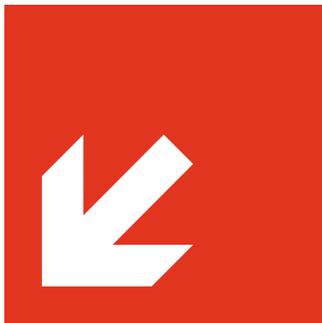


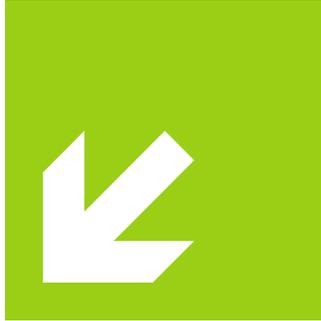
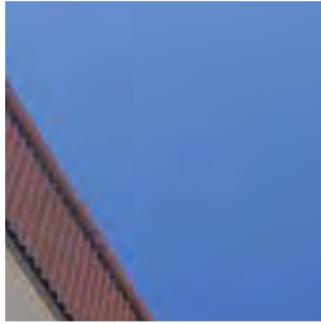
## Reporte de Sostenibilidad 2010 - 2011

130 AÑOS  
**Bacvus**  
PASIÓN POR EL PERÚ  
Y SU GENTE



**Reporte de  
Sostenibilidad  
2010 - 2011**





# Índice





Carta del  
Presidente del  
Directorio

6

El Grupo  
Backus en  
cifras

10

130 años  
a la vanguardia

16

Nuestra  
organización

18

Nuestros  
grupos de  
interés

34

Nuestras  
prioridades

52

Cumplimiento  
de estándares  
GRI

102

Índice de  
contenidos  
GRI

108

Encuesta de  
evaluación

120

El Pacto  
Mundial y sus  
principios

122



## Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **UNION DE CERVECERIAS PERUANAS BACKUS Y JOHNSTON S.A.A.** ha presentado su memoria "Reporte de Desarrollo Sostenible" (2010) a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación A.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3 de GRI.

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

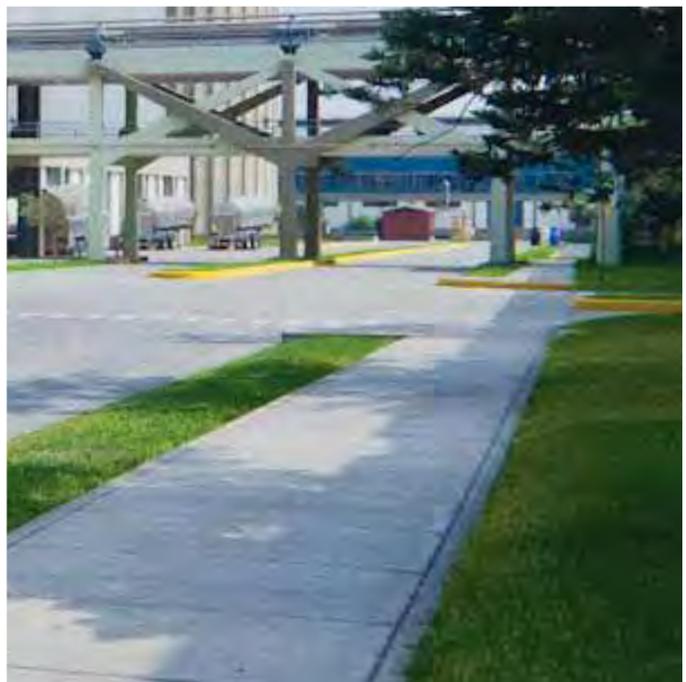
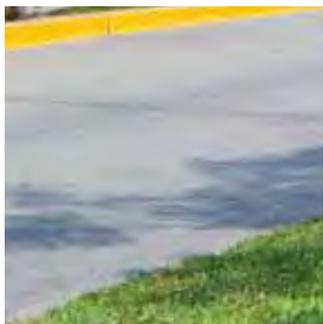
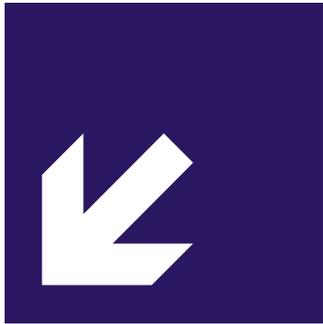
Amsterdam, 4 Julio 2011

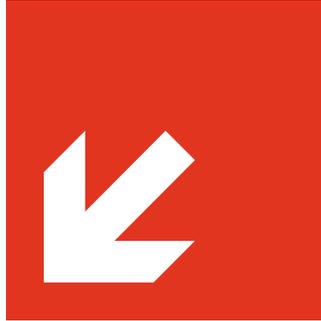
Nelmara Arbex  
Subdirectora Ejecutiva  
Global Reporting Initiative



*Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándola y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)*

**Descargo de responsabilidad:** En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 24 Junio 2011. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.





# Carta del Presidente del Directorio



El Grupo Backus está comprometido con el desarrollo del Perú y su gente. Por ello, todas nuestras iniciativas contienen un claro enfoque de generación de valor económico, social y ambiental, donde las expectativas de nuestros grupos de interés también son un componente fundamental en el desarrollo de nuestra estrategia.

Este compromiso se ve reflejado en nuestra adhesión a los Principios del Pacto Mundial y a nuestras Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible:

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

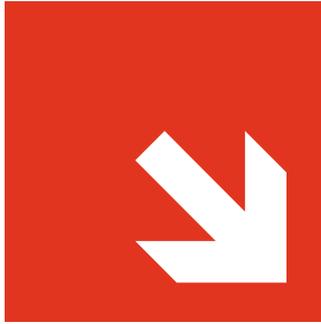
En este sentido, nos complace poner a su disposición nuestro Reporte de Sostenibilidad 2010, el cual refleja los objetivos y metas de calidad alcanzadas entre abril de 2010 y marzo de 2011, además de brindar información acerca de todas las actividades realizadas bajo la Estrategia de Desarrollo Sostenible del Grupo.

Este es nuestro segundo reporte preparado bajo los lineamientos de la Global Reporting Initiative (GRI), estándar más utilizado por las organizaciones a nivel mundial para informar sobre su gestión de responsabilidad social, el mismo que ha recibido en la revisión por esta institución y por un tercero independiente el nivel A. Asimismo, en este nuevo Reporte de Sostenibilidad, el Grupo Backus está reportando por primera vez su desempeño en los indicadores del Suplemento de Alimentos del GRI.

Es importante destacar que habiéndose aprobado la norma ISO 26000: Guía de Responsabilidad Social, en noviembre de 2010, el Grupo Backus pone en evidencia en el presente reporte un primer acercamiento de su gestión de desarrollo sostenible bajo las cláusulas de la ISO 26000. Esta información está incluida en el índice de contenidos GRI de este reporte.

**Alejandro Santo Domingo Dávila**  
Presidente del Directorio





# Parámetros del Reporte de Sostenibilidad

Alcance y cobertura de la información, de acuerdo con los lineamientos GRI:

→ El presente reporte cubre el periodo comprendido entre el 1 de abril de 2010 y el 31 de marzo de 2011, siguiendo así los parámetros que SABMiller plc aplica en todas sus operaciones internacionales. Todos los reportes GRI anuales comprenderán similar periodo.

→ Ha sido elaborado sobre la base de las **Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible** establecidas por SABMiller plc para sus operaciones a nivel internacional, las mismas que se encuentran directamente relacionadas con los impactos sociales, económicos y ambientales de las operaciones de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. y Cervecería San Juan S.A., en adelante Grupo Backus.

→ Abarca las siete (7) plantas del Grupo Backus que estuvieron operativas en el periodo cubierto: Ate, Motupe, Arequipa, San Mateo, Cusco y Ñaña. A diferencia del reporte del periodo anterior, en el actual no se considera la planta de Trujillo, cuyas operaciones pasaron a la planta de Motupe. Asimismo, se ha incluido la planta de Cervecería San Juan (Pucallpa), no considerada en el reporte del 2009.

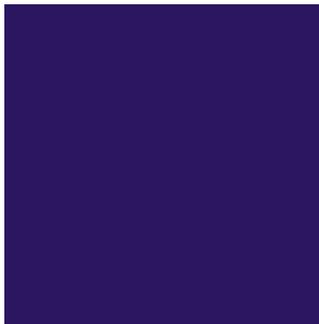
→ La exclusión de la planta de Trujillo y la inclusión de la planta de Pucallpa se verán reflejadas en la variación de las cifras del ejercicio 2009 consideradas en el actual reporte, respecto a las consideradas en el reporte anterior.

→ Las limitaciones del presente reporte están relacionadas con la información financiera, la cual se basa en la Memoria Anual de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A., que abarca del 1 de enero al 31 de diciembre de 2010; mientras que la información social y ambiental se reporta del 1 de abril de 2010 al 31 de marzo de 2011.

→ El presente reporte se ha elaborado en base a los datos utilizados para la matriz de evaluación de sostenibilidad (SAM por sus siglas en inglés) empleada por SABMiller plc en sus operaciones internacionales, los cuales han sido analizados y comparados con los indicadores del GRI. Aquellos indicadores GRI no identificados en el sistema SAM han sido elaborados por las áreas operativas de Backus.

→ Este es el segundo Reporte de Sostenibilidad que toma como base la Guía de Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del GRI, para lo cual se mantuvo la adecuación del periodo efectuada en el Reporte de Sostenibilidad 2009, al empleado por SABMiller plc (abril-marzo).

→ Toda comunicación referida al presente reporte debe ser dirigida a: Asuntos Corporativos – Comunicaciones Externas de Backus: [comunicaciones.externas@backus.sabmiller.com](mailto:comunicaciones.externas@backus.sabmiller.com).





# El Grupo Backus en cifras

El Grupo Backus está conformado por Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. y Cervecería San Juan S.A. e incluye las siguientes plantas:

Planta Ate (Lima)  
**6.8 millones hl**  
 Capacidad de producción de cerveza, gaseosas y bebidas nutritivas.

Planta Motupe (Lambayeque)  
**2.4 millones hl**  
 Capacidad de producción de cerveza, gaseosas y aguas.

hl = Hectolitros  
 t = Toneladas métricas

Fuente: Grupo Backus

## Presencia a nivel nacional

Planta Arequipa  
**1.5**  
millones hl

Capacidad de producción de cerveza.

Planta San Mateo (Lima)  
**0.4**  
millones hl

Capacidad de producción de gaseosas y aguas.

Planta Cusco  
**0.7**  
millones hl

Capacidad de producción de cerveza.

Planta San Juan (Pucallpa)  
**0.9**  
millones hl

Capacidad de producción de cerveza.



Planta Maltería (Ñaña, Lima)

**79,000 t**

Capacidad de producción de malta.

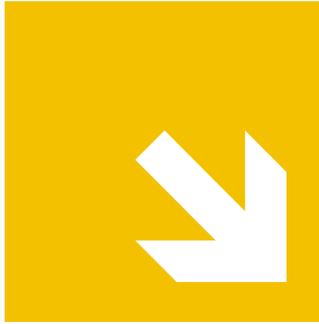
**54,100 t**

Capacidad de procesamiento de maíz.



El presente Reporte de Sostenibilidad describe la gestión de estas siete plantas, que forman parte de la actividad principal del Grupo: la elaboración, envasado, distribución y venta de cerveza, así como toda clase de negociaciones con bebidas malteadas, gaseosas y aguas.





## Contribución del Grupo Backus a la economía del país

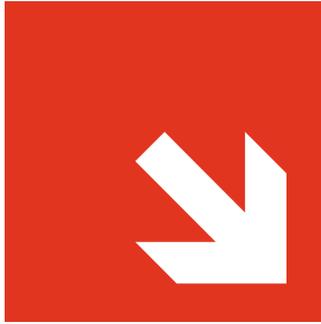
### Mercado y generación de empleo

- Cerca de **4,000 puestos** de trabajo permanentes, descentralizados y bien remunerados.
- Más de **6,000 puestos** de trabajo indirectos.
- Más de **200 mil puntos** de venta minorista.
- Cerca de **6,000 proveedores** de bienes y servicios.
- El **33% de las ventas** para consumo en el hogar proviene de bodegas y licorerías, constituyendo una fuente de ingresos para pequeños negocios familiares.

### Estado, industria e inversión social

- Pagos en impuestos por más de **S/. 2,101.3 millones** el 2010, incluyendo Impuesto General a las Ventas, Impuesto a la Renta, Impuesto Selectivo al Consumo, aranceles e impuestos municipales, entre otros.
- Solo por concepto de Impuesto a la Renta los pagos sumaron **S/. 224.8 millones** el 2010.
- Compras a nivel nacional por más de **US\$ 318 millones**, convirtiéndonos en un gran motor de demanda de bienes y servicios de otras industrias.
- **S/. 100.7 millones** de inversión en mejoras y ampliación de plantas.
- **71.2%** de las compras de bienes y **100%** de servicios adquiridos a proveedores en el mercado interno.
- Más de **US\$ 10 millones** destinados a programas y eventos de promoción social, cultural, ambiental, educativa y deportiva.



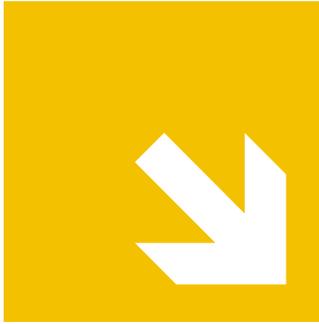


# Resultados Financieros<sup>1</sup>

↓	2008	2009	2010	Var. (2010/2009)
<b>Ventas netas</b> Las mayores ventas (incluye productos terminados y subproductos) se sustentaron en el adecuado manejo de la política de precios y del portafolio de marcas, lo que elevó significativamente la participación de las cervezas <i>premium</i> en dicho portafolio.	2,627,495,962.00	2,730,276,633.00	3,005,423,000.00	10%
<b>Participación de mercado (volumen)</b> A pesar de la alta intensidad competitiva del mercado de cervezas, para el periodo de este reporte la participación de mercado (en volumen) se incrementó. La fuerza de ventas y la preferencia por las marcas del Grupo fueron claves para lograr ese excelente desempeño.	84.50%	88.40%	90.60%	2.2 puntos porcentuales
<b>Participación de mercado (en valor)</b> La participación de mercado en cervezas (en términos monetarios) también se incrementó, alcanzando 92.3% como promedio.	87.70%	90.90%	92.30%	1.4 puntos porcentuales
<b>Utilidad neta</b> Creció notablemente debido al incremento en los ingresos así como la mayor utilidad derivada de las subsidiarias. La variación en los montos en relación al reporte del 2009, se debe a ajustes contables por cambios al descontar la participación de los trabajadores en las utilidades.	431,988,505.00	534,644,968.00	552,038,328.00	3.25%
<b>Exportaciones de cerveza</b> El incremento de las ventas al exterior resulta muy significativo para el posicionamiento de nuestras marcas de exportación en mercados clave como Reino Unido, Estados Unidos, España y Chile.	S/. 8,636,000	S/. 10,500,000	S/. 11,600,000	10.5%

Fuente: Grupo Backus

<sup>1</sup> Los datos incluyen información de la planta San Juan y excluyen la planta Trujillo, cuya operación ha sido asumida por la planta Motupe, por lo cual los datos del 2009 difieren de los considerados en el Reporte de Sostenibilidad 2009.



## Innovando y progresando

→ Luego de los estudios del potencial de los predios del Grupo Backus en Pucallpa, se inició el proyecto de reforestación que contempla la plantación de más de 320,000 árboles en 291 hectáreas de propiedad del Grupo en cinco años. Del mismo modo el proyecto contempla la elaboración de abono orgánico (*compost*) a partir de los subproductos orgánicos no comercializados. Este proyecto permitirá mitigar el impacto ambiental a través de la captación de carbono que realizarán estos árboles y manejar adecuadamente todos los subproductos orgánicos de la planta que no son comercializados, a través de una planta artesanal de compostaje.

→ En cuanto a la alianza Water Futures, los estudios se iniciaron a fines del año 2010, y en el transcurso de este periodo se consolidó la alianza en el Perú entre Backus y el programa PROAGUA de la Cooperación Alemana para el Desarrollo y se desarrolló el diseño de la estrategia del agua para la cuenca baja del río Rímac. A finales de este periodo se iniciaron los estudios de diagnóstico con la finalidad de evaluar las condiciones del recurso hídrico y sobre esa base poder establecer medidas de acción. Del mismo modo, en noviembre de 2010, el Grupo Backus junto con la SPDA, la Pontificia Universidad Católica del Perú, Grupo Gea, TNC y FONDAM consolidaron el Fondo para las Cuencas de Lima denominado AQUAFONDO, el cual tiene como finalidad promover una cultura del agua en las tres cuencas de Lima y desarrollar proyectos que mejoren la cantidad y calidad del agua.

→ Nuestro programa Progresando Juntos, que busca desarrollar capacidades en las micro y pequeñas empresas a lo largo de nuestra cadena de valor y en alianza con el área de Finanzas de la empresa, ha desarrollado una estrategia integral de inclusión financiera a través de la cual se ha capacitado a más de 1,000 puntos de venta acerca de los beneficios de la bancarización y se ha desarrollado una serie de incentivos como microcréditos para lograr insertar en el sistema financiero a nuestros aliados estratégicos.

→ Hemos trabajado con 221 productores de maíz amarillo duro quienes recibieron capacitación y asistencia técnica en temas organizacionales, productivos y de gestión empresarial. Gracias al programa, los productores han constituido diez asociaciones y una central de productores a través de la cual han comenzado a comercializar su producción con el Grupo desde el 2008.

→ Continuando con el desarrollo de capacidades emprendedoras e identificación de ideas de negocios, se expandió el programa hacia un nuevo grupo de mujeres de la comunidad de Palo Blanco, vecina a la planta de Motupe.

→ Lanzamos la cerveza Miller Genuine Draft (MGD), elaborada mediante un proceso que permite capturar el sabor de la cerveza de barril en una botella.

→ Cerveza Cusqueña continuó su afianzamiento como marca *worthmore* con el relanzamiento de sus variedades Red Lager y Trigo, presentadas para brindar nuevas opciones al consumidor.

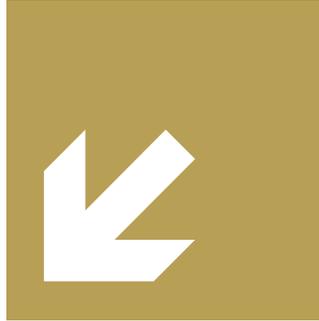
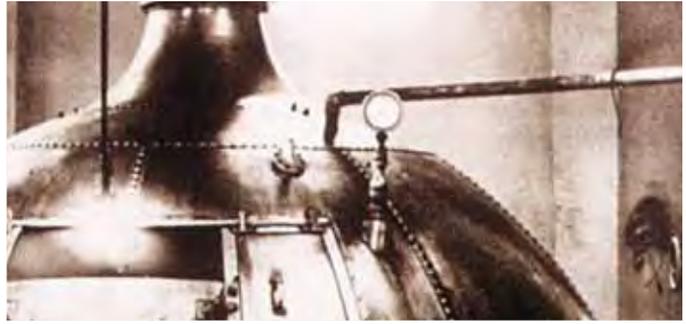
→ Dedicamos 110,216.2 horas en programas de entrenamiento para nuestro personal.

→ Exportamos talento, pues 11 ejecutivos nuestros han asumido cargos de responsabilidad en subsidiarias de SABMiller en otros países.

Grupo Backus  
en Internet



[www.backus.com.pe](http://www.backus.com.pe)



# 130 años a la vanguardia

Cumplir 130 años es todo un hito para el sector empresarial peruano, pues solo un puñado de compañías nacionales posee una longevidad parecida. Pero también representa un reto, ya que con los años crece también la responsabilidad.

El Grupo Backus continúa a la vanguardia en la modernización de la actividad empresarial del país y lo hace, no solo en el aspecto productivo, sino principalmente en la gestión de su negocio como pilar del desarrollo social y económico del Perú.

**→**  
**Evolución  
 del Grupo  
 Backus**

**1876**  
 Jacobo Backus y Howard Johnston fundan una fábrica de hielo en el distrito del Rímac.

**1879**  
 La fábrica se convierte en Backus & Johnston Brewery Ltd.

**1954**  
 Un grupo de empresarios peruanos, liderados por Ricardo Bentín Mujica, adquieren la empresa cervecera.

**↓**

**2000**  
 Adquisición de Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A. (Cervesur).

**↓**

**1996**  
 Fusión de Cervecería Backus y Johnston S.A., Compañía Nacional de Cerveza S.A., Cervecería del Norte S.A. y Sociedad Cervecera de Trujillo S.A.  
 Nace Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.

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

**1993**  
 Inauguración de la planta en el distrito de Ate. Dicha inversión le permitió a la empresa contar con la capacidad necesaria para la expansión del mercado cervecero.

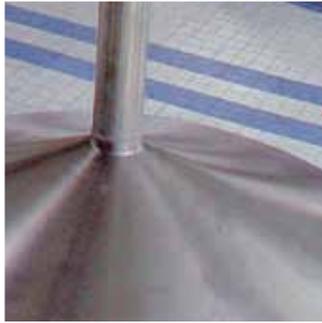
**←**



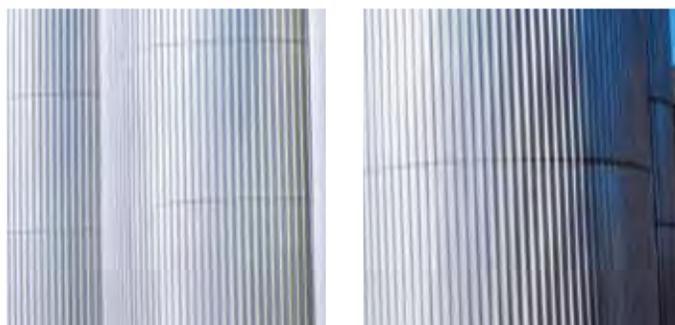
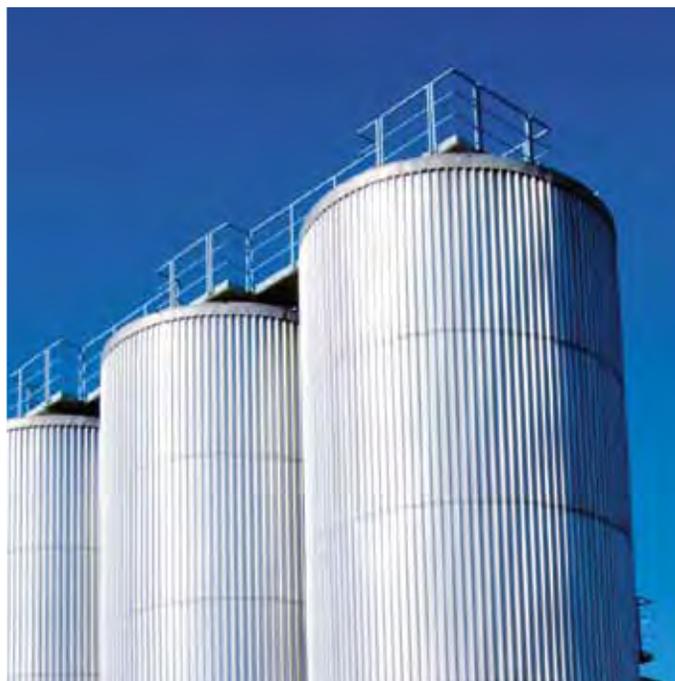
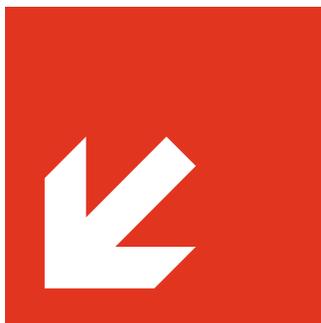
**2002**  
 Grupo Empresarial Bavaria, de Colombia, ingresa al accionariado de Backus.

**→**

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



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



## Nuestra organización

➤ Modelo de gestión de la empresa

**Página 22**

➤ Nuestro portafolio de marcas

**Página 30**

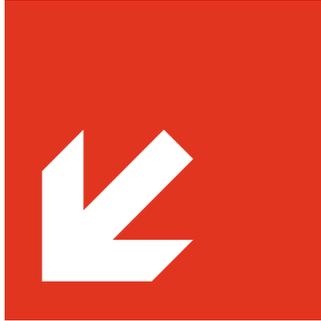


 **Nuestra estructura**  
**Página 26**

 **Contratación local**  
**Página 28**

 **Participación en gremios  
y/o asociaciones**  
**Página 32**

 **Premios y distinciones**  
**Página 33**



El Grupo Backus es líder en el mercado cervecero peruano. Contamos con instalaciones y plantas industriales en zonas de la costa, sierra y selva del país, y a través de un eficiente sistema de distribución, comercializamos nuestras marcas llegando hasta el último rincón del Perú, con un permanente enfoque en la satisfacción de nuestros clientes y consumidores.

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

Las oficinas administrativas del Grupo Backus se encuentran ubicadas en la Avenida Nicolás Ayllón 3986, en el distrito de Ate, en la provincia de Lima, Perú.

Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. (UCP Backus), principal integrante del Grupo Backus, es una Sociedad Anónima Abierta, subsidiaria indirecta de SABMiller plc, empresa con domicilio legal en el Reino Unido, que posee el 97.21%<sup>2</sup> del capital social a través de diversas subsidiarias.



Al 31 de diciembre de 2010, el capital social de UCP Backus estaba representado por 78'072,202 acciones comunes, cada una con un valor nominal de S/.10.00, suscritas y pagadas, de las cuales el 30.5% pertenece a inversionistas extranjeros y el 69.5% a inversionistas nacionales. Asimismo, existen 569'514,715 acciones de inversión valorizadas en S/.1.00 cada una, las cuales no confieren acceso al Directorio ni a la Junta de Accionistas.

Los accionistas del Grupo Backus son:

Accionista	Nacionalidad	Propiedad de acciones
Bavaria S.A.	Colombia	30.44%
Racetrack Perú S.R.L.	Perú	66.57%
Otros (1,767 accionistas)		2.99%

Fuente: Memoria Anual 2010

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

Porcentaje de participación individual en el capital	Número de accionistas	Total de participación
Hasta 1.00	1,766	1.77%
De 1.01 a 5.00	1	1.23%
De 5.01 a 20.00	-	0
De 20.01 a 40.00	2	97.01%
<b>Total</b>	<b>1,769</b>	<b>100%</b>

Fuente: Memoria Anual 2010

<sup>2</sup> Este dato está referido a la participación de SABMiller en el Grupo Backus, la misma que existe de forma indirecta a través de subsidiarias (como se señala en la última línea del párrafo), lo cual es diferente a la participación de las empresas que figuran directamente como propietarias de acciones.



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

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

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

Fuente: Memoria Anual 2010

Cabe indicar que UCP Backus es el principal accionista de Cervecería San Juan S.A. (96.35% de las acciones), que es la principal productora de cerveza en la Amazonía peruana.

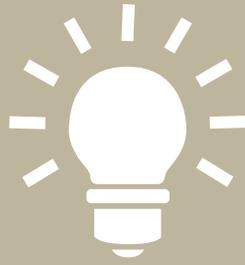
**A partir del 2007**, el Grupo Backus realiza la comercialización principalmente a través de empresas comisionistas mercantiles<sup>3</sup> relacionadas al grupo SABMiller plc, así como por mayoristas

independientes cuya actividad económica es la distribución de productos elaborados por el Grupo. Esta estructura otorga a nuestros productos presencia en todo el territorio nacional. Entre estas empresas comisionistas figuran San Ignacio S.A., que se encarga de la distribución en todo el territorio menos la zona de selva, en la cual esta actividad es realizada por la empresa DICOPOSAC.

<sup>3</sup> Son empresas distribuidoras que cobran comisión por producto distribuido.



## Modelo de gestión de la empresa



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



## Visión

Ser el Grupo empresarial en el Perú más admirado por:

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



## Misión

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



## Pilares del negocio

Junto con sus valores, Backus considera en su modelo de gestión 5 pilares del negocio.

- Crecimiento con las marcas.
- Competitividad.
- Calidad total.
- Control de costos.
- Desarrollo sostenible.

## Valores

### Nuestra gente es nuestra ventaja más duradera

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



### La responsabilidad es clara e individual

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

### Trabajamos y ganamos en equipo

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



### Entendemos y respetamos a nuestros clientes y consumidores

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

### Nuestra reputación es indivisible

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

Asimismo, Backus cuenta con una **Política del Sistema Integrado de Gestión**, lo que implica que nuestras operaciones se encuentran certificadas en las normas ISO 9001 (gestión de calidad), ISO 14001 (gestión ambiental) y OHSAS 18001 (salud y seguridad ocupacional).



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

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

Nuestra política de gestión y el **Código de Ética**, que guía la conducta de todos los miembros del Grupo, se pueden consultar en Internet, lo mismo que la Forma Responsable de Operar, compuesta por 6 Principios Fundamentales del Alcohol y la Política de Comunicación Comercial, que establece los estándares que el Grupo Backus debe cumplir en temas de alcohol.

Adicionalmente, la **Dirección de Desarrollo Sostenible y Asuntos Corporativos**, que forma parte de la Vicepresidencia de Planeamiento y Asuntos Corporativos, es la encargada de diseñar la estrategia de Desarrollo Sostenible y gestionar su implementación en la empresa.



Política de Gestión →



[www.backus.com.pe/WB.WebSite/politica-sistema-integrado.html](http://www.backus.com.pe/WB.WebSite/politica-sistema-integrado.html)



Código de Ética →



[www.backus.com.pe/WB.WebSite/etica-corporativa.html](http://www.backus.com.pe/WB.WebSite/etica-corporativa.html)



Forma Responsable de Operar →



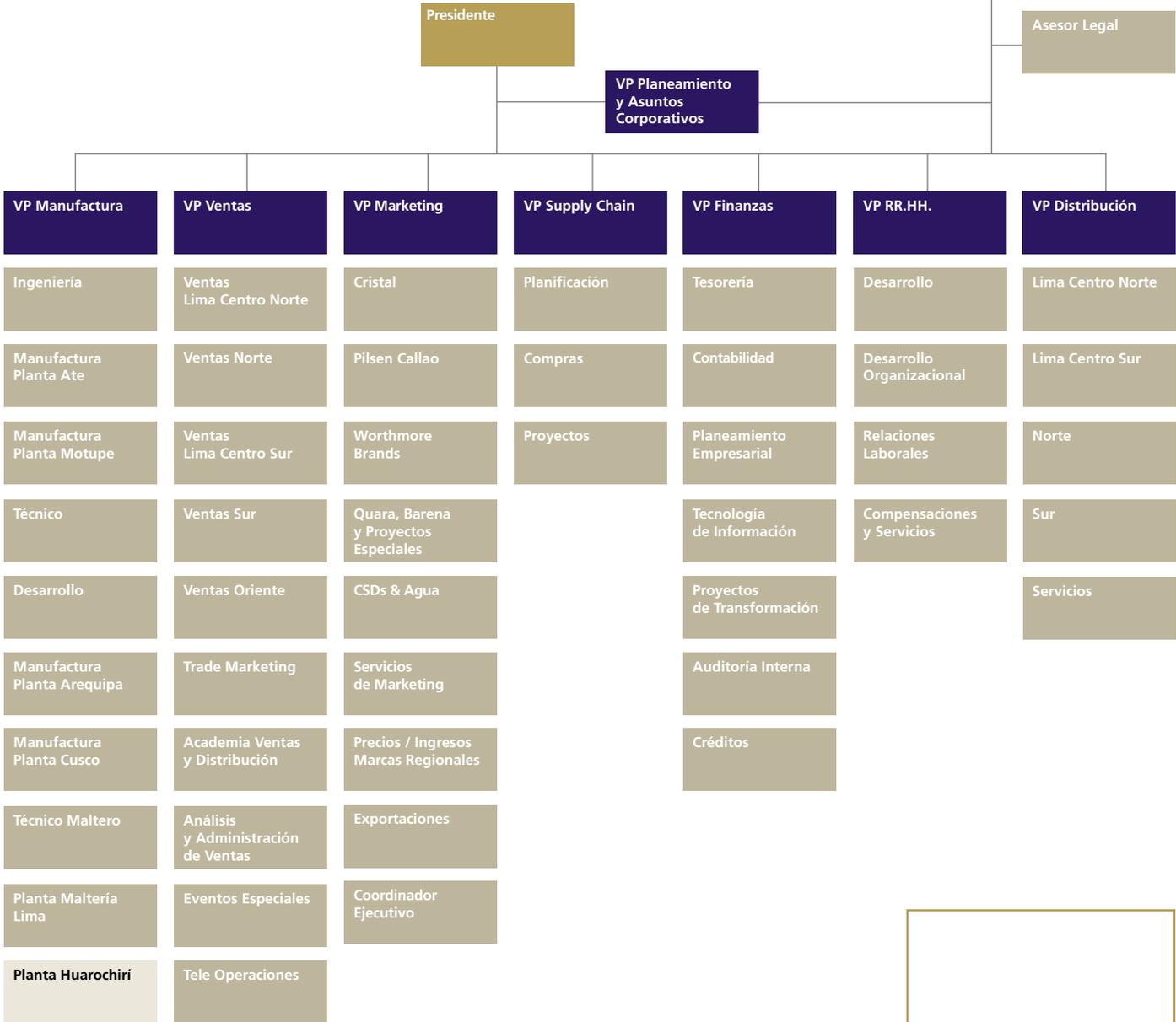
[www.backus.com.pe/WB.WebSite/politicas.html](http://www.backus.com.pe/WB.WebSite/politicas.html)



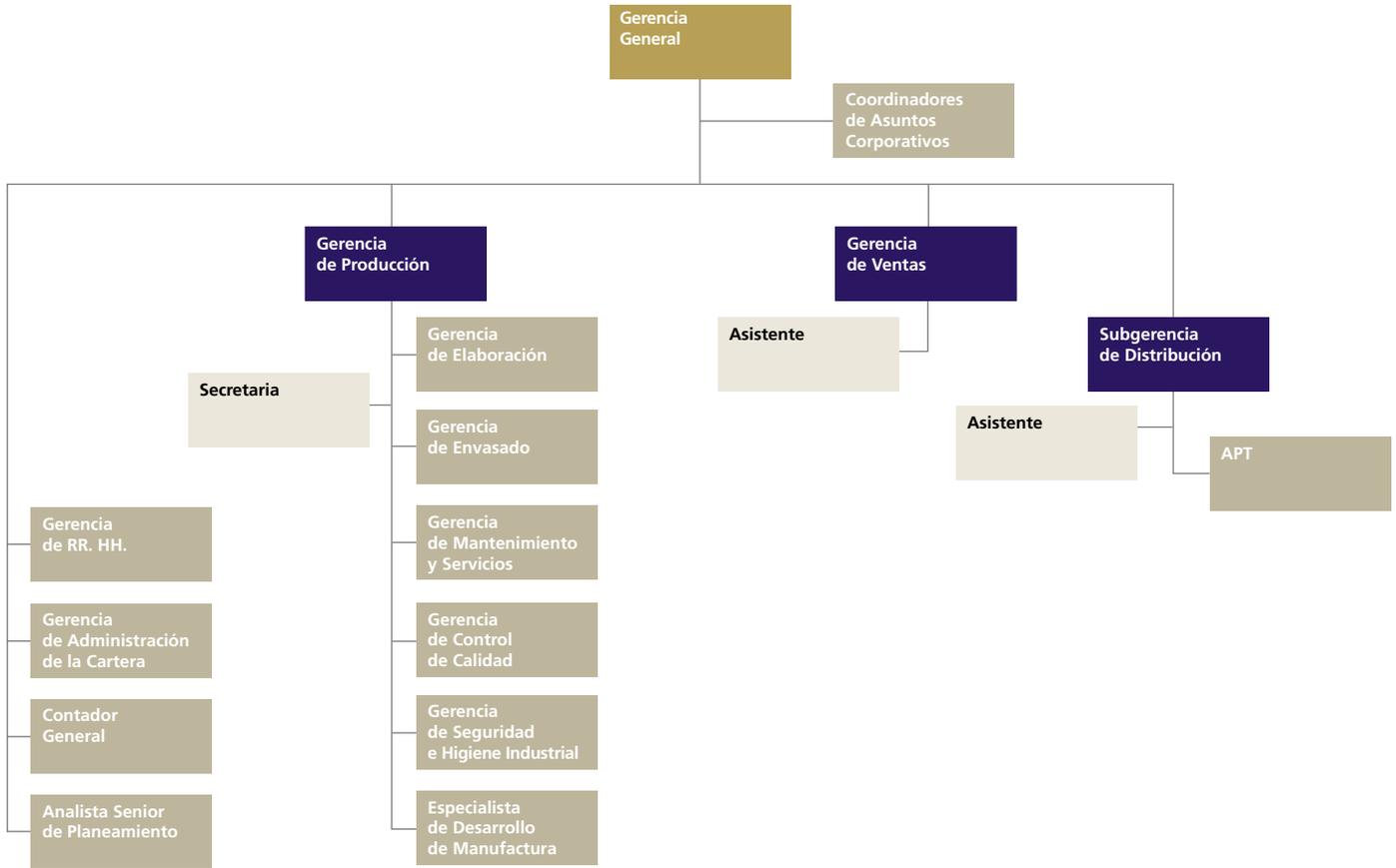
**ORGANIGRAMA DE UNIÓN DE CERVECERÍAS PERUANAS BACKUS Y JOHNSTON S.A.A.**

**La estructura orgánica del Grupo Backus**

Durante el periodo que abarca el presente reporte, no se han producido cambios significativos en la estructura y propiedad del Grupo Backus. Se detallan a continuación los organigramas de las empresas que forman parte del Grupo:

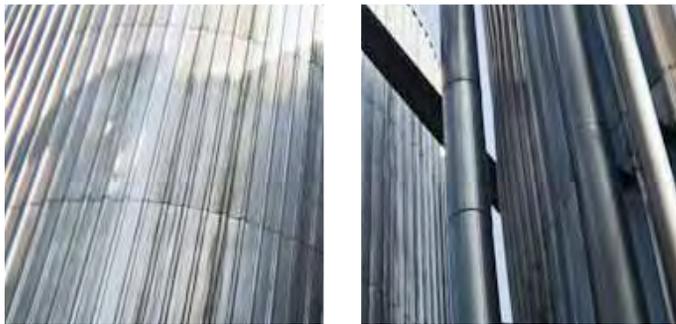


**ORGANIGRAMA DE  
CERVECERÍA SAN JUAN S.A.**





## Contratación local



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

En el periodo de este reporte, el Grupo Backus contaba con 1,903 colaboradores que laboraban a tiempo completo. El desgregado por departamentos y género es el siguiente:

### PERSONAL POR DEPARTAMENTO Y GÉNERO



Procedencia	Femenino	Masculino	Total General
Arequipa	8	187	195
Cusco	7	118	125
Lambayeque	11	269	280
Lima	174	983	1,157
Ucayali	6	139	145
<b>Total General</b>	<b>206</b>	<b>1,697</b>	<b>1,903</b>

Fuente: Recursos Humanos Grupo Backus

El total de colaboradores según categoría ocupacional es el siguiente:

### PERSONAL POR CATEGORÍA Y GÉNERO



Categoría	Femenino	Masculino	Total General
Ejecutivos	4	57	61
Gerentes	26	112	138
Operarios	2	951	953
Empleados	175	576	751
<b>Total General</b>	<b>206</b>	<b>1,697</b>	<b>1,903</b>

Fuente: Recursos Humanos Grupo Backus

El Grupo no discrimina en la selección de su personal, sin embargo, se aprecia una fuerza laboral con un mayor porcentaje de colaboradores del género masculino frente al femenino (89.2% y 10.8% respectivamente). Esta característica sería consecuencia de la naturaleza de las actividades en esta industria, que se relaciona mayormente con labores en planta.

El desgregado por tipo de contrato es el siguiente:

#### PERSONAL POR TIPO DE CONTRATO

Categoría	Tipo de contrato		Total General
	CPF	CPI	
Ejecutivos	0	61	61
Gerentes	9	129	138
Operarios	320	633	953
Empleados	267	484	751
<b>Total General</b>	<b>600</b>	<b>1,303</b>	<b>1,903</b>

CPF = Contrato a plazo fijo CPI = Contrato a plazo indeterminado

Fuente: Recursos Humanos Grupo Backus

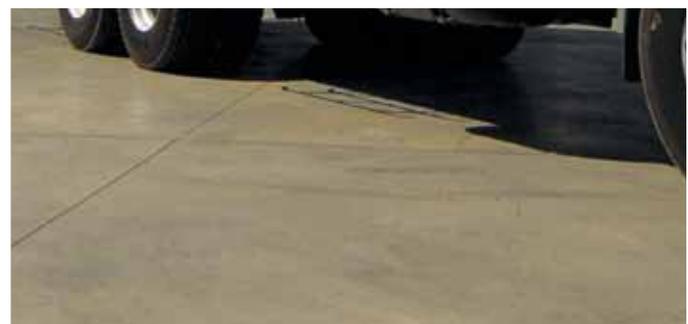
La siguiente tabla presenta un desgregado del personal que se ha retirado del Grupo, por departamento, género y edades.

#### ROTACIÓN DE PERSONAL POR DEPARTAMENTO, EDAD Y GÉNERO

Por planta	Género		Edad			Total General
	F	M	<30	30-50	>50	
Arequipa	28	18	9	1	1	28
Cusco	11	9	1	1	1	11
La Libertad	1	16	7	7	3	17
Lambayeque	4	43	19	26	2	47
Lima	14	60	20	38	16	74
Ucayali	1	13	0	7	7	14
<b>Total General</b>	<b>20</b>	<b>171</b>	<b>73</b>	<b>88</b>	<b>30</b>	<b>191</b>

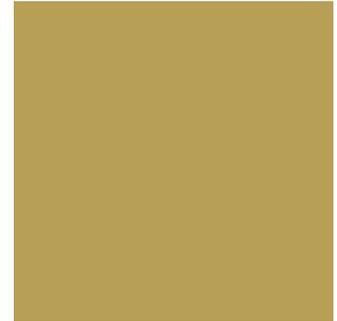
Fuente: Recursos Humanos Grupo Backus

Durante el periodo de este reporte, 191 trabajadores dejaron el Grupo, existiendo así una rotación anual de 10.04%.





Nuestro  
portafolio  
de marcas



## Backus

Sus principales marcas:

1. Cerveza Cristal
2. Cerveza Pilsen Callao
3. Cerveza Pilsen Trujillo
4. Cerveza Cusqueña
5. Cerveza Arequipaña
6. Cerveza San Juan
7. Cerveza Barena
8. Cerveza Peroni Nastro Azzurro (Importada)
9. Cerveza Miller Genuine Draft (Importada)
10. Agua gaseosa Guaraná
11. Agua gaseosa Viva Backus
12. Bebida nutritiva Maltin Power
13. Bebida alcohólica frutada Quara
14. Agua mineral San Mateo
15. Agua Tónica Backus
16. Agua Cristalina



Para el periodo de este reporte, las exportaciones de cerveza del Grupo tuvieron un incremento de 10.5% con respecto al 2009, alcanzando un valor de

**S/. 11.6 millones**

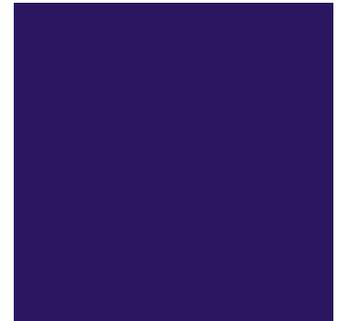
La principal actividad económica del Grupo Backus es la elaboración, envasado, distribución y venta de cerveza, así como bebidas malteadas, gaseosas y aguas. Para ello cuenta con siete plantas productivas ubicadas en Ate (Lima), Huarochirí (Lima), Motupe (Lambayeque), Pucallpa (Ucayali), Arequipa y Cusco, así como una planta ubicada en Ñaña (Lima) para la producción de malta. Backus es el principal abastecedor de cerveza en las regiones oriente, norte, centro y sur del país.

Las ventas por categoría de producto de los años 2008 al 2010 se muestran en la siguiente tabla (en miles de nuevos soles):

**VENTAS HISTÓRICAS POR CATEGORÍA DE PRODUCTO<sup>4</sup>**

Categoría	2008	2009	2010
Cerveza	2'159,938	2'269,554	2'462,934
Gaseosas	67,379	57,296	68,297
Aguas	24,905	27,178	37,795
Bebidas nutritivas	3,769	7,561	13,100
Licores	4,707	10,683	5,862
Regalías	25,604	27,411	33,075
Otros ingresos	56,982	47,933	55,660
<b>Total ventas netas</b>	<b>2'343,289</b>	<b>2'447,616</b>	<b>2'676,723</b>

Fuente: Memoria Anual 2010



Para el caso de Cervecería San Juan S.A., las ventas en los años 2009 y 2010 en millones de nuevos soles fueron las siguientes:

**VENTAS HISTÓRICAS CERVECERÍA SAN JUAN POR CATEGORÍA DE PRODUCTO**

Categoría	2009	2010
Cerveza	276.2	320.4
Gaseosas / aguas / bebidas nutritivas	2.8	5.0
Licores	1.5	0.8
Otros ingresos	2,1	2.5
<b>Total ventas netas</b>	<b>282.6</b>	<b>328.7</b>

Fuente: Memoria Anual Cervecería San Juan 2010

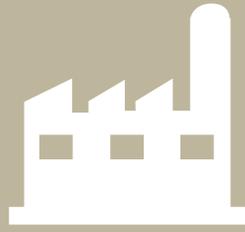
Para consultar en detalle la información de los estados financieros del Grupo, incluyendo gastos de capital, gastos administrativos, ventas, montos de inversiones, entre otros, visite nuestro sitio en Internet. Allí encontrará nuestra Memoria Anual 2010 completa.



<sup>4</sup> Los datos en la presente tabla incluyen información de la Planta San Juan y ya no incluyen la Planta Trujillo, que ha sido asumida por la Planta Motupe, por lo cual los datos del 2009 difieren de los considerados en el presente Reporte de Sostenibilidad.

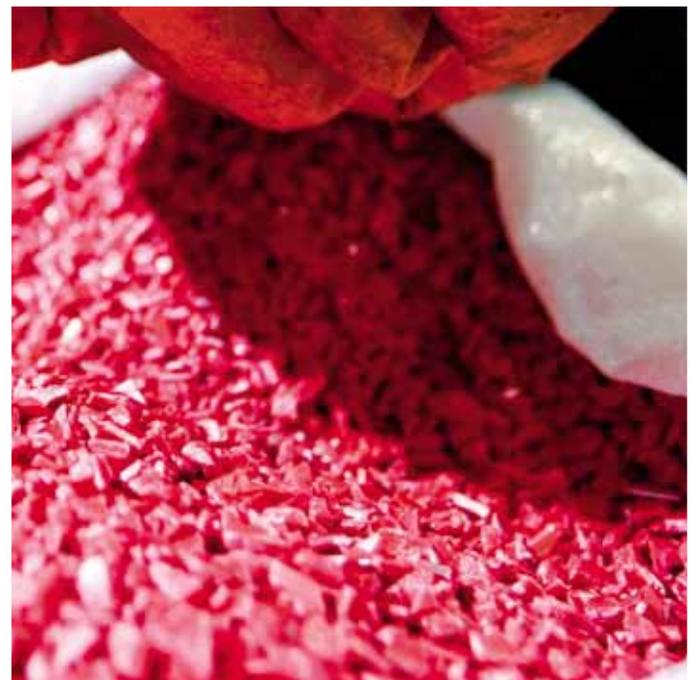


## Participación en gremios y/o asociaciones



Backus pertenece a las siguientes asociaciones:

- Asociación de Exportadores del Perú (ADEX)
- Asociación Nacional de Anunciantes (ANANDA)
- Cámara de Comercio de Lima
- Cámara de Comercio Peruano-Americana (AMCHAM)
- Cámara Peruano Británica
- Consejo Empresarial Peruano en Respuesta al VIH (CEVIH)
- Instituto Peruano de Acción Empresarial (IPAE)
- Sociedad de Comercio Exterior (Comex Perú)
- Sociedad Nacional de Industrias (SNI)
- Patronato del Teatro Nacional
- Perú 2021 Una Nueva Visión
- Cámaras de Comercio de Arequipa, Tacna, Cusco, Puno, Lambayeque, La Libertad, Huancayo, Ucayali, Ica, Huaraz, Loreto, San Martín y Huánuco.





Durante el periodo del presente reporte, el Grupo Backus y sus marcas recibieron los siguientes premios y distinciones a nivel nacional e internacional:

**PREMIOS O DISTINCIONES OTORGADOS POR SABMILLER:**

**Matriz de Evaluación de la Sostenibilidad** → Backus ha ocupado el primer lugar para el periodo de reporte en el avance de las 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible a nivel de todas las empresas de SABMiller.

**Improving Profitable Revenue Management** → Premio recibido en el SABMiller Mercatus Regional y Anual, en reconocimiento a las mejores prácticas de la gestión de los ingresos y rentabilidad implementadas durante el 2010.

**Miller Genuine Draft (MGD)** → "Best Execution on Premise". Premio obtenido por la mejor implementación personalizada, alineada al *Brand Look and Feel* y el *Global Way*, compitiendo a nivel mundial con los países que hoy comercializan MGD.

**PREMIOS O DISTINCIONES OTORGADOS POR TERCEROS:**

**Reconocimiento de la Bolsa de Valores de Lima** → Por tercer año consecutivo, el Grupo Backus recibió el reconocimiento como empresa con Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo.

**Reconocimiento del Comité Olímpico Peruano** → Otorgado por el compromiso de la empresa con el deporte nacional.

**Premio de la Asociación de Exportadores ADEX** → Debido al posicionamiento de la marca *premium* Cusqueña en mercados internacionales.

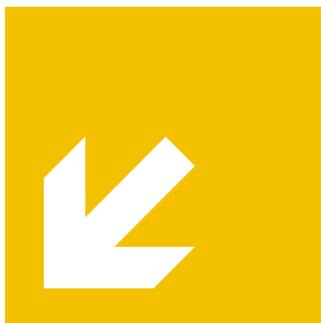
**International High Quality Trophy** → Otorgado a Agua San Mateo por el "Monde Selection" de Bélgica. Esta distinción se le otorgó por haber obtenido la medalla Gran Oro en reconocimiento a su calidad por tercer año consecutivo.

**Reconocimiento en el International Beer Challenge 2010 a Cerveza Cusqueña** → La marca obtuvo una medalla de oro en la categoría Diseño de Empaque y dos reconocimientos a su sabor y calidad superior para cerveza Cusqueña y Malta Cusqueña.

**Reconocimiento del International Taste & Quality Institute (ITQI) de Bélgica a Cerveza Cusqueña** → Con el premio "Superior Taste Award" para sus presentaciones Cusqueña Blanca y Malta.

**Medalla Gold y Grand Gold para Cusqueña y Malta Cusqueña** → Otorgados respectivamente, en el certamen "Monde Selection" de Bélgica.

**Premio a la Gran Marca Clásica para Cusqueña en la ceremonia de los Premios Effie 2010** → Organizada por IPSOS Apoyo.



## Nuestros grupos de interés

➤ El desarrollo sostenible en la estrategia del negocio

Página 36

➤ Comités de gestión

Página 48



↘ Mapeo de grupos de interés

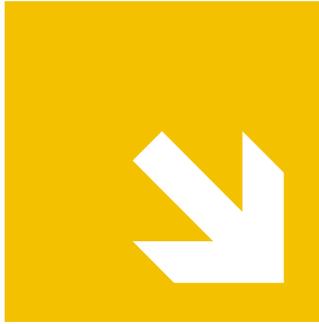
Página 40

↘ Gobierno Corporativo

Página 46

↘ Actividades estratégicas de relacionamiento de marca

Página 50



# El desarrollo sostenible en la estrategia del negocio



En los últimos años, la responsabilidad social empresarial (RS) ha transitado desde la filantropía al desarrollo sostenible (DS), recorriendo una ruta similar que la evolución de las empresas: de dentro hacia fuera, es decir, de ofrecer productos a captar las necesidades de los consumidores y del mercado, orientando su actividad hacia estos objetivos. Con el devenir de los años, el concepto incorporó elementos claves como los grupos de interés (*stakeholders*), sus intereses y expectativas en relación con la empresa, el conocimiento del entorno social, económico y ambiental y su influencia o posible impacto en el negocio. Este proceso nos lleva a un concepto de RS más amplio, integrado a la estrategia del negocio dado que contribuye con la obtención de la licencia para operar en la medida que persigue la generación de valor compartido y asegura la sostenibilidad de la compañía.

## ¿Cómo se concibe una organización cuya estrategia incorpore el DS?

Presentamos algunas ideas sobre cómo lo venimos haciendo en el Grupo Backus.

### Aspectos claves:

- ➔ El DS debe figurar en el modelo de liderazgo y organización y en sus pilares de gestión. Esto asegura que la empresa esté alineada con el tema e indica, claramente, que forma parte de la estrategia.
  
- ➔ **Definir el qué hacer:**  
Entender las prioridades globales, nacionales y las particulares de cada industria; comprender el negocio, sus riesgos, oportunidades y fortalezas; conocer las expectativas y percepciones de los grupos de interés en relación con la empresa; y definir el posicionamiento de la marca corporativa. En el caso de SABMiller y el Grupo Backus, se han definido 10 prioridades de DS enfocadas en: desalentar el consumo irresponsable de bebidas alcohólicas, reducir el uso de agua y de energía, trabajar hacia el cero desperdicio en nuestras operaciones, reciclar, contribuir con el desarrollo empresarial y la cadena de valor, invertir en el progreso social de las comunidades en las que operamos, respetar los derechos humanos, promover la transparencia, y contribuir con reducir el VIH/SIDA en nuestra esfera de influencia.



#### ➔ Definir "el cómo":

Para garantizar el éxito en cada acción que se emprenda se deben establecer las pautas y enfoques correctos de los procesos. Podemos entender muy bien el entorno, seleccionar adecuadamente "el qué", pero si fallamos en cómo desarrollarlo, lo más probable es que obtengamos resultados desalentadores o hagamos más esfuerzo del necesario.

En nuestro caso, contamos con una escala de 5 niveles, desde uno básico a una mejor práctica. También hemos definido criterios que nos permiten establecer qué prioridades y en qué poblaciones, en función de nuestra presencia en cada zona, los riesgos para nuestra actividad, el índice de desarrollo humano y las necesidades de la comunidad en particular.

#### ➔ Definir los recursos:

Contar con la organización apropiada, que sea capaz de diseñar, coordinar y ejecutar el plan. Siendo el DS un tema transversal, toda la organización debe desarrollar competencias relacionadas con el modelo de liderazgo. Debe existir un área que mantenga actualizada a la empresa en relación con las tendencias, que diseñe la estrategia, organice los planes y defina las metas con las áreas involucradas, realice seguimiento, consolide logros y asegure el reporte.

#### ➔ Definir los mecanismos de evaluación:

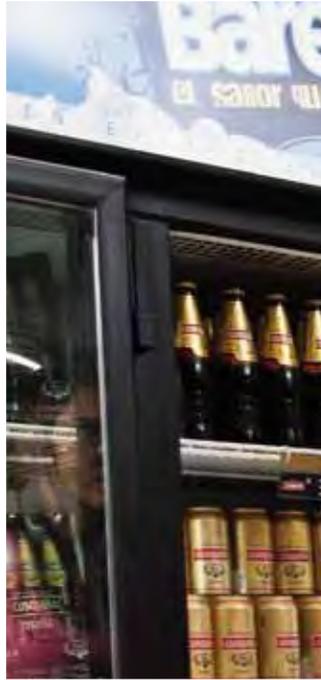
Tener el mecanismo de evaluación de avances y resultados. Definir los indicadores claves para cada prioridad, su periodicidad y niveles de reporte. El Grupo Backus utiliza una matriz de evaluación de la sostenibilidad compartida con 70 empresas del grupo SABMiller en el mundo, lo cual permite establecer mecanismos de comparación, intercambiar experiencias y buenas prácticas.

#### ➔ Definir los mecanismos de comunicación:

Comunicar a nuestros *stakeholders* lo que estamos haciendo y los logros que vamos alcanzando a través de mecanismos y herramientas de comunicación apropiados para cada grupo. Los reportes de sostenibilidad son particularmente interesantes para algunos grupos, para otros lo son las reuniones personales o las conversaciones estructuradas, complementado con información que se proporciona a la opinión pública en general, a través de los medios de comunicación. Debemos lograr estar presentes en la mente de nuestros grupos de interés, alineados al posicionamiento de la marca corporativa.

Creemos que este proceso asegura la generación del valor compartido, contribuye con la reputación de la empresa y con la sostenibilidad del negocio.

Una empresa líder de clase mundial no se cuestiona más la relevancia y el valor que generan la RS y el DS. Entiende que son parte de su estrategia y más bien debe centrarse en seguir profesionalizando la función, mejorando la definición del enfoque, sus sistemas y herramientas de medición, de comunicación y de relación con sus grupos de interés.



Los grupos de interés han sido identificados y seleccionados en función a la relación e impacto del Grupo Backus sobre ellos, así como por los impactos y/o expectativas que estos grupos de interés generan sobre el Grupo Backus. A continuación presentamos estos grupos de interés y la base para su identificación y selección, así como los mecanismos de comunicación que mantenemos con ellos. 



Estrategia de desarrollo sostenible



↓

**RELACIONAMIENTO CON STAKEHOLDERS**

- ➔ Promoviendo un medio ambiente favorable para los negocios.
- ➔ Liderando con el ejemplo.
- ➔ Compartiendo los logros del desarrollo.

**PLAN DE COMUNICACIONES**

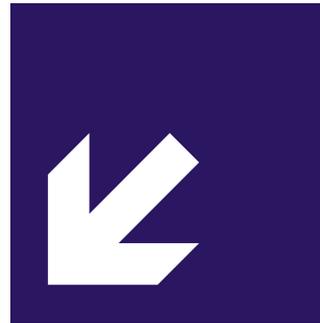
↑



# Mapeo de grupos de interés

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

**Con el fin de construir y mantener una mejor relación con los grupos de interés, el Grupo Backus cuenta con una Estrategia de Desarrollo Sostenible que le permite gestionar y alinear sus Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible con dichos grupos de interés.**



## → Comunidad

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

### PROCEDIMIENTO DE IDENTIFICACIÓN

Se realizó un mapeo<sup>5</sup> de *stakeholders*.

### IMPORTANCIA PARA EL GRUPO (IMPACTO / RIESGO / AMENAZA, ENTRE OTROS)

Por la percepción, expectativas y necesidades que puedan tener del Grupo Backus. Por ello contamos con una estrategia de inversión social corporativa, dirigida a las comunidades. Asimismo, nuestras campañas de consumo responsable están dirigidas, tanto a nuestros consumidores como al público en general.

### FORMA DE COMUNICACIÓN

Notas de prensa y reportajes a través de los medios, publicidad en medios, sitio en Internet (*website*), reuniones de coordinación y visitas a planta.

### PRIORIDADES DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADAS

- > Consumo responsable.
- > Beneficiar a las comunidades donde operamos.
- > Ser transparentes en el manejo de nuestro negocio y en el reporte de nuestro progreso de las Diez Prioridades de DS.
- > Reducir nuestro consumo de agua, energía, desperdicios y empaques.
- > Apoyar el desarrollo empresarial y gestionar nuestra cadena de valor.

<sup>5</sup> Proceso de identificación de los grupos de interés de una organización, así como de sus expectativas o intereses sobre la empresa.

## → Accionistas

Los accionistas mayoritarios y minoritarios.

### PROCEDIMIENTO DE IDENTIFICACIÓN

Se realizó un mapeo de *stakeholders*.

### IMPORTANCIA PARA EL GRUPO (IMPACTO / RIESGO / AMENAZA, ENTRE OTROS)

Contribuyen financieramente con las operaciones del Grupo.

### FORMA DE COMUNICACIÓN

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

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

Además, se comunica información a través de: Hechos de Importancia remitidos a la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV), notas de prensa y reportajes a través de los medios, publicidad en medios y sitio en Internet.

### PRIORIDADES DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADAS

> Ser transparentes en el manejo de nuestro negocio y en el reporte de nuestro progreso de las Diez Prioridades de DS.



## → Colaboradores

Trabajadores de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. y de Cervecería San Juan S.A.

### PROCEDIMIENTO DE IDENTIFICACIÓN

1. Se les reconoció como un grupo de interés principal.
2. Se cuantificó y clasificó el universo de colaboradores del Grupo Backus.

### IMPORTANCIA PARA EL GRUPO (IMPACTO / RIESGO / AMENAZA, ENTRE OTROS)

Porque están presentes en la visión y valores del Grupo Backus:

- > **Visión:** Ser el Grupo empresarial en el Perú más admirada por ser el empleador preferido.
- > **Valores:** Nuestra gente es nuestra ventaja más duradera.

### FORMA DE COMUNICACIÓN

Gestión de comunicaciones internas con canales de comunicación abierta, promoviendo importantes campañas internas como la difusión de la estrategia del negocio, nuestro portafolio de marcas, nuestra cultura de alto desempeño y los resultados del negocio.

#### 1. Canal Verbal

- > **"Hablando con nuestros líderes":** Se realiza 2 veces al año, dirigido a todos los colaboradores. Se difunden temas claves para el negocio.
- > **"Trabajo en equipo":** Reuniones semanales u ocasionales de trabajo y discusión por áreas.
- > **"One on One" y Reuniones de Desarrollo:** Reuniones periódicas que mantienen todos los colaboradores con su jefe inmediato.

#### 2. Canal Escrito

- > **"Trabajando Juntos":** Revista corporativa que se entrega a todos los trabajadores de manera trimestral.
- > Plan de Negocio: Documento de despliegue de las metas y prioridades del negocio.
- > Boletín interno y vitrinas.

#### 3. Canal Electrónico

- > **Web interna:** Portal principal IDEAS, boletines electrónicos, correos masivos, publicidad interna de proyectos, correos por áreas.

### PRIORIDADES DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADAS

- > Consumo responsable.
- > Beneficiar a las comunidades donde operamos.
- > Respetar los Derechos Humanos.
- > Contribuir a la reducción del VIH/SIDA.
- > Ser transparentes en el manejo de nuestro negocio y en el reporte de nuestro progreso de las Diez Prioridades de DS.
- > Reducir nuestro consumo de agua, energía, desperdicios y empaques.

## → Consumidores

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

### PROCEDIMIENTO DE IDENTIFICACIÓN

1. Se identificó que reconocen en el Grupo Backus a un líder con productos de gran calidad.
2. Se estableció que toda nuestra comunicación comercial está dirigida a consumidores mayores de edad.
3. Se cuantificó y clasificó el universo de consumidores de marcas del Grupo Backus.

### IMPORTANCIA PARA EL GRUPO (IMPACTO / RIESGO / AMENAZA, ENTRE OTROS)

Al ser un Grupo de empresas de consumo masivo, dirigimos nuestra estrategia comercial hacia ellos.

Innovamos constantemente la imagen de nuestras marcas, lanzando nuevos productos, extensiones de línea, creando nuevas categorías, entre otros, con la finalidad de sobrepasar sus expectativas. Asimismo promovemos el consumo responsable de nuestros productos. El Grupo Backus mantiene desde mediados de 2006 un Programa de Consumo Responsable dirigido a todos nuestros consumidores y público en general.

### FORMA DE COMUNICACIÓN

*Focus groups*, reuniones con grupos de interés, Memoria Anual, Reporte de Desarrollo Sostenible, publicidad en TV, radio, periódicos, revistas, Internet, *website*, *mailing*, comunicados de prensa, advertencias en nuestros productos, entre otros.

### PRIORIDADES DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADAS

- > Consumo responsable.
- > Ser transparentes en el manejo de nuestro negocio y en el reporte de nuestro progreso de las Diez Prioridades de DS.



## → Clientes

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

### PROCEDIMIENTO DE IDENTIFICACIÓN

1. Se les identificó como el principal punto de contacto con el consumidor final.
2. Se cuantificó y clasificó el universo de clientes del Grupo Backus.

### IMPORTANCIA PARA EL GRUPO (IMPACTO / RIESGO / AMENAZA, ENTRE OTROS)

Debido a que los productos del Grupo Backus llegan a los consumidores finales de forma indirecta, nuestras acciones con este grupo de interés son una prioridad pues ello permite que nuestras marcas tengan mayor relevancia en el punto de venta.

### FORMA DE COMUNICACIÓN

*Call Center* de línea gratuita que atiende 7 tipos de inquietudes de nuestros clientes:

1. Reclamos.
2. Sugerencias.
3. Consultas.
4. Solicitudes.
5. Servicio técnico de equipos de frío (este tipo de solicitud tiene asignado un anexo especial que se denomina "*Cold Center*", que atiende todos los problemas de nuestros puntos de venta con respecto a sus equipos de frío).
6. Consultas por promociones.
7. Publicidad.

Asimismo, se atienden consultas vía sitio en Internet.

Además, se realiza una encuesta general, mensual y a nivel nacional que incluye temas de satisfacción al cliente, con la finalidad de conocer sus opiniones con respecto a la atención que les brindamos.

### PRIORIDADES DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADAS

- > Beneficiar a las comunidades donde operamos.
- > Apoyar el desarrollo empresarial y gestionar nuestra cadena de valor.
- > Consumo responsable.

## ➔ Proveedores - Distribuidores

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

### PROCEDIMIENTO DE IDENTIFICACIÓN

1. Se les identificó como una parte fundamental de la cadena productiva del negocio, además como una oportunidad de agregar valor al Grupo.
2. Se cuantificó y clasificó el universo de proveedores del Grupo Backus.

### IMPORTANCIA PARA EL GRUPO (IMPACTO / RIESGO / AMENAZA, ENTRE OTROS)

Son parte del éxito de nuestro negocio. Backus desarrolla un plan anual de capacitación a proveedores enfocado principalmente en sistemas de Gestión de la Calidad y desde el 2009, hemos incluido temas referidos a Desarrollo Sostenible, Principios de Abastecimiento Responsable (PAR) y Responsabilidad Social, los cuales se encuentran relacionados entre sí.

El esquema de distribución y comercialización que aplica el Grupo Backus, a través de empresas comisionistas mercantiles y mayoristas independientes, le otorga presencia en todo el territorio nacional.

### FORMA DE COMUNICACIÓN

Encuestas y reuniones periódicas. Las encuestas miden la satisfacción de nuestros proveedores y las reuniones recogen *feedback* y sugerencias para mejorar como cliente.

Dentro del programa de medición de desempeño (*Performance Management*), tenemos previsto el *feedback* de los proveedores, a quienes se les hace llegar un cuestionario a fin de que puedan medir el desempeño del área de Compras. Adicionalmente, se ha contratado una consultora especializada (Universidad de los Andes, Colombia) para que contacte directamente a nuestros proveedores y les solicite llenar una encuesta referida a temas éticos en nuestra cadena de suministros.

Además, a través de nuestro sitio en Internet, Memoria Anual y Reporte de Sostenibilidad.

Comunicándonos: Boletín periódico para proveedores.

### PRIORIDADES DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADAS

- > Beneficiar a las comunidades donde operamos.
- > Apoyar el desarrollo empresarial y gestionar nuestra cadena de valor.
- > Consumo responsable.
- > Contribuir a la reducción del VIH/SIDA.

## ➔ Líderes de opinión y medios de comunicación

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

### PROCEDIMIENTO DE IDENTIFICACIÓN

1. Se identificó a los medios de comunicación como un aliado importante y como una plataforma ideal para comunicar nuestras marcas y productos, actividades, programas e inversiones, entre otros. Debemos recordar que todas nuestras comunicaciones están dirigidas al público mayor de edad.
2. Se tiene clasificado el universo de medios de comunicación con los que el Grupo Backus interactúa.

### IMPORTANCIA PARA EL GRUPO (IMPACTO / RIESGO / AMENAZA, ENTRE OTROS)

Los medios de comunicación son una plataforma para poder llegar a todos nuestros grupos de interés.

Estamos en constante coordinación con los medios de comunicación con la finalidad de transmitir nuestras actividades de manera directa y fidedigna.

### FORMA DE COMUNICACIÓN

Central de medios y manejo de medios (área comercial). La Gerencia Nacional de Asuntos Corporativos se encarga de estrechar relaciones con todos los medios de comunicación.

Asimismo, a través de nuestro sitio en Internet, comunicados de prensa, mailing, Memoria Anual y Reporte de Desarrollo Sostenible.

Reuniones periódicas.

### PRIORIDADES DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADAS

- > Ser transparentes en el manejo de nuestro negocio y en el reporte de nuestro progreso de las Diez Prioridades de DS.
- > Consumo responsable.



## → Gobierno

Autoridades electas del Gobierno Central, gobiernos regionales y locales.

### PROCEDIMIENTO DE IDENTIFICACIÓN

1. Se identificó en el Gobierno a las autoridades con influencia en las políticas aplicables a la industria de bebidas alcohólicas.
2. Se tiene clasificado el universo de autoridades del Gobierno con los que el Grupo Backus interactúa, de acuerdo con los temas estratégicos del negocio.

### IMPORTANCIA PARA EL GRUPO (IMPACTO / RIESGO / AMENAZA, ENTRE OTROS)

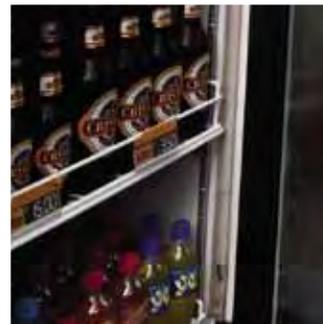
Hemos identificado a diversos sectores y autoridades del Gobierno como actores con gran influencia en las políticas de nuestro negocio, y se han establecido objetivos y planes de acercamiento.

### FORMA DE COMUNICACIÓN

Reuniones, envío de Memoria Anual y del Reporte de Desarrollo Sostenible, foros, alianzas, sitio en Internet, boletines electrónicos informativos, reuniones uno a uno, entre otros.

### PRIORIDADES DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADAS

- > Ser transparentes en el manejo de nuestro negocio y en el reporte de nuestro progreso de las Diez Prioridades de DS.
- > Consumo responsable.
- > Contribuir a la reducción del VIH/SIDA.
- > Reducir nuestro consumo de agua, energía, desperdicios y empaques.
- > Respetar los Derechos Humanos.



## ➔ Sociedad civil

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

### PROCEDIMIENTO DE IDENTIFICACIÓN

1. Se identificó a diversas instituciones con capacidad de influenciar en nuestro negocio.
2. Se tiene clasificado el universo de estas instituciones con las que el Grupo Backus interactúa, de acuerdo con los temas estratégicos del negocio.

### IMPORTANCIA PARA EL GRUPO (IMPACTO / RIESGO / AMENAZA, ENTRE OTROS)

El Grupo Backus reconoce la relevancia de las asociaciones civiles, universidades, gremios (pertenecemos a más de 20 gremios relacionados con nuestro negocio, a nivel nacional), líderes de opinión, entre otros.

### FORMA DE COMUNICACIÓN

Reuniones, envío de Memoria Anual y del Reporte de Desarrollo Sostenible, foros, ferias, alianzas, sitio en Internet, boletines electrónicos informativos, reuniones uno a uno, entre otros.

### PRIORIDADES DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADAS

- > Ser transparentes en el manejo de nuestro negocio y en el reporte de nuestro progreso de las Diez Prioridades de DS.
- > Consumo responsable.
- > Contribuir a la reducción del VIH/SIDA.



## Gobierno Corporativo



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

El Directorio está compuesto por 14 miembros. El **Reglamento del Directorio** estipula que con la finalidad de cumplir con los principios del Buen Gobierno Corporativo del Grupo, la JGA debe tener en cuenta

la elección de un número suficiente de **directores independientes**. Se considera independiente a aquel director seleccionado por su prestigio profesional o destacada trayectoria empresarial y que no se encuentre vinculado a la administración del Grupo, ni de ninguna de las compañías que conforman el grupo SABMiller plc, o con los accionistas principales del Grupo Backus o de SABMiller plc. A la fecha, son 6 los miembros independientes del Directorio:

### LA COMPOSICIÓN DEL DIRECTORIO EN EL PERIODO ABARCADO POR EL PRESENTE REPORTE FUE LA SIGUIENTE:

Nombre	Cargo	Desde
Alejandro Santo Domingo Dávila	Presidente	2002
Francisco Mujica Serelle (Independiente)	Vicepresidente	Mayo de 2008
Manuel Romero Caro (Independiente)	Director	2004
Carlos Bentín Remy (Independiente)	Director	Setiembre de 2004
Alex Paul Gastón Fort Brescia (Independiente)	Director	Abril de 2008
Juan Carlos García Cañizares	Director	2003
Luis Eduardo García Rosell Artola	Director	Diciembre de 2005
Pedro Pablo Kuczynski Godard (Independiente)	Director	Mayo de 2008
Felipe Osterling Parodi (Independiente)	Director	2004
José Antonio Payet Puccio	Director	Diciembre de 2005
Carlos Alejandro Pérez Dávila	Director	2002
Robert Priday Woodworth	Director	Diciembre de 2005
Mauricio Restrepo Pinto	Director	2003
Barry John Kingsley Smith	Director	Diciembre de 2005 hasta el 31 de diciembre de 2010

Fuente: Memoria Anual 2010

Reseñas  
biográficas  
de los  
miembros del  
Directorio



[www.smv.gob.pe/  
ConsultasP8/temp/  
bwnwvycp.5m3.doc](http://www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/bwnwvycp.5m3.doc)

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

El Reglamento del Directorio contiene el procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible para sus miembros, a fin de que puedan guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos:

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

El Reglamento del Directorio es de cumplimiento obligatorio y establece que este actuará buscando el desarrollo de las políticas de

calidad total, control de costos, desarrollo sostenible y el respeto a las personas y los lineamientos de la política de ética de la compañía.

**EL EQUIPO GERENCIAL ESTÁ CONFORMADO DE LA SIGUIENTE MANERA:**

Nombre	Cargo	Fecha de Inicio
Robert Damian Priday Woodworth	Gerente General	01/01/2006
Carlos Agualimpia Varela	Gerente de Marketing	01/06/2009
Felipe Cantuarias Salaverry	Gerente de Planeamiento y Asuntos Corporativos	01/02/2010
Luis Enrique Carbone Nicolini	Gerente de Logística	01/04/2008 hasta febrero de 2011
Luis Eduardo García Rosell Artola	Gerente de Ventas	01/01/2010
Augusto Rizo Patrón Bazo	Gerente de Distribución	01/01/2006
Bret Rogers	Gerente de Recursos Humanos	07/09/2006
Raúl Ferrero Álvarez Calderón	Gerente de Finanzas	01/05/2010
Creso Henrique Pacheco de Macedo	Gerente de Manufactura	01/04/2010 hasta enero de 2011
Rolando Ramón Caro Harter	Gerente de Manufactura	01/03/2011

Fuente: Memoria Anual 2010

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

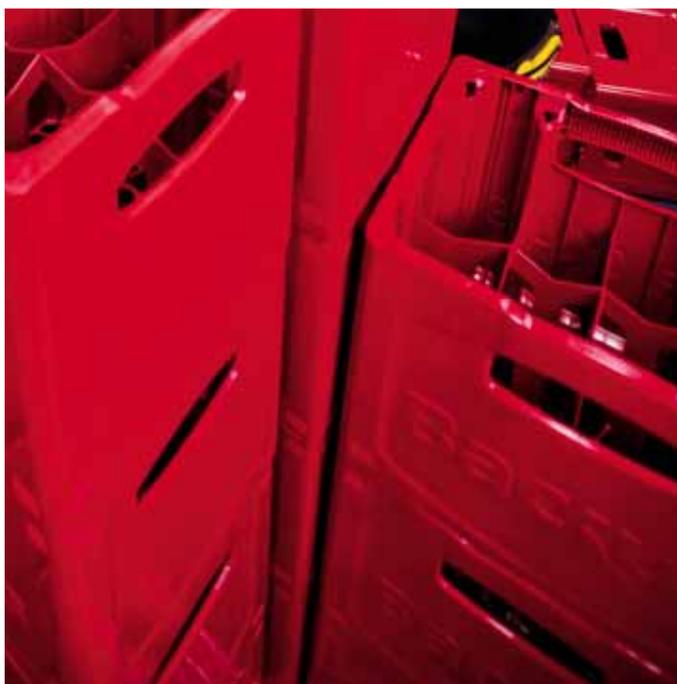
A fin de evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno, el Grupo Backus cuenta, desde noviembre de 2003, con

un **Código de Buen Gobierno Corporativo**, el cual establece los derechos de los accionistas; las funciones y deberes del Directorio y directores, incluyendo conflictos de interés; las funciones y responsabilidades de la gerencia y los temas relativos a la revelación de información y principios de transparencia en la información.

La reseña biográfica de cada uno de los miembros del Directorio, así como de la plana gerencial, figura en nuestra Memoria Anual 2010.



## Comités de Gestión



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

- ➔ **Comité de Cumplimiento de Ventas y Mercadeo:**  
Es responsable, desde octubre de 2006, de supervisar que todas las comunicaciones comerciales de nuestro portafolio de marcas cumplan con los lineamientos establecidos en nuestro Código de Comunicación Comercial, antes de ser difundidas en el mercado.
- ➔ **Comité de Auditoría:**  
Examina los estados financieros y revisa los controles ambientales internos y la eficacia de la auditoría externa e interna.
- ➔ **Comité de Ética:**  
Divulga entre los trabajadores, proveedores y terceros vinculados al Grupo, los alcances de la Política de Ética, velando por su cumplimiento, investigando y recomendando las sanciones por su incumplimiento. Para formular una denuncia por infracciones a la Política de Ética, podrá seguir los procedimientos señalados en nuestro sitio en Internet.
- ➔ **Comité de Buen Gobierno Corporativo:**  
Recomienda sistemas para la adopción, seguimiento y mejora de las prácticas de Buen Gobierno Corporativo.

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

Política de Ética Corporativa del Grupo Backus



[www.backus.com.pe/WB.WebSite/etica-corporativa.html](http://www.backus.com.pe/WB.WebSite/etica-corporativa.html)



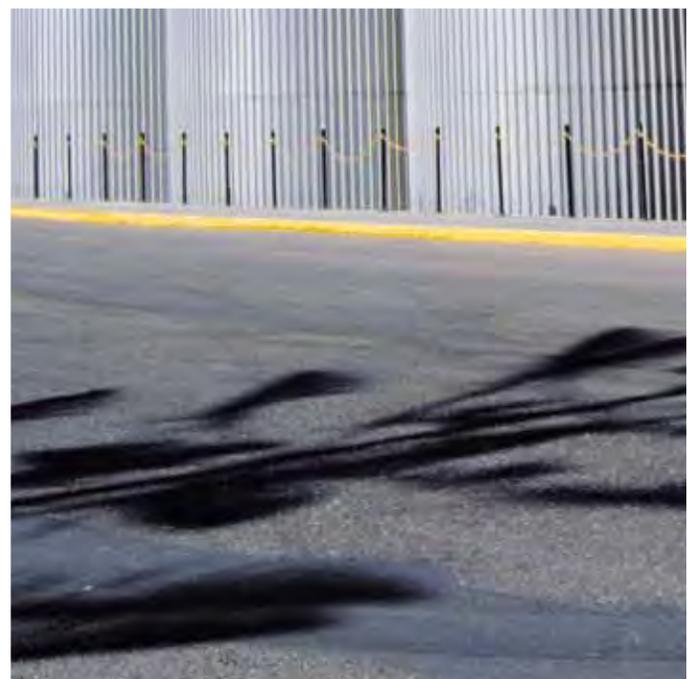
Conforme con la Política de Ética, tanto los colaboradores, proveedores, como terceros involucrados pueden presentar sus quejas o denuncias a través de la **Línea Ética**, la que incluye un número telefónico de línea interna y un número externo, así como una cuenta de correo electrónico (lineaeticaperu@backus.sabmiller.com).

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

Por su parte, la JGA realiza la supervisión de la identificación y la gestión del desempeño económico, ambiental y social a través de instancias como la Asamblea Anual, en la cual la JGA evalúa y aprueba la Memoria Anual, documento en el que el Directorio presenta todo lo actuado durante el ejercicio anual en los aspectos económicos, sociales y ambientales. Adicionalmente, el Reporte de Sostenibilidad permite informar a los grupos de interés las actividades realizadas por el Grupo Backus y, por lo tanto, recibir una retroalimentación.

<p>Línea Ética</p>  	<p><a href="http://www.backus.com.pe/WB.WebSite/linea-etica.html">www.backus.com. pe/WB.WebSite/ linea-etica.html</a></p>
--	---

<p>Número de contacto interno: 3139 Número de contacto externo: 311-3199 Número gratuito a nivel nacional: 0800-4-0001</p> 
--





## Actividades estratégicas de relacionamiento de marca



### Copa Cristal

Buscamos la integración, amistad y confraternidad entre las principales instituciones públicas y privadas, compartiendo nuestra filosofía, cultura y valores, a través de la práctica del fútbol. Así se realizó esta actividad en 11 ciudades: Abancay, Arequipa, Cusco, Huancayo, Ilo, Juliaca, Piura, Puno, Quillabamba, Tacna y Trujillo, convocando a 376 equipos y 5,193 deportistas.



### Visitas a las plantas

Con la finalidad de difundir de forma eficaz la imagen del Grupo Backus, dar a conocer lo mejor de sus marcas, su dominio tecnológico y su filosofía de trabajo, se atendió a un total de 41,337 visitantes, repartidos entre las plantas de Ate, Arequipa, Cusco, San Juan (Pucallpa) y Motupe.

TOTAL DE VISITANTES A PLANTA POR TIPO DE VISITA



TOTAL VISITAS A PLANTA POR TIPO DE VISITA A NIVEL NACIONAL:

N° de participantes en visitas a planta	Motupe			Ate		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Académicas	2,225	2,310	2,331	5,782	7,484	6,552
Institucionales	847	947	1,073	4,867	3,120	2,243
Clientes	1,350	1,552	1,078	3,980	5,325	4,562
<b>Totales</b>	<b>4,422</b>	<b>4,809</b>	<b>4,482</b>	<b>14,629</b>	<b>15,929</b>	<b>13,357</b>
Promedio Anual		4,571			14,638	

Los datos del año 2010 corresponden a las visitas entre abril de 2010 a marzo de 2011. Asimismo, los datos del año 2009 corresponden a las visitas efectuadas entre abril de 2009 a marzo de 2010. De forma similar, los datos de año 2008 son las visitas entre abril de 2008 a marzo de 2009. Fuente: Grupo Backus



### Cata de cerveza

Esta actividad se realiza a fin de dar a conocer las características intrínsecas y extrínsecas de las marcas de nuestro portafolio, a través de la experiencia técnica de catar una cerveza; así como posicionarnos en el mercado. Se organizaron catas en las ciudades de Puno y Juliaca, congregando en conjunto a 4,703 participantes.

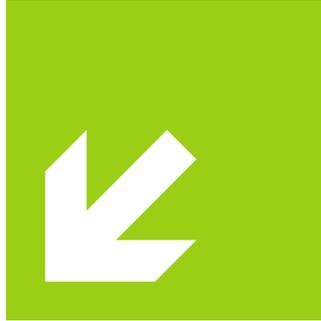


### Ferias y otros

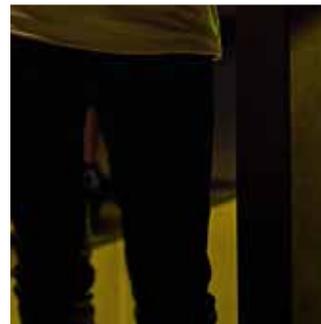
Se llevó a cabo: en agosto, la FIA Arequipa con 17,000 participantes, en noviembre la CADE en Cusco con 1,200 participantes y, en junio, la Ceremonia de Homenaje al Cusco realizada en la Cámara de Comercio de esa ciudad, donde compartimos con 320 empresarios nuestra Estrategia de Desarrollo Sostenible. Asimismo, participamos en las Ferias de Responsabilidad Social Empresarial organizadas por Peru2021 en las ciudades de Lima, Arequipa y Trujillo, compartiendo nuestra Estrategia de Desarrollo Sostenible y la información de nuestros programas y acciones de Responsabilidad Social.

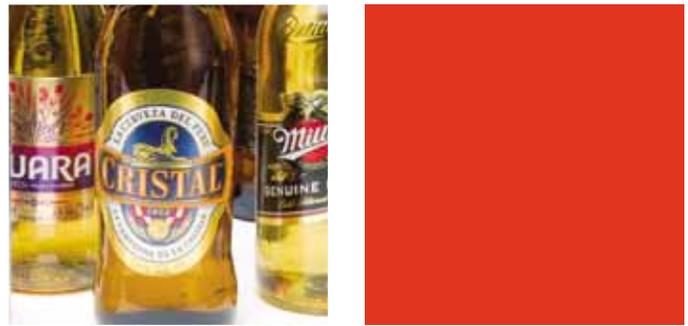
Arequipa			Cusco			Pucallpa			Total		
2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
7,534	4,408	5,279	6,782	6,440	5,889	5,733	6,222	2,581	28,056	26,864	22,632
4,187	3,618	2,721	1,800	1,994	1,923	5,632	6,216	1,959	17,333	15,895	9,919
1,565	1,577	1,223	1,775	1,189	1,008	1,410	2,283	915	10,080	11,926	8,786
<b>13,286</b>	<b>9,603</b>	<b>9,223</b>	<b>10,357</b>	<b>9,623</b>	<b>8,820</b>	<b>12,775</b>	<b>14,721</b>	<b>5,455</b>	<b>55,469</b>	<b>54,685</b>	<b>41,337</b>
	10,704			9,600			10,984			50,497	

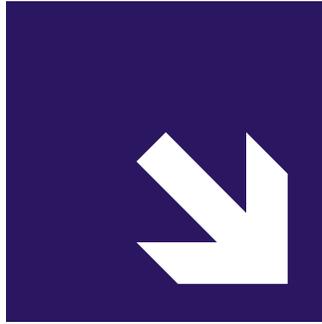
Fuente: Grupo Backus



# Nuestras prioridades







El Grupo Backus está comprometido con el Perú y su gente. Por ello, no solo contribuye con el desarrollo económico del país sino también con el desarrollo social y ambiental, tomando en cuenta las expectativas de sus grupos de interés. Estamos suscritos al Pacto Mundial y asumimos nuestro compromiso de cumplir con sus 10 principios e incorporarlos en nuestras operaciones y estrategias.

Continuamos trabajando nuestras Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible, promoviendo una cultura de **responsabilidad social** en la organización, en coordinación con las áreas involucradas del Grupo. De la misma forma, los programas de inversión social corporativa continuaron con un enfoque en el desarrollo de capacidades, la promoción del empleo y del emprendimiento en las comunidades donde operamos.

De acuerdo con la encuesta de imagen corporativa de Ipsos Apoyo aplicada el 2010 a la opinión pública, líderes de opinión y sector empresarial, Backus está considerado entre los cinco primeros grupos empresariales con mayor apoyo a la comunidad y contribución al desarrollo nacional.



**ENCUESTA DE  
IMAGEN DE  
IPSOS APOYO  
2010**

**Opinión  
pública**  
→

**2°**

en contribución  
al desarrollo  
nacional

**2°**

en apoyo a la  
comunidad



**Líderes de  
opinión**  
→

**3°**

en contribución  
al desarrollo  
nacional

**2°**

en apoyo a la  
comunidad



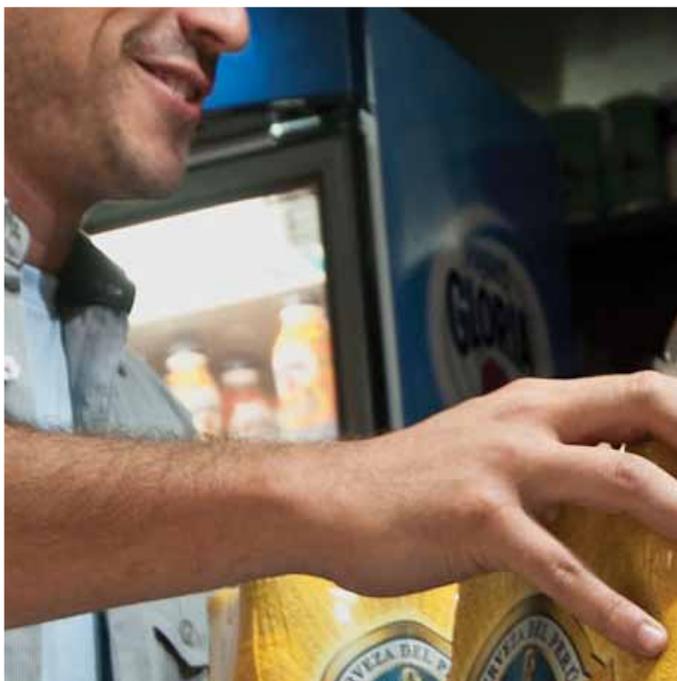
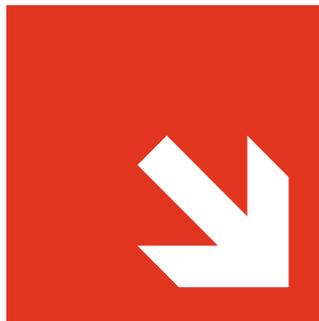
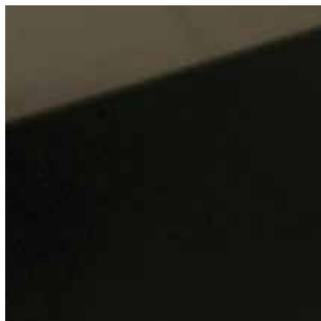
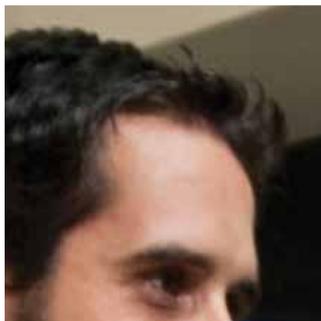
**Sector  
empresarial**  
→

**5°**

en contribución  
al desarrollo  
nacional

**5°**

en apoyo a la  
comunidad



# Prioridad 1

**Desalentar  
el consumo  
irresponsable**



Fomentamos el consumo responsable de bebidas alcohólicas como una experiencia personal, socialmente agradable y una fuente de entretenimiento.

El Grupo Backus trabaja con especial énfasis en sensibilizar e informar a la población sobre el consumo responsable de bebidas alcohólicas, además de educar al minorista y al adulto consumidor sobre la importancia de la no comercialización y el no consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad. También desalentamos el consumo nocivo por madres gestantes, el beber y conducir, así como el consumo excesivo.

El **Comité de Cumplimiento de Ventas y Mercadeo (CCVM)**, conformado por representantes de las áreas de Ventas, Marketing, Asuntos Corporativos, Desarrollo Sostenible, Legal y un tercero independiente, es responsable, desde octubre de 2006, de supervisar que todas las comunicaciones comerciales de nuestro portafolio de marcas cumplan con los lineamientos de nuestro **Código de Comunicación Comercial**, antes de ser difundidas.



Durante el periodo de este reporte, el CCVM ha estado conformado por:



**Presidente:**  
Francisco Mujica

**Integrantes:**

Shadú Mendoza  
Cecilia Zevallos  
Jaime More

Nino Garboza  
Pablo Fernández  
Jaime Pineda

**Código de  
Comunicación  
Comercial**



[www.backus.com.  
pe/WB.WebSite/  
politicas.html](http://www.backus.com.pe/WB.WebSite/politicas.html)

## Acciones realizadas

**1.** Durante el periodo de este reporte entregamos, en alianza con los ministerios del Interior, de Transportes y Comunicaciones y de Salud, afiches con los mensajes de la Ley 28681 "Si has ingerido bebidas alcohólicas no manejes" y "Prohibida la venta de bebidas alcohólicas a menores de 18 años". Esta acción llegó a más de 160,000 puntos de venta a nivel nacional.

**2.** Con el objetivo de sensibilizar a los padres de familia y a las autoridades, en agosto lanzamos la campaña "No le des a los menores problemas mayores", en alianza con el grupo RPP. La campaña tuvo una duración de 10 meses, contó con secuencias fijas en 4 programas de entrevistas a psicólogos, educadores, médicos y especialistas. Estuvo dirigida a los padres de familia y fue dividida en 5 temas: infórmate sobre el tema y conversa con tus hijos, preocúpate y conoce a los amigos de tus hijos, enséñale a tus hijos a decir NO al consumo de alcohol, ayúdalos a organizar su tiempo libre, y riesgos y efectos del consumo de alcohol por un menor de edad. Los spots fueron transmitidos en las emisoras RPP y Studio 92.

**3.** Alianza con Radio Capital: Se logró que los principales candidatos a la Alcaldía de Lima firmen un compromiso de combatir la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad.



**4.** Programa de capacitación virtual para docentes "Maestros promotores de estilos de vida saludable", diseñado y ejecutado en alianza con la ONG Acepta (se capacitó a 400 docentes a nivel nacional). El objetivo es que el docente logre estructurar acciones y programas con los alumnos y sus padres para promover habilidades sociales, estilos de vida saludable y dar a conocer cómo las bebidas alcohólicas pueden afectar a los menores de edad.

**5.** Desarrollo de material informativo sobre el no consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad, dirigida a padres y adultos, además de una versión para los jóvenes. Fue entregado a todos los colaboradores de las empresas del Grupo Backus, a los proveedores, a los visitantes de nuestras plantas cerveceras, a los padres de familia, a los docentes y a los participantes del programa "Progresando Juntos", entre otros.

**6.** La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) desarrolló un estudio para describir los patrones de consumo y consumo nocivo de bebidas alcohólicas en el Perú. Se trabajó en base a una muestra representativa, cubriendo todos los estratos socioeconómicos de las zonas urbanas y rurales del país. Este estudio fue entregado a finales de enero de 2011.



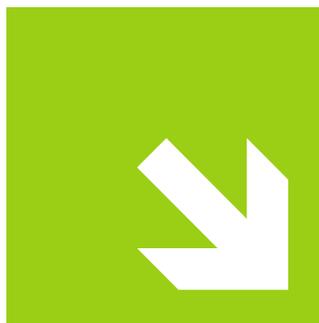
**7.** Con el objeto de combatir el beber y conducir, en abril se organizó el Encuentro Multisectorial de Responsabilidad en Seguridad Vial, en conjunto con los ministerios de Transportes y Comunicaciones y del Interior. En este evento se firmó la “Declaración de Lima” cuyo fin es conformar una Comisión de Seguimiento –integrada por los ministerios de Transportes y Comunicaciones, del Interior y de Educación, la Policía Nacional, la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías (SUTRAN) y el Grupo Backus– para crear una nueva conciencia pública sobre la importancia de la seguridad vial y trabajar unidos para lograr que “el derecho a la vida” sea asumido como un valor ciudadano.

**8.** En noviembre se replicó este encuentro en Pucallpa. El foro contó con presentaciones de los representantes de las principales instituciones públicas involucradas en seguridad vial, tales como los ministerios de Educación y de Salud, SUTRAN, el Gobierno Regional de Ucayali y la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, además de empresas de transporte público urbano, interprovincial y de carga.

**9.** Participamos activamente en la campaña “Amigo elegido”, liderada por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, que incluyó la donación de posavasos, ambientadores, dos comerciales para televisión y 60 alcoholímetros modelo *Alcoblow* para los operativos contra la alcoholemia.

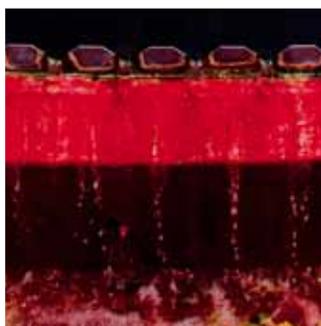
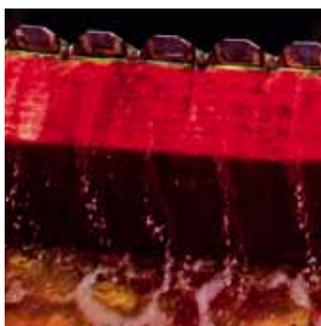
**10.** Como metas para el 2011 tenemos planificado lo siguiente:

- > Lanzamiento de un coleccionable dirigido a los puntos de venta que tratará, en una de sus secciones, el tema de negocios responsables, haciendo énfasis en la promoción del consumo responsable de bebidas alcohólicas, la no venta a menores de edad, no beber y conducir, los efectos del consumo en exceso y la formalidad del negocio.
- > Lanzamiento de una campaña 360 sobre el tema de la no venta y consumo de alcohol en menores de edad. Se entregarán alcoholímetros a autoridades provinciales (Arequipa, Chiclayo, Cusco, Huancayo, Piura, Pucallpa y Trujillo) para colaborar con el cumplimiento de la Ley 28681.
- > Foros de seguridad vial en las ciudades de Arequipa, Chiclayo y Cusco con el fin de lograr la articulación de mesas de trabajo que velen por el mejoramiento de este problema.
- > Continuaremos apoyando el programa “Amigo elegido” y colaboraremos con su implementación en provincias.
- > Mantendremos el apoyo a la capacitación del programa “Maestros Promotores de Estilos de Vida Saludable” y realizaremos un trabajo directo en colegios de Arequipa, Cusco y Lima, desarrollando sesiones con estudiantes, padres y maestros con el fin de sensibilizar a esos públicos sobre los efectos del consumo de alcohol en los menores de edad.



## Prioridad 2

### Reducir el consumo de agua



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



Uno de los principales riesgos asociados con las operaciones del Grupo Backus está ligado a la disponibilidad de agua para sus operaciones, así como a las contingencias que podría ocasionar la presencia del fenómeno de El Niño en sus operaciones en el norte del país (lluvias prolongadas) y en el sur (sequías). La oportunidad que se presenta está dada por las alternativas de optimización en el uso de agua que pueda redundar en menores costos operativos.

Las captaciones de agua que realiza el Grupo Backus para sus procesos productivos provienen de tres fuentes, siendo la principal la fuente subterránea, con un 95.3% del total. Esta operación está debidamente supervisada por las empresas de tratamiento de agua de cada localidad.

La segunda fuente es la red pública, que representa el 4.6%, y la tercera proviene de agua captada directamente de fuentes superficiales, en la planta ubicada en Cusco (0.1% del total del agua captada).

En el periodo se ha evaluado el consumo total de agua en hl, por cada hl producido de cerveza, indicador que fue de 3.93 hl versus 4.39 hl del periodo anterior, lo que representa una disminución de 10.5%. Asimismo, en la producción de gaseosas el consumo de agua pasó de 2.04 hl a 1.74 hl; lo que significó una reducción de 14.7%.

#### CONSUMO DE AGUA EN hl POR hl PRODUCIDO<sup>6</sup>

	2009	2010	%
Cerveza	4.39	3.93	-10.5%
Gaseosa	2.04	1.74	-14.7%

Fuente: Grupo Backus

SABMiller, la Cooperación Alemana para el Desarrollo (GIZ) y la Fundación Mundial para la Naturaleza (WWF) formaron en el 2009 la alianza global "Water Futures", cuya finalidad es identificar, evaluar y reducir los riesgos compartidos asociados con el manejo de agua en el área de influencia de las subsidiarias de SABMiller.

La alianza busca involucrar de manera activa a los usuarios y actores vinculados con el agua de manera que, en forma conjunta, se desarrollen iniciativas para la mejora de la gestión del recurso. Teniendo en cuenta las condiciones locales de las subsidiarias, nuestra casa matriz decidió implementar la alianza a manera de piloto en cuatro países: Sudáfrica, Tanzania, Ucrania y Perú.

En el Perú, junto con el Programa de Agua Potable y Alcantarillado (PROAGUA) de GIZ, somos los promotores de la alianza "Water Futures" y sobre la base de las condiciones de estrés hídrico del país, decidimos implementarla en la parte baja de la cuenca del río Rímac a través de la creación de una red de actores que, como nosotros, estén interesados en participar en iniciativas para promover la sostenibilidad del acuífero del río. Se han iniciado los estudios hidrogeológicos del acuífero de Ate con la finalidad de entender su comportamiento y en un futuro ejecutar un proyecto de conservación en forma conjunta con los actores locales claves comprometidos.

<sup>6</sup> Los datos en ambos años incluyen información de la Planta San Juan y ya no incluyen la Planta Trujillo que ha sido asumida por la Planta Motupe, por lo cual los datos del año 2009 difieren de los considerados en el Reporte de Sostenibilidad 2009.

## Acciones Realizadas

El Grupo Backus mantiene un programa de tratamiento de aguas residuales que permite su reutilización y disposición sin generar contaminación. Por aguas residuales nos referimos a los sobrantes de agua utilizada durante el proceso productivo (residuos líquidos industriales y residuos domésticos).

Todas nuestras plantas cuentan con un Programa de Adecuación y Manejo Ambiental (PAMA), aprobados por el Ministerio de la Producción, en base a los cuales anualmente se realizan 2 monitoreos ambientales, a cargo de una empresa ambiental certificada.

Respecto a la descarga de efluentes en el alcantarillado, la Planta Ate cumple con todos los estándares legales, mientras que en los casos de las plantas de Arequipa y Cusco, se tiene programada, acorde con sus respectivos PAMA, la construcción de plantas de tratamiento de aguas residuales.

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

En el periodo de reporte, el agua residual alcanzó un volumen total de 31'416,457 hl, de los cuales 24'636,113 hl fueron tratados por las plantas de tratamiento de efluentes (plantas Ate, Motupe, San Juan y Maltería) y utilizados internamente para riego de jardines y en otros usos en servicios de la cervecería y la comunidad. En virtud de un convenio, un 6% fue entregado por la planta de Motupe a la empresa Agroindustrias AIB, y un 54% fue donado por Agroinversiones, con sede en Chile, a la comunidad a raíz del terremoto ocurrido en ese país en febrero del 2010.

## Ate

1. Estrategia de Agua Global: Iniciada en esta planta para luego replicarse en las demás. Hemos afirmado nuestra participación en el Fondo de Agua (AQUAFONDO), junto con el Grupo GEA, The Nature Conservancy (TNC), Fondo de las Américas, Pontificia Universidad Católica del Perú y la Sociedad Peruana de Derecho Ambiental, lo que nos permitirá financiar programas y proyectos para la recuperación y conservación de las cuencas hidrológicas en Lima (Chillón, Rímac y Lurín) a través de aportes voluntarios de los participantes, promoviendo una nueva cultura del agua.
2. Inicio de los estudios hidrogeológicos para el acuífero de Ate con la finalidad de entender su comportamiento e involucrar a actores locales para la ejecución de un proyecto de protección del recurso.
3. Recuperación de agua caliente de cocimiento para ser utilizada en esta misma área.
4. Recuperación de agua de desecho de la planta Ionics para usarla en la limpieza de pisos en envasado.
5. Reutilización de agua de la planta de tratamiento de aguas residuales para riego tecnificado de jardines dentro de la planta.

## Arequipa

1. Reutilización de agua en sistema de refrigeración de compresores y lavado de CO<sub>2</sub>, reduciendo el consumo de 1,400 m<sup>3</sup>/m a 300 m<sup>3</sup>/m.
2. Recuperación de agua caliente de elaboración, reduciendo el consumo de 120 m<sup>3</sup>/semana a 30 m<sup>3</sup>/semana.
3. Reducción del consumo de agua en el sistema de limpieza in situ (CIP por siglas en inglés de *Clean in Place*) de tanques de gobierno, llevando un buen control de sanitización.
4. Programación en Braumat del ingreso intermitente de agua y productos de limpieza en tanques de gobierno.
5. Cambio de métodos de limpieza de pisos en envasado.

## Motupe

1. Se amplió el almacén de esta planta y se construyeron nuevos almacenes en los centros de distribución de Huancayo, Cañete y del cono norte de Lima. En todos estos almacenes se implementaron plantas de tratamiento de aguas residuales para reutilización en lavado de camiones y con iluminación perimetral alimentada energéticamente con paneles solares.
2. Recuperación de agua de la lavadora para limpieza de pisos.
3. Recuperación de agua del rinser de gaseosas para la limpieza de espuma en botellas después de llenarlas.
4. Uso del agua del pasteurizador del último tanque para el enfriamiento del aceite del sistema hidráulico.
5. Reducción del nivel de llenado de las pozas de las torres de enfriamiento, de 95% a 70%, evitando reboses de agua.
6. Reutilización del agua de la nueva torre para el lavado del CO<sub>2</sub>, evitando el consumo de 16 m<sup>3</sup>/día.
7. Reducción del consumo de agua en el proceso de eliminación de la levadura.



## Cusco

1. Disminución del número de CIP en la paila de cocción (de 3 a 6 cocimientos).
2. Recuperación del agua del último enjuague del CIP para usarlo en el primer enjuague de los tanques cilindro cónico (TEX) y tanque de cerveza (BBT).
3. Control en el consumo de agua en los condensadores evaporativos.
4. Instalación de un enfriador para el pasteurizador (implica un ahorro de 0.2 hl/hl).
5. Sistema de recuperación de los CIP de las llenadoras. El agua recuperada, previamente enfriada, se utilizará en las bombas de vacío de las llenadoras, lo cual implicará un ahorro de 0.1 hl/hl.
6. Automatización del CIP en los tanques de cerveza (BBT por las siglas en inglés de *Bright Bear Tanks*).

## San Juan

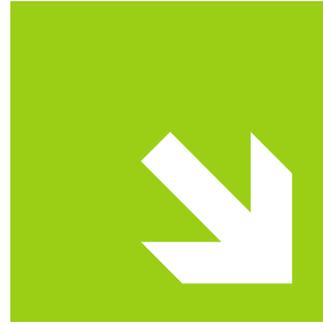
1. Automatización de la apertura del ingreso de la bomba de agua al arranque y parada de la lavadora.

## Maltería

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

## San Mateo

1. Recuperación del agua del rinser para uso en la limpieza de planta y primer lavado de botellones.



## Prioridad 3

Reducir nuestra  
huella de energía  
y carbono



Nuestro crecimiento económico debe estar acompañado del uso eficiente de la energía, permitiendo su buen manejo y promoviendo la reducción en las emisiones de dióxido de carbono.

## Acciones realizadas

Invertimos en tecnología amigable con el medio ambiente y en la modernización de nuestros procesos industriales, trabajamos permanentemente en la reducción del uso de energía y de las emisiones de carbono.

Las plantas del Grupo Backus se abastecen de energía proveniente del sistema interconectado nacional. Estamos llevando a cabo proyectos tendientes a reducir el consumo de energía y la emisión de gases de efecto invernadero. El porcentaje de energía utilizada proveniente de fuentes renovables, tanto en relación al consumo de electricidad como de combustibles, fue de 10.5% en el periodo del presente reporte.



1. En el presente periodo no contamos con una medición de las emisiones de CO<sub>2</sub> en kg por hl, generadas por otras fuentes relacionadas con Backus (nuestros principales proveedores para la producción y distribución de nuestros productos)<sup>7</sup>.
2. El consumo total de energía eléctrica de nuestras plantas fue de 2,382'988,344 MJ<sup>8</sup>, generada por fuentes renovables y no renovables (no se diferencia el consumo directo del indirecto). En la producción de cerveza se obtuvo una disminución de 7.6%, mientras que en la de gaseosas fue de 32.88%, debido no solo a que la producción fue mayor a la del periodo anterior, sino también a las inversiones realizadas que han permitido ahorros significativos en el consumo de energía.

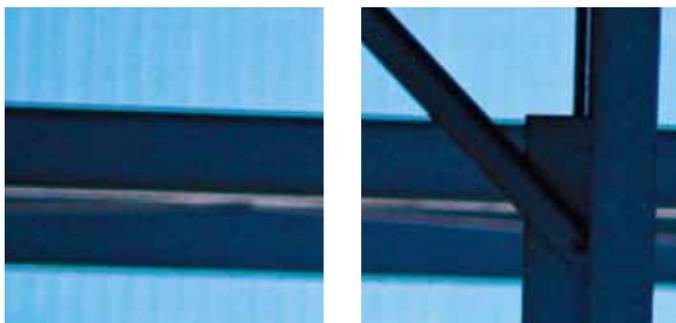
### CONSUMO DE ENERGIA POR hl PRODUCIDO (MJ/hl)<sup>9</sup>

	2009	2010	%
Cerveza	123.40	114.30	-7.60%
Gaseosa	16.27	10.92	-32.88%

<sup>7</sup> Información entregada por el área de Manufactura.

<sup>8</sup> MJ = megajoules

<sup>9</sup> En las tablas de esta prioridad, los datos en ambos años incluyen información de la Planta San Juan y ya no incluyen la Planta Trujillo que ha sido asumida por la Planta Motupe, por lo cual los datos de 2009 difieren de los considerados en el Reporte de Sostenibilidad 2009.



**3.** Las emisiones de otras sustancias que impactan en la capa de ozono, donde se incluyen CFC, HCFC, los halones y el bromuro de metilo, alcanzaron los 671 kg, lo que, en comparación con los 15,571 kg generados en el periodo anterior, equivale a una disminución de 95.7%. Esta variación está relacionada con los trabajos realizados en la reposición de los gases de los sistemas de refrigeración de plantas, mientras que previamente ya se trabajaba en la reposición de gases de aire acondicionado.

**4.** En alianza con la empresa Reforesta Perú, en junio iniciamos el proyecto de reforestación en los predios de la cervecería San Juan en Pucallpa. Este proyecto tiene como objetivo principal reforestar en 5 años 291 hectáreas de predios no habitados, utilizando especies que buscan promover la conservación del ecosistema amazónico. Se consideró el uso de especies amazónicas de gran importancia para la conservación, como la caoba y cedro. Durante el periodo de este reporte, 75,548 plántones de árboles, entre capironas, tecas, eucaliptos, bolainas, cedros y caoba, fueron producidos en el vivero construido para el proyecto y sembrados en las primeras 68 hectáreas. Además, a nivel nacional y de la mano de nuestros socios comerciales, sembramos aproximadamente 12,450 árboles.

**5.** Dadas las limitaciones nutricionales propias de los terrenos amazónicos impactados, se desarrolló un proyecto de manejo de residuos el cual está alineado con nuestra prioridad de trabajar hacia el "0" desperdicio. El proyecto considera la utilización de los residuos cerveceros (tales como lodos, levadura y pulpa de etiquetas) y los restos orgánicos del comedor para la producción de *compost* (para el abono del proyecto de reforestación). Para el 2011 se amplió el proyecto mediante la construcción de 3 naves adicionales, las cuales permitirán el manejo del 100% de los residuos mencionados.



**6.** En las siguientes tablas se aprecia la emisión de gases de efecto invernadero (CO<sub>2</sub>) ocasionados por la generación de electricidad en el proceso productivo. Si bien se observan decrementos e incrementos según la fuente de energía (electricidad o combustible), al efectuarse el análisis tomando en cuenta el CO<sub>2</sub> generado por cada hl producido de cerveza o gaseosa, apreciamos que se han obtenido disminuciones respecto al periodo anterior.

**7.** En la Planta Ate se lleva a cabo el proyecto de reutilización de biogás, mediante la instalación de equipos de recuperación del biogás que se genera en el proceso anaeróbico de la planta de tratamiento de efluentes. El objetivo es reducir el impacto en el medio ambiente, así como la reducción de los costos en la generación de vapor.

#### GENERACIÓN DE CO<sub>2</sub> POR FUENTE DE ENERGIA (t)

	2009	2010	%
CO <sub>2</sub> por consumo de electricidad	22,756.38	21,094.95	-7.30%
CO <sub>2</sub> por consumo de combustibles fósiles	130,021.81	134,209.51	+3.22%

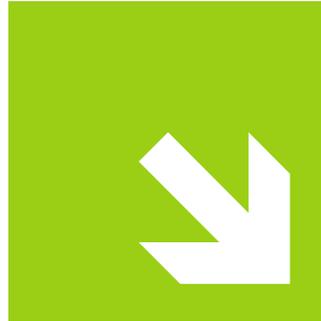
**8.** Respecto a las emisiones de dióxido de azufre (SO<sub>2</sub>) y óxidos de nitrógeno (NOx), medidas en toneladas, se aprecia un incremento, lo cual también se debe a los mayores niveles de producción, la calidad de los combustibles empleados y la eficiencia de la combustión.

#### GENERACIÓN DE CO<sub>2</sub> POR hl PRODUCIDO (kg/hl)

	2009	2010	%
CO <sub>2</sub> por hl de cerveza	8.38 Kg	7.21 Kg	-13.9%
CO <sub>2</sub> por hl de gaseosa	1.03 Kg	0.60 Kg	-41.7%

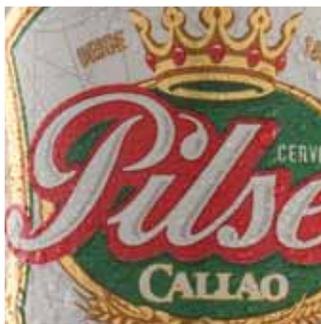
#### EMISIONES DE SO<sub>x</sub> Y NO<sub>x</sub> EN t/año

	2009	2010	%
NOx	1.55	2.60	+67.7%
SO <sub>2</sub>	531.22	3.88	+99.0%



## Prioridad 4

**Reducir,  
reutilizar  
y reciclar  
empaques**



La promoción de la práctica del reciclaje y la reutilización de envases y empaques, contribuyen decididamente con la creación de un entorno amigable y una conducta ambientalmente responsable.

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



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

**GENERACIÓN DE EMPAQUES (hl)<sup>10</sup>**

	2009	2010	%
Botellas no retornables	170,119	186,385	+9.6%
Botellas retornables	10'045,206	11'307,201	+12.5%
Cajas plásticas - PET	657,949	1'259,729	+91.4%
Barriles	93,844	84,846	-9.6%
Latas de aluminio	104,216	129,287	+24.0%

Las botellas de vidrio contienen un 55% de material reciclado, mientras que las latas contienen un 30% de aluminio reciclado. El porcentaje de desechos de envasado que son reciclados o reutilizados es de 85% (sin incluir las botellas retornables, ya que no están consideradas como desechos).

<sup>10</sup> En las tablas de esta prioridad, los datos en ambos años incluyen información de la Planta San Juan y ya no incluyen la Planta Trujillo que ha sido asumida por la Planta Motupe, por lo cual los datos del 2009 difieren de los considerados en el Reporte de Sostenibilidad 2009.

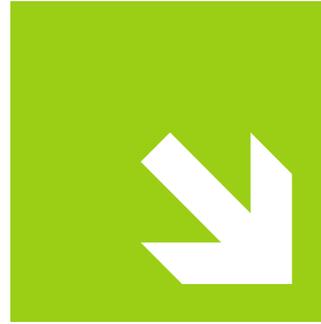
## Acciones realizadas

### 1. Uso de tecnología que posibilite la reutilización o reciclaje:

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

### 2. Reciclaje post consumo:

- > **Reciclaje de vidrio:** el 99.78% de nuestras ventas corresponde a botellas de vidrio retornables y aquellas que cumplieron su ciclo de vida son recicladas, para ser utilizadas nuevamente como botellas retornables.
- > **Reciclaje de envases PET:** Somos parte del Programa "Reciclar para ayudar" con la Asociación de la Industria de Bebidas Gaseosas del Perú (ASBEGA), a beneficio de la ONG Asociación de Ayuda al Niño Quemado (ANIQUEM).



## Prioridad 5

Trabajar hacia el "0" desperdicio en nuestras operaciones



En el Grupo Backus hacemos un uso racional de los recursos y materias primas con los que trabajamos, buscando oportunidades para la reutilización y asegurando la disposición adecuada de aquello que no pueda ser colocado en otro proceso productivo.

## Acciones realizadas

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

1. Afrecho y levadura: venta y procesamiento por empresas especializadas como alimento balanceado para animales.
2. Venta de la pulpa de etiquetas de la Planta Ate, la cual se está utilizando en la elaboración de *files* de cartón y en porta huevos, entre otros.
3. Cumplimos con las disposiciones de acuerdo a ley para el manejo de los residuos peligrosos.
4. Trabajamos con empresas contratistas certificadas para el manejo de residuos.
5. Participamos en la campaña de reciclaje de papel, entregando 3,626 kg a FUNDADES, para sus acciones sociales en beneficio de personas con discapacidad.
6. En el caso de los residuos peligrosos, las baterías, cartuchos y tóneres utilizados son devueltos a las compañías proveedoras para su reciclaje. Asimismo, el aceite utilizado en diferentes procesos es negociado a través de recicladores autorizados.

8. Asimismo, como parte del proyecto de reforestación, aprovechamos los subproductos cerveceros de la Planta San Juan (tales como lodos, levadura y pulpa de etiquetas) para la producción de abono orgánico.
9. Las acciones de reciclaje y reutilización de empaques y residuos han permitido alcanzar las siguientes cifras:

### GENERACIÓN DE RESIDUOS Y SU RECICLAJE (t)

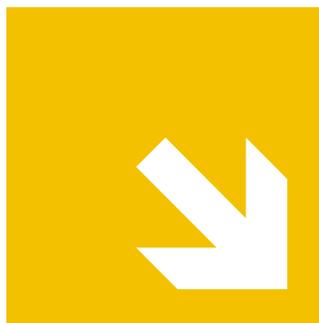
	2009	2010	%
Total residuos generados (Productos orgánicos y otros residuos, no incluye residuos peligrosos) (a)	237,013	272,507	+15.0%
Total residuos reciclados (b)	223,342	250,757	+12.3%
Porcentaje residuos reciclados (b) / (a)	94.23%	92.02%	-2.21
Residuos enviados a botaderos (a) – (b)	13,737	21,799	+58.7%
Porcentaje de residuos enviados a botaderos	6.24%	8.54%	+2.3

7. En lo que respecta a los subproductos orgánicos resultado del proceso de producción de cerveza (granos, polvo de malta y *trub*), los residuos peligrosos según la legislación (baterías, pilas, aceites, solventes, trapo industrial con residuos de hidrocarburos, envases de plaguicidas, cartuchos de tinta, tóneres de fotocopiadoras, entre otros) y otros residuos o desechos de las plantas de producción (ceniza de calderos, cartones, vidrios, efluentes, tierra de infusorios, etiquetas y papel, metales de desecho), se cuenta con las siguientes estadísticas:

### GENERACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y RESIDUOS (t) <sup>11</sup>

	2009	2010	%
Productos orgánicos del proceso	219,951	254,989	+16.0%
Productos orgánicos reciclados / Porcentaje respecto al total productos orgánicos del proceso	210,325 (96.00%)	239,923 (94.0%)	+14.0%
Residuos peligrosos generados	66.150	55.410	-16.2%
Residuos peligrosos reciclados / Porcentaje de residuos peligrosos que son reciclados	0.090 (0.136%)	5.710 (10.3%)	+6,244%
Otros residuos o desechos	17,062	17,518	+2.7%
Otros residuos reciclados (papel, cartón, plásticos, entre otros) / Porcentaje total que es reciclado	13,017 (76.3%)	10,834 (61.8%)	-14.4%

<sup>11</sup> En las tablas de esta prioridad, los datos en ambos años incluyen información de la Planta San Juan y ya no incluyen la Planta Trujillo que ha sido asumida por la Planta Motupe, por lo cual los datos del 2009 difieren de los considerados en el Reporte de Sostenibilidad 2009.



## Prioridad 6

**Apoyar el desarrollo empresarial y gestionar nuestra cadena de valor**

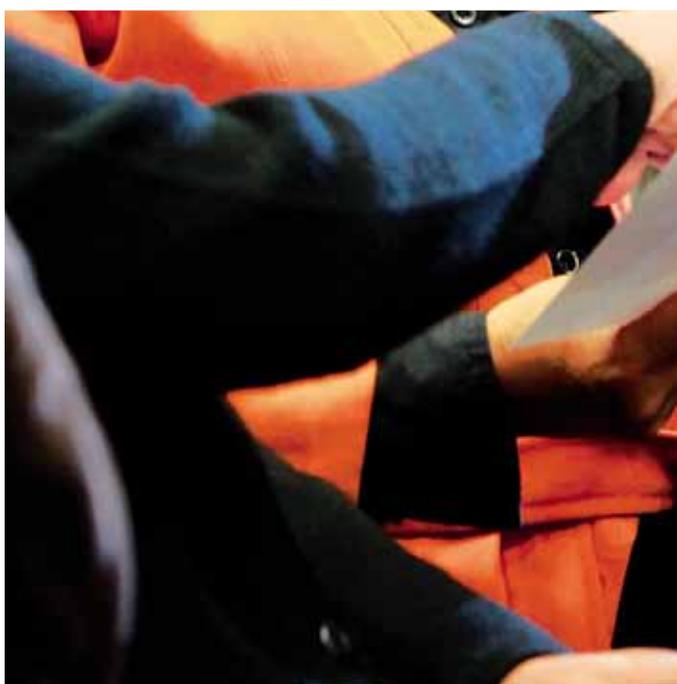
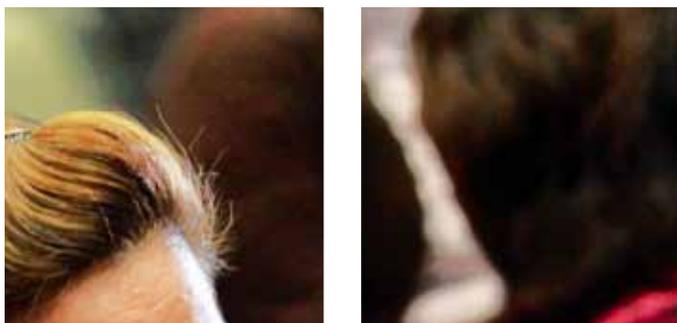


En el Grupo Backus fomentamos una cultura de calidad en nuestros proveedores, integrándolos a nuestros procesos, valores, ética corporativa y compromiso con el desarrollo sostenible.

## Acciones realizadas



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



- 5.** El Grupo Backus cuenta con un número de proveedores y contratistas considerados como significativos:

  - > Un total de 690 proveedores de bienes (nacionales y extranjeros) administrados por el sistema de cadena de suministro (*Supply Chain*), de los cuales 40 (el 5.8%) representan el 80% del monto de compras del Grupo.
  - > Aproximadamente 4,000 proveedores de servicios que son administrados por las áreas usuarias, de los cuales 195 (el 4.9%) representan el 80% del monto de compras del Grupo.
- 6.** A continuación se detalla el porcentaje de contratos con proveedores y contratistas significativos del Grupo Backus, los mismos que incluyen criterios sobre derechos humanos y están sujetos a un análisis permanente:

  - > El 50% del monto de compras de bienes se realiza a proveedores certificados (aproximadamente 100). Esta certificación es elaborada por una empresa auditora.
  - > El 100% de los pedidos del Grupo Backus (órdenes de compra) de bienes y servicios incluye una nota respecto a los PAR.
- 7.** El total de pagos realizados a proveedores por compras realizadas dentro del país asciende a US\$ 318'582,709 lo que corresponde al 71.2% del total de compras realizadas por el Grupo Backus en el periodo evaluado, contribuyendo así al desarrollo de la industria y comercio nacional. De dicho monto, US\$ 61'293,859 (19.2%) se han dedicado al apoyo a entidades priorizadas, como es el caso de los proveedores en provincias.

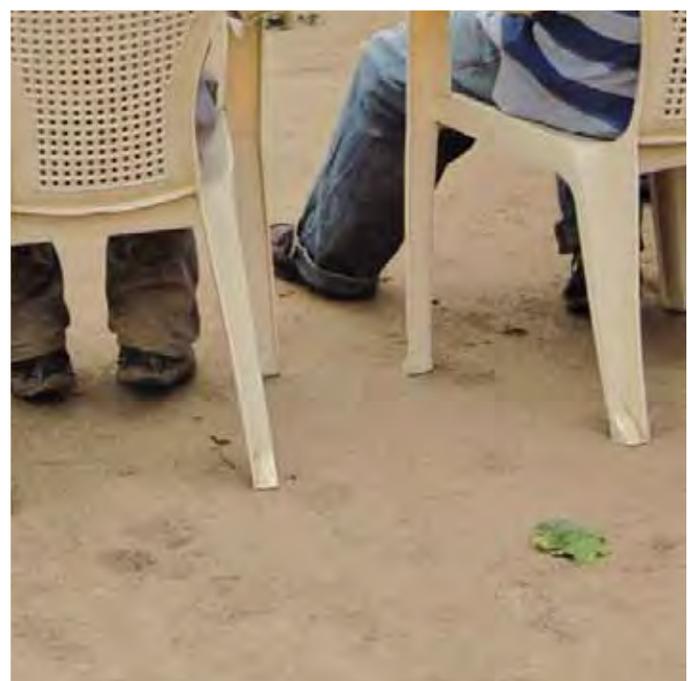


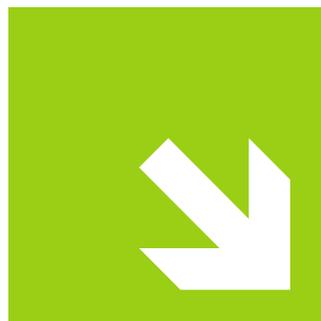
**8.** Para el periodo de este reporte, el programa Progresando Juntos contó con 21 proveedores participantes, quienes representan US\$ 15 millones en compras.

**9.** Desde el 2009, las capacitaciones dirigidas a clientes y proveedores de bienes y servicios contaron con el Instituto Peruano de Acción Empresarial (IPAE), ASESORA-T y Strategia Consultores como aliados estratégicos, las mismas que se llevaron a cabo en las ciudades de Arequipa, Lima, Piura, Pucallpa y Tacna. En total, se logró capacitar a 348 empresarios y el promedio de aprobación de los cursos fue de 90% (el 2008 la tasa de aprobación fue 79%). El 88% de los empresarios señaló que estaba satisfecho con el desarrollo de los talleres de capacitación, el 95% consideró que lo aprendido le servirá en su actividad empresarial en el futuro y el 98% calificó el desempeño de los facilitadores como excelente.

**10.** En lo que se refiere al componente de maíz amarillo duro, se trabajó con 300 productores que recibieron capacitación y asistencia técnica en temas organizacionales, productivos y de gestión empresarial, quienes vendieron 8,400 t de maíz al Grupo Backus. Entre los principales logros de este componente figuran el incremento de los rendimientos por hectárea (de 7.5 antes del proyecto a 9.6 a fines de 2010), la creación de una asociación de productores, el acceso a mejores tasas crediticias (desde más de 4% a 1.7%) y el ahorro en la compra de semillas, entre otros.

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





## Prioridad 7

### Respetar los derechos humanos



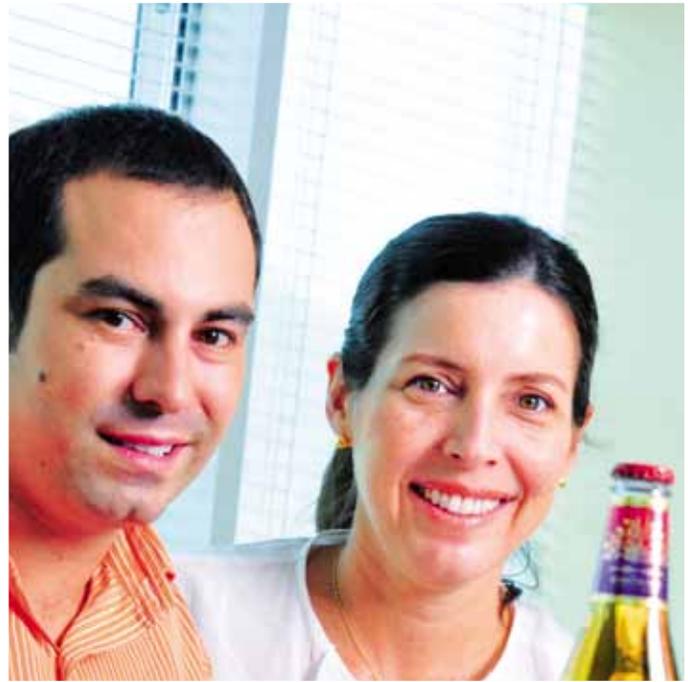
Esta premisa constituye la base fundamental de los principios y valores sobre los que toda empresa debe operar.

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

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

**El Grupo Backus respalda las siguientes iniciativas y declaraciones internacionales de respeto a los derechos humanos:**

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

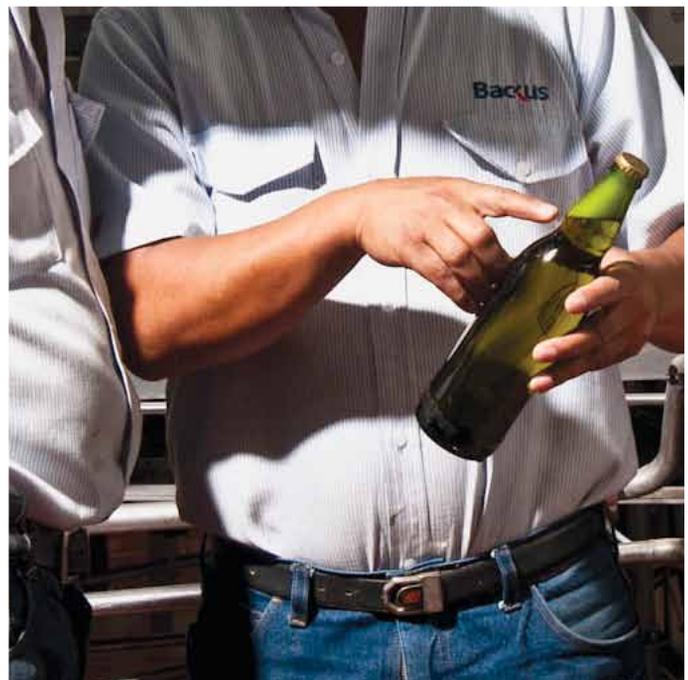


## Acciones realizadas

1. El Grupo Backus cuenta con una Política Corporativa sobre Derechos Humanos.
2. Mantiene un programa integral de Ética Corporativa: Código de Ética, Código de Conducta del Ejecutivo, Código de Ética para Proveedores, Política de Usuarios de Sistema de Información y Línea Ética.
3. Realiza encuestas de satisfacción organizacional y planes para desarrollar acciones de mejora en aquellos aspectos identificados.
4. Apoya la libertad de afiliación y negociación colectiva: "sindicatos socios del negocio".
5. Lleva a cabo programas de bienestar para los colaboradores y sus familias.
6. Ha sido certificada con el estándar internacional OHSAS 18001: compromiso con la seguridad, la salud y el bienestar de los trabajadores.
7. Los colaboradores cuentan con examen médico anual, servicio de comedor, gimnasio, actividades deportivas y de integración, Verano Backus, becas de estudio, entre otros beneficios.



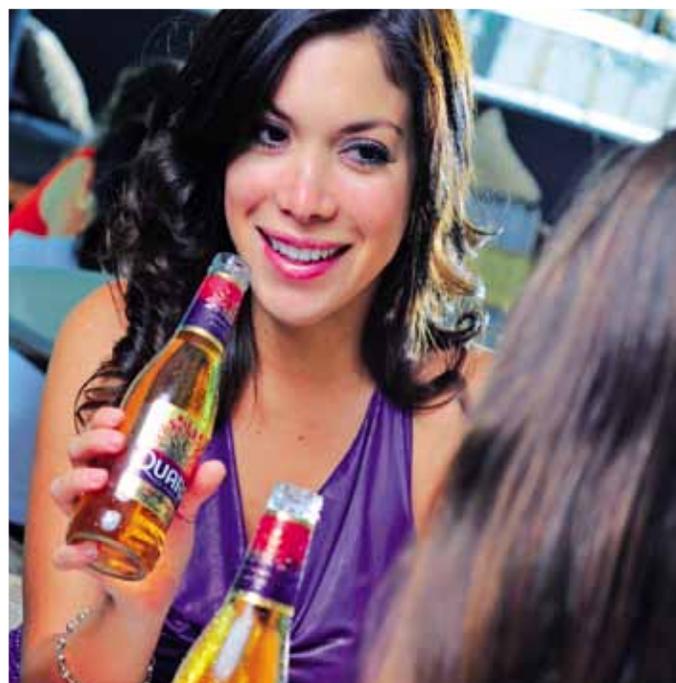
No se han producido casos de incidentes de discriminación, de actividades que hayan puesto en riesgo la libertad de asociación, de riesgo de trabajo infantil, ni de trabajo forzoso.



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

8. Respecto al tema de **pensiones**, el Grupo Backus ha reconocido en sus estados financieros, sobre la base de cálculos actuariales anuales realizados por un actuario independiente, una provisión relacionada a pensiones y beneficios que otorga a su personal jubilado y/o retirado, consistentes en pensiones de jubilación (4 ex trabajadores), raciones de cerveza que se entregan mensualmente y seguro médico (287 ex trabajadores y 409 ex trabajadores, respectivamente).
9. Fondo de reserva para término de relación laboral, el que se paga por única vez cuando el trabajador, a pedido de la compañía, acepta retirarse de la misma antes de su edad de jubilación a cambio de estos beneficios, o cuando el trabajador llega a la edad de jubilación y se desvincula de la compañía<sup>12</sup>.
10. El 38.3% de nuestros trabajadores (729) está cubierto por un convenio colectivo.
11. En casos de desvinculación laboral, existe una práctica de la organización, de dar un preaviso mínimo de 30 días, o el que sea necesario, en común acuerdo con el trabajador.
12. Las medidas tomadas en materia de **salud y seguridad ocupacional**, han permitido que no se presenten casos de víctimas mortales por accidentes. Ocurrieron 45 casos de heridos por accidentes industriales, con una pérdida de 384 días de trabajo, lo que implica una tasa de ausentismo de 1%. Los accidentes se registran y reportan de acuerdo con las normas nacionales.
13. El total de **horas de entrenamiento** ha sido de 110,216.2, haciendo un promedio de 53.53 horas por trabajador.

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



No se han producido tiempos perdidos por motivo de paralizaciones forzadas. Un mayor detalle de nuestra gestión de recursos humanos respecto a políticas de personal, motivación, bienestar, desarrollo organizacional y relaciones laborales, puede apreciarse en la Memoria Anual 2010.

<sup>12</sup> Tomado de Notas a los EEEF de la Memoria Anual 2010.

## Ética Corporativa

Para garantizar la honestidad, decencia y transparencia en la gestión administrativa y de negocio, desarrollamos el Programa Integral de Ética Corporativa, basado en la política de SABMiller que busca dar a conocer la forma en la que todos los miembros de sus empresas alrededor del mundo deben operar y dirigir el negocio, y llevar este comportamiento fuera de la organización.

Hemos iniciado capacitaciones y talleres dirigidos a nuestro personal en todo el país, con el fin de lograr un mayor conocimiento de nuestra Política de Ética Corporativa, un mayor grado de adhesión y mayor cumplimiento de la misma. Como estos temas están incluidos en el proceso de inducción, se llegó a capacitar al 100% del personal respecto al Código de Ética institucional, donde se incluye el tema de corrupción.

Si bien el tema de corrupción no ha sido abarcado en la matriz de riesgos, que analiza el grado de riesgo de las operaciones de la organización, se busca prevenir su ocurrencia vía nuestra Política de Ética Corporativa explicada en los párrafos anteriores.

Respecto al cumplimiento del Código de Ética, entre abril de 2010 y marzo de 2011, se recibieron 89 denuncias, de las cuales 86 han sido resueltas. Estas denuncias se desagregan de la siguiente manera:



### DENUNCIAS POR INCUMPLIMIENTOS AL CÓDIGO DE ÉTICA

↓ Categoría	2009		2010	
	N° de denuncias	%	N° de denuncias	%
Alcohol (consumo de alcohol en las instalaciones)	0	0%	0	0%
Hostigamiento Laboral (actos negativos hacia una persona para que abandone su trabajo)	14	21%	1	1%
Hostigamiento Sexual (conducta física o verbal reiterada de naturaleza sexual no deseada y/o rechazada)	0	0%	0	0%
Conflicto de interés (intereses particulares que interfieran con deberes)	0	0%	0	0%
Contratos (transparencia en relaciones con proveedores)	9	13%	0	0%
Activos (pérdidas de activos)	15	22%	3	3%
Otros	13	19%	62	70%
Temas Administrativos (ocultar información, demoras)	16	25%	23	26%
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>

Fuente: Grupo Backus

A marzo de 2011, se encontraban en investigación tres denuncias, mientras que a diciembre de 2009 eran 5.

Durante el periodo de este reporte, continuamos con la difusión de nuestra Política de Ética entre nuestros socios comerciales, con el fin de lograr un mayor conocimiento y adhesión.

Asimismo, siguiendo con nuestro plan de trabajo, elaboramos un proyecto de Código de Ética aplicable a las organizaciones de nuestros socios comerciales.

Seguimos esforzándonos para que nuestros socios comerciales (proveedores y centros de distribución) continúen siendo capacitados en los principios éticos de la actividad económica del Grupo Backus, para lo cual se cuenta con un **Código de Ética para Proveedores**, que busca trasladarles una guía de actuación de respeto a los derechos humanos hacia sus propios colaboradores.

En este sentido, durante el periodo de este reporte, solicitamos a nuestros proveedores que los obsequios, regalos o cortesías, dirigidos a nuestros funcionarios y colaboradores con ocasión de las fiestas navideñas, se conviertan en un donativo, a fin de ayudar a las instituciones que trabajan con los más necesitados.

## → Los integrantes del Comité son:

### Presidente:

Dr. Francisco Mujica Serelle  
**Miembro Independiente**

Sr. Felipe Cantuarias Salaverry  
**Vicepresidente de Planeamiento  
y Asuntos Corporativos**

Sr. Raúl Ferrero Álvarez Calderón  
**Vicepresidente de Finanzas**

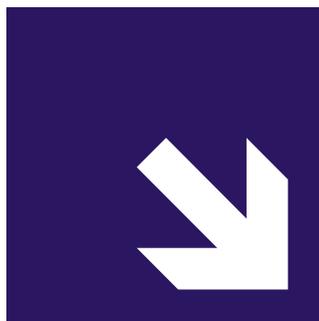
Sr. Bret Rogers  
**Vicepresidente de Recursos Humanos**

Dra. Shadú Mendoza Sifuentes  
**Gerente Legal**

Programa  
Integral de  
Ética  
Corporativa

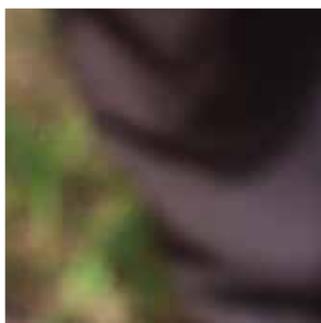


[www.backus.com.  
pe/wb.website/  
etica-corporativa.  
html](http://www.backus.com.pe/wb.website/etica-corporativa.html)



## Prioridad 8

**Beneficiar  
a las comunidades  
de nuestra área  
de influencia**



El Grupo Backus cree en el desarrollo conjunto empresa-sociedad y por ello procura que sus actividades tengan un impacto positivo en la comunidad de su entorno y ayuden a su progreso.

Desde hace varias décadas, en el Grupo Backus trabajamos para beneficiar a las comunidades en las que operamos con programas de escala nacional y local, enfocados en la promoción del empleo, el emprendimiento y el desarrollo de capacidades, la educación y capacitación docente, la promoción de nuestra cultura y la conservación de especies en vías de extinción en la Amazonía, entre otras actividades.

**Por ello, los programas de inversión social corporativa que lleva a cabo el Grupo buscan:**

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



## Acciones realizadas



## Programa Progresando Juntos

**Implementado desde el 2008. Está dirigido a los micro y pequeños empresarios, quienes forman parte de nuestra cadena de valor. Sus objetivos son:**

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

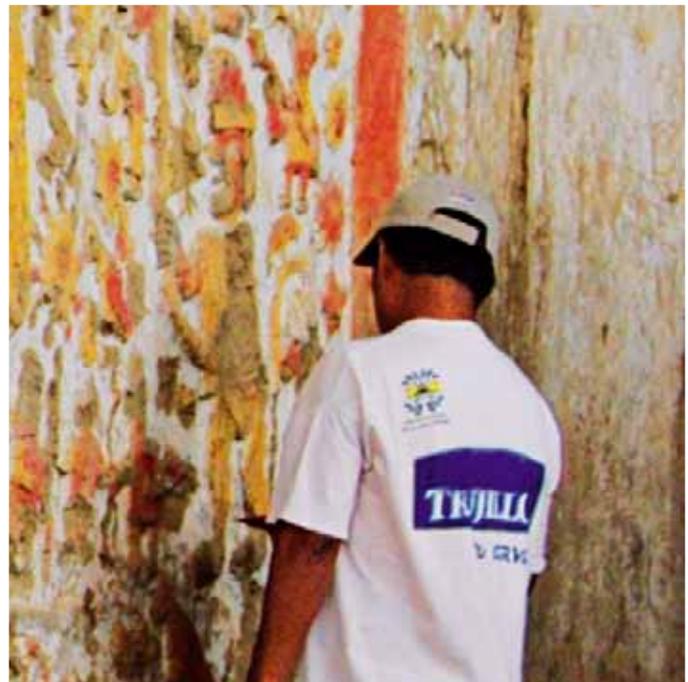
Durante el periodo de este reporte se llegó a 624 clientes del Grupo en las ciudades de Chiclayo, Huancayo, Ica, Juliaca, Lima, Piura, San Mateo, Sechura, Sullana, Tambogrande y Trujillo, a través de talleres que brindan capacitación, asesoría, seguimiento y monitoreo. Dichos talleres fueron dictados por las consultoras Asesora-T y Strategia Consultores, los cuales incluyeron temas de constitución de empresas, mercadeo, costos y buenas prácticas, además de un componente de promoción de la bancarización promovido por el área de Finanzas del Grupo Backus.

A través de una alianza con la ONG Cedepas Norte, desde el 2008 los agricultores de maíz amarillo duro del valle de Jequetepeque, en La Libertad, reciben asistencia técnico-productiva y asesoría para la asociatividad. Gracias a este programa, los productores han constituido aproximadamente 10 asociaciones y una central a través de la cual comercializan con el Grupo desde el 2010. Asimismo, durante el periodo reportado se sumó a los 280 productores de Jequetepeque un grupo de 100 productores del norte de Lima, con quienes se ha iniciado el proceso de asistencia técnica. Al cierre de este reporte, el periodo de cosecha había comenzado y el Grupo suscribió un convenio para la compra de alrededor de 10,000 t de maíz.

Se continuó con el desarrollo de capacidades emprendedoras e identificación de ideas de negocios con alrededor de 100 mujeres de la ciudad de Motupe. Asimismo, se expandió el programa hacia un nuevo grupo de la comunidad de Palo Blanco, vecina a la Planta Motupe.

El modelo de intervención definido está alineado con las necesidades de los beneficiarios y sus estilos de aprendizaje, a fin de lograr los resultados previstos. Además, contempla una encuesta de línea de base y un sistema de monitoreo del avance de impacto del proyecto. Progresando Juntos está en la línea de la promoción de negocios inclusivos, es decir, programas que buscan desarrollar negocios con la base de la pirámide ya sea como proveedores, distribuidores, clientes o consumidores de nuestro Grupo y sus marcas. Este enfoque está considerado, a nivel de los países desarrollados, como la manera adecuada de enfocar las estrategias de Inversión Social Corporativa y Desarrollo Sostenible.

Por su parte, la alianza entre el Grupo Backus y los ejecutores de los proyectos Huacas del Sol y de la Luna, en La Libertad, y las Pirámides de Túcume, en Lambayeque, ha posibilitado el apalancamiento de mayores recursos que benefician los trabajos en los monumentos, el consecuente incremento de visitas y el desarrollo de las capacidades locales en emprendimientos sostenibles relacionados con el turismo.



## Programa de Conservación de Monumentos Arqueológicos y Promoción del Patrimonio Cultural que genere el desarrollo de las comunidades



Una de las experiencias más exitosas de rescate y conservación de uno de los patrimonios culturales más importantes del norte del país, logrado gracias al trabajo conjunto del Estado, la empresa privada y la comunidad, es el proyecto **Huacas del Sol y de la Luna** (La Libertad), que desde 1992 forma parte de los sitios arqueológicos promovidos por el Grupo Backus a través del apoyo a los trabajos de excavación, conservación y uso turístico, así como al fortalecimiento de las capacidades empresariales y productivas de la comunidad local.

Gracias al financiamiento y asesoría proporcionados por el Grupo Backus, y el trabajo de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Trujillo, se ha rescatado y conservado la Huaca de la Luna, edificio monumental de la antigua capital Moche (años 0-750 dC), convirtiendo una ruina abandonada en un atractivo turístico. El proceso de recuperación ha significado, además, la capacitación de 656 profesionales en arqueología, conservación del patrimonio y gestión del turismo, y ha generado más de 120 plazas de trabajo permanente.

La población norteña se ha visto beneficiada por estas investigaciones y trabajos de conservación. Ahora, la zona cuenta con servicios básicos que antes no tenía, elevando la calidad de vida de sus pobladores. La comunidad se ha organizado y ha reconocido su problemática y posibilidades de desarrollo sostenible, consolidando su identidad. Además, muchas familias han encontrado una ocupación que les genera ingresos, lo cual va configurando a esta tradicional campiña como un producto turístico con sus propios valores étnicos y culturales. La Huaca de la Luna anualmente recibe más de 120,000 turistas entre nacionales y extranjeros.

El trabajo articulado e integral desarrollado por Progresando Juntos y el Patronato de las Huacas del Valle de Moche, con el Fondo Contravalor Perú-Francia, permitió que Huaca de la Luna ganase el Noveno Concurso Nacional de Proyectos de Fondoempleo, con el proyecto: "Generación de empleo y mejora de ingresos: Consolidando el producto turístico Huacas de Moche", calificado por el jurado como el mejor de La Libertad. El premio otorgado asciende S/. 1'318,979.62 y complementará la contrapartida que el Grupo Backus entrega a través de Progresando Juntos, la Universidad Nacional de Trujillo y el World Monuments Fund de Nueva York.

Asimismo, el World Monuments Fund otorgó una donación de US\$1 millón para los próximos tres años, hecho que refleja la

excelencia del proyecto en las **Huacas del Sol y de la Luna**, y que se sustenta en las alianzas estratégicas públicas-privadas, en las que el Grupo Backus participa y las cuales fomenta activamente. Esta inversión permitirá poner en valor nuevas áreas del monumento, lo que generará más turismo y consecuentemente mayores ingresos, redundando en nuevos y mejores emprendimientos para la comunidad local.

Más al norte, en Lambayeque, desde el 2002 se viene apoyando al **Museo de Sitio de Túcume** y al **Patronato Valle de las Pirámides**, tanto en la recuperación del patrimonio cultural como en la formación de nuevos emprendedores, capacitando a la población local en tareas que luego les permitirán trabajar en las actividades que los proyectos arqueológicos demandan.

Este programa es un modelo exitoso porque se ha demostrado que conservar nuestro patrimonio es sostenible y que ello genera empleo directo e impacto en la mejora de la calidad de vida de la población, y también porque los aportes del Grupo Backus han permitido a los actores locales, responsables de la ejecución de los proyectos, palanquear fondos de otras instituciones, fomentando las alianzas públicas-privadas, nacionales y extranjeras. El Fondo Contravalor Perú-Francia y el World Monuments Fund, así como el Plan Copesco Nacional y el MINCETUR, son ahora aliados que han permitido mayores inversiones en el rescate y preservación de nuestro patrimonio y en la consecuente generación de empleo en las comunidades locales.

En las diversas ciudades del país, también desarrollamos actividades que buscan contribuir con el desarrollo de cada zona, mediante acciones que buscan fortalecer la identidad y las manifestaciones culturales, tales como la investigación, conservación y difusión del caballo peruano de paso, las fiestas patronales, entre otros.

Asimismo, cumpliendo con el compromiso asumido, hemos efectivizado el vigésimo aporte consecutivo y voluntario de US\$180,000 a la Municipalidad Provincial del Cusco, para la ejecución de obras físicas (escalinatas, losas deportivas, pavimentación de pistas y veredas) y para la difusión del arte y la cultura (edición de libros). A la fecha, nuestro aporte suma US\$3'600,000, que ha permitido la ejecución de 608 obras en todos los distritos de la provincia, habiéndose beneficiado a 66,550 familias. En materia cultural, se han editado 36 mil libros, entre otros proyectos.



**Invertir en nuestro patrimonio genera desarrollo, porque crea fuentes de trabajo y atractivos turísticos que día a día reciben más visitantes, al tiempo que fomenta el surgimiento de nuevas industrias culturales.**



Escuela Virtual Backus




[www.escuelavirtualbackus.edu.pe](http://www.escuelavirtualbackus.edu.pe)




## Programa Escuela Virtual Backus

Su propósito es contribuir con la calidad de la educación peruana, desarrollando competencias y habilidades de los maestros a través de programas virtuales de capacitación, fomentando el aprendizaje colaborativo y promoviendo el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en su práctica pedagógica.

### Este programa tiene como objetivos:

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

Los beneficiarios del programa son los maestros, directivos, estudiantes, padres de familia, investigadores y público interesado en temas educativos.

### Se puede acceder a través del sitio en Internet, que brinda información sobre:

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

El resumen de la capacitación docente se presenta a continuación:

#### CAPACITACIÓN DOCENTE POR TIPO

Eventos de Aprendizaje	2007	2008	2009	2010	Total
Cursos virtuales	7	8	7	29	51
Talleres	16	17	24	40	97
Charlas	1	1	14	-	16
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>26</b>	<b>45</b>	<b>69</b>	<b>164</b>

#### BENEFICIARIOS DE LA CAPACITACIÓN POR TIPO DE CURSO

Beneficiados	2007	2008	2009	2010	Total
Virtuales	1,044	839	944	3,684	6,511
Presenciales	702	340	1,163	3,662	5,867
<b>Total</b>	<b>1,746</b>	<b>1,179</b>	<b>2,107</b>	<b>7,346</b>	<b>12,378</b>

Los beneficiarios manifestaron un nivel de satisfacción del 92%.

Los resultados más notables del programa se presentan a continuación.

Indicador	Resultado
Número de visitantes (acumulado)	489,065
Número de visitantes (año)	137,298
Número de registrados <sup>13</sup>	25,205
Nivel de satisfacción de nuestros registrados	85%
Recursos disponibles para los maestros para visualización en línea o descarga. (324 videos)	1,048
Alianzas o convenios con instituciones proveedores de recursos y/o programas de capacitación	30

<sup>13</sup> De ese número, 74% maestros, 5% directivos y 7% universitarios.

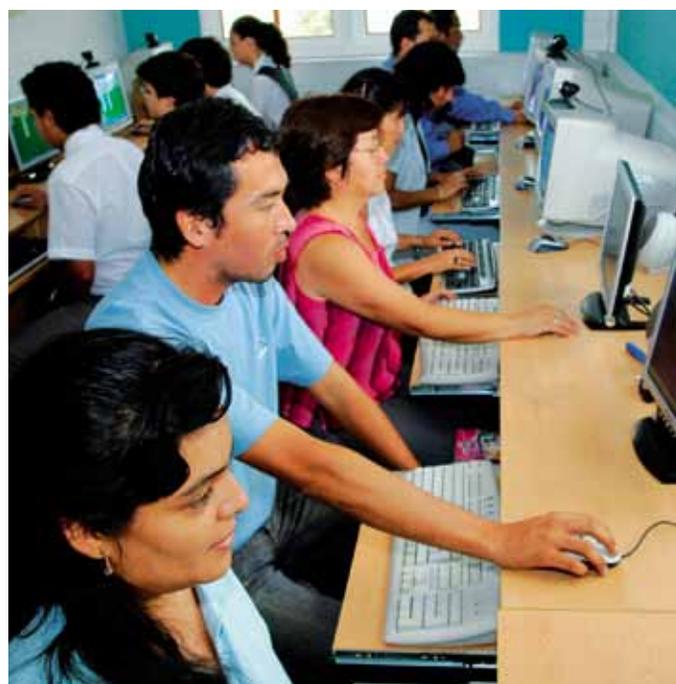
#### RESULTADOS OBTENIDOS CON RESPECTO A LA CAPACITACIÓN DOCENTE

# 34

conferencias disponibles para visualización *online*.

# 80%

de maestros participantes aprobaron los cursos virtuales, y se logró los primeros lugares a nivel latinoamericano en todos los cursos ofrecidos por el Programa de Actualización de Maestros en la Educación de la Fundación Cisneros de Venezuela, en el 2008 y 2009.





## Promoción de la Peruanidad

En Backus tenemos un compromiso con el Perú. Durante el periodo de este reporte celebramos los 130 años de la empresa reafirmando nuestra pasión por el Perú y su gente. Tanto a través de nuestra marca corporativa, como desde nuestras marcas, auspiciamos y promovimos eventos como el Festival de la Marinera en Trujillo, la conservación de íconos de nuestra cultura como son los caballos peruanos de paso, tanto a través de nuestro propio criadero en Motupe, como con el apoyo permanente a la Asociación Nacional de Criadores y Propietarios de Caballos Peruanos de Paso y la celebración de diferentes festividades patronales a nivel nacional.

## Apoyo a iniciativas promovidas por terceros

### ➔ Creer para crear

Programa de apoyo a jóvenes emprendedores desarrollado por la ONG Asociación Pro Bienestar y Desarrollo (PROBIDE), para lo cual se llevó a cabo una alianza estratégica con la Universidad San Ignacio de Loyola, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Grupo Backus y otras empresas privadas del país. El programa consiste en un fondo de garantías a favor de jóvenes emprendedores que buscan financiar sus proyectos de negocios. Asimismo, brinda a los participantes facilidades de acceso a información para la elaboración exitosa de sus proyectos, así como la participación en talleres de capacitación para la elaboración de proyectos. Los participantes cuentan con asesoría tanto *online* como en forma personalizada.

### ➔ Lideración <sup>14</sup>

Programa de capacitación coorganizado por el Instituto Invertir y la Universidad del Pacífico, contando con el patrocinio, además del Grupo Backus, de otras instituciones privadas del país. Está dirigido a jóvenes universitarios del interior del país y su objetivo es brindar la más alta capacitación en temas de liderazgo y emprendimiento a los alumnos más destacados, con el fin de incentivarlos para que logren poner en marcha sus propios negocios y sean así agentes de cambio en sus departamentos.

<sup>14</sup> Este programa cambió de nombre a *Emprende Ahora*, para el periodo de este reporte.



### ➔ Apoyo al Teatro Nacional

El Grupo Backus es parte del Patronato del Teatro Nacional, asimismo nuestro Presidente forma parte de su Directorio, lo que refleja nuestro compromiso con el apoyo al fomento de la cultura. El Patronato se constituyó para apoyar la construcción de un teatro que no solo cuente con todos los adelantos de la tecnología moderna, en un edificio multipropósito, sino que se convierta en un eje del desarrollo cultural del país. Para esto contará con las características de las óperas de las grandes capitales del mundo, así como diversas salas para otros tipos de eventos. Durante el periodo de este reporte, el Grupo Backus entregó un donativo de US\$ 300,000.

### ➔ Operación Éxito

Programa dirigido a los estudiantes de tercero, cuarto y quinto de secundaria de las instituciones educativas estatales que busca promover el aprendizaje a través de una competencia internacional de conocimientos vía Internet. La competencia se basa en los contenidos de las áreas de Matemáticas y Ciencias, Tecnología y Ambiente.

### Aportes a eventos de carácter cultural, deportivo y/o social promovidos por las siguientes instituciones:

#### ➔ A nivel nacional

- > Sembrando
- > PNP
- > Cáritas del Perú

#### ➔ En Lima

- > CADE Educativo organizado por IPAE
- > Cámara de Comercio de Lima
- > Fundación Peruana de Cáncer
- > Fundación San Marcos
- > Hogar Clínica San Juan de Dios
- > Liga de Lucha contra el Cáncer
- > Patronato de la Universidad del Pacífico

#### ➔ En el centro

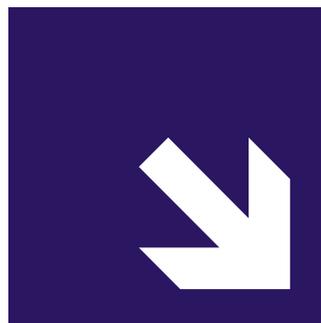
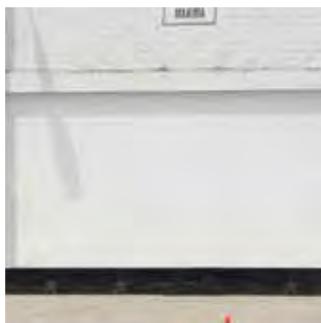
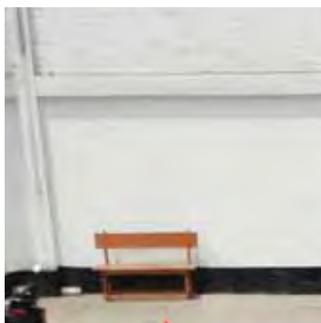
- > Cámara de Comercio de Huancayo
- > Municipalidad de Huancayo
- > Gobierno Regional de Junín

#### ➔ En el sur

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

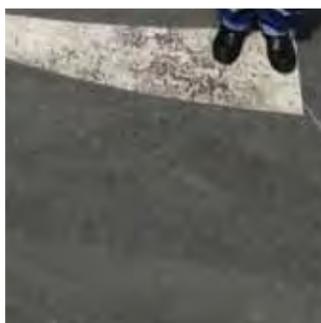
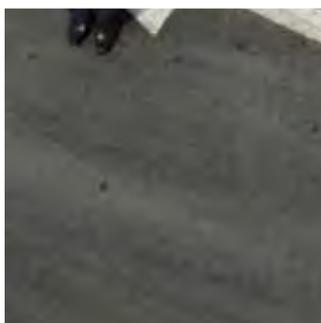
#### ➔ En el norte

- > Municipalidad de Motupe
- > Centro de Salud de Motupe Santa María
- > Salud de los Enfermos del Obispado de Chiclayo
- > Compañía de Bomberos de Chiclayo
- > Museo Tumbas Reales del Señor de Sipán
- > Liga de Lucha Contra el Cáncer de Lambayeque
- > Clínica San Juan de Dios de Chiclayo
- > Compañía de Bomberos de Trujillo Salvadora N° 26
- > Centro Cultural de Trujillo
- > Liga de Lucha Contra el Cáncer de La Libertad



## Prioridad 9

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



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

## Acciones realizadas



Desde el lugar de trabajo se puede prevenir el impacto del VIH/SIDA en la sociedad, mediante la promoción de programas de sensibilización, información y educación, la promoción de pruebas voluntarias y confidenciales; y la adopción de medidas preventivas y la garantía de la seguridad social, entre otros.

El Grupo Backus ha asumido esta prioridad tomando en cuenta que este virus, al atacar a la sociedad, también impacta en la actividad empresarial, ya que merma la productividad del personal. En este sentido, realizamos labores en dos ámbitos: el interno y el externo.

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

1. Despliegue de la política de VIH/SIDA del Grupo entre todos los colaboradores.
2. Diseño e implementación de un programa interno de sensibilización información y educación acerca del VIH/SIDA, para los colaboradores, cónyuges y dependientes.
3. Extensión de la educación sobre esta enfermedad a colaboradores, cónyuges y dependientes de las empresas del Grupo Backus.
4. Se puso a disposición de los trabajadores la posibilidad de optar por la prueba de descart de VIH/SIDA.
5. Evaluación de acciones de inversión social corporativa externas a fin de contribuir con la disminución del VIH/SIDA de manera sostenible.
6. Promoción de la formación y consolidación del Consejo Empresarial Peruano en respuesta al VIH/SIDA.
7. Revisión periódica de las estadísticas nacionales para evaluar posibles acciones complementarias.



## ➤ **Ámbito interno**

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

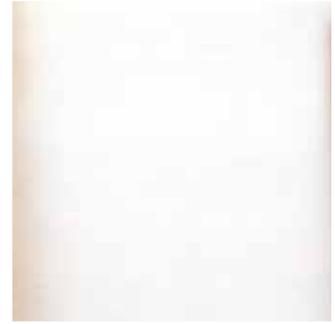
En el periodo reportado, se actualizó la política vigente, ajustándola a la Resolución Ministerial 376-2008 del Ministerio de Trabajo. Entregamos a todos los trabajadores de las empresas subsidiarias de SABMiller en el Perú la **Declaración del Grupo Backus** estableciendo su posición frente al VIH/SIDA.

**Durante el chequeo médico anual en las plantas del Grupo, se brindó la oportunidad a los trabajadores de realizarse la prueba rápida o test de Elisa, voluntariamente, a fin de descartar la infección:**

- ➔ **En Planta Ate,**  
se hizo la prueba el **93.2%** de colaboradores (de un total de 500).
- ➔ **En Pucallpa,**  
el **75%** (de un total de 120).
- ➔ **En Cusco,**  
el **90%** (de un total de 120).
- ➔ **En Arequipa,**  
el **80%** (de un total de 180).

Se ha introducido en el proceso de inducción a trabajadores nuevos una charla sobre prevención de VIH/SIDA, en la cual se les explica las medidas preventivas, así como la importancia de no discriminar a las personas que conviven con la enfermedad, haciendo hincapié que el Grupo no impide el ingreso a personas que tengan VIH/SIDA.

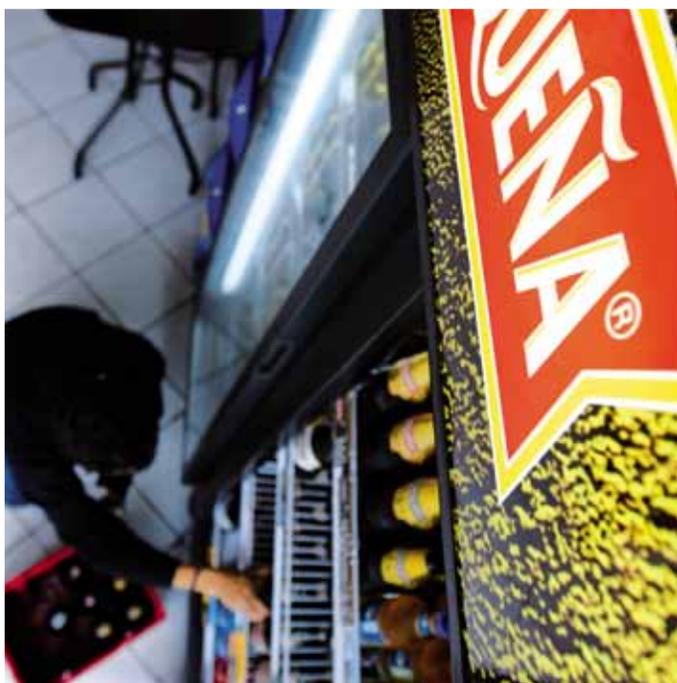
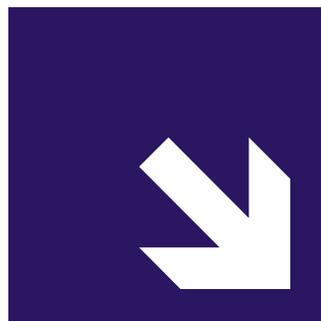
El 1 de diciembre, Día Mundial del SIDA, se entregaron cartillas educativas a los colaboradores de todas las empresas subsidiarias de SABMiller en el Perú.



## Ámbito externo

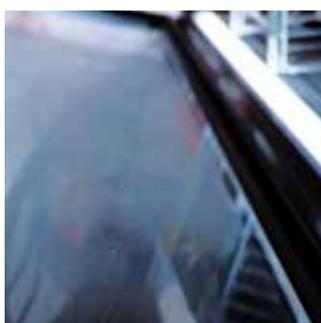
El Consejo Empresarial Peruano en Respuesta al VIH (CEVIH), constituido en febrero de 2009, liderado por el Grupo Backus, se reúne de manera mensual. Actualmente está integrado por 14 empresas y cuenta con 11 aliados estratégicos: Ministerio de Trabajo, Ministerio de Salud, OIT, Pact Perú, ONUSida, CONAMUSA (Coordinadora Nacional Multisectorial en Salud), Fondo Mundial de Lucha contra el SIDA, USAID, CONFIEP, RED del Pacto Mundial y Sociedad Nacional de Industrias.

Magdalena Morales Valentín, Directora de Desarrollo Sostenible y presidenta del CEVIH, fue premiada por el Ministerio de Trabajo en la categoría "Emprendimiento y Solidaridad". Dicho premio reconoce la labor realizada por trabajadores que destacan por su liderazgo, creatividad, rendimiento, sentido de responsabilidad, así como por sus iniciativas para impulsar proyectos innovadores que generan empleo de calidad, mejora de ingresos o de las condiciones laborales, o que hayan contribuido desde sus respectivos ámbitos a la solución de los problemas laborales.



## Prioridad 10

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



**Buscamos mantener informados a nuestros grupos de interés sobre nuestras acciones y actividades.**

## Acciones realizadas

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

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

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

Debemos resaltar que el Grupo Backus fue el primer suscriptor peruano de los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.



Código de  
Ética



[www.backus.com.pe/  
WB.WebSite/etica-  
corporativa.html](http://www.backus.com.pe/WB.WebSite/etica-corporativa.html)

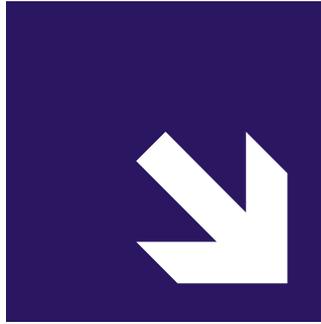


Código de  
Buen  
Gobierno  
Corporativo



[www.backus.com.  
pe/WB.Uploads/  
gobierno/politicas/2.  
pdf](http://www.backus.com.pe/WB.Uploads/gobierno/politicas/2.pdf)





## Otros aspectos de interés



Políticas públicas



El Grupo Backus participa, a través de los gremios empresariales, en la revisión de propuestas de normas relacionadas con su giro de negocio. Un aspecto al que otorgamos un particular interés es el relacionado con nuestra prioridad número uno: Desalentar el consumo irresponsable, por lo cual es un aliado estratégico de la campaña “Amigo elegido”, creada e impulsada por el Gobierno. Asimismo, mantenemos iniciativas que están alineadas con las políticas del Gobierno, tales como la campaña “El Maestro Digital” en educación y el programa Progresando Juntos, que busca la formalización de los agricultores a fin de que puedan recibir créditos y ser proveedores del Grupo.

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

Para el periodo del presente reporte, el Grupo no manejó ningún proyecto en cartera bajo esta modalidad. Sin embargo, se está evaluando ejecutar proyectos en Arequipa, Cusco y La Libertad. Es preciso señalar que el Grupo Backus no ha recibido subvención alguna por parte del Estado.



## Cuidado de la biodiversidad

En relación al hábitat y la biodiversidad de nuestras zonas de influencia, por el tipo de operaciones que realizamos (dentro de una planta industrial), no se afectan espacios naturales protegidos ni la biodiversidad, no habiéndose registrado, por ejemplo, el caso de derrames que pudieran considerarse significativos.

La siguiente tabla muestra ejemplos de este tipo:

Planta	Material	Fecha del incidente	Cantidad aprox.	Posible causa	Impacto en el medio ambiente	Solución dada
Ate	Acido clorhídrico	05/11/10	500 galones	Alguna persona ajena al área, que al intentar encender el alumbrado interior, activó la bomba que genera el trasvase del tanque principal (zona externa) a los tanques individuales (interior de la planta).	Se observó una nube blanca saliendo del ducto del extractor ubicado en el techo de la planta Ionics.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacitación y concientización de las Normas de Seguridad a personal contratista que trabaja en planta.</li> <li>2. Asegurarse que las puertas de acceso a planta Ionics tienen bloqueos.</li> <li>3. Instalación de letreros de prohibición para accionar botones de planta.</li> <li>4. Instalar un sistema de control automático de nivel a los tanques.</li> </ol>
Motupe	Aceite hidráulico	06/08/2010	1/8 de galón	Degaste de niples en mangueras hidráulicas.	Manchas en el patio de maniobras de APT.	Limpieza de patio con desengrasante. Cambio de mangueras hidráulicas (niples). Cambio de accesorios de pistón de tapa estabilizador.
Motupe	Gas propano de uso vehicular	10/06/2010	Se desconoce	Falla en válvula de balón de gas instalado en la máquina de limpieza.	Contaminación del aire.	Charla al personal que opera la máquina de limpieza. Se devolvió el balón al proveedor y él mismo realizó mantenimiento a la válvula.
Motupe	Hidrolina	12/02/2011	3 Litros	Rotura de manguera del montacarga N° 001.	Contaminación del suelo y del montacargas.	Reemplazo de manguera por una nueva. Limpieza del montacargas y de la zona afectada.

Debido al tipo de actividad realizada y al estar localizadas nuestras plantas en zonas industriales, éstas cuentan con sus respectivos programas de adecuación medioambiental, los cuales incluyen la mitigación de impactos por las operaciones, incluyendo las que pudieran involucrar a la comunidad local.

De esta forma, desarrollamos nuestras actividades en plena compatibilidad con el medio ambiente. El detalle de los proyectos de inversión relacionados a temas medioambientales, implementados y en ejecución, se encuentra en la sección Gestión Productiva de la Memoria Anual 2010.



## Cumplimiento de la normatividad y nuestros productos

### Entre las normas que el Grupo tiene que cumplir figuran:

- ➔ Norma Metrológica Peruana, de carácter obligatorio NMP 001:1995.
- ➔ Norma Metrológica Peruana, de carácter obligatorio NMP 002:1995.
- ➔ Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, de carácter obligatorio aprobado mediante DS 007-98-SA.
- ➔ Norma Técnica Peruana, de carácter recomendable, NTP 209.038 Alimentos Envasados. Rotulado (es una adopción del Codex Alimentario).
- ➔ Norma Técnica Nacional. Bebidas Alcohólicas – Cervezas. NTP 213.014.
- ➔ Norma sobre Protección al Consumidor – Decreto Legislativo 807.
- ➔ D.S. 620-90 ICTI/IND “Establece la información que deberá llevar inscrita en el empaque, envase o etiqueta, toda bebida alcohólica que sea puesta en venta”.

Para cumplir las normas sanitarias y no afectar la salud y seguridad de los consumidores, todos los productos son evaluados durante su desarrollo. Asimismo, al tratarse de productos de consumo, se cumplen todas las disposiciones sobre envasado y etiquetado, incluyendo las normas de rotulado (los ingredientes para la elaboración de los productos y las advertencias que por ley deben considerarse, como es “tomar bebidas alcohólicas en exceso es dañino para la salud”). De la misma manera, se cumple con reportar la información solicitada por los entes reguladores. Adicionalmente, el Grupo Backus se ha adherido voluntariamente a las autorregulaciones de publicidad de la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA).

Nuestros productos se encuentran regulados por entidades como el Ministerio de Salud y el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), entre otros. Por ello, el Grupo Backus realiza un estricto control de calidad que abarca desde el diseño del producto hasta su disposición en el punto de venta.

En relación a las normas de seguridad, nuestras plantas de Arequipa, Ate, Cusco, Maltería Lima, Motupe y San Juan cuentan con las certificaciones de calidad ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001; la planta de Huarochirí cuenta con el certificado ISO 9001. Estas certificaciones nos permiten asegurar la calidad de nuestros productos y el cuidado del medio ambiente.

Está pendiente la certificación por una tercera parte independiente, acorde con estándares reconocidos internacionalmente, de los sistemas de gestión sobre seguridad en alimentos en las plantas donde los procesamos, así como de las compras de insumos de alimentos.

Dentro de nuestra tarea de promover productos más sanos, el Grupo Backus ha lanzado la versión *light* de la gaseosa Guaraná (sin azúcar), además de Guaraná con vitaminas B1 y B3. También contamos con bebidas como Viva Backus, con cero cafeína, y la bebida nutritiva Maltin Power, que posee vitaminas B1, B2 y B3, información que es publicitada adecuadamente y señalada en las botellas.



## Multas, sanciones y procesos judiciales

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

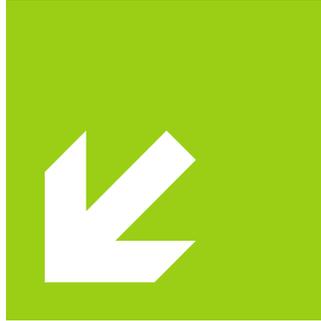
Como parte de los riesgos operacionales, el Grupo siguió afrontando una serie de procesos judiciales, administrativos o arbitrales, relacionados a procedimientos tributarios, demandas mediante procesos civiles y procesos administrativos, en todos los cuales no se considera que la compañía corra mayores riesgos. Un nivel mayor de detalle de estos procesos puede obtenerse en la Memoria Anual 2010. En este mismo sentido, el Grupo no ha recibido multas ni sanciones derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones, ni por el incumplimiento de la normativa relacionada con el suministro y el uso de productos.



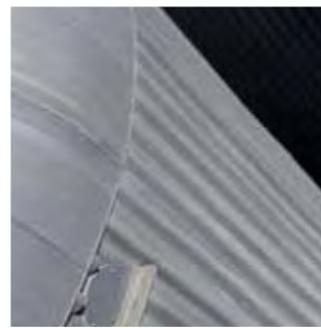
## US\$ 318 millones

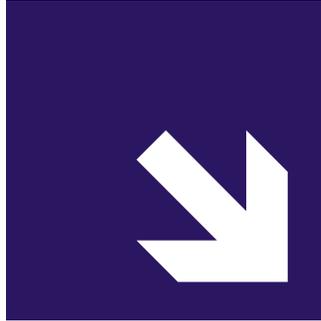
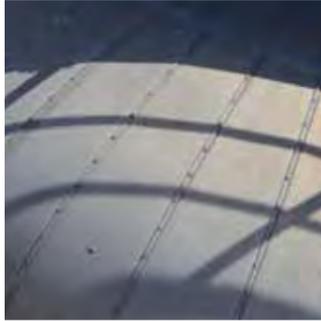
En compras realizadas a proveedores que operan en el territorio nacional.





# Cumplimiento de estándares GRI



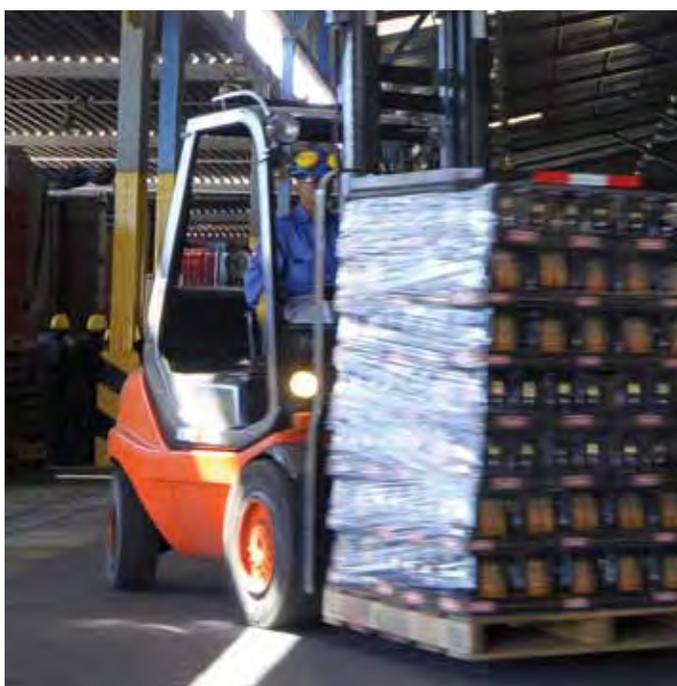
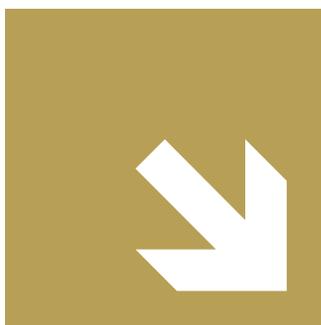


# Declaración de nivel de aplicación

El presente Reporte de Sostenibilidad ha sido sometido a una autoevaluación y luego a una Comprobación por Tercera Parte, de acuerdo con los Niveles de Aplicación del GRI. Tal como lo indica el GRI, la notificación de uso, el registro del reporte en la base de datos y la revisión del nivel de aplicación serán tratados con el GRI después de publicarse este documento.

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

Self-declared	C	C+	B	B+	<b>A</b>	A+
Third-Party Checked	C	C+	B	B+	<b>A</b>	A+
GRI Checked	C	C+	B	B+	<b>A</b>	A+



# Comprobación por Tercera Parte del Reporte de Sostenibilidad del Grupo Backus

A continuación, reproducimos el informe elaborado por SASE:



Lima, 03 de Agosto del 2011

Señores

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

Lima, Perú

De nuestra consideración:

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

- Se ha leído y analizado detenidamente la versión del Reporte de Sostenibilidad que se nos alcanzara correspondiente al año 2010, tomando como base la "Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad" del GRI –G3;
- Se ha revisado con las personas encargadas de la preparación del reporte todos los ítems que corresponden y se les han hecho comentarios y observaciones para su subsanación;
- Se ha hecho una segunda revisión y análisis de la última versión del Reporte de Sostenibilidad del año 2010.

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

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

Las principales conclusiones de nuestra revisión son las siguientes:

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

Con relación a la materialidad, el reporte aborda aspectos e indicadores que permiten establecer los impactos significativos para la empresa y para los grupos de interés.

Con relación a los Grupos de Interés, el reporte da cuenta de diferentes maneras de establecer la relación con ellos: trato directo, reuniones de trabajo, grupos focales, encuestas, página Web, boletines, y otros. Esta variedad de herramientas les permite tener acceso a un universo de grupos de interés tan voluminoso, amplio y variado.

Con relación al contexto, el reporte da cuenta de este aspecto en la explicitación de sus diez prioridades de desarrollo sostenible, incorporando su preocupación por el cambio climático, los derechos humanos y las comunidades con las que se relacionan y su contribución a su manejo en el Perú y a nivel internacional.

Con relación a la exhaustividad, el reporte da cuenta de un rango variado de aspectos de sostenibilidad, contiene una cobertura que incluye diferentes unidades en las distintas Regiones en las que opera.

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

Con relación al equilibrio, el reporte incorpora no sólo aspectos positivos sino que, además muestra información cuando no se ha logrado lo previsto originalmente y da una explicación. La presentación es clara, comprensible para los Grupos de Interés de la empresa. El reporte evidencia detalle, teniendo algunos aspectos mayor desarrollo que otros. Se trata del segundo reporte de la empresa y, comparados sus resultados con los del reporte anterior se pueden evidenciar mejoras. La información presentada es fiable y puede ser sujeta a examen sin problema.

3. Indicadores del reporte

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

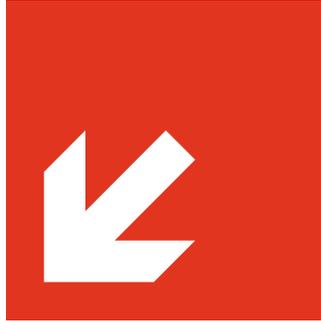
4. Correspondencia entre Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible de la Empresa y los Grupos de Interés Relacionados.

La presentación del reporte 2010 de la empresa Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A., al igual que el del año anterior, combina creativamente sus diez prioridades de Desarrollo Sostenible con los distintos aspectos del GRI y los Grupos de Interés relacionados. Se emplean diferentes herramientas para recoger las preocupaciones de los distintos grupos de interés; y, ofrece resultados cualitativos y cuantitativos. Se presentan, igualmente, los impactos transformadores tanto para la empresa así como para los grupos de interés.

Por las razones expuestas anteriormente confirmamos que el Reporte de Sostenibilidad 2010 de la Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. cumple con las condiciones para el nivel A: Third Party Checked.

  
**Baltazar Caravedo Molinari**  
Presidente Instituto SASE





# Índice de contenidos GRI



## 1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial	ISO 26000
1.1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización.	6 - 7		Cláusula 6.2
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	52 - 54		Cláusula 6.2

## 2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial	ISO 26000
2.1 Nombre de la organización.	20		
2.2 Principales marcas, productos y servicios.	30		
2.3 Estructura operativa de la organización.	26 - 27		Cláusula 6.2
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	20		
2.5 Número de países en los que opera la organización.	20		
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	20		
2.7 Mercados servidos.	31		
2.8 Dimensiones de la organización informante.	10 - 14		
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	26		
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	33		

### 3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial	ISO 26000
3.1 Período cubierto por la información contenida en la memoria.	8		
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	8		
3.3 Ciclo de presentación de la memoria (anual, bianual, entre otros.).	8		
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	8		
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	8		
3.6 Cobertura de la memoria.	8		
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	8		
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos ( <i>joint ventures</i> ), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	11		
3.9 Técnicas de medición datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria. Explicar los motivos por los que se ha decidido no aplicar los protocolos del GRI, o las discrepancias con respecto a los mismos.	8		
3.10 Descripción del efecto que puede tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo: fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración).	8		
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	8		
3.12 Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	108 - 119		
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	Este reporte no cuenta con una verificación externa; pero sí con una declaración de Third Party Checked		Cláusula 7.5.3

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

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial	ISO 26000
4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités de máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización. Describe el mandato y composición (incluyendo el número de miembros independientes y de miembros no ejecutivos) de dichos comités e indica su responsabilidad directa sobre el desempeño económico, social y ambiental.	46 - 47	Principios 1-10	Cláusula 6.2
4.2 Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	47	Principios 1-10	Cláusula 6.2
4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos. Indíquese cómo define la organización los términos "independiente" y "no-ejecutivo".	46	Principios 1-10	Cláusula 6.2
4.4 Mecanismos de los accionistas y trabajadores para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno. Se identificarán los aspectos relacionados con el desempeño económico, social y ambiental que se hayan suscitado a través de estos mecanismos durante el periodo que cubre el informe.	49	Principios 1-10	Cláusula 6.2
4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	46 - 47	Principios 1-10	Cláusula 6.2
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	46 - 47	Principios 1-10	Cláusula 6.2
4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	46 - 47	Principios 1-10	Cláusula 6.2
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	22	Principios 1-10	Cláusula 6.2
4.9 Procedimiento del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios. Indíquese la frecuencia con que el máximo órgano de gobierno evalúa su desempeño en materia de sostenibilidad.	49	Principios 1-10	Cláusula 6.2
4.10 Procedimiento para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	48 - 49	Principios 1-10	Cláusula 6.2
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución. El Artículo 15 de los Principios de Río introdujo el enfoque de precaución. Una respuesta a este apartado podrá incluir el enfoque de la organización en materia de gestión de riesgos en relación con la planificación operativa o el desarrollo y la introducción de nuevos productos.	60 - 61, 64 - 65, 68 - 69, 70 - 71	Principio 7	
4.12 Principales programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	24 - 25, 77	Principios 1-10	Cláusula 6.2
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	32	Principios 1-10	Cláusula 6.2
4.14 Relación de los grupos de interés que la organización ha incluido.	39		Cláusula 6.2
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete. Incluirá el procedimiento de la organización para la definición de sus grupos de interés así como para la determinación de los grupos que participan y los que no lo hacen.	38 - 45		
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categorías de grupos de interés.	38 - 45		Cláusula 6.2
4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	38 - 45		Cláusula 6.2

## 5. ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES DE DESEMPEÑO

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial	ISO 26000
Enfoque de gestión Desempeño Económico (DMA EC).	Pilares del Negocio. 22	Principios 1,4,6 y 7	Cláusulas 6.2 y 6.8
Enfoque de gestión Desempeño Ambiental (DMA EN).	Política del Sistema Integrado de Gestión. 24	Principios 7, 8 y 9	Cláusulas 6.2 y 6.5
Enfoque de gestión Prácticas Laborales y Ética del Trabajo (DMA LA).	Política del Sistema Integrado de Gestión. 24 Código de ética. 25	Principios 1,3 y 6	Cláusulas 6.2, 6.4 y 6.3.10
Enfoque de gestión Derechos Humanos (DMA HR).	Principios de Aprovechamiento Responsable. 72 - 73 Prioridad 7: Respetar los derechos humanos. 76 - 77	Principios 1,2,3,4,5 y 6	Cláusulas 6.2 y 6.3
Enfoque de gestión Sociedad (DMA SO).	Programa Integral de ética Corporativa. 80	Principio 10	Cláusulas 6.2, 6.6 y 6.8
Enfoque de gestión Responsabilidad sobre Productos (DMA PR).	Valores. 23 Cumplimiento de la normatividad y nuestros productos. 100	Principios 1 y 8	Cláusulas 6.2, 6.6 y 6.7

## I. INDICADORES DE DESEMPEÑO DEL GRI

### Indicadores de Desempeño en Abastecimiento

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial	ISO 26000
FP1. Porcentaje de compras a proveedores dispuestos a cumplir con la política de la empresa.	71 - 74		
FP2. Porcentaje de compras que se verifica cumplen estándares de producción internacionalmente reconocidos.	100		

## Dimensión Económica

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial	ISO 26000
EC1. Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos de explotación, retribución a trabajadores, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	14		Cláusulas 6.8, 6.8.3, 6.8.7 y 6.8.9
EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	61		Cláusula 6.5.5
EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	79		
EC4. Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	31, 98		
EC5. Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en los lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	No reporta	Principio 1	Cláusulas 6.4.4 y 6.8
EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	31, 74		Cláusulas 6.6.6, 6.8 6.8.5 y 6.8.7
EC7. Contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad en lugares donde realizan operaciones significativas.	28 - 29	Principio 6	Cláusulas 6.8, 6.8.5 y 6.8.7
EC8. Desarrollo del impacto de inversiones en infraestructura y los servicios prestados principalmente para beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie.	82 - 91		Cláusulas 6.3.9, 6.8 6.8.3, 6.8.4 6.8.5, 6.8.6 6.8.7 y 6.8.9
EC9. Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	No reporta		Cláusulas 6.3.9, 6.6.6 6.6.7, 6.7.8 6.8, 6.8.5 6.8.6 , 6.8.7 y 6.8.9

## Dimensión Ambiental

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial	ISO 26000
EN1. Materiales utilizados por peso o volumen.	69	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.4
EN2. Porcentaje de materiales que son materiales reciclados.	69 - 71	Principios 8 y 9	Cláusulas 6.5 y 6.5.4
EN3. Consumo directo de energía por fuente primaria.	65	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.4
EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	65	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.4
EN5. Ahorro de energía debido a la conservación y mejoras en la eficiencia.	No reporta	Principios 8 y 9	Cláusulas 6.5 y 6.5.4
EN6. Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	No reporta	Principios 8 y 9	Cláusulas 6.5 y 6.5.4
EN7. Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	No reporta	Principios 8 y 9	Cláusulas 6.5 y 6.5.4
EN8. Captación total de agua por fuentes.	61 - 63	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.4
EN9. Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No reporta	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.4
EN10. Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	No reporta	Principios 8 y 9	Cláusulas 6.5 y 6.5.4
EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionadas, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	99	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.6
EN12. Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidas o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivadas de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	99	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.6
EN13. Hábitats protegidos o restaurados.	No reporta	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.6
EN14. Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	No reporta	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.6
EN15. Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	No reporta	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.6
EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	66 - 67	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.5
EN17. Otras emisiones indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso (proveedores).	66 - 67	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.5
EN18. Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	No reporta	Principio 7, 8 y 9	Cláusulas 6.5 y 6.5.5
EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	66 - 67	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.5
EN20. NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	66 - 67	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.3

EN21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	62	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.3
EN22. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	71	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.3
EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	99	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.3
EN24. Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	No reporta	Principio 8	Cláusulas 6.5 y 6.5.3
EN25. Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	No reporta	Principio 8	Cláusulas 6.5, 6.5.4 y 6.5.6
EN26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos o servicios, y grado de reducción de este impacto.	60 - 63	Principios 7, 8 y 9	Cláusulas 6.5, 6.5.4 6.6.6 y 6.7.5
EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de producto.	68 - 69	Principios 7 y 8	Cláusulas 6.5, 6.5.4 y 6.7.5
EN28. Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	101	Principio 8	Cláusula 6.5
EN29. Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	No reporta	Principio 8	Cláusulas 6.5, 6.5.4 y 6.6.6
EN30. Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	No reporta	Principios 7, 8 y 9	Cláusula 6.5

## Dimensión Social

Indicadores del desempeño de prácticas laborales y ética en el trabajo

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial	ISO 26000
LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por departamento.	28 - 29		Cláusulas 6.4 y 6.4.3
LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados desglosados por grupo de edad, sexo y departamento.	28 - 29	Principio 6	Cláusulas 6.4 y 6.4.3
LA3. Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	No reporta		Cláusulas 6.4, 6.4.3 y 6.4.4
LA4. Porcentaje de trabajadores cubiertos por un convenio colectivo.	79	Principios 1 y 3	Cláusulas 6.4, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5 y 6.3.10
LA5. Periodos mínimos de preaviso relativos a cambios organizativos, incluyendo si estas modificaciones se especifican en los convenios colectivos.	79	Principio 3	Cláusulas 6.4, 6.4.3, 6.4.4 y 6.4.5
FP3. Porcentaje de horas pérdidas por disputas industriales, huelgas y/o por cierres forzosos.	79		
LA6. Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	No reporta	Principio 1	Cláusulas 6.4 y 6.4.6
LA7. Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por departamento.	79	Principio 1	Cláusulas 6.4 y 6.4.6
LA8. Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias y a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	92 - 95	Principio 1	Cláusulas 6.4, 6.4.6, 6.8, 6.8.3, 6.8.4 y 6.8.8
LA9. Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	No reporta	Principio 1	Cláusulas 6.4 y 6.4.6
LA10. Promedio de horas de formación al año por trabajador desglosado por categoría de trabajador.	79		Cláusulas 6.4 y 6.4.7
LA11. Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	No reporta		Cláusulas 6.4, 6.4.7 y 6.8.5
LA12. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	No reporta		Cláusulas 6.4 y 6.4.7
LA13. Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	28, 46	Principios 1 y 6	Cláusulas 6.3.7, 6.3.10, 6.4 y 6.4.3
LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	79	Principios 1 y 6	Cláusulas 6.3.7, 6.3.10, 6.4, 6.4.3 y 6.4.4

## Dimensión Social

Indicadores del desempeño de derechos humanos

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial	ISO 26000
HR1. Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de DDHH o que hayan sido objeto de análisis en materia de DDHH.	74	Principios 1, 2, 3, 4, 5 y 6	Cláusulas 6.3, 6.3.3, 6.3.5 y 6.6.6
HR2. Porcentaje de principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de DDHH y medidas adoptadas como consecuencia.	74	Principios 1, 2, 3, 4, 5 y 6	Cláusulas 6.3, 6.3.3, 6.3.5, 6.4.3 y 6.6.6
HR3. Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	No reporta	Principios 1, 2, 3, 4, 5 y 6	Cláusulas 6.3 y 6.3.5
HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	78	Principios 1, 2 y 6	Cláusulas 6.3, 6.3.6, 6.3.7, 6.3.10 y 6.4.3
HR5. Actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos, pueden correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	78 - 79	Principios 1, 2 y 3	Cláusulas 6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.8, 6.3.10, 6.4.3 y 6.4.5
HR6. Actividades identificadas que conlleven un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil. Medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	73, 76 - 78	Principios 1, 2 y 5	Cláusulas 6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7 y 6.3.10
HR7. Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajos forzados o no consentido y las medidas tomadas para contribuir a su eliminación.	73 - 79	Principios 1, 2 y 4	Cláusulas 6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7 y 6.3.10
HR8. Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	No reporta	Principios 1 y 2	Cláusulas 6.3, 6.3.5, 6.4.3 y 6.6.6
HR9. Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	No reporta	Principios 1 y 2	Cláusulas 6.3, 6.3.6, 6.3.7, 6.3.8 y 6.6.7

## Dimensión Social

Indicadores del desempeño de sociedad

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial	ISO 26000
SO1. Naturaleza, alcance y efectividad de los programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	99		Cláusulas 6.3.9, 6.8 6.8.5, 6.8.7* y 6.6.7
FP4. Naturaleza, tendencia y efectividad de programas y prácticas que promueven el acceso a estilos de vida saludables, la prevención de enfermedades crónicas, acceso a alimentos saludables y nutritivos; y, busca el bienestar de comunidades necesitadas.	84 - 93		
SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	80 - 81		Cláusulas 6.6 y 6.6.3
SO3. Porcentaje de trabajadores formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	80 - 81	Principio 10	Cláusulas 6.6 y 6.6.3
SO4. Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	80 - 81	Principios 10	Cláusulas 6.6 y 6.6.3
SO5. Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de las actividades de "lobbying".	98	Principio 7, 8,9 y 10	Cláusulas 6.6, 6.6.4 y 6.8.3
SO6. Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	No reporta	Principio 10	Cláusulas 6.6, 6.6.4 y 6.8.3
SO7. Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	No reporta		Cláusulas 6.6, 6.6.5 y 6.6.7
SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de leyes y regulaciones.	101		Cláusulas 6.6, 6.6.7 y 6.8.7*

\* Indirectamente relevante.

## Dimensión Social

Indicadores del desempeño de la responsabilidad sobre productos

Contenido básico del GRI	Páginas	Pacto Mundial	ISO 26000
PR1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en los que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	100	Principio 1	Cláusulas 6.3.9, 6.6.6, 6.7, 6.7.4 y 6.7.5
PR2. Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No reporta		
FP5. Porcentaje del volumen de producción elaborada en locales certificados por una tercera parte independiente, acorde a estándares reconocidos internacionalmente en sistemas de gestión, sobre seguridad en alimentos.	100		
FP6. Porcentaje del volumen de ventas totales de productos de consumo, por categoría de producto, bajos en grasas saturadas, grasas trans, sodio y azúcares añadidos.	100		
FP7. Porcentaje del volumen de ventas totales de productos de consumo, por producto que contienen un agregado de ingredientes nutritivos, como fibra, vitaminas, minerales, fitoquímicos y aditivos alimenticios funcionales.	100		
PR3. Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentajes de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	100	Principio 8	Cláusulas 6.7, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6 y 6.7.9
FP8. Políticas y prácticas de comunicaciones a consumidores sobre información nutricional y de ingredientes que van más allá de los requisitos legales.	100		
PR4. Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No reporta	Principio 8	Cláusulas 6.7, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6 y 6.7.9
PR5. Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	No reporta		Cláusulas 6.7, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.8 y 6.7.9
PR6. Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y patrocinios.	100		Cláusulas 6.7, 6.7.3, 6.7.6 y 6.7.9
PR7. Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No reporta		Cláusulas 6.7, 6.7.3, 6.7.6 y 6.7.9
PR8. Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	No reporta	Principio 1	Cláusulas 6.7 y 6.7.7
PR9. Costo de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos de la organización.	101		

Los indicadores de Desempeño de Bienestar Animal (FP9 a FP13) no aplican al Grupo Backus.



# Encuesta de evaluación



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

Le invitamos a completar este cuestionario y enviarnos sus respuestas, para lo cual podrá descargar una versión en internet en la siguiente dirección: [www.backus.com.pe](http://www.backus.com.pe) y enviarla al correo electrónico [Comunicaciones.Externas@backus.sabmiller.com](mailto:Comunicaciones.Externas@backus.sabmiller.com). Agradecemos de antemano sus comentarios.

**1. ¿A qué grupo de interés del GRUPO BACKUS pertenece?**

- Público en general
- Medio ambiente
- Accionistas
- Consumidores
- Clientes
- Colaboradores
- Proveedores
- Medios de comunicación
- Gobierno
- Instituciones de influencia
- Distribuidores
- Otros \_\_\_\_\_

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

- Carta del Presidente del Directorio
- El Grupo Backus en cifras
- 130 años a la vanguardia
- Nuestra organización
- Nuestros grupos de interés
- Nuestras prioridades
- Cumplimiento de estándares GRI
- Índice de contenidos GRI

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

**a) Extensión:** Cantidad de información presentada.

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

**b) Utilidad:** Satisfacción de expectativas en cuanto al contenido presentado.

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

**c) Presentación y diseño:** Formato, fotografía, estructura, entre otros.

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

**d) Claridad:** La información se presenta de manera ordenada y entendible.

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

**e) Calidad en general de este reporte.**

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

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

---

---

---

---

---

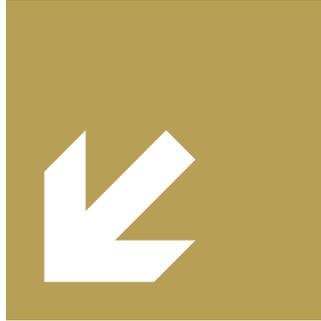
---

---

---

---

---



# El Pacto Mundial y sus principios

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

El Pacto Mundial se inserta en la lista de iniciativas orientadas a prestar atención a la dimensión social de la globalización. Es un instrumento de libre adhesión para las empresas, sindicatos y organizaciones de la sociedad civil, para aplicar los Diez Principios que lo integran en sus estrategias y operaciones. La entidad que se adhiere al Pacto Mundial asume voluntariamente el compromiso de ir implementando los Diez Principios en sus actividades cotidianas y rendir cuentas a la sociedad, con publicidad y transparencia, de los progresos que realiza en ese proceso.

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

**Los Diez Principios del Pacto Mundial son los siguientes:**

## Derechos humanos

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

## Ámbito laboral

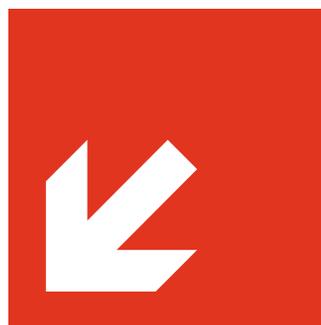
3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva.
4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.
5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil.
6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

## Medio ambiente

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

## Anticorrupción

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



Asesor del proceso de elaboración del reporte:  
**PERU 2021**

Conceptualización, diseño y edición general:  
**B+A Comunicación Corporativa**

Fotografía:  
**Javier Ferrand**

**Ed Robinson / Jason Alden**  
**OneRedEye Visual Consultancy**

**Archivo fotográfico de Backus**





[www.backus.com.pe](http://www.backus.com.pe)

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

Av. Nicolás Ayllón 3986 - Ate Vitarte  
Lima - Perú  
T: (511) 311 3000

**Mayor información:**

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

