus salones de clase orientadas a la prevención de conductas de riesgo. Esta acción nos permitió beneficiar de manera indirecta a más de 12,700 alumnos.



ALIANZA POR LA SEGURIDAD VIAL

Desde el año 2009, Backus participa como aliado estratégico del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) en la implementación de campañas de seguridad vial. En esta línea, en el año 2012 se lanzó la campaña "Cambiemos de Actitud", que busca hacer un llamado a la sociedad a tomar conciencia y cambiar de actitud en torno a las diferentes y principales causas de accidentes de tránsito: exceso de velocidad, imprudencia del conductor, imprudencia peatonal, beber y conducir y respeto por las señales de tránsito, entre otras.



Ante el éxito de este enfoque comprensivo de la seguridad vial, en el año 2013 tuvo lugar una segunda fase de la campaña, la que priorizó mensajes relacionados a las precauciones a tomar en los viajes familiares por carretera, el exceso de velocidad, el beber y conducir, la imprudencia peatonal y el uso de los teléfonos celulares al conducir.

A esta campaña se han sumado también importantes empresas e instituciones que han contribuido con la difusión de la campaña en radio, televisión y dentro de los circuitos cerrados de sus entidades.

Backus espera seguir trabajando de la mano con el MTC para darle continuidad a esta importante campaña.





VIDA SALUDABLE Y DEPORTE: DESARROLLANDO LA RAZA CELESTE

“Desarrollando la raza celeste” es un programa que tiene como objetivo fortalecer las habilidades sociales de los barristas del Sporting Cristal, Club de fútbol que forma parte del Grupo Backus, para convertirlos en líderes positivos de sus comunidades. Con ello, buscamos lograr un cometido valioso: rescatar la esencia del fútbol como un espectáculo deportivo saludable y apto para toda la familia.

La primera promoción del programa trabajó con los 70 principales líderes de la barra para afianzar su perfil emocional (control de

emociones, frustración, impulsos, autoestima, etcétera), apoyarlos en la construcción de proyectos de vida viables y desarrollar sus habilidades organizativas y de liderazgo. Además, se buscó fortalecer su relación con el Club y con sus comunidades de influencia,

con la finalidad de que pasaran a ser percibidos como actores positivos y se les facilitó un programa de desarrollo de sus perfiles y habilidades laborales, con el objetivo de reinserirse en el mercado formal. El programa fue diseñado y ejecutado en alianza con la ONG Creser.





Metas

Promover valores y desarrollar habilidades sociales y laborales en los barristas del club SC para transformarlos en líderes positivos en su comunidad.

DESARROLLO PERSONAL

Desarrollar habilidades personales que favorecen una mejor relación con sus familias y comunidad.

FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL

Desarrollar habilidades de organización que fortalecen su liderazgo en la barra.

RELACIONAMIENTO CON LA COMUNIDAD

Desarrollar acciones con sus comunidades, aportando soluciones (actores sociales positivos).

PREPARACIÓN PARA EL MERCADO LABORAL

Participar en capacitación laboral y logran la inserción en el mercado laboral formal.

Difusión y comunicación. 

Los 70 participantes residen en tres grandes áreas de la capital: Lima Norte (12 distritos), Rímac (Flor de Amancaes) y Lima Sur (7 distritos).

Entre los logros más destacados, figura el que los líderes participantes hayan cambiado de manera considerable su actitud, ya que ahora tienen una visión más clara de lo que desean lograr en sus vidas para crecer como personas y sacar adelante a sus familias. Además, los niveles de comunicación agresiva dentro y fuera de la barra disminuyeron de manera significativa, lo que a su vez permitió fortalecer su estructura organizacional y hoy esta se encuentra inscrita como una Asociación Civil formal.



Por otro lado, los barristas se ofrecieron de manera voluntaria a pintar las fachadas de las casas vecinas al barrio de La Florida y las tribunas del Estadio Gallardo, como muestra de su reivindicación ante esta comunidad deportiva circundante, permitiendo así

que su percepción sobre este grupo humano sea más positiva. Finalmente, gracias al programa todos los participantes retomaron sus estudios secundarios, participaron de cursos técnicos o impulsaron sus propios negocios, facilitando así su reinserción en el mercado laboral.

En 2014 y 2015 se trabajará con una nueva promoción de 120 barristas. Los 70 participantes de la primera etapa del programa se mantendrán como actores principales y esenciales para asegurar el éxito de la intervención.

Logros destacados

92% evidencian cambios en su imagen personal, en su relación familiar, laboral y con la barra y control de la ira en sus espacios de relación

64% participaron y lideraron actividades comunitarias

14 barristas retomaron sus estudios de educación secundaria

27 barristas obtuvieron becas para capacitación técnica

18 barristas se reinsertaron en el mercado laboral

2 barristas se reinsertaron en estudios superiores universitarios

4 emprendimientos con plan de negocios desarrollado

1 Academia Deportiva oficial del Sporting Cristal franquiciada a miembros de la barra



GESTIÓN AMBIENTAL

El cuidado del ambiente es parte importante de nuestra estrategia de sostenibilidad. Revisamos los procesos productivos y su impacto a lo largo de toda nuestra cadena de valor, con la finalidad de identificar oportunidades de ahorro de recursos e implementar acciones que las aprovechen.

Nuestro enfoque de ecoeficiencia, innovación y buenas prácticas ambientales se centra en cuatro estrategias:

- 31** Uso eficiente del agua
- 34** Eficiencias en energía y emisiones
- 36** Trabajando hacia el "0" desperdicio
- 40** Reducir, reusar y reciclar empaques



Buscamos asegurar nuestro suministro de agua y reducir su consumo en nuestra operación, además de tratar nuestros efluentes y aprovecharlos en procesos secundarios. También vinculamos a los actores públicos y privados relevantes en el trabajo activo en la gestión del agua, a través de las plataformas donde participamos: Aquafondo y la alianza Water Futures.

Por otro lado, constantemente buscamos usar energías más limpias y renovables, innovando en nuestros procesos productivos e involucrando a todas las áreas de nuestra operación a fin de reducir nuestro impacto ambiental.

Respecto a nuestros empaques, velamos por reducir su impacto ambiental a través de la promoción del uso de envases retornables. Finalmente, creamos proyectos innovadores y creativos, como el “Ecoparque Vive Responsable”, que a través de su círculo virtuoso aprovecha los residuos del proceso de elaboración de cerveza para la generación de valor compartido con comunidades locales.



USO EFICIENTE DEL AGUA

La gestión del agua en nuestro país presenta un gran reto para los diferentes usuarios y autoridades: el 66% de la población está asentada en la costa, donde se cuenta sólo con el 2% de la disponibilidad del agua del país, mientras que en la vertiente amazónica se tiene el 97% y sólo el 31% de la población habita en este territorio.

Similar desproporción en la disponibilidad de agua se refleja a nivel mundial. Un estudio publicado en 2010 por el Water Resources Group, concluyó que las demandas que compiten por el agua pueden llevar a que exista, en el mundo, una brecha promedio de 40% entre la demanda global y el suministro de agua para el 2030.

Tomando en cuenta este contexto, buscamos promover una gestión adecuada de las fuentes de agua

donde operamos, pues comprendemos su relevancia para nuestro negocio y para el país. Hemos desarrollado una estrategia de uso eficiente de agua con dos frentes de trabajo: uno interno, orientado a reducir el consumo de agua en nuestra operación y uno externo, enfocado en promover el cuidado de las fuentes de agua a través del desarrollo de alianzas con instituciones clave vinculadas a su gestión.

Promovemos una gestión adecuada de las fuentes de agua donde operamos, comprendiendo la relevancia de este recurso hídrico para nuestro negocio y el país.



ACCIONES INTERNAS

Constantemente buscamos acciones para mejorar la gestión del agua en nuestras operaciones. Nos enfocamos en el monitoreo y control de nuestras fuentes de abastecimiento de agua, en el uso eficiente del agua en plantas y centros de distribución, tratamiento y re-uso de efluentes y promoción de buenas prácticas en nuestra cadena de suministro.

USO RESPONSABLE DEL AGUA EN LAS PLANTAS

Dentro de nuestros principales objetivos está el reducir nuestro consumo total de agua a través de la eficiencia en la producción. Es algo que empezamos hace varios años, fijándonos metas para la reducción de su uso en la producción de nuestros productos.

En el 2013 logramos mejorar este indicador, reduciendo en 6% nuestro consumo total de agua:

pasamos de 3.3 a 3.1 hectolitros de agua por cada hectolitro de cerveza producida. En este sentido, innovamos constantemente en nuestros procesos productivos para alcanzar las metas de reducción que se plantean de manera anual, lo cual se ve reflejado en la constante capacitación al personal y en la modernización de las plantas con equipos de tecnología de última generación.

MANEJO DE EFLUENTES

Contamos con Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) que permiten que los efluentes de nuestro proceso productivo sean reutilizados o desechados sin generar impactos en el cuerpo receptor.

En la actualidad, nuestras plantas de Ate, Motupe, Arequipa, San Juan y Maltería cuentan con Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR), mientras que la de Cusco está en construcción. Las aguas residuales tratadas son utilizadas internamente para el riego de jardines y otros usos secundarios.

En el 2013 se finalizó la construcción de la PTAR de Planta Arequipa, cumpliendo ampliamente los requisitos legales. Asimismo, en Planta Motupe se viene implementando una nueva planta

de tratamiento, la misma que consta de un reactor anaeróbico y una fase aeróbica. Con este nuevo sistema, el efluente tendrá características óptimas y se continuará cumpliendo con las regulaciones gubernamentales.

Además de trabajar iniciativas de sostenibilidad en nuestras plantas productivas, también lo hacemos en nuestros Centros de Distribución. En el 2013, se implementaron PTAR en los Centros de Distribución de Tacna y Pariachi en Ate, Lima, que permitieron reutilizar el agua tratada en los servicios de mantenimiento y el lavado de camiones. La implementación de estas PTAR significan un ahorro del consumo de agua de hasta un 70%.



ACCIONES EXTERNAS

Nos involucramos con instituciones clave vinculadas a la gestión de las fuentes de agua del país y del mundo, para promover su adecuada gestión. Tenemos una alianza a nivel mundial con la Cooperación Alemana para el Desarrollo GIZ, a través de la cual hemos desarrollado una cartera de proyectos que buscan mejorar la cantidad y calidad del agua subterránea de la zona de Ate. Asimismo, promovemos una cultura de agua en las tres cuencas de Lima a través de nuestra participación en el Fondo de Agua para las Cuencas de Lima y Callao, denominado AQUAFONDO.



Ahorro del consumo de agua de hasta un

70%

con PTAR en los Centros de Distribución



WATER FUTURES

Es la plataforma mundial de la que forman parte nuestra matriz SABMiller, la agencia de Cooperación Alemana para el Desarrollo GIZ y el World Wildlife Fund (WWF), para gestionar los riesgos relacionados con el agua y que comparten los negocios locales de SABMiller, las comunidades aledañas y el ambiente.

La alianza establecida en 2009 ha generado en el Perú, a través de Backus y GIZ, una nueva visión sobre la participación de la empresa privada en el cuidado del recurso hídrico en Lima.

Tras las primeras reuniones con nuestros socios, se decidió enfocarnos en trabajar en una primera cuenca, siendo la elegida la del Rímac. Luego de numerosos estudios y el desarrollo de una plataforma de proyectos orientados a promover la sostenibilidad del acuífero de Ate, se identificó

la oportunidad de implementar un programa de rehabilitación de canales que permita la mejora de conducción del agua para el riego de áreas verdes públicas en ese distrito.

Como parte de este proyecto de mejoramiento del canal, se desarrolló una intervención demostrativa como proyecto piloto, para implementar un modelo de riego inducido con impacto en la recarga del acuífero. Esta implementación se realizará en alianza con la Municipalidad de Ate y la Junta de Usuarios de Riego del Rímac y culminará en 2014.

Los objetivos en los que buscamos contribuir, como parte de la iniciativa, son:

MEJORA

De la recarga y supervisión del acuífero de la zona de Ate.



REDUCCIÓN

De la explotación de aguas subterráneas.



ELIMINACIÓN

Del uso de agua potable para el riego de áreas verdes públicas.



AQUAFONDO

Los Fondos de Agua son una iniciativa promovida por The Nature Conservancy (TNC), que en el Perú se ha asociado con Backus, el Grupo Gea, la Pontificia Universidad Católica del Perú, la Sociedad Peruana de Derecho Ambiental y el Fondo de Las Américas, para el establecimiento del Fondo de Agua para las Cuencas de Lima, denominado Aquafondo. Su objetivo es generar recursos para promover la conservación de las cuencas de los ríos Rímac, Chillón y Lurín, principales fuentes de abastecimiento de agua para Lima.

Actualmente Aquafondo está desarrollando estudios para determinar los impactos del cambio climático en las tres cuencas limeñas, así como el análisis hidrogeológico de las mismas. Asimismo, ha implementado un proyecto para mejorar las técnicas de irrigación de pequeños productores de papa y frijoles en la cuenca del río Lurín y

ha realizado un proyecto piloto para rehabilitar un canal de infiltración en la cuenca del río Chillón.

Aquafondo mantiene importantes alianzas con la Autoridad Nacional del Agua, el Ministerio del Ambiente y la Municipalidad Metropolitana de Lima. Del mismo modo, apoya el proceso de conformación del Consejo de Cuenca para las tres cuencas de Lima. Por otro lado, procura permitir una integración de los sectores público y privado para el desarrollo de acciones ecoeficientes en el uso del recurso, la generación de una nueva cultura del agua y una mejor gestión del financiamiento para la conservación de las cuencas de Lima.

Promover una cultura de

AGUA
EN LAS TRES CUENCAS
DE LIMA





EFICIENCIAS EN ENERGÍA Y EMISIONES



En línea con nuestro compromiso de reducir nuestro impacto en el cambio climático, procuramos una mayor eficiencia energética y una menor emisión de gases de efecto invernadero en nuestros procesos.

Con esos objetivos, trabajamos fundamentalmente en nuestras plantas, centros de distribución y en el transporte de nuestros productos.



Indicador de uso de energía total se redujo en

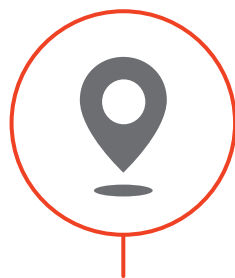
6%



PLANTAS PRODUCTIVAS

Un importante logro alcanzado en el 2013 es la mejora de nuestro indicador de uso de energía total, que se redujo en 6% al pasar de 98.1 a 92.0 MJ por hectolitro de cerveza producido, reafirmando con ello el cumplimiento de la estrategia global de SABMiller.

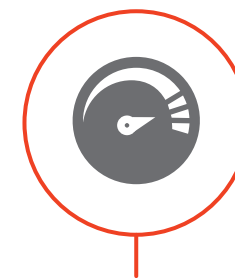
Algunas de las acciones más destacadas en materia de eficiencia energética fueron el reemplazo del uso de petróleo residual por gas natural en el caldero, reduciendo de manera importante las emisiones de CO2 a la atmósfera, así como el reemplazo de la energía eléctrica de la red por energía solar en Planta Arequipa para el alumbrado de zonas periféricas. Asimismo, en Motupe se viene utilizando energía eólico - solar para el alumbrado exterior de la nueva PTAR.



CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

Paneles solares, arquitectura bioclimática y luminarias LED son algunas de las herramientas que nos han permitido reducir el consumo de energía en las instalaciones de nuestros centros de distribución.

En Piura, el centro fue diseñado con criterios de arquitectura bioclimática que trata de aprovechar las características ambientales (abundante luz y calor) para reducir el consumo de energía: se logra ahorrar 591,300 Kw de energía y 3.6 m³ de agua al día, 1,314 m³ al año. El proyecto ganó el premio Peru2021 en la categoría de ambiente. En Cañete y Huancayo, hemos instalado paneles solares que permiten generar hasta 18 KW de energía para el consumo de la operación.



FLOTA

Hemos contribuido a establecer a más de 200 empresarios como formales, respetuosos del ambiente y con técnicas de manejo que les permiten ahorros de combustible y mayor seguridad vial. Estos nuevos transportistas aliados son empresarios exitosos y responsables con las distintas instituciones laborales, sociales, tributarias y con la sociedad.

Además, los ayudamos a adquirir una flota amigable con el ambiente, que supera las exigencias legales en lo que se refiere a emisión de gases, uso de líquido refrigerante *longlife* biodegradable y zapatas de freno que no utilizan asbesto.

Además, la iluminación perimétrica en Cañete se abastece de sus propios sistemas independientes de paneles solares equipados con una batería que permite realizar la carga durante todo el día para funcionar adecuadamente durante la noche.

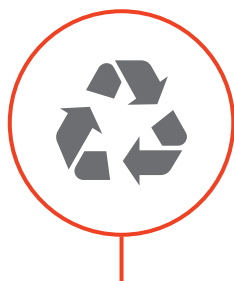
Por otro lado, en los centros de Vegueta, Iquitos y Cañete se han instalado luminarias LED que consumen un 30% menos de energía.

Se prevé para los próximos dos años la implementación de nuevos centros en Nazca y Cajamarca, los cuales además de contar con luminarias LED tendrán sensores de movimiento para regular el uso de la luz.

TRABAJANDO HACIA EL “0” DESPERDICIO

El compromiso que hemos asumido para la reducción del impacto de nuestros residuos nos motiva a incorporar innovaciones que permitan el aprovechamiento de estos materiales en otras cadenas productivas a las cuales abastecemos. Además, promovemos el desarrollo de nuestros clientes para un mejor manejo y aprovechamiento de los materiales.

Para el caso de los residuos peligrosos generados en las operaciones, trabajamos sólo con empresas prestadoras de servicios certificadas que garanticen su manejo, transporte y disposición de acuerdo a ley.



SUBPRODUCTOS

La mayor parte de nuestros residuos del proceso cervecero (subproductos), corresponden a materiales orgánicos altamente demandados para su aprovechamiento como alimento de ganado e insumos para la producción de abono, entre otros.



Vendemos afrecho, levadura y maíz descortinado (*hominy*) para su posterior aprovechamiento como alimento para ganado; además, algunos de los envases de productos químicos son comercializados a empresas especializadas y certificadas. Por otro lado, en Pucallpa, elaboramos abono

orgánico de excelente calidad para la fertilización de nuestras plantaciones forestales ubicadas en el Ecoparque Vive Responsable. Esas son algunas de las acciones que hemos logrado en nuestro afán de encontrarle segundos usos a los residuos que se generan.



Subproductos generados, uso y disposición final

Proceso de procedencia/ Obtención	Sub producto	Uso posterior	% de subproducto utilizado
Proceso de elaboración de cervezas 	Polvillo	Alimento para ganado	100%
	Afrecho	Alimento para ganado vacuno lechero	100%
	Levadura	Alimento directo para ganado vacuno, porcino y aves. Materia prima para alimento balanceado de distintos animales	90%
	Lodos de filtración	Compostaje	En pruebas
Proceso de envasado 	Vidrio	Industria del vidrio	100%
	Pulpa de etiqueta	Industria papelera	70%
	Cartones	Industria papelera	100%
	Plástico	Industria del plástico	100%
	Chatarra	Fundiciones	100%
Germinación del maíz amarillo duro 	Germen	Materia prima, alimento balanceado de ganado vacuno y aves	100%

OPORTUNIDADES

Hemos dado inicio a las pruebas de elaboración de abono orgánico a partir de los lodos de filtración, generando ahorros de segregación en nuestras plantas industriales. Además, en conjunto con la Universidad Agraria La Molina, nos encontramos evaluando y buscando nuevos usos para nuestros subproductos.

Adicionalmente, estamos trabajando con el objetivo de optimizar la segregación de residuos en plantas. Este trabajo involucra mejorar los procesos tanto en la zona de acopio como en la comercialización. El piloto se ha iniciado en Planta Ate y luego se replicará en toda nuestra operación.



ECOPARQUE VIVE RESPONSABLE

Uno de los proyectos que más satisfacciones nos brinda en cuanto a la gestión de residuos se encuentra en la ciudad de Pucallpa. Allí, los lodos de filtración, levadura y pulpa de etiqueta generados por planta San Juan son utilizados para la producción de abonos orgánicos para su posterior uso en nuestras plantaciones forestales.

El Ecoparque es un modelo integral de gestión ambiental que permite mejorar la calidad de los suelos, reforestar áreas degradadas, mejorar la calidad ambiental, recuperar la biodiversidad y generar empleo, capacidades locales y beneficios sociales.

Este proyecto nace de la necesidad de buscar un mejor aprovechamiento de los subproductos de la planta

San Juan ya que, a diferencia de otras ciudades donde Backus opera, Pucallpa no cuenta con un mercado desarrollado para su comercialización. Es por ello que, tras una serie de investigaciones, se validó que esos materiales tenían un contenido orgánico apropiado para la producción de abono de alta calidad.

En el año 2010, construimos una planta artesanal de abonos orgánicos cuya producción utilizamos para fertilizar los árboles del proyecto de reforestación (meta: reforestar 248 hectáreas al 2015), que forman parte de los terrenos de la cervecería San Juan. En esa misma área y año, instalamos un vivero forestal para la producción de los árboles requeridos para las actividades de reforestación. Producimos plántones de especies de alto valor comercial y captura de carbono como caoba, cedro, bolaina blanca, capirona, pashaco, teca, entre otras.

Respecto a los beneficios sociales, el Ecoparque genera empleo de calidad para jóvenes de Pucallpa (40 puestos hasta la fecha), los que reciben capacitación y entrenamiento constante vinculados con prácticas agroforestales. Adicionalmente, se está brindando oportunidades de investigación científica a través de un convenio con la Universidad Nacional de Ucayali

y de transferencia de conocimiento forestal (tecnología traída de Brasil y adaptada a las condiciones locales) a través de un programa desarrollado con la Cooperación de Finlandia, el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura – IICA y Reforesta Perú, operador de las actividades de reforestación y aliado de la empresa.

En lo que respecta a los beneficios económicos, el Ecoparque permite a la empresa procesar sus subproductos de manera rentable pues incorpora un componente de sostenibilidad financiera en el sentido que los ingresos generados por la venta de madera permitirán solventar los gastos operativos del proyecto. Este modelo de gestión ambiental tiene el potencial de ser replicado por otras empresas dado que parte del aprovechamiento de los recursos existentes.

La existencia del Ecoparque ha permitido, a su vez, el desarrollo de un proyecto de innovación tecnológica, servicios ambientales y capacitación en plantaciones forestales en tierras degradadas de la Amazonía Peruana junto con IICA, la Cooperación de Finlandia y Reforesta, que contempla tres componentes:

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Con el fin de validar la eficiencia de la tecnología que se usa en el Ecoparque, comparando el rendimiento de los árboles del proyecto con árboles instalados con tecnología convencional de la zona.

1

PAGO POR SERVICIOS AMBIENTALES

Consiste en diseñar un mecanismo de pago por servicios ambientales en plantaciones forestales.

2

DESARROLLO DE CAPACIDADES

Contempla un plan de capacitación y asistencia técnica en plantaciones forestales para 500 actores de la región Ucayali entre los que se encuentran representantes de la comunidad nativa de San Francisco de Yarinacocha.

3

La meta es reforestar

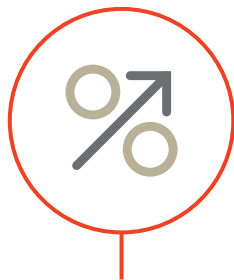
248
HECTÁREAS

al 2015



DESECHOS NO REUSABLES

A pesar que promovemos siempre la reutilización nuestros desechos en otras cadenas productivas, existen residuos que, por sus características, no pueden ser utilizados y necesitan un tratamiento especial a través de empresas especializadas autorizadas por la Dirección General de Salud Ambiental - DIGESA, este es el caso de los aceites y envases de productos de ciertos productos químicos.



ACUERDOS CON PROVEEDORES ESPECIALIZADOS Y CERTIFICADOS

En el caso de residuos peligrosos como baterías, cartuchos y tóner, hemos pactado acuerdos con nuestros proveedores para devolverlos a ellos, con el fin de que se realice un reciclaje especializado. El resto de residuos peligrosos, como solventes y derivados de hidrocarburos, son enviados y dispuestos de acuerdo a ley en el relleno de seguridad autorizado.

En el caso de residuos peligrosos se realiza un

RECICLAJE ESPECIALIZADO



“Backus es líder en el cuidado de la biodiversidad”

Carlos Loret de Mola,
*Experto en temas ambientales
y ex presidente del Consejo Nacional
del Ambiente*

“Para una empresa, disminuir su impacto en el ambiente implica asumir el gran reto de tener una adecuada gestión ambiental, pero también son muchos los beneficios que le puede representar.

Backus tiene una tradición de hacer las cosas bien a lo largo de su historia y la presencia de SABMiller ha permitido que profile su gestión ambiental.

Yo he participado del proyecto Aquafondo, que es una iniciativa que promueve el uso responsable del agua y el cuidado de la misma en la cuenca del río Rímac. Backus tiene claro su rol como contribuyente en la mejora del uso de este recurso en el país.

Ese es el tipo de actitud que la sociedad peruana espera de sus empresas líderes, y Backus es una de ellas. Igualmente, es destacable la participación de la empresa en el cuidado de la biodiversidad con proyectos como el Ecoparque en Pucallpa, que promueve la reforestación y el cuidado de las especies de la zona”.



REDUCIR, REUSAR Y RECICLAR EMPAQUES

El reciclaje y la reutilización de empaques contribuyen decididamente con la creación de un entorno amigable y una conducta ambiental responsable.

Es por eso que promovemos el consumo de nuestros productos en envases retornables de vidrio, la reducción de la cantidad de materias primas utilizadas en la producción de nuevos envases y el uso progresivo de materiales reciclables en nuestros empaques.

Hemos conseguido reciclar el vidrio en los Centros de Distribución de Lima, desarrollar proyectos de reducción de gramaje en vidrio y etiquetas y mantener procesos de desarrollo en esta línea de trabajo alineados con nuestros proveedores.

Como es nuestra cultura y compromiso, continuamos buscando oportunidades que nos permitan usar en nuestros empaques materias primas que tengan menores impactos en el ambiente.





Mediante proyectos de aligeramiento de las diferentes botellas de nuestras cervezas, hemos logrado reducir aproximadamente en 650 TN nuestro consumo anual de vidrio, gracias a las siguientes modificaciones de botellas:

CRISTAL 650ML

De 390g a 380g
(a partir de abril).



CUSQUEÑA 620ML

De 390g a 380g
(a partir de octubre).

BOTELLAS ESTÁNDAR (PILSEN TRUJILLO, AREQUIPEÑA, SAN JUAN) 620ML

De 390g a 380g
(a partir de abril).

CRISTAL 330ML

De 195g a 190g
(a partir de abril).

CUSQUEÑA 330ML

De 200g a 195g
(a partir de abril).

PILSEN 310ML

De 195g a 190g
(a partir de junio).

Por otro lado, conseguimos implementar alternativas de reducción de gramaje de papel para etiquetas y homologación de nuevos papeles más livianos, lo cual disminuye nuestro consumo anual de papel del tipo couché en 6% y del tipo metalizado en 11%.

Asimismo, hemos trabajado en rediseño de logos y colores de nuestras tapas, con el fin de optimizar el proceso de impresión, haciéndolo más ágil y logrando así un consumo de energía menor.

Además, las láminas termocontraíbles que envuelven los paquetes no retornables de gaseosas y cerveza, cuentan con óxidos que permiten acelerar su proceso de descomposición, reduciéndolo de 400 a 5 años. Gracias a esta medida, afectamos considerablemente el impacto de nuestros empaques en el ambiente.





COMUNIDAD Y EMPRENDIMIENTO

Como parte de nuestro enfoque de sostenibilidad, nos preocupamos por beneficiar a las comunidades en las que operamos. Lo hacemos mediante iniciativas que contribuyen con su desarrollo y con el de los diferentes actores de la sociedad, es decir, con nuestra esfera de influencia.

45 Fomento de emprendedores

52 Patrimonio cultural

57 Infraestructura básica



Nuestra estrategia de Inversión Social Corporativa se compone de tres líneas de acción, en las que se enmarcan nuestros diferentes proyectos.

LÍNEAS DE ACCIÓN DE INVERSIÓN SOCIAL CORPORATIVA

Promoción del emprendimiento y fortalecimiento de capacidades microempresariales.

1

Puesta en valor del patrimonio cultural, para la atracción de turistas y generación de ingreso.

2

Ejecución de obras públicas, a través del mecanismo de obras por impuestos.

3

Ponemos especial énfasis en iniciativas dirigidas a aquellos que forman parte de nuestra cadena de valor, con el objetivo de generar valor compartido con quienes forman parte de nuestro accionar.

Por otra parte, un fuerte sentimiento de peruanidad nos insta a apostar por la conservación de nuestro patrimonio cultural, con miras a promover la generación de desarrollo local a raíz del turismo que se genere.

Finalmente, aprovechamos el mecanismo de obras por impuestos para beneficiar a nuestras comunidades y a nuestra empresa, con obras de inversión en infraestructura pública que contribuyan con disminuir la brecha que existe en nuestro país.



FOMENTO DE EMPRENDEDORES

Bodegueros, pequeños agricultores y proveedores de servicios son algunos de los micro y pequeños empresarios que conforman nuestra cadena de valor. Queremos contribuir con su desarrollo a través de la promoción del emprendimiento, sabiendo además que mientras más se consoliden, mejores productos y servicios podrán prestar.

En esta línea es que desplegamos proyectos de inversión social que buscan fortalecer las capacidades de los empresarios que ya forman parte del proceso logístico de nuestra operación y de otros emprendedores que podrían ingresar a este círculo virtuoso de generación de empleo.



Nos enorgullece participar del desarrollo de los comercios que venden nuestros productos, así como del de nuestros proveedores. Apoyamos a estos dos grupos de emprendedores y los fortalecemos en temas como formalización, inclusión financiera, ventas, manejo de costos, comercialización responsable de bebidas alcohólicas, entre otros. Procuramos instarles, además, a que lleven a cabo una gestión responsable de la cadena que conforman con sus propios clientes.



COMPROMISO CON NUESTROS CLIENTES

Siempre pensando en nuevas y mejores formas de lograr nuestros objetivos y generar valor con nuestros clientes, hemos implementado dos grandes herramientas para apoyar su desarrollo: El Programa 4e y el Programa de Inclusión Financiera.

4E, CAMINO AL PROGRESO

Es un programa de capacitación orientado a bodegueros emprendedores que buscan el crecimiento sostenible de sus negocios, la mejora de la calidad de vida de su familia, y que reconocen su liderazgo en su comunidad. El programa surge a partir de una iniciativa desarrollada en Perú "Progresando Juntos" en el año 2008. La iniciativa hoy es parte de la estrategia de Inversión Social Corporativa de SABMiller en la región, que beneficiará a más de 40,000 bodegueros, sus familias, y comunidades a lo largo de cinco años en Colombia, Ecuador, El Salvador, Honduras, Panamá y Perú.

El programa cuenta con seis módulos de capacitación que se desarrollan a lo largo de trece semanas. Los participantes acuden a sesiones de aprendizaje grupales

cada dos semanas, además de la visita de un tutor especializado en la misma bodega para brindarles asesorías presenciales y personalizadas, donde aplican los conocimientos adquiridos en clase y aclaran cualquier duda. De esta manera aseguramos la comprensión y retención de los temas trabajados durante las capacitaciones.

4e, Camino al Progreso

Fase	Módulo	Contenido General
Diagnóstico		
 Bodega Responsable	Módulo 1	Ventas y Mercadeo
	Módulo 2	La administración del negocio
 Bodega Sostenible	Módulo 3	Las finanzas del negocio
	Módulo 4	Mi negocio: Patrimonio familiar
 Bodega Excelente	Monitoreo	
	Refuerzo, cierre de brechas y recomendaciones	
 Bodega Líder	Módulo 5	Backus y mi negocio
	Módulo 6	El bodeguero como emprendedor social

Este programa beneficiará a más de

40,000

bodegueros, sus familias, y comunidades de 6 países en 5 años





En el Perú, el programa empezó en setiembre de 2013 y tiene como meta llegar a 12,400 bodegueros a lo largo de los cinco años de duración. En 2013 logramos capacitar a 480 pequeños empresarios, en temas de mercadeo, acomodo de productos en el punto de venta, costos, finanzas y gestión del inventario y tributos, entre otros. Durante el programa los bodegueros han aprendido a utilizar estas herramientas para fortalecer sus conocimientos y asegurar la sostenibilidad de sus negocios.

Como resultado principal de este programa, el total de los emprendedores participantes han implementado mejoras en su local, en términos de acomodo, exposición, limpieza y gestión, entre otros. Además, 24 bodegueros lograron recuperar más de S/.49,000 en Percepciones, un impuesto que se aplica por adelantado a la venta de cerveza de malta, el agua y las gaseosas, entre otros. Estos logros permiten al bodeguero evidenciar los beneficios de ser un negocio formal y de estar al día en el pago de tributos, además de brindarles la experiencia de realizar trámites que a menudo no realizarían, en muchos casos, por temor o desconocimiento.



ENTRANDO A LA BANCA

La falta de acceso a servicios bancarios básicos por parte de pequeños negocios es una gran limitante para el desarrollo de sus actividades, especialmente para aquellos ubicados en zonas rurales. Insertar a este tipo de puntos de venta de Backus al sistema financiero les brinda oportunidades de hacer crecer sus negocios.

Hemos generado alianzas con distintas entidades financieras con el fin de establecer servicios bancarios básicos en una iniciativa de triple beneficio, generando valor para nuestra empresa, las entidades financieras y nuestros clientes, los que han podido transformar la forma en que operan sus negocios.

Animamos a diferentes bancos a facilitar un programa de otorgamiento de línea de crédito a nuestros clientes más fiables, y a crear un paquete con condiciones preferenciales. Con la finalidad de permitir a nuestros clientes superar sus dudas frente a la

banca, les ofrecimos programas de capacitación donde se explicaron los beneficios de los servicios ofrecidos. Esto les permitió comprender con mayor claridad los beneficios de tener acceso al sistema bancario y de continuar trabajando con las instituciones financieras para tener acceso a servicios adicionales.

Esto les permitió a nuestros pequeños puntos de venta obtener préstamos, los que utilizaron para incrementar su capacidad de adquisición de nuestros productos y también para mejorar la infraestructura de sus negocios. Este programa ha beneficiado a 5,100 de nuestros clientes en zonas rurales, alcanzando un monto de microcréditos otorgados de USD 38 millones.

Además, 1,500 puntos de venta Backus se convirtieron también en agentes bancarios, por lo que ahora reciben ingresos adicionales por las comisiones asociadas a esta gestión. Esto ha permitido desarrollar infraestructura bancaria en zonas rurales que se encontraban desconectadas, facilitando a las comunidades el acceso a este tipo de servicios y brindando nuevas oportunidades de negocio a nuestros clientes.

Por último, nos convertimos en la primera empresa comercial en Perú en llevar a cabo transacciones de dinero de forma electrónica, a

través de teléfonos móviles. Esto proporcionó a nuestros clientes una forma más sencilla y segura de realizar sus pagos.

Las facilidades logradas para estos puntos de venta se extienden más allá de la operación comercial en la que nos desenvolvemos, aporte de valor que nuestros clientes reconocen y que ha contribuido a fortalecer nuestra relación con ellos.



Este programa ha beneficiado a

5,100

de nuestros clientes en zonas rurales



APOYO A LOS PROGRAMAS DE PAGADURÍA DEL ESTADO (PENSIÓN 65)

Este programa gubernamental dirigido a adultos mayores de escasos recursos se alió con Backus para innovar en la forma de hacer efectivos los pagos. Se seleccionó al distrito de María Parado de Bellido, en Ayacucho (área fuera de la cobertura bancaria), para desarrollar un piloto de esta iniciativa. Tradicionalmente, los adultos mayores de la zona debían desplazarse a la localidad más cercana donde existiera una sucursal del Banco de la Nación para realizar el cobro de su pensión, lo que les demandaba tiempo, dinero por movilización y mayores esfuerzos físicos, tomando en cuenta que son personas de la tercera edad.

En paralelo, Backus está presente incluso en las ciudades más alejadas y realiza cobros directos a sus

clientes de esta zona. En lugar de trasladarlo físicamente, el dinero percibido por Backus en el distrito de María Parado de Bellido permaneció en la localidad y fue entregado a un representante del Banco de la Nación para facilitar que los adultos mayores realizaran sus cobros de forma directa y sin desplazarse.

La difusión de estos programas en medios de comunicación ha despertado interés en el sector financiero para replicar estas experiencias, por lo que ya se están impulsando acuerdos para desarrollar programas conjuntos en otras regiones.

Estamos convencidos de que pensar más allá del alcance de nuestra industria puede significar un verdadero progreso para muchos. Estamos creando nuevas oportunidades para apoyar a nuestros clientes, buscando que esto repercuta también en el progreso de las comunidades donde operamos.

PENSIÓN 65

se alió con Backus para hacer efectivos los pagos en zonas alejadas

“Backus conoce muy bien su cadena y quiere que le vaya bien”

Carolina Trivelli Ávila

Gerente de Plataforma de Dinero Electrónico de la Asociación de Bancos, ex ministra del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Financiera

“Backus es una empresa que ha sabido desarrollar una forma de trabajar y una manera de aprovechar su sistema operativo que tiene abierto ante sí un conjunto de oportunidades y desafíos. El ser una empresa que mantiene un trato muy cercano con los comerciantes de todo el Perú le brinda la oportunidad de aprovechar muchas cosas para el bien de la empresa misma, pero también como bien público.

Cuando yo estuve en el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social hicimos un exitoso programa

piloto para que el pago de Pensión 65 en lugares alejados se realice a través de su sistema de distribución. Ahora estamos trabajando con Asbanc y Backus para desarrollar un programa de desarrollo del dinero electrónico y la inclusión financiera.

Lo valioso es que Backus conoce muy bien su cadena y quiere que le vaya bien al bodeguero. No desde un punto de vista de responsabilidad social, sino viendo la forma de hacer negocios con ellos. Eso es lo que hace falta impulsar en el país, el *Impact investing*, el hacer inversiones que nos permitan mejorar la situación de nuestra cadena, de los consumidores y el país, siempre y cuando nos ayuden a mejorar el negocio”.



COMPROMISO CON LOS PROVEEDORES

El abastecimiento de insumos es clave para nuestros procesos productivos y, por ello, contar con proveedores con valores éticos, comprometidos con nuestras políticas y nuestros Principios de Abastecimiento Responsable (PAR) nos representa un factor de sostenibilidad. Por este motivo, buscamos reforzar su gestión y su compromiso, fortaleciendo su integración a nuestra cadena de suministro y fomentando una cultura de calidad.

Los PAR incluyen una conducta empresarial ética, condiciones laborales seguras, erradicación de empleo forzado y trabajo infantil, remuneración justa, respeto a la diversidad, a libertad de asociación y al ambiente.

Mediante el proceso de homologación, se verifica anualmente la capacidad de nuestros proveedores críticos para prestar servicios o fabricar productos conforme a los estándares requeridos por Backus. Se evalúan aspectos como su situación financiera y obligaciones legales, capacidad operativa, gestión de la calidad, seguridad, salud y medioambiente, gestión comercial y riesgo operacional. Los resultados permiten identificar oportunidades de mejora para los proveedores y dirigir actividades puntuales,

capacitaciones o talleres que les ayuden a mejorar su gestión y el desarrollo de sus procesos, alineado a nuestras necesidades.

Este año iniciamos la implementación de auditorías éticas comerciales para nuestros proveedores críticos siguiendo los criterios de SEDEX, una organización que busca mejorar las prácticas comerciales responsables y éticas de las cadenas de suministro.

Esta metodología toma en cuenta el Código de Comercio Ético (ETI) y la legislación local para medir estándares laborales; de salud, seguridad ocupacional e higiene; de integridad comercial y de impacto en el ambiente.

En el marco del programa Progresando Juntos con nuestros proveedores estratégicos, a quienes denominamos "socios de negocios", se imparten las mejores prácticas de Backus en todas nuestras áreas operativas. En un taller de tres días, se comparten experiencias empresariales y buenas prácticas en temas como Planeamiento Estratégico, Marketing y Ventas, Gestión de Personas, Manufactura de Clase Mundial (MCM), Desarrollo Sostenible, Cadena de Suministros, Tesorería y Planeamiento Financiero, a fin de transmitir a nuestros proveedores una visión que los motive a implementar estrategias similares en sus empresas. Este año el programa se realizó por sexto año consecutivo y contó con 40

proveedores participantes, con lo que ya hemos podido llegar a 173 proveedores capacitados en el histórico del programa, quienes representan aproximadamente USD 163 millones o el 42% de nuestras compras locales.

Nuestra Política Antisoborno y de Ética para proveedores son difundidas periódicamente y los proveedores se comprometen a su cumplimiento con la aceptación de la orden de compra de Backus.

Finalmente, implementamos una encuesta de satisfacción anual a nuestros proveedores estratégicos a efectos de contar con la retroalimentación respecto a nuestros procesos.

173

pequeñas empresas capacitadas, gracias al programa **Progresando Juntos** con proveedores





PROGRESANDO JUNTOS CON PRODUCTORES DE MAÍZ

Una de las aplicaciones más importantes de Progresando Juntos ha sido el trabajo realizado con pequeños productores de maíz amarillo duro.

Un adjunto que se utiliza en la elaboración de nuestras cervezas es el maíz amarillo duro (MAD), insumo que, dentro del país, no se producía con los estándares de calidad requeridos por Backus y SABMiller. Con la visión de comprarlo en el Perú, diseñamos e implementamos el programa "Progresando Juntos con pequeños productores de maíz amarillo duro" (Progresando Juntos MAD), logrando articular a pequeños productores de maíz como parte de nuestro proceso de suministro. Esta inclusión dentro de nuestra cadena productiva tuvo como consecuencia el incremento en la rentabilidad y competitividad de estos pequeños productores, así como también la mejora de su calidad de vida y la de sus familias.

Cuando se inició el programa en el 2008, se identificó al valle de Jequetepeque como el ideal para implementar el proyecto: existía una alta concentración de pequeños productores de maíz en situación de vulnerabilidad, ubicados en una zona costera de fácil acceso y se contaba con la presencia local de la ONG CEDEPTAS Norte, con amplia experiencia en el desarrollo de proyectos productivos.

El proyecto buscó dar entrenamiento a los pequeños productores, en cuanto a capacidades técnicas productivas, organizativas y empresariales, así como también que se asociaran para que pudieran

obtener acceso directo al mercado formal y lograran acceder al crédito financiero.

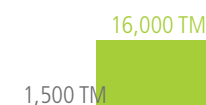
En el 2010, y en base a los buenos resultados del programa, se replicó el modelo de intervención en Barranca, nuevamente de la mano con CEDEPAS Norte.

Uno de los resultados más importantes de articulación del programa es la creación de la Central de Productores del Valle del Jequetepeque "CEPROVAJE", a quien Backus compra maíz directamente. Backus ha pasado de comprar 1,500 TM en el 2008 a 16,000 TM de maíz amarillo duro en el 2013.



Backus ha pasado de comprar **1,500 TM** en el **2008** a **16,000 TM** de maíz amarillo duro en el **2013**

16,000 TM



En Progresando Juntos se comparten prácticas de Manufactura de Clase Mundial

(MCM)



Los agricultores incrementaron su productividad en

25%

Otra labor notable, fue la creación de la Central de Productores del Valle del Jequetepeque

CEPROVAJE

Por otro lado, los agricultores incrementaron su productividad en 25% pasando de 7,5 a 10,0 toneladas por hectárea y han ahorrado un 10% en costos de producción, gracias a las compras en conjunto. Además, al contar con un contrato de compra y venta con Backus, este sirve de garantía para obtener acceso al crédito y con tasas preferenciales: el interés al que acceden se ha reducido de 4,5% en el 2008 a 1,5% en el 2013.

Al inicio del proyecto, sólo el 5,0% de los productores había accedido a un financiamiento formal, ahora más del 80,0% lo ha hecho. Asimismo, el programa también tiene un efecto tributario importante, pues al ser una institución formal, CEPROVAJE ha pagado más de USD 2.2 MM en Impuesto General a las Ventas desde el 2010.

En adición, el programa genera impactos positivos en el medio ambiente. Gracias a las buenas prácticas agrícolas, ahora los productores manejan sus desechos tóxicos, el 100% utiliza abonos orgánicos y más del 85% usa pesticidas de etiqueta verde, amigables con el medio ambiente. También, el consumo de agua en el proceso productivo se ha reducido de 8,500 a 7,800 m³ por hectárea al año.

En el 2013, CEPROVAJE pasó de ser una Central de Productores a convertirse en empresarios asociados en una Cooperativa de Servicios y, en un esfuerzo conjunto, se ha logrado darle sostenibilidad a la intervención logrando diversificar su portafolio de productos al replicar el modelo para la producción de otros cultivos como alcachofas, banano orgánico, frijol caupí y espárragos, los cuales son vendidos de forma directa a otras empresas del país.

En 2013, "Progresando Juntos MAD" ganó el premio internacional Pioneer Social Award del Pacto Global, en la categoría de Negocios Inclusivos. También fue seleccionado para ser incluido en la publicación mundial de casos de éxito de Responsible Sourcing de SABMiller.

PATRIMONIO CULTURAL

Invertir en la restauración del patrimonio cultural, con miras a promover el turismo, nos vincula con uno de los valores más destacados de nuestra marca corporativa: la peruanidad.

Estos proyectos buscan el desarrollo económico local y la generación de empleo a través de la puesta en valor del patrimonio cultural y del turismo sostenible en nuestras comunidades de influencia.



El modelo que hemos desarrollado para convertir el patrimonio cultural del Perú en un producto turístico, posee cuatro componentes principales:

Patrimonio cultural



INVESTIGACIÓN Y CONSERVACIÓN

Conocer a nivel académico la relevancia del sitio y recuperarlo de forma adecuada para recibir visitas.

1



DESARROLLO DE CAPACIDADES LOCALES

Preparación de los pequeños negocios circundantes para que atiendan la demanda turística.

2



DIFUSIÓN Y MARKETING

Dar a conocer el destino a través de una estrategia de marketing de la zona.

3



SISTEMA INTEGRAL DE GESTIÓN

Desarrollo de indicadores y alianzas estratégicas que aseguran la sostenibilidad del proyecto.

4

El éxito del modelo se debe a que la investigación y conservación, el desarrollo de capacidades locales, la difusión y marketing y el sistema integral de gestión están integrados de manera intrínseca. Además, tiene un enfoque interdisciplinario y el apoyo de alianzas público-privadas para el apalancamiento de fondos. Este modelo es una forma novedosa para la conservación y desarrollo del patrimonio cultural que, además de fortalecer la identidad de la población de su entorno, genera empleo y brinda nuevas oportunidades de trabajo.

**DESTINO:
ANDAHUAYLILLAS, CUSCO**

A 40 minutos de la ciudad del Cusco se encuentran las tres iglesias coloniales que forman parte de la "Ruta del Barroco Andino" de la Compañía de Jesús, gestionado por la Asociación SEMPA, en los pueblos de Andahuaylillas, Huaró y Urcos. La Iglesia de San Pedro Apostol en Andahuaylillas es visitada principalmente, y de manera breve, por turistas que transitaban entre Cusco y Puno, sin darse el tiempo de conocer la Iglesia de San Juan Bautista y la Capilla Virgen Purificada de Canincunca que, junto con la Iglesia de la Compañía

de Jesús, ubicada en la ciudad de Cusco, forman parte de la ruta. Esto no permite generar desarrollo local en la zona, ya que el tiempo de permanencia del turista en la zona es muy limitado.

Ante esta situación, la Fundación Backus, en alianza con el World Monuments Fund y GIZ, con el financiamiento de Fondoempleo, ejecuta desde el año 2012 el proyecto "Incremento del empleo a través del desarrollo turístico en Andahuaylillas, Huaró y Urcos - Quispicanchi, Cusco". Este busca posicionar la Ruta del Barroco Andino como un destino turístico de primer nivel y, a su vez, desarrollar los negocios de alimentos





y bebidas y artesanía, dándoles una identidad local; articular la cultura viva, a través de las comparsas locales; y mejorar los guiados turísticos, mediante capacitaciones especializadas a guías oficiales.

Un esfuerzo articulado en coordinación con la Asociación SEMPA, logró que se incremente en 12% el número de visitantes a la Ruta del Barroco Andino.

A partir del proyecto, empresarios y artesanos han adquirido competencias y habilidades para brindar un mejor servicio a los visitantes, que a la vez les ha permitido mejorar su calidad de vida.

Entre los principales resultados de la intervención, destacan los siguientes: ocho artesanas de muñequería andina venden sus muñecas en cinco aeropuertos del

Perú, en las tiendas de Altomayo; 13 artesanas de tejido a palito atienden pedidos para empresas exportadoras y venden sus productos en ferias locales, nacionales y en las tiendas de la Ruta del Barroco Andino; y 13 artesanas reciben capacitaciones adicionales a las brindadas por el proyecto, en TIC y formalización gracias a PROMPERÚ-Cusco.

El programa aún sigue en desarrollo y busca lograr la sostenibilidad de la intervención, buscando nuevas oportunidades de capacitación y de comercialización de las artesanías, así como también a través del desarrollo de una estrategia de marca y materiales promocionales que permitan articular la Ruta del Barroco Andino como uno de los productos turísticos ofrecidos por las principales agencias locales y peruanas.

Como complemento de esta intervención, se logró consolidar un taller de luthería en Huaró, a través de una alianza estratégica entre Fundación Backus y Sinfonía por el Perú, institución liderada por el tenor peruano Juan Diego Flórez. La luthería es el arte de elaborar instrumentos musicales de cuerda, viento o percusión, materia en la que actualmente se capacita a quince jóvenes de la zona. El proyecto es de tres años y tiene el propósito de contribuir a recuperar la corriente artística barroca de la sierra del Perú, ofreciendo a los jóvenes de la localidad una alternativa formativa como artesanos. A través del poder de la música, este programa también permite la formación en valores para la vida, tales como la disciplina, la excelencia y el trabajo en equipo, en un ambiente de mística y gozo que aseguran una alta motivación.



PUESTA EN VALOR DE LAS PIRÁMIDES DE TÚCUME

Este proyecto procura fortalecer la gestión local del patrimonio natural y cultural del área y la generación de un clúster turístico. Para ello, se promueven programas de capacitación, de asistencia técnica, estrategias de mercadeo eficientes, el desarrollo de un sistema de gestión del destino, la consolidación de la articulación territorial y/o temática del producto. Hasta la fecha se ha logrado capacitar a 28 artesanos en diseño en 7 líneas de producción, como consecuencia de ello, se ha incrementado en 8% las ventas de artesanos. También se ha capacitado a 15 orientadores locales, los cuales están trabajando actualmente con turistas en la zona.

Se logró incrementar en

12%

el número de visitantes a la Ruta del Barroco Andino



HUACAS DEL SOL Y DE LA LUNA EN TRUJILLO

Constituyen los edificios monumentales del complejo arqueológico conocido también como "Huacas de Moche", monumentos arqueológicos emblemáticos de la costa norte. La iniciativa de Backus en este destino partió de su restauración y puesta en valor como un primer paso hacia lograr una intervención integral, con la visión de trascender la conservación del patrimonio. Se buscó darle al atractivo turístico un uso social, buscando el aumento del flujo turístico y su sostenibilidad, logrando generar desarrollo local y así un impacto económico positivo en las poblaciones de su entorno.

En una alianza estratégica con Backus, participan también la Universidad Nacional de Trujillo y el Patronato de las Huacas del Valle de Moche. Asimismo, hemos generado otros vínculos clave para añadir valor a esta intervención y recibir aportes de instituciones como el World Monuments Fund, el Fondo Nacional de Capacitación Laboral y de Promoción del Empleo (FONDOEMPLEO) y el Fondo Contra Valor Perú Francia.

Actualmente el proyecto Huacas del Sol y de la Luna busca consolidarse como el sitio más atractivo del norte del Perú en términos arqueológicos.

Cifras Huacas del Sol y de la Luna

446

EMPLEOS EN EMPRENDIMIENTO

Relacionados a servicios turísticos en la Campiña de Moche, como ramadas y restaurantes, talleres artesanales, transporte público; entre otros.

1,191

PROFESIONALES CAPACITADOS

En arqueología, conservación y servicios turísticos, locales, nacionales y extranjeros.

130

EMPLEOS DIRECTOS AL AÑO

En el monumento, entre profesionales, técnicos y auxiliares, y 54 empleos indirectos dentro del mismo monumento.

493

PUBLICACIONES

Científicas y de difusión, entre ellas 14 libros, lo que probablemente constituye un récord sin precedentes en los anales de los proyectos arqueológicos en el Perú.



CRIANZA, CONSERVACIÓN Y DIFUSIÓN DEL CABALLO DE PASO PERUANO

Desde 1979, Backus ha tenido una fuerte participación en impulsar la crianza y la exhibición del Caballo de Paso Peruano, como parte de su gestión de puesta en valor del patrimonio cultural del país. Esta raza única es embajadora de la Marca Perú por representar un símbolo de elegancia, belleza y suavidad y además ser un producto bandera reconocido mundialmente, por sus características singulares y por ser considerado el caballo de silla más suave del mundo. En esta tradición cultural, la empresa ha invertido más de S/.15 millones a lo largo de 34 años.

El criadero de Backus, considerado un referente en temas de sanidad, alimentación y mejoramiento genético, ubicado en el Fundo San José en Motupe, ha atendido más de 500 nacimientos y, en su esfuerzo por mejorar las líneas de crianza de los caballos, ha brindado a diversos criaderos servicios de reproducción de los padrillos.

También promovemos el desarrollo profesional en este ámbito, pues se ha beneficiado a más de 200 médicos, veterinarios, ingenieros zootecnistas y técnicos agropecuarios a través de los convenios de cooperación con las



facultades de medicina veterinaria y zootecnia de la Universidad Nacional Ruiz Gallo de Lambayeque, Universidad Nacional de Cajamarca y la Universidad de Cuenca y Loja de Ecuador, entre otras.

Los caballos de paso de nuestro criadero, embajadores que llevan generalmente la marca Cristal en el pecho petral, realizan más de ciento veinte exhibiciones al año en fiestas patronales, corsos, eventos cívicos, patrióticos y culturales en el norte del país, así como en todas las visitas académicas e institucionales que se realizan a nuestra planta productiva de Motupe.

Desde 1992 apoyamos, a través de la marca Cristal, a las Asociaciones de Criadores de Caballos Peruanos

de Paso a nivel nacional como auspiciador oficial en concursos, eventos, cabalgatas y charlas. Además, nuestros caballos han obtenido 38 reconocimientos en diferentes concursos oficiales. Por este compromiso incondicional con la peruanidad, Backus fue nombrado Socio Honorario de la Asociación Nacional de Criadores y Propietarios de Caballos de Paso en el 2009, lo que nos convierte en un importante referente en el tema.

Es a través de la crianza, conservación y difusión del Caballo de Paso que Backus, única empresa que apuesta por la crianza de esta raza abanderada, promueve la conservación de nuestras tradiciones y enaltece la peruanidad.



Esta raza única
es embajadora de la

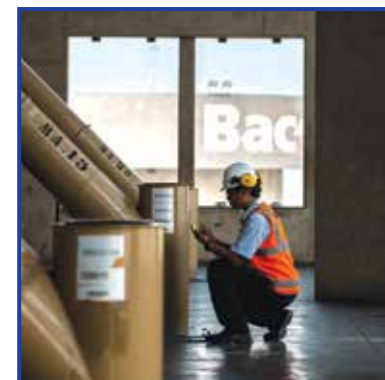
**MARCA
PERÚ**



INFRAESTRUCTURA BÁSICA

El mecanismo de "Obras por Impuestos" promovido por el gobierno peruano representa una gran oportunidad para contribuir en la reducción de la brecha de infraestructura de nuestro país, haciéndonos cargo de obras de inversión pública y recuperando lo invertido a través de descuentos en el Impuesto a la Renta.

Consideramos que el mayor beneficio del mecanismo es que contribuye a desplegar obras de infraestructura con altos estándares de calidad y eficiencia en la ejecución. A esto se suma la generación de confianza, acercando a los diferentes actores de la sociedad, creando lazos y colaboración entre el Estado y las empresas privadas.



De esta manera, contribuimos a la ejecución de obras de infraestructura pública de alto impacto y relevancia para las comunidades en las que operamos, para los gobiernos regionales y/o locales y para nosotros mismos. Para el despliegue de Obras por Impuestos hemos definido 4 líneas principales de acción:

Líneas de acción para la ejecución de Obras por impuestos



INFRAESTRUCTURA URBANA

1



AGUA Y SANEAMIENTO

2



PATRIMONIO CULTURAL

3



SEGURIDAD

4

Invertimos

**+DE S/.20
MILLONES**

y ampliamos
a 5 obras en cartera

OBRAS EN CARTERA

La primera obra que realizamos fue la Avenida Separadora Industrial, la cual se realizó en 2011 en alianza con el Municipio distrital de Ate y que supuso una inversión de más de S/.1.6 millones.

Durante 2013 se invirtió S/.20 millones en las obras Puente Chilina y Avenida Fernandini, ambas localizadas en Arequipa. Asimismo, ampliamos nuestra cartera de proyectos a 5 obras:

- Puente Chilina (Arequipa)
- Avenida Fernandini (Arequipa)
- Avenida Tahuaycani (Arequipa)
- Escuela de Suboficiales PNP (Trujillo)
- Red Colectora de la Laguna Piuray (Cusco)

Hemos participado, además, de 11 exposiciones públicas sobre obras por impuestos, con la finalidad de compartir nuestra experiencia en esta línea de acción e impulsar a más empresas privadas a animarse por emplear el mecanismo.

INFRAESTRUCTURA VIAL. LA AVENIDA FERNANDINI, EN SACHACA, AREQUIPA

Fue la primera obra donde se utilizó el nuevo reglamento de la ley, aprobado en el año 2012.

Con una inversión de S/.3.6 millones, se benefició a más de 118 mil personas y se eliminó el riesgo de inundaciones de esta calzada. La mejora de la vía de Fernandini no sólo impedirá su inundación, sino además un menor desgaste de los vehículos que transitan allí y un ahorro en el tiempo de transporte. Adicionalmente con la obra se disminuye el riesgo de accidentes peatonales y vehiculares.

PUENTE CHILINA, EN AREQUIPA

Ubicado a la altura del asilo Lira, en Yanahuara, y el colegio Francisco Bolognesi en Alto Selva Alegre. Esta obra por impuestos fue financiada por el consorcio inversionista conformado por las empresas Southern, Interbank y Backus. La obra implica una inversión de más de S/.245 millones, de los cuales Backus aporta aproximadamente S/.30 millones. Este proyecto tiene como beneficios la disminución de la congestión vehicular en la ciudad de Arequipa, en especial en la zona cercana al centro histórico, además de un menor desgaste de los vehículos y la reducción en el tiempo de desplazamientos.

CULTURA BACKUS



Una de nuestras prioridades estratégicas consiste en ser el mejor equipo del cual formar parte. En 2013 trabajamos en iniciativas para fomentar el compromiso de nuestros 4,272 colaboradores y sus familias con la organización, desarrollando a nuestros líderes y equipos para asegurar el éxito del negocio.

61 Proyectos estratégicos

64 Procesos de gestión humana



PROYECTOS ESTRATÉGICOS

IMPULSAR TRABAJOS CON SIGNIFICADO

Realizamos el diagnóstico de trabajos con significado, para identificar los criterios que generan motivación en nuestros equipos. Entrevistamos a 16% de la población en 135 sesiones desplegadas a nivel nacional y cada área de la empresa diseñó planes de acción para impulsar la estrategia.

Además, se rediseñó la estrategia de Bienestar logrando un modelo con cobertura nacional especializada en temas clave para el bienestar de nuestra gente.

Entre los beneficios formativos y recreativos ofrecidos, destacan



el programa de vacaciones útiles con una participación de 2400 niños a nivel nacional, en el que la empresa asumió parte significativa del precio de los talleres; un día de actividades lúdicas y deportivas para hijos y madres; y la entrega de becas que benefició a 1100 hijos de colaboradores cursando educación primaria, secundaria, técnica o superior con un alto rendimiento académico.

Se celebraron eventos de Navidad Backus a nivel nacional y se entregó regalos a todos los hijos menores de 12 años. También se organizaron visitas de familiares a nuestras instalaciones, acercando a nuestras familias a la cultura y productos Backus.

El propósito de Backus, es que sus colaboradores encuentren satisfacción, sentido y dicha en su trabajo.



En cuanto a las actividades de integración, la más importante fue la Copa Cristal 2013, en la que participaron 1588 colaboradores, distribuidos en 81 equipos y barras a nivel nacional, que disputaron el campeonato durante los meses de setiembre, octubre y noviembre.

Por su parte, el programa integral de salud y bienestar "Vida Saludable" contó nuevamente con el beneficio el examen médico preventivo en nuestras instalaciones.

También se generaron oportunidades de entrenamiento para desarrollar a nuestra gente y potenciar competencias necesarias

para realizar su trabajo. Fueron programas de aprendizaje y desarrollo de alta calidad, que permitieron a nuestra gente incrementar sus conocimientos y habilidades ya sea para consolidarse en su posición y/o prepararse para asumir nuevos desafíos.

El Programa de *Coaching* Ejecutivo se diseñó para responder a necesidades de desarrollo de los 35 líderes que formaron la cuarta promoción de *coaches*, que culminó en mayo 2013 luego de más de 10 meses de formación que incluyeron evaluación 360°, sesiones de trabajo individual y un taller de técnicas de coaching, lográndose más de 750 horas de entrenamiento y desarrollo.

El Programa de *Coaching* Ejecutivo logró

750

horas de entrenamiento y desarrollo



CONVERSACIONES CONSTRUCTIVAS

Es una poderosa herramienta de desarrollo, promovida regionalmente, que refuerza las estrategias de nuestros líderes para generar trabajos con significado para sus equipos, asegurando una atmósfera de confianza y trabajo colaborativo a través de comunicación clara, positiva y honesta. Incluye un programa de entrenamiento de seis módulos, complementados con sesiones de seguimiento y refuerzo teórico-prácticas para los líderes de la organización.

Durante el 2013, implementamos 3 módulos de entrenamiento con Vicepresidentes y 2 con directores y gerentes, impactando directamente a 256 colaboradores con un total de 4,152 horas de capacitación ejecutadas.

Para asegurar la sostenibilidad del programa se convocó internamente a Facilitadores de Liderazgo. Estos son líderes de la organización que voluntariamente recibieron una exigente capacitación y se convirtieron en pieza clave a cargo de liderar las sesiones de seguimiento y brindar soporte permanente a los participantes. Se entrenó y evaluó a 53 Facilitadores de Liderazgo cuya formación continuará en el 2014.

Durante el 2013 se efectuaron

4,727

horas de capacitación



VOLVER A LA ESENCIA DE LA GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

Reforzamos el reconocimiento a nuestra gente potenciando el programa “Cultura de Alto Desempeño” (CAD) y sus 3 categorías, diseñadas para premiar y celebrar los éxitos de nuestra gente, considerando el qué y el cómo como elementos clave para alcanzar y superar metas.

Además de nuestros premios CAD, este año se hicieron diversas acciones que reforzaron la gestión de desempeño basada en el desarrollo de los colaboradores. Nos sumamos a la digitalización y se promovió la autogestión del proceso, con el lanzamiento de un portal en la intranet en el que cada usuario cargó su información.



Categorías del programa CAD

INNOVA

Promueve el sentido innovador en la empresa mediante soluciones en productos o procesos a través de equipos multifuncionales. Este año, **63** colaboradores fueron ganadores en esta categoría.

1

SUPERA

Es la categoría que incentiva la excelencia en lo que hacemos y fomenta el sentido de pertenencia de los equipos con la organización en cada vicepresidencia. El 2013, **379** colaboradores resultaron ganadores.

2

LIDERA

Refuerza la cultura organizacional proyectada en los comportamientos del Modelo de Liderazgo y Organización. **435** colaboradores fueron reconocidos como representantes de la cultura y valores de nuestra empresa.

3

MARCA BACKUS

Con miras a tangibilizar una Propuesta de Valor del Empleado, las acciones iniciadas en 2012 se han fortalecido tanto interna como externamente.

A nivel interno, se identificaron los atributos que generan mayor orgullo en nuestra gente y se les reforzó con la producción de videos, posteriormente desplegados en plantas y centros de distribución a nivel nacional. Se trató de grandes activaciones que dieron luz al papel que juega la cervecería en la vida de sus colaboradores y familias, y en el desarrollo del Perú, dando a nuestra gente la oportunidad de exteriorizar su orgullo por formar parte del equipo Backus.

En el ámbito externo, un trabajo conjunto con diversas áreas de la compañía permitió poner en marcha una estrategia digital integrada, logrando presencia de marca y promoción de nuestras oportunidades laborales en redes sociales. El lanzamiento de la página corporativa de Backus en Facebook con una sección de oportunidades de empleo y prácticas ha sido un hecho de gran importancia. Cerramos el 2013 con más de 36 mil seguidores en Facebook y más de 7 mil en LinkedIn, impacto que complementa el esfuerzo desplegado participando en ferias y jornadas laborales que contaron con más de 8 mil participantes a nivel nacional (ver sección “Estrategia digital”).

EN FACEBOOK

+DE 36.000
SEGUIDORES



EN LINKEDIN

+DE 7.000
SEGUIDORES



PROCESOS DE GESTIÓN HUMANA

ATRACCIÓN Y GESTIÓN DE TALENTO

Se optimizaron los procesos de reclutamiento asegurando su alineamiento a la estrategia de negocio y gestión humana de la compañía, logrando cubrir un total de 798 vacantes. Entre otros profesionales, sumamos a nuestro equipo a 4 personas con discapacidad intelectual que se incorporaron a la empresa como parte del proyecto Trabajo Contigo, Empleo con Apoyo (ver sección "Relaciones laborales").



Las revisiones de talento de gerentes y directores, y las calibraciones funcionales en todas las áreas de la organización, permitieron asesorar cambios de estructura en distintas vicepresidencias; a la par de reconocer el destacado talento con el que cuenta Backus.

INDUCCIÓN

Se optimizó este proceso para maximizar su aporte a la Propuesta de Valor del Empleado:

Se incorporaron aprendizajes activos, resúmenes instruccionales para asegurar sostenibilidad, cuadernos de trabajo con actividades de refuerzo y evaluación de satisfacción de los participantes.

1

Asimismo, se formó y capacitó a un equipo complementario de instructores a nivel nacional.

2

Durante el 2013 hemos llevado a cabo 43 programas de inducción a nivel nacional impactando a 344 nuevos colaboradores de Backus.

COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA GESTIONAR CULTURA

Empleamos la plataforma de comunicación Nos llena de orgullo para convertir a cada noticia un motivo de orgullo para quienes forman parte de la organización.

Todas las iniciativas internas se han alineado a las prioridades del negocio y se ha brindado la mayor exposición a las marcas reforzando el orgullo por nuestros productos.

RELACIONES LABORALES

En ejercicio del derecho fundamental a asociarse que poseen nuestros trabajadores, un grupo decidió crear en planta Huarochirí el “Sindicato Progresista de Trabajadores de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. Planta San Mateo – Huarochirí”.

Nuestra empresa, respetuosa de este derecho, negoció colectivamente con este nuevo sindicato obteniendo un convenio colectivo a largo plazo, suscrito en diciembre 2013 y con una vigencia de 2 años 9 meses, el cual finalizará el 31 de marzo de 2016.



Continuando con la implementación de buenas prácticas laborales, Backus participó en el plan piloto “Trabajo Contigo Empleo con Apoyo” que se desarrolló en conjunto con el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, contratando a 4 colaboradores con habilidades especiales para dar soporte en Recursos Humanos.

Sumamos a nuestro equipo colaboradores con discapacidad intelectual como parte del proyecto
TRABAJO CONTIGO, EMPLEO CON APOYO



“Un profesional de Backus tiene un reconocimiento especial en el mercado”

Gustavo Caillaux

Gerente General de Boyden Perú, experto en gestión del talento y cultura organizacional. Ex Ministro de Industrias.

“Backus es definitivamente una empresa líder en el Perú y ese liderazgo se consigue únicamente cuando se cuenta con una cultura adecuadamente gestionada. Todas las empresas tienen una cultura, pero cuando se transmiten valores, gestión y claridad en los objetivos a las personas y a toda la organización, es que se construye un modelo de éxito.

Este no es un proceso que se logra de la noche a la mañana, sino que se consolida con el tiempo, en base a gestión y la correcta actuación de la empresa. De allí que un profesional que ha trabajado en

Backus tiene un reconocimiento especial en el mercado, sus colaboradores adquieren prestigio debido a que han vivido una práctica meritocrática que se inicia desde el proceso de la selección del talento. Allí se empieza a manifestar la cultura y es la semilla que marca la diferencia más adelante.

La manera en que se desarrolla esa cultura, les permite transmitir también una lógica de empresa competitiva e innovadora que luego se manifiesta en resultados económicos y hasta en un proceso de fidelización y retención del talento. Es muy difícil ‘cazar’ un profesional de Backus. No todas las empresas pueden lograr ese tipo de adhesión”.





INTEGRIDAD

Estamos convencidos de que la actuación ética y transparente son la base del éxito sostenido de las organizaciones. Nuestra visión de innovación, nuestro compromiso con el país, el liderazgo que hemos alcanzado y nuestra cultura corporativa dependen de la buena actuación de cada uno de los miembros de nuestra empresa respecto al propio equipo y los grupos de interés con los que nos relacionamos.

Son cuatro las iniciativas que buscan que la ética y la transparencia, prioridades de nuestro modelo de desarrollo sostenible, se cumplan en nuestro día a día:

- 68** Adopción del pacto global
- 70** Programa Integral de Ética Corporativa
- 71** Prácticas de Buen Gobierno Corporativo
- 72** Empresa Socialmente Responsable



ADOPCIÓN DEL PACTO GLOBAL

Somos una empresa firmante del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas, y estamos comprometidos con los diez principios establecidos en cuatro áreas: Derechos Humanos, Medio Ambiente, Estándares Laborales y Anticorrupción.

Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de nuestro ámbito de influencia.

1

Asegurar que nuestra empresa no sea cómplice de la vulneración de los derechos humanos.

2

Apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

3



Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

4

Apoyar la erradicación del trabajo infantil.

5

Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

6



Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

7

Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

8

Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

9

Trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

10

En 2013 fuimos reconocidos con el *Social Investment Pioneer Award del Pacto Global*, por nuestro programa "Progresando Juntos", proyecto de desarrollo de la cadena productiva del maíz amarillo duro en Jequetepeque (ver sección "Inversión con Impacto Social").





PROGRAMA INTEGRAL DE ÉTICA CORPORATIVA



LÍNEA ÉTICA

Se trata de un canal a disposición de nuestros colaboradores y proveedores para la denuncia de problemas de fraude, abuso, corrupción, incumplimiento de la ley, riesgos de salud y seguridad, u otro tipo de incumplimientos de nuestra Política de Ética, con absoluta protección de la confidencialidad del colaborador que haga el reporte.

Para garantizar la honestad y transparencia en la gestión administrativa y de negocio, desarrollamos el Programa Integral de Ética Corporativa (PIEC) conformado por la Política de Ética, el Código de Conducta del Ejecutivo, el Código de Ética para Proveedores, la Política de Usuarios de Sistema de Información y nuestra Política Anti-Soborno.

El 100% de nuestros colaboradores recibe entrenamiento sobre estas políticas en su inducción a la empresa, además de firmar un compromiso de cumplimiento de estas en su labor dentro de Backus.

PRÁCTICAS DE BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

Nuestro Código de Buen Gobierno Corporativo, publicado en 2003, engloba el cumplimiento de criterios de responsabilidad para con los accionistas y grupos de interés.

Este Código está basado en principios de transparencia, confianza, equidad, responsabilidad social, fluidez e integridad de la información.

En nuestra Memoria Anual realizamos una autoevaluación en el cumplimiento de 26 recomendaciones de los Principios de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas. El resultado fue un alto nivel de cumplimiento, el cual fue validado por Pacific Credit Rating.

Nuestro avance en este campo ha sido reconocido y premiado por la Bolsa de Valores de Lima, además de destacado en el libro "El Gobierno Corporativo en el Perú: Reflexiones académicas sobre su aplicación", de los autores Elsa del Castillo, Pedro Franco, Rosa María Fuchs, Gina Pipoli y María Matilde Schwalb, todos ellos docentes de la Universidad del Pacífico.



EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Desde 2011, recibimos el distintivo de Empresa Socialmente Responsable por parte de Perú 2021, organización líder a nivel nacional en responsabilidad social empresarial.

Las empresas distinguidas fueron elegidas tras un proceso de evaluación donde se contemplaron las iniciativas de éstas en relación a cuatro ámbitos: Calidad de vida en la empresa, ética empresarial, vinculación con la comunidad y vinculación con el medio ambiente.



PROMOVIENDO LA CONVIVENCIA ÉTICA

Contamos con un Comité de Ética y un Comité de Buen Gobierno Corporativo que periódicamente hacen recomendaciones al Directorio sobre la adopción, seguimiento y mejora de las prácticas de buen gobierno corporativo de la organización.

Como parte de las acciones desplegadas para reducir los posibles conflictos o contingencias

relacionadas a la operación, se cuenta con programas de capacitación para todos los colaboradores. Estos programas se enfocan en el análisis de los riesgos y oportunidades vinculadas a los diversos procesos de la organización. Asimismo, para los proveedores se brindan capacitaciones virtuales y se mantiene una comunicación permanente acerca de este tema, logrando obtener una importante retroalimentación sobre los procesos y prácticas.

Finalmente, la Memoria Anual de la empresa y el Reporte de Desarrollo Sostenible son herramientas de comunicación que nos permiten mantener actualizados a nuestros grupos de interés acerca de nuestra gestión, los que se suman a nuestra página web y otros canales de comunicación.



“La empresa no puede desvincularse de la vigilancia ética”

Mariano Paz Soldán

Ex Presidente de Perú 2021

“La ética antecede a un modelo de sostenibilidad, pero a su vez, es el fundamento para que una empresa funcione con honestidad si quiere ser partícipe de una gestión sostenible. En el caso de una organización, es indispensable abordar la ética asociada a su cultura. Backus, a través de los años, ha venido consolidando su cultura que está asociada a la promoción de valores empresariales de éxito. La promoción de estos valores proviene de sus líderes, lo que ha permitido que la misión y los valores corporativos sean mucho más entendibles por parte de todo el equipo.

El reto para las empresas referentes, como Backus, es lidiar con un entorno de baja institucionalidad. Le toca, entonces, preocuparse por impulsar mejores prácticas en el Estado, que se ejecuten adecuadas

políticas públicas y velar porque haya una gestión pública íntegra. La empresa no puede sustituir al Estado pero, en medios como el nuestro, tampoco puede desvincularse de la vigilancia ética. Backus ofrece confianza porque cuenta con un líder conocedor del sector público y que sabe lo importante que son estos temas de difícil equilibrio.

Es en esa línea, que temas como los de consumo responsable, el cuidado ambiental, pero también la realidad de encontrarse en una posición de dominio dentro del mercado, adquieren una mayor importancia en la gestión integral. Mejorar acciones para que el Estado se comprometa con aspectos como la tolerancia cero frente a casos de corrupción, son parte de esos retos que sobre todo empresas con la reputación de Backus están llamadas a asumir”.



**MIRANDO HACIA
EL FUTURO**

Bacrus



prosperar

Las 10 prioridades de Desarrollo Sostenible fueron útiles en los últimos años para desarrollar diferentes iniciativas enfocadas en la generación de valor compartido.

Nos permitieron revisar procesos y trabajar con toda nuestra cadena de valor, en la búsqueda de satisfacer las expectativas de los diferentes grupos de interés, y con el objetivo de generar desarrollo para nuestra esfera de influencia.

Somos conscientes de los retos que nuestras comunidades locales enfrentan. Hemos trabajado en ellos en el pasado y ahora es momento de intensificar estos esfuerzos. Es por ello que tenemos un nuevo enfoque de desarrollo sostenible: "Prosperar", que se sustenta en que cuando la comunidad crece, nosotros lo hacemos con ella.

A partir de 2014, trabajaremos con la ambición de prosperar de la mano con la sociedad, guiados por los siguientes

5 EJES COMPARTIDOS:



un mundo próspero

Aceleraremos el desarrollo trabajando con nuestra cadena de valor.



un mundo sociable

La cerveza como la elección natural para el consumidor responsable.



un mundo resistente

Contribuiremos a asegurar los recursos hídricos.



un mundo limpio

Crearemos valor reduciendo el impacto ambiental.



un mundo productivo

Apoyaremos el uso sostenible de la tierra.

ESTAMOS LISTOS PARA ASUMIR ESTE NUEVO RETO.



WWW.BACKUS.COM.PE

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

Av. Nicolás Ayllón 3986 - Ate Vitarte
Lima - Perú

T: (511) 311 3000

Backus | 