

## **BACKUS: Cultura y contribución económica al desarrollo**

Una empresa que incorpora la responsabilidad social en sus operaciones alcanza un compromiso con los principales grupos de interés, quienes se convierten en aliados para la innovación y construye una estrategia que fomenta el óptimo desempeño social, ambiental y económico.

Backus, hoy parte del importante grupo cervecero SABMiller, viene incorporando estas características en su gestión, estableciendo importantes vínculos con accionistas, consumidores y colaboradores, lo que le permite tener un mejor desempeño y la obtención de mejores resultados económicos.

El compromiso con sus consumidores lleva a la empresa a tener una política de comunicación comercial responsable, teniendo en cuenta sensibilidades relativas a la cultura y no presentando a las bebidas alcohólicas como atractivas para menores de edad, a fin de no incentivar su consumo entre individuos de dicho grupo. La publicidad de sus productos ha cambiado notoriamente en el último año, al no asociar el consumo de bebidas alcohólicas al éxito social y a imágenes consideradas como ofensivas o despectivas.

La empresa capacita intensamente a sus colaboradores en todos los niveles de la organización. En el 2006 se dictaron 95,837 horas de capacitación en nuevos procesos requeridos, en promedio 3.5 días por persona. Adicionalmente, se realizan acciones internas para mejorar el bienestar de los colaboradores y el de sus familias, a través exámenes médicos, exámenes complementarios especializados de prevención y por grupos de riesgo específicos; talleres para capacitación en nuevas capacidades técnicas para los familiares de los trabajadores y eventos recreativos y de integración.

El conocido programa Videoteca Backus, que provee a centros educativos de material audiovisual, cuenta en la actualidad con más de 1,300 escuelas afiliadas. Backus también dictó durante el año pasado talleres de manejo de conflictos, uso de nuevas tecnologías y tecnología audiovisual para 2,656 maestros; además de cursos presenciales y virtuales para otros 942 docentes. Por otra parte, organizó 23 eventos vocacionales para alumnos de los últimos años de secundaria.

La empresa apoya el Programa de Mejoramiento de la Cebada de la Universidad Nacional Agraria de La Molina desde hace 35 años. El objetivo es obtener variedades mejoradas de esta semilla, resistentes a enfermedades, con altos rendimientos, amplia adaptación y buena calidad para poder ser usada también en la industria alimentaria. Se han desarrollado 8 variedades, que se cultivan en más del 90% del área dedicada a la cebada. En algunas zonas, el rendimiento local de variedades antiguas se ha duplicado o triplicado, aumentando los ingresos de campesinos, que han recibido talleres y cursos para ayudarlos a mejorar sus técnicas y conocimientos.

El programa ha permitido el desarrollo de una creciente industria de alimentos que produce hojuelas de cebada, harinas y alimentos con alto valor nutricional para los consumidores. Backus realiza exposiciones dirigidas a comedores populares, clubes de madres y vaso de leche para promover los beneficios de incorporarlos a la dieta diaria.

Asimismo, esta empresa cuenta con programas destinados a mejorar el bienestar social y medioambiental, a través de acciones concretas en temas de preservación, restauración y mantenimiento del patrimonio arqueológico (Huaca de la Luna y Sipán), asistencia social a través de la “Caravana de la Alegría”, protección de especies en peligro de extinción como la pava aliblanca y otras, voluntariado empresarial, campaña de valores, entre otras.

Columna elaborada por la consultora en responsabilidad social RESPONDE.

[www.respondeperu.com](http://www.respondeperu.com)



| <i>Backus en el 2006 en soles</i>            |                           |
|--|---------------------------|
| <i>Total de Impuestos pagados al Estado</i>  | <i>S/. 1,462 millones</i> |
| <i>Pago de IGV</i>                           | <i>S/. 343 millones</i>   |
| <i>Pago de Impuesto a la Renta</i>           | <i>S/. 212 millones</i>   |
| <i>Pago de Impuesto Selectivo al Consumo</i> | <i>S/. 907 millones</i>   |
| <i>Utilidad neta</i>                         | <i>S/. 407 millones</i>   |
| <i>Número de colaboradores</i>               | <i>Más de 1,500</i>       |