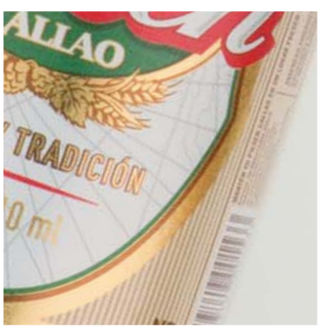


Memoria Anual

2010

130 AÑOS Backus

PASIÓN POR EL PERÚ
Y SU GENTE

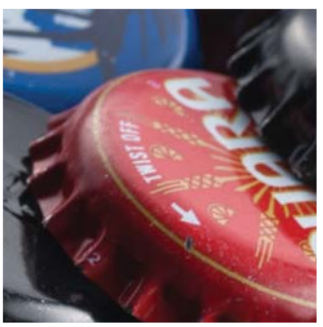
Declaración de Responsabilidad

El presente documento contiene información veraz y suficiente respecto al desarrollo del negocio de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. durante el 2010. Sin perjuicio de la responsabilidad que le compete al emisor, el firmante se hace responsable por su contenido conforme a los dispositivos legales aplicables.

Robert Priday Woodworth

Gerente General

Lima, enero de 2011



Memoria Anual

2010

130 AÑOS
Backus
PASIÓN POR EL PERÚ
Y SU GENTE

Índice

Carta del Gerente General 7

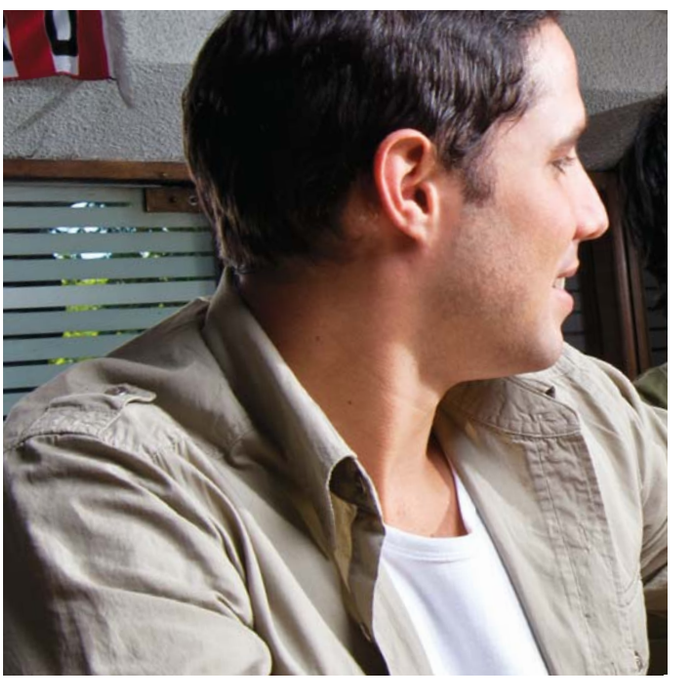
Carta del Presidente del Directorio 8

130 años 12

Modelo de Gestión 14

Nuestras cifras 16

Nuestro negocio 18



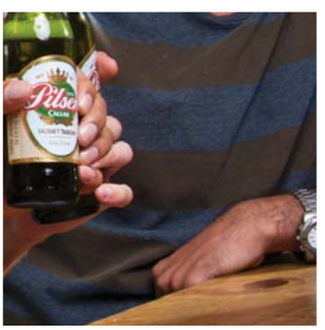
Nuestras operaciones 28

Nuestra gente 36

Nuestro gobierno corporativo 42

Nuestro compromiso 54

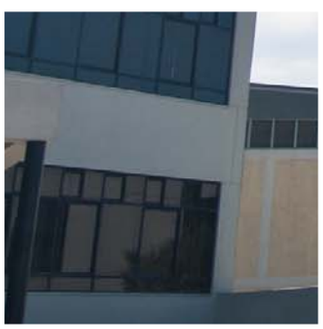
Información general y de operaciones 64



Estados Financieros 78

Principios de Buen Gobierno Corporativo 88

Nuestro portafolio de marcas ha sido y seguirá siendo nuestra prioridad en el ámbito de gestión



Carta del Gerente General

Señores accionistas:

Me complace presentarles los resultados de la empresa correspondiente al ejercicio 2010. Una vez más, hemos logrado un crecimiento significativo gracias a la exitosa ejecución de las estrategias diseñadas y el talento de nuestra gente. Ciertamente, en este enfoque de crecimiento de nuestros ingresos por ventas, el control de costos, la responsabilidad corporativa y el desarrollo de nuestro talento han vuelto a confirmar nuestra reputación como una de las empresas líderes del Perú.

Queremos agradecer a nuestros colaboradores, nuestro activo más importante, que ha contribuido activamente en el logro de los objetivos propuestos, para ello, una de las claves del éxito es desarrollar en forma permanente las competencias y habilidades de nuestra gente a través de capacitaciones y entrenamientos. El excelente rendimiento mostrado por todos nuestros trabajadores nos ha colocado como un empleador admirado en el Perú. La buena performance de nuestro equipo, se ha plasmado en los numerosos puestos ejecutivos ocupados hoy por nuestra gente en otras operaciones de SABMiller en el mundo.

Del mismo modo, hemos continuado con nuestro reto permanente de servicio de seguir fortaleciendo nuestra reputación corporativa. Creemos firmemente que la sociedad debe ser mejor porque somos parte de ella, por lo que, como un aporte hemos enfocado nuestra contribución social en capacitar a las pequeñas empresas, de clientes y proveedores, dándoles las herramientas para manejar sus negocios en forma eficiente y así puedan acceder a créditos y financiamientos que les permitan ampliar sus negocios lo que, evidentemente, redundará en el crecimiento económico en el país.

En esa misma línea, también hemos efectuado inversión en educación, a través de capacitación y difusión de recursos educativos para la formación de docentes.

Asimismo, orgullosos de ser peruanos, nos hemos preocupado de mantener y mejorar el patrimonio del Perú y como siempre, hemos invertido en actividades culturales tradicionales y en el deporte peruano, donde nos mantenemos constantes en nuestro apoyo y patrocinio, con el fin de proporcionar oportunidades no solo para poder disfrutar de estas actividades sino también para vivir una vida más sana.

No puedo dejar de mencionar la excelente labor realizada durante el 2010 en temas vinculados al Desarrollo Sostenible. Hemos hecho grandes progresos en la reducción de nuestra huella de carbono y en el uso de agua y energía. También, definimos las estrategias para los próximos tres años para mejorar continuamente en esta área y ahora se nos mide regularmente entre los mejores de SABMiller en ese campo.

Finalmente, es de interés prioritario en nuestra gestión y operación mantenernos como un referente de excelencia y generación de valor para los consumidores, clientes, colaboradores, accionistas y la comunidad. Por ello, nuestro portafolio de marcas ha sido y seguirá siendo nuestra prioridad en el ámbito de gestión, buscando ofrecer la mejor oferta de bebidas en el mercado peruano. Ser más competitivos y asegurarnos de tener una disciplina financiera ejemplar, seguirá siendo una prioridad de nuestra gestión.

Robert Priday Woodworth
Gerente General

Carta del Presidente del Directorio

Señores accionistas:

Esta es la oportunidad propicia para presentarles los buenos resultados y grandes avances alcanzados por Backus durante el ejercicio 2010, año en el que cumplimos 130 años de existencia. Es satisfactorio para nosotros saber que hemos logrado aprovechar el mayor dinamismo del consumo interno y de la economía nacional.

Se estima que el año pasado el Perú habría crecido 8.9% y, en línea con ello, la demanda por nuestros productos creció, lo cual favoreció el incremento de nuestros ingresos por ventas con respecto al año anterior en 9.1%.

Asimismo, las reservas internacionales del país cerraron el año en más de US$44 mil millones, representando un incremento de 33% con respecto al año anterior. Por su parte, el riesgo país se mantuvo por debajo del promedio de la región latinoamericana y el precio de los minerales como el oro y el cobre, continuaron su tendencia al alza durante el 2010, beneficiando la recaudación fiscal y dinamizando los sectores derivados. La tasa de desempleo urbano mejoró durante el 2010, estimándose en 7.4% cuando en el 2009 se encontraba en 8.1%. Por otro lado, el aumento del IPC fue de 2.08, por debajo de lo esperado en el mercado para el 2010.

El mercado peruano ha mantenido una intensa competencia: AJEPER y Ambev continuaron con sus políticas de bajos precios, tratando de incrementar volumen y participación de mercado. Sin embargo, AJEPER ha perdido participación de mercado, reduciéndola de 3.2% a 0.8%, mientras que Ambev se mantuvo estable. En este contexto, la industria cervecera presentó mejoras significativas con respecto al año anterior, superando el retroceso en volumen. En el 2010, las ventas totales del mercado de cerveza crecieron en 5% y totalizaron 11.1 millones de hectolitros (hl).

De hecho, el buen manejo del portafolio permitió a Backus incrementar su participación de mercado, al mismo tiempo que generar un mejor ingreso por litro producido en este año de aniversario. Al respecto, el año pasado vendimos en el mercado local de cerveza 10.1 millones de hl., aproximadamente 680 mil hl. más que el 2009, lo cual significó un aumento de participación de Backus de 88.7% (2009) a 90.8% (2010). Por otro lado, los ingresos por ventas crecieron en 9.1% con relación al año pasado, mientras que la utilidad neta creció en 3.4%.

El año pasado también fue uno de novedades y relanzamientos. Nuestro portafolio de marcas ha sido enriquecido con el lanzamiento de una marca internacional de cerveza, MGD, así como por el crecimiento del segmento de marcas de mayor valor (***worthmore***), con el relanzamiento de nuevas variedades de la cerveza Cusqueña (Trigo y Red Lager).

También es importante mencionar que las inversiones, que nos garantizan el crecimiento del negocio a largo plazo, continuaron durante el 2010, pero a un menor ritmo. Es más, programas como Progresando Juntos y el proyecto de maíz amarillo, han complementado el sostenimiento de nuestro proceso de producción de clase mundial.

2010 también ha sido un año de exportación de talento, lo cual nos enorgullece. Ejecutivos de Backus han sido promovidos a importantes posiciones en otras subsidiarias de diversos países de la región y del mundo, para asumir cargos de responsabilidad y significativos retos.

Es en este contexto desafiante que hemos sabido preservar nuestro compromiso con el Perú, nuestro respeto por las leyes peruanas e internacionales y la gestión de un buen gobierno corporativo.

Nuestros objetivos para el 2011

En el ejercicio 2011, Backus buscará mantenerse como un referente de excelencia y generación de valor para sus consumidores, colaboradores, accionistas y la comunidad. Nuestro portafolio de marcas seguirá siendo nuestra prioridad, mientras buscamos ofrecer la mejor oferta de bebidas en el mercado. Seremos más competitivos y nos aseguraremos de tener una disciplina financiera ejemplar. En ese sentido, nos hemos marcado seis principales objetivos para el 2011, los cuales a continuación les presentamos:

1. **Crecimiento de las marcas y desarrollo del portafolio.** Queremos ser la primera opción de nuestros clientes para toda ocasión de consumo. Para lograrlo, seguiremos incrementando la presencia de las marcas, con énfasis en los nuevos lanzamientos, extensiones y en las marcas *worthmore*. No solo buscamos mantener nuestra cuota de mercado, sino incrementar nuestra participación de valor, buscando promover una cultura de consumo responsable de alcohol. Asimismo, y para ampliar nuestro mercado potencial, seguiremos enfocados en la lucha contra la informalidad en la industria nacional de bebidas.

2. **Nuevos productos.** Una de las prioridades de Backus sigue siendo la búsqueda de una constante innovación y el esfuerzo por satisfacer las necesidades de nuestros consumidores. Apuntaremos, de hecho, hacia nuevas oportunidades que incrementen principalmente la penetración y las ocasiones de consumo y que, al mismo tiempo, sean rentables y generen valor tanto para el consumidor como para los accionistas.

3. **Desarrollo del punto de venta.** Continuaremos con la estrategia de desarrollar un modelo integrado que incluya las necesidades del detallista, del comprador y del consumidor. Además, continuaremos con el ya exitoso uso de la tele-venta, como una herramienta que permita que nuestros vendedores sean desarrolladores de canales, en vez de simples tomadores de pedidos.

4. **Control de costos.** En la búsqueda de oportunidades de mejora, trabajaremos al interior de la empresa, desarrollando sistemas integrados y utilizando las mejores prácticas dentro del Grupo SABMiller.

5. **Desarrollo del recurso humano.** Mantener la gestión del talento para consolidar un equipo de primera línea y ejemplar para la comunidad empresarial continuará siendo uno de los principales objetivos. Procuraremos seguir incrementando el número de funcionarios, gerentes y ejecutivos con alto potencial de desarrollo, desplegando un modelo de liderazgo que optimice sus capacidades gerenciales. Esto no solo garantiza la sostenibilidad del negocio sino también el desarrollo de talento peruano de exportación para todas las operaciones de SABMiller en el mundo.

6. **Desarrollo sostenible.** Consolidaremos el posicionamiento y reputación de Backus como una empresa líder a nivel nacional, si integramos los aspectos ambientales y sociales al negocio. De

esta manera, seguiremos poniendo énfasis en las acciones vinculadas al manejo sostenible del agua y la reducción de emisiones de efecto invernadero, desarrollando proyectos de manejo de cuencas y reforestación. Además, con relación a las acciones de inversión social corporativa, continuaremos con la implementación de programas que contribuyan a la generación de capacidades y al desarrollo regional y nacional, y ampliando su alcance, como "Progresando Juntos", que ya ha capacitado a centenares de micro y pequeñas empresas y seguirá ampliando su alcance en el 2011, y los programas educativos "Escuela Virtual Backus" y "Maestro Digital" que seguirán extendiéndose con el objeto de mejorar la calidad de la educación, mediante la actualización y capacitación de docentes en diversas materias, incluyendo las tecnologías de la información y la comunicación.

Es así que, tras presentarles un resumen de las buenas noticias del 2010, el Directorio que presido, en cumplimiento de lo dispuesto por el artículo 4.03 y por el inciso "c" del artículo 5.11 del Estatuto, somete a vuestra consideración la Memoria, el Balance General y los Estados de Ganancias y Pérdidas, de Cambios en el Patrimonio Neto y de Flujos de Efectivo correspondientes al ejercicio 2010, todos los cuales han sido certificados por los contadores públicos Dongo-Soria Gaveglio y Asociados, firma miembro de Pricewaterhouse Coopers, nuestros auditores independientes.

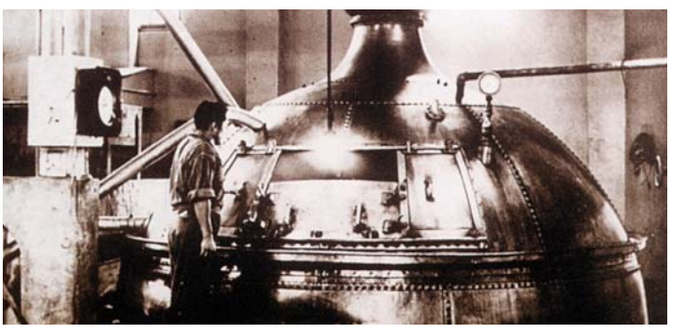
Esta Memoria ha sido preparada y presentada de conformidad con el artículo 222 de la Ley General de Sociedades; el Reglamento para la Preparación y Presentación de Memorias Anuales aprobado mediante la Resolución CONASEV Nº 141-98-EF/94.10, modificada por la Resolución CONASEV Nº 119-99-EF/94.10, Nº 094-002-EF/94.10 y Nº 117-2004-EF/94.10, y de acuerdo con el Manual para la Preparación de Memorias Anuales y Normas Comunes para la Determinación del Contenido de los Documentos Informativos, aprobado mediante Resolución Gerencia General Nº 211-98-EF/94.11 modificado por Resolución Gerencia General Nº 040-99-EF/94.11, Resolución Gerencia General Nº 147-99-EF/94.11, Resolución Gerencia General Nº 096-2003-EF/94.11 y Resolución Gerencia General Nº 140-2005-EF/94.11

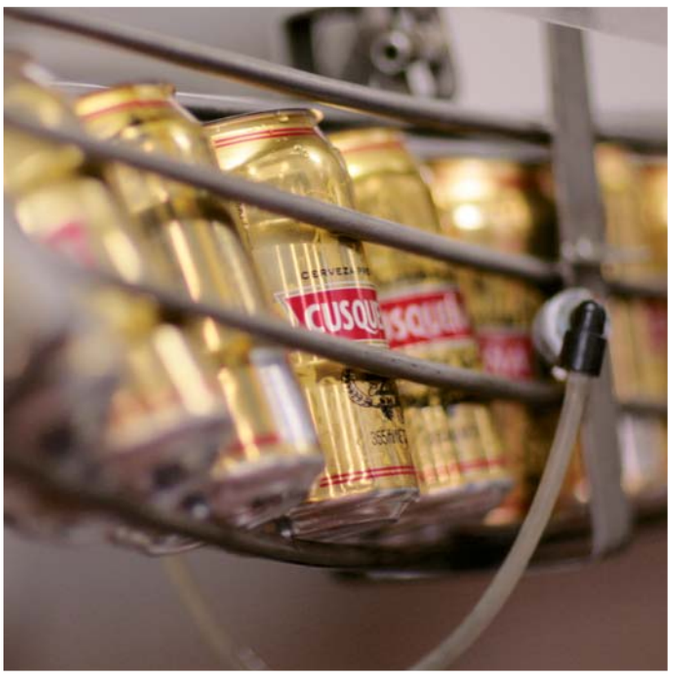
Atentamente,

Alejandro Santo Domingo Dávila
Presidente del Directorio

DESDE
1863
CERVEZA
Pilsen
CALLAO
CALIDAD Y TRADICIÓN
Pilsen
CALIDAD Y TRADICIÓN
Neto 630 ml

130 años





En el 2010, Backus celebró 130 años de vida corporativa aportando al desarrollo del país

Es importante señalar que en el Perú existen pocas empresas que han sobrepasado un siglo de actividad y que, como Backus, han sabido mantener su liderazgo a través del tiempo.

Backus es la empresa líder en el mercado cervecero peruano, con una excelente trayectoria empresarial, demostrando su pasión por el Perú y su gente, a través de un contacto permanente con los consumidores, la generación de empleo, el apoyo constante a las actividades culturales, sociales y deportivas y una contribución importante al fisco nacional.

Hoy, con un portafolio de marcas de alta calidad, siendo éstas las preferidas por los consumidores, somos una empresa que ha sabido adaptarse a los cambios con eficiencia. Por ello, es evidente que también seguiremos invirtiendo en el Perú para beneficio de los consumidores, nuestros colaboradores y la comunidad.

Modelo de Gestión

Visión

Ser la empresa en el Perú más admirada por:

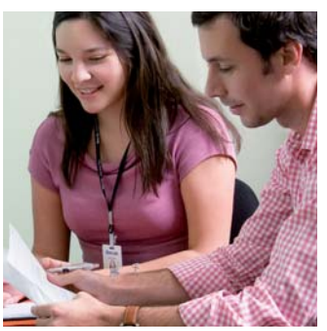
- El crecimiento del valor de nuestra participación del mercado a través de nuestro portafolio de marcas.
- Otorgar el más alto retorno de inversión a sus accionistas.
- Ser el empleador preferido.

Misión

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

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.

Nuestras cifras

Utilidad neta ▲ **+ 3.4%**

2009	2010
S/. 502.1 millones	S/. 519.2 millones

Durante el 2010, la utilidad neta de Backus creció significativamente, debido al incremento en los ingresos, la reducción de los gastos de marketing y de ventas, así como la mayor utilidad derivada de las empresas subsidiarias.

Ventas totales netas ▲ **+ 9.4%**

2009	2010
S/.2,447.6 millones	S/.2,676.7 millones

Las mayores ventas (incluyen cervezas, licores y bebidas no alcohólicas) responden al adecuado manejo de la política de precios y del portafolio de marcas, lo que incrementó significativamente la participación de las cervezas *premium* en dicho portafolio.

Cervezas Volumen
(Participación de mercado)
▲ + 2.1%

2009	2010
88.5%	90.6%

A pesar de la alta intensidad competitiva del mercado de cervezas peruano en el 2010, la participación de mercado de Backus (en volumen) se incrementó. La fuerza y la alta preferencia por las marcas de Backus fueron claves para lograr tan excelente desempeño.

Cervezas Valor
(Participación de mercado)
▲ + 1.4%

2009	2010
90.9%	92.3%

En un contexto de alta competencia, la participación de mercado de Backus en cervezas, en términos de ingresos por ventas y a nivel nacional, se incrementó.

De esta forma, Backus alcanzó el 92.3% como promedio del 2010.

Exportación de Talento
(Número de colaboradores)
▲ + 9

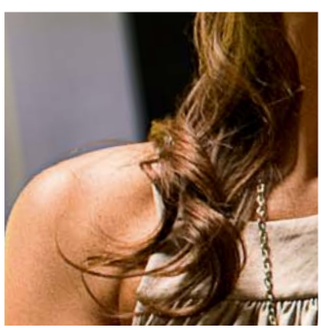
2009	2010
5	14

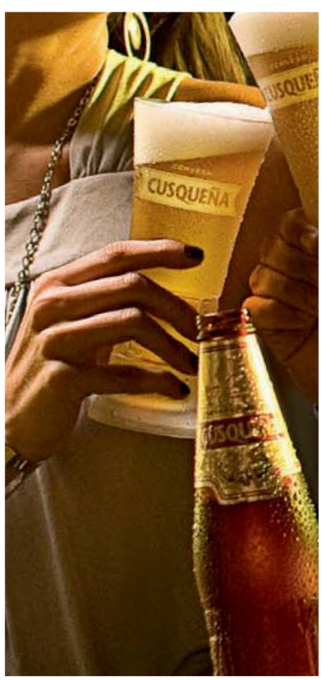
Backus está posicionándose como un proveedor de talento regional y global dentro de SABMiller, exportando colaboradores a otras operaciones subsidiarias en América Latina y Africa.

Nuestro negocio

Gestión comercial
p. 20

Gestión productiva
p. 26



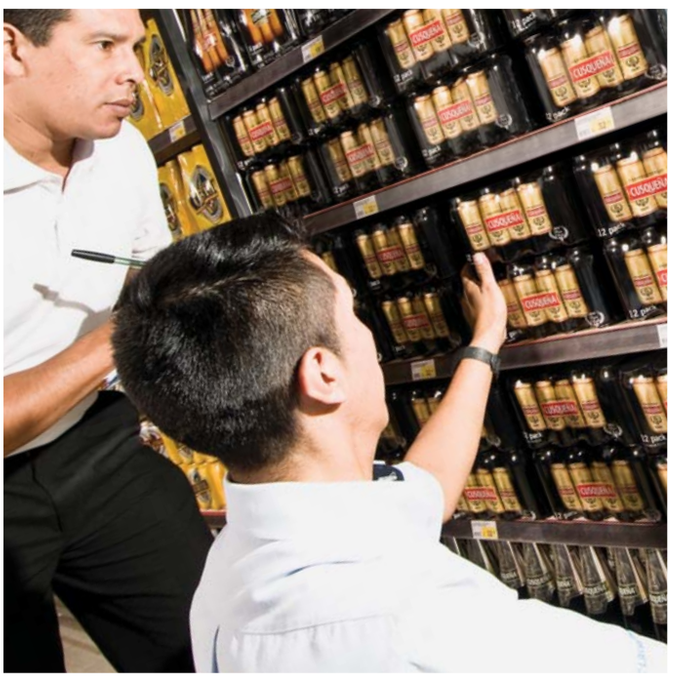


- Logramos potenciar la estrategia de ofrecer un portafolio balanceado de marcas a diferentes segmentos del mercado, de acuerdo a las diferentes ocasiones de consumo.

- Invertimos en obras de infraestructura para incrementar nuestra capacidad de almacenamiento a fin de soportar la demanda creciente de nuestros productos.

130 AÑOS
Backus
PASIÓN POR EL PERÚ
Y SU GENTE

Gestión comercial



10.14 millones
de hl de cerveza en ventas

Ventas

Evolución del Mercado Cervecero

Según los registros de las empresas cerveceras de SABMiller en el Perú y los resultados obtenidos por la empresa de investigación de mercados CCR, se concluye que el mercado cervecero ha crecido durante el año 2010. Es más, de acuerdo con CCR, la participación de mercado de las marcas de Backus en volumen pasó de 88.5% durante los doce meses del 2009 a 90.6% durante el 2010.

Es importante señalar que en el ejercicio 2010, Backus logró potenciar la estrategia de ofrecer un portafolio balanceado de marcas a diferentes segmentos del mercado, de acuerdo a las diferentes ocasiones de consumo.

Asimismo, Backus amplió su cobertura de equipos de frío en los puntos de venta contribuyendo (I) con los detallistas en la mejora de sus instalaciones y (II) con los consumidores dándoles facilidad para identificar y optar por nuestras marcas. En línea con lo anterior, también, logramos finalizar la implementación del Proyecto Génesis, cuya función principal es encadenar los procesos de venta y distribución en el mercado facilitando el control de los mismos y la atención a los clientes y, finalmente, potenciamos la gestión de Televentas, a través de la empresa afiliada que nos brinda el servicio.

Durante el ejercicio 2010, Backus colocó en el mercado 11.35 millones de hl, logrando un crecimiento de 9.2% respecto al año anterior:

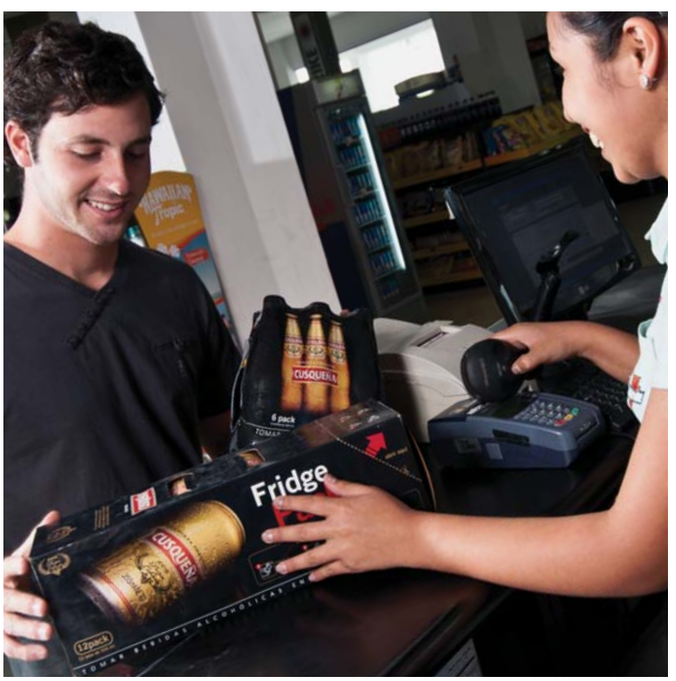
- En la categoría de cervezas, se superó los 10 millones de hectolitros al haber vendido 10.14 millones de hl contra los 9.45 millones de hl del 2009, lo cual representa un incremento de 7.2%. Las marcas que tuvieron un crecimiento por encima del 10.0% fueron Pilsen Callao, Pilsen Trujillo y Arequipeña.
- Con relación a gaseosas, se obtuvo un crecimiento de 22.5% sustentado principalmente en la venta de Guaraná, vendiéndose en conjunto 0.7 millones de hl.

- A nivel de aguas, las acciones desarrolladas hicieron que se logre colocar en el mercado 416 mil hl contra los 286 mil obtenidos un año atrás, es decir, se incrementó la venta en 45.6%.
- La bebida nutritiva Maltin Power tuvo el mayor crecimiento porcentual (70.9%) al alcanzar la cifra de 70 mil hl, es decir, 29 mil hl adicionales al 2009.

Por su parte, el mayor volumen logrado y el ajuste en los valores de venta de algunos productos hicieron que las ventas valorizadas de producto terminado crecieran en S/.216.4 millones que equivale a 9.1% más que en el 2009.

La cifra lograda de S/.2,588.7 millones está compuesta de la siguiente manera:

↑ Ventas de producto terminado	Valor (S/. millones)	% del total
Cerveza	2,463.6	95.2%
Gaseosas	68.3	2.6%
Aguas	37.8	1.5%
Bebidas Nutritivas	13.1	0.5%
Licores	5.8	0.2%
Total	**2,588.7**	



Marketing

Durante el 2010, logramos capitalizar las oportunidades de crecimiento propiciadas por la situación económica favorable y, adicionalmente, ejecutamos planes para fortalecer nuestras marcas, con lo cual crecimos en volumen (+9.2%) y en participación de mercado. Esto se logró gracias a nuestra estrategia de portafolio y la fortaleza de nuestras marcas, al igual que una sólida ejecución por las áreas de Ventas y Distribución en el punto de venta. Dentro de las mismas cabe resaltar el gran desempeño de Pilsen Callao, marca que impulsó el crecimiento en el valor de la categoría.

Si bien seguimos creciendo en participación de mercado de cervezas, al lograr 90.6% en el año en volumen (+2.1pp vs. 2009), y 92.3% en valor, es importante destacar los principales resultados obtenidos a partir de las estrategias de marketing de las marcas, los cuales se detallan a continuación:

1. **Cristal** mantiene su liderazgo en la categoría de cervezas (33.8% de participación), afianzando su posicionamiento como la cerveza que "une a los peruanos", volviendo a su verdadera plataforma de comunicación en nuestra última ejecución, con lo cual estamos conectando mucho mejor con el consumidor tanto de Lima como de provincias. Se ha continuado construyendo su asociación con el fútbol, principalmente a través del auspicio de clubes y la selección nacional y la activación durante el mundial Sudáfrica 2010, a través de la promoción "Goles y Soles". En este sentido, la empresa ha sentado las bases para el fortalecimiento de su rol en la gestión del Club Sporting Cristal, lo cual permitirá el retorno del club al protagonismo en la liga profesional, para asimismo, tener un mejor impacto para la marca y para Backus.
2. **Pilsen Callao** ha tenido un destacado desempeño (+15.1%), siendo el motor de crecimiento durante el 2010, tanto en volumen como en valor. El lanzamiento de su nueva botella verde en Lima y Callao – retorno a la botella tradicional – ha fortalecido su posicionamiento como la "auténtica cerveza desde 1863" y permitido elevar su plataforma de precios, definiendo su nivel como *upper mainstream*. Con ello, logró impulsar el valor de la categoría y los ingresos significativamente. También se ejecutó la segunda edición de la campaña "Día del Amigo", fortaleciendo sus credenciales como "la cerveza de la auténtica amistad", con lo cual la marca continúa adueñándose de dicha celebración que se creó el año pasado.
3. **Cusqueña**, luego de perder algún terreno en la primera mitad del año, entró en recuperación en el segundo semestre, logrando una participación de mercado del 10% en el último trimestre. La marca ha consolidado la participación de mercado ganada los últimos años y con la creación del segmento *upper mainstream*, ha incrementado su precio para mejorar su diferenciación/posicionamiento en el mercado, aumentando su valor y definiendo mejor el segmento

premium. Adicionalmente, sus ediciones limitadas Cusqueña Trigo y Cusqueña Red Lager, han fortalecido sus credenciales como la cerveza *premium* del Perú con gran aceptación en el consumidor, aportando muy positivamente a la imagen de la marca. Finalmente, se ha trabajado arduamente en combatir la adulteración de este producto (y las otras marcas afectadas) en el sur y otras regiones del país.

4. **Pilsen Trujillo** continúa con su rol de proteger el valor de nuestro portafolio, controlando el segmento *economy*. Con una estrategia de precios diferenciada y presencia selectiva, según el contexto competitivo de cada mercado, ha logrado reducir la participación de las marcas de Ambev y Aje.

5. A mediados del año pasado, fortalecimos nuestro portafolio de marcas internacionales con el lanzamiento de **MGD**, complementando a **Peroni** en su rol de desarrollar el segmento *super premium*, reforzando el precio tope referencial y buscando realzar la imagen de la categoría. MGD ha implementado la plataforma *cosmopolitan cool* en puntos de venta y consumo seleccionados, brindándole al consumidor experiencias sofisticadas propias de las grandes metrópolis del mundo. Como resultado, los volúmenes combinados de nuestras marcas internacionales crecieron un 34% en el 2010.

6. Seguimos desarrollando la categoría maltas a través de **Maltin Power** –bebida sin alcohol, hecha de malta y enriquecida con vitaminas, dirigida al segmento de adolescentes y niños– la cual ha tenido un significativo crecimiento del 70% con respecto al año anterior, que se fundamenta básicamente en el desarrollo de un Plan Integral de Marketing, Ventas y Distribución. Este producto ha sido apoyado por una estrategia de comunicación dual (dirigida al grupo objetivo y al comprador que enfatiza el posicionamiento del producto como una bebida completa y nutritiva) y programas de prueba de producto en los *targets* primario y secundario para incrementar su adopción y preferencia. Finalmente, Maltin Power ha sido impulsada por la ampliación en los niveles de cobertura y distribución, los cuales son claves para seguir creciendo.

7. Con respecto a gaseosas crecimos significativamente (+22%), con foco en **Guaraná**, debido a la continua construcción de la marca vía consistencia en la comunicación y niveles de inversión, aunado a la corrección de su precio para ser competitiva con los principales competidores y un aumento en su distribución.

8. **Aguas** creció significativamente (+45%) en volumen, impulsada por San Mateo, que alcanzó una participación de mercado en Lima de 10% (+3.2pp vs. el 2009). También contribuyó a este crecimiento, el plan de expansión geográfica en áreas periféricas en donde no se vendía la marca. De hecho, el factor fundamental ha sido la consistencia en la comunicación de su posicionamiento *premium*, apoyando sus características y atributos diferenciados como agua mineral de manantial.

9. **Las exportaciones** continuaron creciendo, alcanzando 20% de incremento, a pesar de la crisis económica en varios de las países de destino. Los principales mercados de destino fueron: el Reino Unido, Chile, Estados Unidos, España y Japón. Hay que resaltar, que por segundo año consecutivo, Cusqueña fue la cerveza sudamericana más vendida en los Estados Unidos y a su vez la más exportada del Perú.

Logística

En el 2010 los objetivos continuaron enfocados en planificar las operaciones del Grupo Backus y a optimizar el abastecimiento de materias primas e insumos, así como los inventarios de producto terminado. Adicionalmente, se continuó con el desarrollo de nuevos proyectos que están permitiendo mantener los altos estándares logísticos de SABMiller.

Asimismo, continuamos brindando el soporte logístico a la Cervecería San Juan S.A. y coordinando el óptimo abastecimiento a nuestra empresa local, Industrias del Envase S.A., dedicada a la fabricación de artículos de plástico e impresión de cartón y papel, de igual forma a Agro Inversiones S.A., domiciliada en Chile, dedicada a la elaboración de cebada malteada.

Otras actividades recibieron la atención del área de Logística a lo largo del año, con resultados importantes como lo fueron:

a. El desarrollo de acciones para contar con clientes internos y consumidores satisfechos, con un adecuado alineamiento de la demanda y del suministro.

b. La programación e implementación de un plan de trabajo, debido a la estacionalidad de nuestras ventas, que permitió un óptimo abastecimiento de nuestros productos para satisfacer la alta demanda de fin de año.

c. La optimización de la administración de *containers* retornables (envases y cajas plásticas), a través del seguimiento a los indicadores, difusión y capacitación a Ventas y Distribución. Asimismo, hemos medido el tiempo del ciclo logístico de los envases, cuyos resultados se vienen usando para optimizar los modelos de abastecimiento de *containers*.

d. Actualización de los modelos econométricos que utilizamos para la proyección del mercado de cervezas, que nos permitirá mejorar el pronóstico, tanto a nivel regional, como nacional.

e. Desarrollo de un estudio sobre el mercado de cervezas y licores con una consultora internacional, con la finalidad de lograr un mayor entendimiento de los consumidores y de las variables que influyen en el mercado de licores.

f. Abastecimiento de materias primas locales. Se incorporaron nuevas cadenas productivas de maíz amarillo duro (nacional) en el norte y sur del país, lográndose superar el abastecimiento local de años anteriores. También Backus continuó con el proyecto de desarrollo de cebada local, a través de la ONG CEDEPAS, en la sierra de La Libertad, habiéndose culminado la primera etapa, que consistió en el cultivo de cebada en parcelas experimentales con riego tecnificado.

g. Incremento en la participación de Compras en el proceso de negociación de los principales servicios que contrata la empresa, identificando oportunidades de ahorro. Es más, se iniciaron las operaciones de consolidación global de las principales compras, a través de la empresa TRINITY, filial de SABMiller.

22%
de crecimiento en gaseosas

h. Ampliación de las operaciones de dos de nuestros principales proveedores locales, a nivel regional (Latam), continuando con el proceso de Desarrollo de Proveedores. Asimismo, se mantuvo el programa de capacitación "Progresando Juntos", aplicado a los proveedores.

i. Implementación del uso de papel de bagazo de caña en el material publicitario impreso y participación en el proyecto de reemplazo de petróleo por gas natural en la planta de Motupe y en la maltería de Ñaña, contribuyendo así a las prácticas de desarrollo sostenible de la empresa.

j. Optimización del capital de trabajo, habiendo reducido los niveles de inventarios, logrando de esta manera una importante reducción en el rubro de materias primas e insumos, a través de la revisión continua de los *stocks* de seguridad y frecuencias y procedencia de las compras. Asimismo, se continuó con el monitoreo de los indicadores estratégicos de gestión definidos. Hemos realizado un control mensual de variaciones de precios. En ese sentido, los reportes de control de variaciones, presupuesto, consumos y compras permitieron evidenciar importantes reducciones en costos. Además, trabajamos en conjunto con todas las vicepresidencias y proveedores de bienes y servicios, logrando un efecto positivo en los plazos de pago.

k. En base a una iniciativa regional, y con el objetivo de estandarizar prácticas en la gestión de cadena de suministros, se puso en marcha la Academia Virtual de Supply Chain, con la participación de otras áreas involucradas, buscando actualizar y homogeneizar los conocimientos, a nivel interno y regional.

l. Utilización de la metodología de Oliver Wight, con el fin de evaluar los procesos de cadena de suministro a nivel regional y tomar acciones orientadas al mejoramiento continuo.

m. Avances en la implementación de la metodología de *Risk Management*, que fueron compartidos con otros países de la región.

n. Otros proyectos que consolidaron los objetivos del área fueron la incorporación de la gestión de almacenes de materiales a nivel nacional; el apoyo al lanzamiento de nuevos productos y promociones, participación activa en el relanzamiento de Pilsen Callao, optimización de los empaques y embalajes, entre otros.

Distribución

Durante el ejercicio orientamos nuestras estrategias *Route to Market*, ruta al mercado, hacia un mejor desempeño con los clientes, a través de la red de centros de distribución en el ámbito nacional operados por nuestros socios comerciales. Iniciamos un proceso de mejora en el desempeño de nuestros distribuidores independientes que complementan nuestro modelo de distribución en otras localidades del país. Del total de nuestro volumen entregado a clientes detallistas, el 63.6% lo hicimos a través de la red de centros de distribución.

En la gestión de nuestros almacenes, pusimos especial énfasis en las estrategias orientadas a obtener mejoras en el control, así como el incremento de la productividad:

- Tomando inventarios diarios con la tecnología de computadoras portátiles, simplificando este proceso y haciéndolo de manera sistemática en todos los almacenes de plantas. Ello permitió tener mejores resultados en las diferentes auditorías llevadas a cabo en el año.
- Alcanzando un récord de despacho de camiones en todos los almacenes de las plantas de producción (APT), siendo el caso más notable el de APT Ate, despachándose el 18 de diciembre 340 camiones entre transporte primario y reparto, lo que equivale a 614,000 cajas en tan solo un día.
- Garantizando el nivel de existencias requerido en la gestión de la cadena de suministros para la temporada pico de ventas, logrando mantener los regímenes de producción y entregas a la red de distribución de manera oportuna y de acuerdo a lo planificado.

Con relación a las inversiones en infraestructura de distribución, seguimos impulsando el proceso de renovación de unidades del tipo montacargas, interesados en complementar el sistema de carga lateral de nuestros camiones, así como aumentar su capacidad de uno a dos *pallets* por cada movimiento, reduciendo los tiempos de carga y descarga. Se adquirieron 22 montacargas, 15 montacargas Linde H25T de 2.5 toneladas y 7 montacargas Linde H40t de 4.0 toneladas.

Asimismo, invertimos en obras para incrementar nuestra capacidad de almacenamiento a fin de soportar la demanda creciente de nuestros productos y garantizar adecuadas condiciones de almacenaje alineadas con los requisitos y políticas de la organización, asegurando a nuestros socios comerciales el mantenimiento y los costos de distribución en niveles competitivos.

4
nuevos almacenes: Trujillo, Huancayo, Cañete y Comas

Principales inversiones del área de distribución:

➔ Gate House

Se implementaron garitas de control en las plantas de Ate y Arequipa, con el fin de mejorar el control de salidas y retornos de productos y envases, así como reducir los tiempos de permanencia de los camiones en las plantas.

➔ Nuevo almacén Trujillo

Como parte de las acciones de retiro de nuestras operaciones de la zona céntrica de la ciudad de Trujillo, y con el fin de atender la demanda de nuestros productos en ese mercado, se convirtió el almacén de la antigua fábrica de botellas de 36,000 m2, en el nuevo almacén de Trujillo, construyéndose una losa de 5,400 m2, con capacidad de 330,000 cajas.

➔ Ampliaciones en Almacén Motupe

También como parte de la estrategia por el cierre de planta Trujillo, y con el fin de absorber gran parte de las operaciones del APT Trujillo, se construyó el Hangar N° 4, de 2,520 m2 en estructura, con capacidad para 270,000 cajas y la losa de concreto N° 3, de 1,490 m2.

➔ Nuevo almacén de Huancayo

Con el fin de reemplazar los almacenes de Huancayo y Jauja, se construyó un nuevo almacén en terrenos disponibles de la sociedad con un área total de 15,000 m2, con una capacidad de 185,000 cajas.

➔ Nuevo almacén Cañete

Para reemplazar al antiguo almacén Chincha y tener una mejor cobertura de abastecimientos de la zona del sur de la provincia de Lima se construyó el nuevo almacén Cañete, con un área de 1,920 m2 y capacidad de 185,000 cajas.

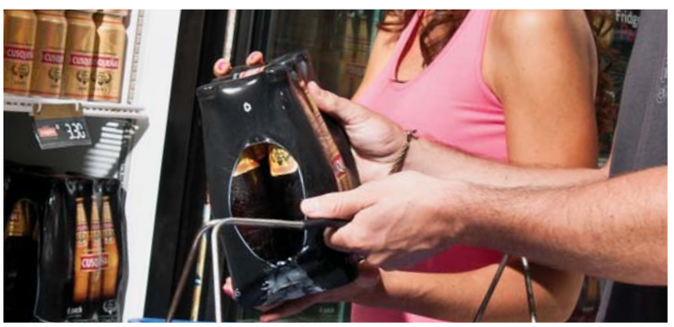
➔ Nuevo almacén Cono Norte

Con el fin de reemplazar al antiguo almacén de Comas, por limitaciones de expansión por el desarrollo urbano, se amplió el almacén de Cono Norte, con un área total de 14,000 m2, almacén de 2,400 m2, con capacidad para 230,000 cajas.

Siendo coherentes con nuestras políticas de desarrollo sostenible y mitigación del impacto ambiental en todos estos almacenes, se implementaron plantas de tratamiento de aguas residuales para reutilizarlas en lavado de camiones y con iluminación perimetral alimentada energéticamente con paneles solares.

Por otro lado, con la finalidad de continuar con el plan de consolidaciones de almacenes y el retiro de éstos del casco urbano, se compró 41,000 m2 para la construcción del nuevo almacén en las zonas periféricas de la ciudad de Piura, el cual se edificará en el 2011 y reemplazará a los actuales almacenes de Piura y Sullana.

Gestión productiva



10.24 millones
de hl de cerveza envasados

Manufactura

Durante el ejercicio 2010, se elaboró 10.78 millones de hl de mosto frío y se envasó 10.24 millones de hl de cerveza. Considerando estos volúmenes de producción, el uso de la capacidad instalada de las distintas plantas cerveceras llegó a 95% en promedio.

Por su parte, las plantas de Ate, Motupe y Huarochirí envasaron 1.13 millones de hl de bebidas gaseosas y aguas. Adicionalmente, se envasaron 20,047 hl de Quara y 74,556 hl de bebidas nutritivas (Maltin Power) en Planta Ate.

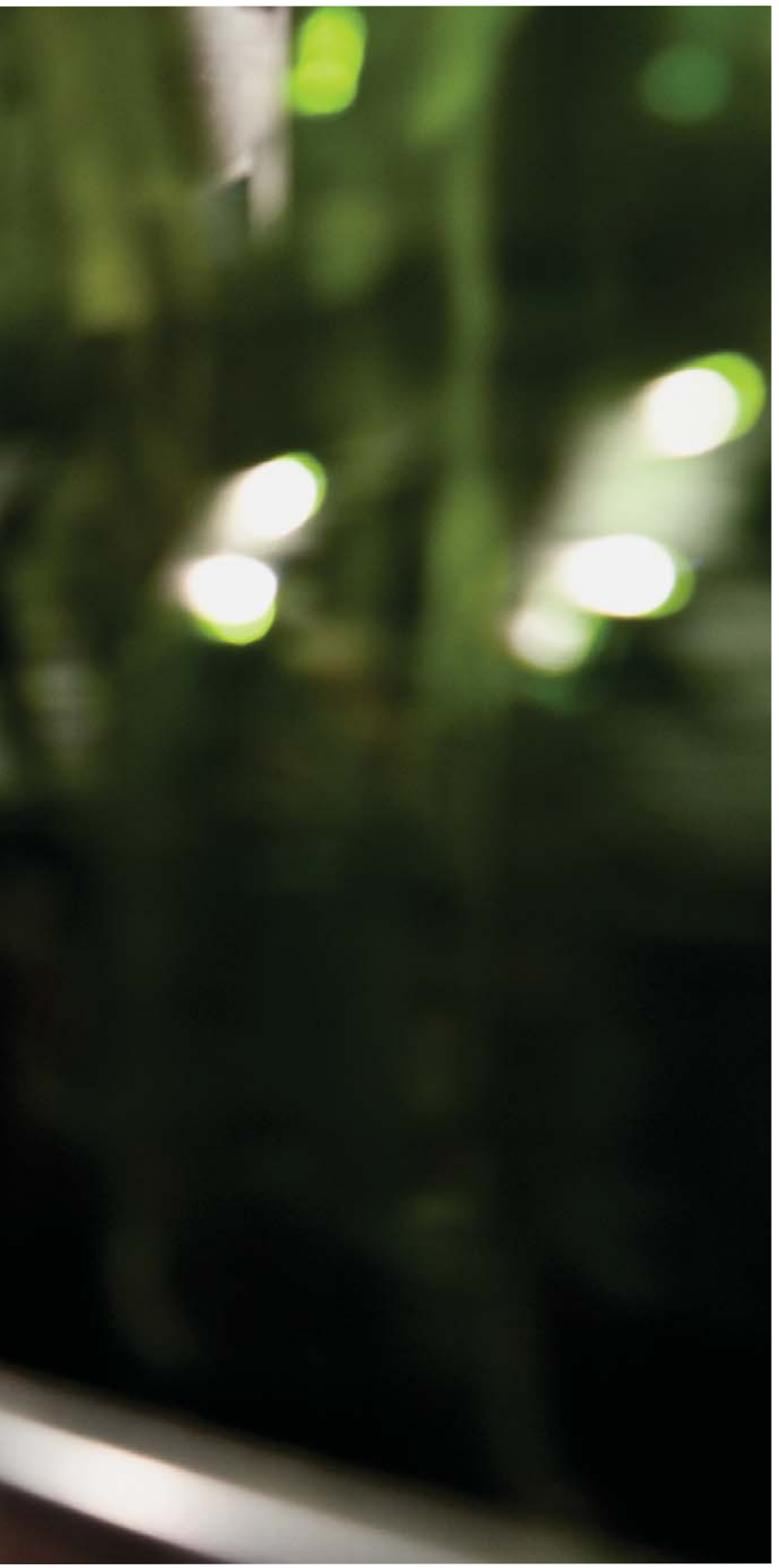
Nuestros proyectos de inversión:

Planta	Realizados durante el 2010	En ejecución
Ate	▪ Instalación de un filtro de cerveza, con una capacidad de 800 hl / hr, con el fin de asegurar la capacidad para cubrir el crecimiento de la demanda. ▪ Instalación de una torre de agua desaireada, con una capacidad de 700 hl / hr, para asegurar la disponibilidad de agua requerida por el nuevo filtro de cerveza. ▪ Instalación de un Warner en la Línea 6, con una capacidad de 8,250 cajas / hr., con el fin de elevar la temperatura de las botellas luego del proceso de llenado, garantizando la calidad del etiquetado de nuestros productos.	▪ Reutilización de Biogás; instalación de equipos de recuperación del biogás que se genera en el proceso anaeróbico de la planta de tratamiento de efluentes, a través del cual se logrará reducir el impacto en el medio ambiente, así como la reducción de los costos en la generación de vapor.
Motupe	▪ Línea 2 de envasado, traslado de la línea de envasado de Planta Trujillo, con una capacidad de 33,000 bot/hr, a Planta Motupe, manteniendo todos los equipos existentes a excepción de las llenadoras, las cuales fueron reemplazadas por un equipo Krones de mejor tecnología, y el pasteurizador túnel, reemplazado por un pasteurizador *flash* adquirido a la compañía Alfa Laval. Con este proyecto se ha logrado concentrar la producción para abastecer a la región Norte en una sola planta, optimizando costos y eliminando riesgos para la continuidad de la operación. ▪ Instalación Warmer en la Línea 2 con una capacidad de 36,000 bot / hr, con el fin de elevar la temperatura de las botellas luego del proceso de llenado, garantizando la calidad del etiquetado de nuestros productos. ▪ Instalación de un equipo *blending* y carbonatador de cerveza, este proyecto incluyó la instalación de equipos existentes de Planta Trujillo, permitiendo ampliar la capacidad de filtración de Planta Motupe, de 300 hl / hr a 500 hl / hr en cerveza concentrada, con lo cual se lograron cubrir los requerimientos de la línea de envasado que se trasladó de Planta Trujillo.	
Cusco	▪ Instalación de Tanque Cilindro Cónico. Durante el 2010, entró en operación un nuevo tanque de fermentación para la planta Cusco, con una capacidad neta de 1,800 hl, así como un sistema de automatización y control.	
Maltería	▪ Removedores en cajas de germinación y evaporadores de NH3; reemplazo por obsolescencia de los equipos removedores de malta en las cajas de germinación 11 y 13 en Maltería Lima, incluyendo el reemplazo de los evaporadores de NH3, con una antigüedad de 35 años de las cajas 2, 9, 11 y 13, a fin de otorgar confiabilidad al proceso de germinación, garantizando la capacidad de producción de la Maltería.	▪ Reemplazo del removedor de la caja de germinación 9. Con este proyecto se logrará dar mayor confiabilidad al proceso de germinación y a la capacidad de producción en Maltería.
Arequipa		▪ Optimización de paletizadora y depaletizadora de 7 capas; modificaciónde las máquinas paletizadora y depaletizadora, a fin de lograr el paletizado de Planta Arequipa a 7 capas de altura, reduciendo el costo de los fletes.

Gestión económico financiera
p. 30

Gestión operativa
p. 34

Nuestras operaciones



Deducidos los gastos de venta y administrativos, otras provisiones y gastos netos, así como la participación de utilidades, y sumados los resultados atribuibles a las subsidiarias e ingresos financieros netos, se obtiene como resultado una utilidad neta de S/.519.2 millones.

130 AÑOS
Backus
PASIÓN POR EL PERÚ
Y SU GENTE

Gestión económico-financiera

Liquidez

Al cierre del ejercicio 2010, el indicador de liquidez corriente fue de 0.80 (el 2009 llegó a 1.10). La variación se explica porque en el 2010 el vencimiento de los préstamos contraídos con el Scotiabank por S/.150 millones y con el BBVA Banco Continental por S/.138 millones se convierten en deuda a corto plazo neto de la amortización realizada por S/.30 millones a cada una de las obligaciones financieras, reduciéndolas en un total de S/.60 millones.

Así, la posición de la empresa en caja y bancos cerró, a finales del 2010, en S/.167.1 millones, de los cuales el 94.7% corresponde a moneda nacional y el saldo a dólares y euros. Las colocaciones fueron depositadas en instrumentos de corto plazo dentro de instituciones financieras de primer nivel.

La empresa en caja y bancos cerró el 2010 en S/.167.1 millones

Los siguientes eventos podrían tener un efecto positivo en la liquidez:

- Incremento de la demanda como consecuencia de una recuperación de la economía nacional.
- Incremento de la demanda por las acciones comerciales realizadas en las áreas de marketing, ventas y distribución.
- Menores costos por reducción en los precios de algunos insumos respecto a los registrados en el 2010.

A su vez, el impacto de los eventos que a continuación se señalan, podría tener un efecto negativo:

- Un recrudecimiento de la crisis financiera internacional la cual impactaría en la economía local.
- Crecimiento en la participación de mercado de las empresas competidoras.
- Ingreso al mercado de nuevos competidores.
- Los requerimientos de inversión en la capacidad operativa para ampliar la capacidad vigente.
- Impacto de los efectos climáticos en el consumo y las operaciones.

Cabe señalar, que los saldos en dólares y euros al finalizar el 2010 están expresados en nuevos soles, al tipo de cambio de oferta y demanda a dicha fecha, es decir, en venta S/.2.809 y S/.3.758 respectivamente, y en compra S/.2.808 y S/.3.583 respectivamente.

La posición en moneda extranjera es para atender obligaciones en dichas monedas generadas en las operaciones productivas y comerciales, así como también para cumplir con el pago por las inversiones en infraestructura, distribución, envases y equipos de frío que se vienen ejecutando.

De acuerdo con la política de Tesorería, la cual contempla conceptos para evitar el riesgo cambiario, se han realizado operaciones de compra / venta de moneda extranjera a futuro, con fines de cobertura. Al 31 de diciembre del 2010, Backus mantiene Contratos a Futuro de Moneda Extranjera (*forwards*), siendo los montos nominales de US$137.8 millones y Eur 4.2 millones. Estas operaciones cubren las exposiciones de pago futuro por compra de materia prima, inversiones de capital y otros.

En línea con lo anterior, al 31 de diciembre del 2010, Backus tiene suscrito un contrato con el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A. hasta por US$ 30 millones, con el objetivo de cubrir las fluctuaciones en los precios de *commodities*. Durante el año se han realizado transacciones por un monto de US$358,000 contra el contrato mencionado. Estas operaciones no tienen fines especulativos.

Dada la volatilidad en el tipo de cambio, como consecuencia de la crisis financiera internacional, además de otros factores, se han generado pérdidas por diferencia de cambio al haberse revaluado la moneda local.

Asimismo, en el 2010 se han realizado préstamos a SABMiller Holding por US$43 millones a tasa de interés de mercado.

Financiamiento

Respecto a la deuda financiera, en el 2010, Backus amortizó S/.30 millones del préstamo de corto plazo con el Scotiabank y S/.30 millones del préstamo de corto plazo con el BBVA Banco Continental y S/.3.3 millones por concepto de arrendamiento financiero con esta misma institución. Cabe señalar que 85.05% o S/.3.6 millones del monto adeudado por arrendamiento financiero vence durante el ejercicio 2011 y el saldo de S/. 0.6 millones, en el año 2012.

Composición de la liquidez corriente (Activo Corriente y Pasivo Corriente) **en el 2010**

Saldos	PEN millones	US$ millones	EUR millones
Activos	**640.2**	**50.3**	**1.7**
Pasivos	**901.4**	**24.6**	**2.1**

Composición de la deuda financiera al cierre del 2010

Deuda	Monto (S/. millones)
Arrendamiento financiero del terreno y oficinas administrativas	**4.2**
Préstamo de corto plazo con el BBVA Banco Continental	**108.0**
Préstamo de corto plazo con el Scotiabank	**120.0**
Intereses devengados por el endeudamiento al cierre del año	**2.0**
Intereses diferidos por operaciones de arrendamiento financiero	**0.2**
Total deuda financiera	**234.4**

Asimismo, el 99.70% del total de la deuda tiene vencimiento en el corto plazo y el 0.30% vence en el largo plazo.

De esta manera, el 100% del principal de la deuda al cierre del 2010 se encuentra expresado en moneda nacional.

Impuestos

En el 2010, Backus destinó la suma de S/.1,254.2 millones por el pago del Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) por la venta de sus productos, mientras que por el Impuesto General a las Ventas (IGV) realizó pagos por un total de S/.454.8 millones.

La suma recaudada en el ejercicio 2010 por concepto de ISC e IGV fue mayor a la del ejercicio 2009 debido a las mayores ventas.

A estos impuestos se suman S/.246.8 millones por concepto del Impuesto a la Renta (IR) de tercera categoría; S/.2.2 millones por el pago de aranceles; S/.4.9 millones por Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF); y S/.41.1 millones por IR de quinta categoría, recaudado a través de las planillas, lo que totaliza S/.2,004 millones por impuestos pagados en el 2010.

Cambios en los responsables de la elaboración y revisión de la información financiera

En el ejercicio 2003 se designaron como Auditores Externos a los Contadores Públicos Dongo-Soria Gaveglio y Asociados, firma miembro de Pricewaterhouse Coopers. Tal designación fue ratificada para los siguientes ejercicios, incluyendo el 2010.

Durante el ejercicio materia de la presente Memoria, los auditores externos no han emitido una opinión o salvedad negativa acerca de los Estados Financieros de Backus o de las personas sobre las que se ejerce control.

S/.2,004 millones

en impuestos pagados

Mediante acuerdo de Directorio del 27 de agosto del 2010, la empresa acordó se nombrara como Contador General de la compañía al señor Marcial Alberto Zumaran Hurtado en reemplazo del señor José Alfredo Moscoso Delgado, quien asumió el cargo de Director de Planeamiento Financiero en la oficina regional de SABMiller en Bogotá. Los nombramientos aprobados tuvieron efecto a partir del 1 de agosto del 2010.

Cotizaciones mensuales de los valores inscritos en el Registro Público del Mercado de Valores

Código ISN	Nemónico	Año-mes	Apertura	Cierre	Máxima	Mínima	Promedio
			(en S/.)				
PEP218021108	BACKUAC1	2010-01	62.00	62.00	62.05	62.00	62.03
PEP218021108	BACKUAC1	2010-02	58.60	58.00	58.60	58.00	58.20
PEP218021108	BACKUAC1	2010-03	58.00	58.00	58.00	58.00	58.00
PEP218021108	BACKUAC1	2010-04	57.00	57.00	57.00	57.00	57.00
PEP218021108	BACKUAC1	2010-05	56.00	55.00	60.00	55.00	57.61
PEP218021108	BACKUAC1	2010-06	52.00	52.00	52.00	52.00	53.16
PEP218021108	BACKUAC1	2010-07	52.01	52.00	52.01	52.00	52.00
PEP218021108	BACKUAC1	2010-08	52.00	54.00	55.00	52.00	53.17
PEP218021108	BACKUAC1	2010-09	57.00	57.00	57.00	57.00	56.78
PEP218021108	BACKUAC1	2010-10	56.06	56.06	56.06	56.06	56.06
PEP218021108	BACKUAC1	2010-11	S/C	S/C	S/C	S/C	S/C
PEP218021108	BACKUAC1	2010-12	56.87	59.50	59.50	56.87	57.79
PEP218024201	BACKUBC1	2010-01	41.89	42.00	42.00	41.89	41.99
PEP218024201	BACKUBC1	2010-02	42.00	42.00	42.00	42.00	42.00
PEP218024201	BACKUBC1	2010-03	S/C	S/C	S/C	S/C	S/C
PEP218024201	BACKUBC1	2010-04	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
PEP218024201	BACKUBC1	2010-05	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
PEP218024201	BACKUBC1	2010-06	S/C	S/C	S/C	S/C	35.51
PEP218024201	BACKUBC1	2010-07	35.00	40.20	40.20	35.00	36.53
PEP218024201	BACKUBC1	2010-08	45.00	45.00	45.00	45.00	44.99
PEP218024201	BACKUBC1	2010-09	45.00	47.97	49.00	45.00	47.97
PEP218024201	BACKUBC1	2010-10	47.97	56.00	56.00	47.97	53.21
PEP218024201	BACKUBC1	2010-11	55.00	62.00	62.00	55.00	59.21
PEP218024201	BACKUBC1	2010-12	62.00	60.86	62.00	60.86	61.40
PEP218025000	BACKUSI1	2010-01	3.90	3.95	4.07	3.80	3.94
PEP218025000	BACKUSI1	2010-02	3.95	3.96	4.08	3.90	3.97
PEP218025000	BACKUSI1	2010-03	3.96	4.00	4.00	3.96	3.98
PEP218025000	BACKUSI1	2010-04	4.00	4.05	4.20	4.00	4.04
PEP218025000	BACKUSI1	2010-05	4.05	4.20	4.26	4.05	4.19
PEP218025000	BACKUSI1	2010-06	4.20	4.01	4.20	4.00	4.07
PEP218025000	BACKUSI1	2010-07	4.00	4.44	4.44	4.00	4.23
PEP218025000	BACKUSI1	2010-08	4.50	4.71	4.71	4.50	4.61
PEP218025000	BACKUSI1	2010-09	4.75	5.20	5.20	4.75	4.98
PEP218025000	BACKUSI1	2010-10	5.25	5.66	5.66	5.25	5.42
PEP218025000	BACKUSI1	2010-11	5.66	5.70	5.70	5.40	5.52
PEP218025000	BACKUSI1	2010-12	5.70	5.68	5.70	5.68	5.69

S/C: Sin cotización.

Gestión operativa

Ingresos brutos

Los ingresos brutos (netos de impuestos) crecieron en S/.229.1 millones respecto al año anterior y alcanzaron S/.2,676.7 millones. Este crecimiento equivale a 9.4%.

El precio promedio ponderado de nuestros productos, a valor nominal, aumentó en 0.1% por hl, en atención al efecto neto de la más alta participación de las ventas de marcas de mayor valor.

Costo de ventas y otros costos operacionales

No obstante haber registrado un aumento en las ventas, los costos disminuyeron de S/.807 millones en el 2009 a S/.797.7 millones en el 2010, lo que equivale a una reducción de 1.2%. Esto se debe principalmente al menor precio de los insumos utilizados en el proceso de producción y eficiencia en el consumo de los mismos.

Composición del crecimiento de los ingresos brutos (netos de impuestos) **de Backus en el 2010**

Rubro	Monto (S/. millones)
Variación en volumen de cerveza	166.9
Variación en valor de venta en cerveza	28.7
Variación en volumen de gaseosas y aguas	25.3
Variación en valor de venta de gaseosas y aguas	-3.7
Variación en volumen de licores y bebidas nutritivas	0.2
Variación en valor de venta de licores y bebidas nutritivas	0.5
Variación en otros ingresos operacionales	11.2
Total	229.1

Utilidad bruta

Backus obtuvo una utilidad bruta de S/.1,879 millones en el 2010, superior en S/. 238.4 millones a la del 2009, lo que equivale a un incremento de 14.5% respecto a la del ejercicio anterior.

Gastos operacionales

Los gastos de venta, gastos de administración, la ganancia o pérdida en la venta de activos y los otros ingresos y otros gastos, en conjunto, aumentaron de S/.972 millones en el 2009 a S/.1,193.9 millones en el 2010, lo cual representa un incremento de S/.221.9 millones, equivalente a 22.8%. En particular, los gastos de venta, en conjunto, aumentaron en S/.132 millones, por el efecto neto del aumento en los gastos de comisión mercantil, gastos de publicidad y tributos y por la disminución de gastos por fletes y provisión de cobranza dudosa. Los gastos de administración aumentaron en S/.79.7 millones, principalmente por mayores gastos vinculados a proyectos de transformación. Las otras cuentas disminuyeron en S/.10.2 millones en conjunto, debido principalmente al efecto neto de un mayor ingreso en la venta de activos fijos, un menor ingreso en la venta de inversiones y un mayor gasto por baja de activos fijos.

Utilidad operativa

La utilidad operativa obtenida por Backus en el 2010 ascendió a S/.685.1 millones, luego de restar los gastos operacionales de la utilidad bruta, nivel superior a los S/.668.6 millones alcanzados el año anterior. De esta manera, la utilidad se incrementó en S/.16.5 millones, que equivale a un aumento de 2.5%, respecto del 2009.

Otros ingresos y egresos financieros

El rubro de otros ingresos y egresos financieros registró una variación positiva de S/.13.8 millones en el 2010, explicada principalmente por menores intereses y gastos de préstamos.

Resultado antes de impuestos

El resultado antes del Impuesto a la Renta, en el 2010, ascendió a S/.741.3 millones, 4.3% más que en el 2009.

Impuesto a la Renta

El Impuesto a la Renta pasó de S/.208.9 millones en el 2009 a S/.222.1 millones. Cabe señalar que ambos importes corresponden a la parte corriente y diferida.

Resultado neto

El resultado neto del período 2010 asciende a S/.519.2 millones. Este valor es 3.4% mayor que el obtenido en el año previo.

Utilidades

Al finalizar el ejercicio 2010, la utilidad bruta del negocio fue de S/.1,879.0 millones. Una vez deducidos los gastos de venta y administrativos, otras provisiones y gastos netos, así como la participación de utilidades según el DL 892 y el IR, y sumados los resultados atribuibles a las subsidiarias e ingresos financieros netos por un total de S/.1,359.8 millones, se obtiene como resultado una utilidad neta de S/.519.2 millones, monto que se pondrá a consideración de la Junta de Accionistas para su distribución como dividendo.

La utilidad operativa obtenida por Backus en el 2010 ascendió a S/.685.1 millones

De otro lado, habiéndose distribuido a cuenta de resultados durante el año la cantidad de S/.417 millones, según los acuerdos del Directorio del 24 de mayo, 27 de agosto y 23 de noviembre, resta un saldo distribuible equivalente a S/.102.2 millones, que sumado al saldo de las utilidades retenidas por S/.45.3 millones, totaliza un monto de S/.147.5 millones, que se propondrá a la Junta de Accionistas para su distribución.

Reservas de libre disposición

La cuenta de reservas de libre disposición presenta un saldo en el patrimonio que asciende a S/.30,478, cifra que se propondrá a la Junta de Accionistas para su distribución, en adición al dividendo proveniente de utilidades.

Gestión de
Recursos Humanos
p. 38

Nuestra gente

- Alineados con nuestra visión de ser el Empleador Preferido, y con el fin de atraer a los profesionales más destacados del mercado, en el 2010 hemos continuado con el proyecto de Marca de Empleo Backus.

- En el 2010, se creó el Programa Integral de Salud y Bienestar "VIDA SALUDABLE", que busca generar una cultura de salud preventiva.

130 AÑOS
Backus
PASIÓN POR EL PERÚ
Y SU GENTE

Gestión de Recursos Humanos

El 2010 fue año en el que el equipo de Recursos Humanos centró sus esfuerzos en trabajar en la integración de los procesos relacionados al Desarrollo de Personas.

En ese contexto, nos preocupamos por:

- Desarrollar nuestra gente bajo nuestro modelo de liderazgo y autogestión.
- Encontrar esquemas remunerativos beneficiosos, a través de la implementación de un nuevo esquema de pago denominado Remuneración Integral Anual para jefes, funcionarios y ejecutivos, la consolidación de beneficios para empleados y la incorporación de conceptos de remuneración variable para obreros.

A continuación presentamos las principales actividades realizadas en el 2010

Desarrollo de Personas

Consolidamos el equipo denominado "Desarrollo de Personas". Este equipo trabajó reforzando en nuestra gente el rol de los líderes como desarrolladores de sus equipos a fin de generar soluciones y optimizar procesos.

En ese contexto, en el 2010, nos preocupamos por:

Entrenar a nuestra gente en:

- Aplicar IDP´s de calidad, alcanzando un 90% de cobertura.
- Alcanzar metas y expectativas propuestas, desarrollando el programa denominado "Lograr un Mejor Desempeño".
- Conocer nuestra Cadena de Valor del Negocio, lo cual ha sido aplicado en los "Programas de Inducción", ejecutándose más de 70 de éstos a nivel nacional.
- Desarrollar las competencias necesarias en los *Trainees* con el fin de que estén listos para asumir responsabilidades de mayor complejidad en el futuro, así como asegurar la sostenibilidad del negocio a través del desarrollo acelerado del nuevo talento.

- Manejar el cambio y el despliegue de la implementación del Proyecto **Génesis.**

Lanzamientos y despliegues:

- Lanzamos "How" o "Cómo", metodología para entrenar a nuestros principales ejecutivos sobre cómo logramos las cosas, como líderes de éxito, a fin de obtener resultados sostenibles en el tiempo.
- Modelo de Liderazgo Latinoamericano en Backus para reforzar nuestro modelo de liderazgo, entre nuestros funcionarios, ejecutivos y supervisores a nivel nacional. El despliegue se hizo bajo la dirección de Rob Mallick, consultor externo de SABMiller, y de Germán Retama, de INCAE.
- IV Programa de Desarrollo de Liderazgo (LDP), dirigido a nuestros ejecutivos con el fin de que desarrollen su estilo de liderazgo dentro del marco de comportamientos deseados.
- Programa Coaching dirigido a nuestros ejecutivos para identificar las áreas de mejora personal y, así lograr ser un mejor líder. Éste año se ejecutó una sesión compartida entre jefe y colaborador a fin de favorecer el compromiso, de ambas partes, para lograr el desarrollo del participante.
- Implementación del Proceso de Adquisición de Competencias (CAP), enfocándonos en la actualización de las guías y validación de personal competente en sus puestos de trabajo. Este es un mecanismo a través del cual diagnosticamos e identificamos al personal que cumple con las competencias del cargo y nos permite elaborar un plan de desarrollo individual para aquellos que requieren cerrar brechas.
- Continuidad (hasta el cierre) del despliegue del Programa de Agente de Marca, Segunda Fase.
- Metodología virtual que no solo permite ahorrar tiempo por desplazamientos, sino que nos facilita llegar a nuestros colaboradores más alejados geográficamente.

Gestión de Talento en Backus

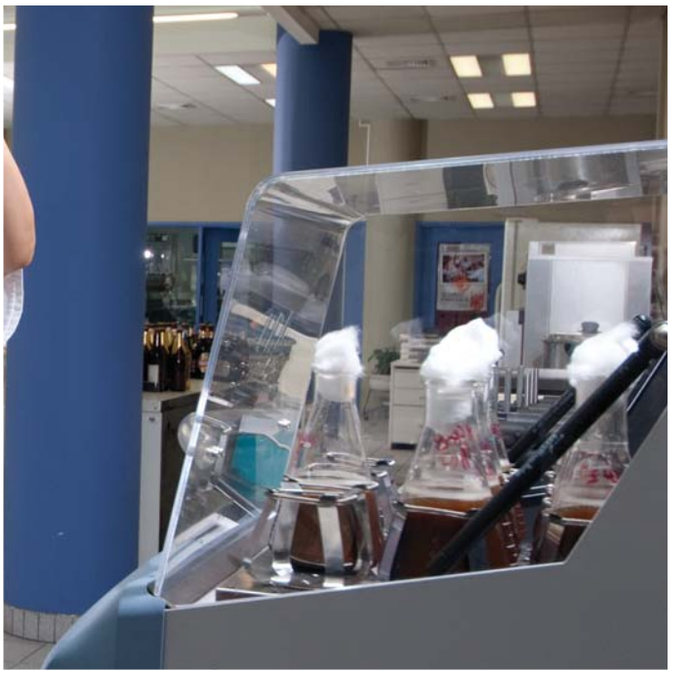
Contamos con un proceso de gestión de talento cada vez más completo y exigente que nos permite analizar el talento a nivel local y regional e identificar las coberturas y planes de sucesión para todos los cargos gerenciales y directivos de la organización. De este proceso, se desprenden acciones específicas para la necesidad del negocio como, por ejemplo, el Programa de *Trainees* y el desarrollo acelerado de talento,

a través de su exposición a responsabilidades más complejas tales como exportaciones, promociones y movimientos laterales, entre otros.

En este sentido, el extraordinario talento con el que cuenta Backus ha permitido:

A nivel externo: posicionarnos como un proveedor de talento regional y global dentro de SABMiller. Realizamos 14 exportaciones de colaboradores de Backus a otras operaciones/subsidiarias de SABMiller en Latinoamérica y África durante el 2010.

A nivel interno: lograr cubrir con nuestro personal el gran número de vacantes en los niveles gerenciales y de jefatura. Hemos promovido, a 7 Jefes a cargo de Sub Gerentes y 35 colaboradores a cargos de Jefes.



Estas promociones, a nivel interno y externo, impactan positivamente en la retención y atracción, claves de éxito para ubicarnos entre los mejores empleadores.

Proyecto Marca Empleador Backus

Alineados con nuestra visión de ser el Empleador Preferido, y con el fin de atraer a los profesionales más destacados del mercado, en el 2010 hemos continuado con el proyecto de Marca de Empleo Backus en coordinación con las Jefaturas de Marca Corporativa e Insight. Entre nuestras acciones más representativas del 2010 estuvieron las ferias de trabajo en las universidades más reconocidas a nivel nacional. Cabe destacar la mención obtenida en la "IX Feria de Trabajo de la Universidad de Lima", en reconocimiento a haber tenido el "Mejor Stand" por tercer año consecutivo.

Modelo Estratégico de Recursos Humanos (Rol de *Business Partners* y Especialistas)

Para el 2010, Backus ha fortalecido su Modelo Estratégico de Recursos Humanos, el cual refuerza la orientación al cliente y al negocio, a través de roles y responsabilidades: *Business Partners* y Especialistas. Dicho modelo facilita la interacción de Recursos Humanos con sus clientes y garantiza respuestas oportunas y alineadas a sus necesidades, buscando agregar valor al negocio.

Al respecto, los procesos especializados se han fortalecido por la información referida a percepciones y necesidades de los clientes, obtenidas de forma directa por el *Business Partner*, ello ha facilitado el diseño y desarrollo de proyectos y servicios, así como el *feedback* sobre los servicios para aplicar mejoras en los mismos. En ese sentido, cada Gerencia cuenta con un *Business Partner* que le brinda asesoría en relación a la gestión de personas. El alcance del modelo es a nivel nacional y a las diferentes áreas del negocio.

Comunicaciones Internas

Durante el 2010, el área de Comunicaciones Internas, apoyando a las diversas Gerencias y en línea con los objetivos de comunicación con nuestros colaboradores, desarrolló en este año un intenso despliegue en:

- Portafolio de marcas, el Modelo de Liderazgo y nuestras Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible centradas en los Clientes y Consumidores, la Colaboración y la Comunidad.
- Lanzamientos de productos como MGD, Cusqueña Red Lager y Cusqueña de Trigo, así como el relanzamiento de Pilsen Callao con su envase verde. A estas acciones se sumaron la difusión permanente de la publicidad de todas las marcas, previas a su publicación externa, reforzando el concepto de Agente de Marcas con los colaboradores.
- Despliegue del Modelo de Liderazgo y Desarrollo de Personas a través de la integración de procesos de desempeño, talento y adquisición de competencias, sumados a iniciativas para reforzar el concepto de cultura financiera y cadena de valor.

Relaciones Laborales

El 2010 se aprobó y desplegó en toda la organización la Política de Conducta y Disciplina, la misma que está alineada al modelo de Liderazgo de SABMiller y tiene por objetivo brindar a los jefes de línea una herramienta efectiva y oportuna.

Además, participamos en el proceso de negociación colectiva de la Planta Huarochirí, concluyendo en octubre con la suscripción de un convenio colectivo con vigencia a 3 años fijando un sistema de bono por desempeño para el personal obrero.

Por su parte, en marzo del 2010, Backus otorgó de manera unilateral un incremento a los trabajadores de las plantas Arequipa y Cusco –quienes por decisión propia decidieron disolver la Organización Sindical que los agrupaba en años previos y afiliarse al Sindicato Nacional–, fijándose un esquema de incrementos al básico y bonos por cumplimiento de metas. Este incremento se dio al no estar los trabajadores obreros de dichas plantas, cubiertos por un convenio colectivo.

Revisión de la Estructura Salarial

En la administración de compensaciones y con la finalidad de mantener una posición competitiva que nos permita atraer y retener personal calificado, así como optimizar nuestra equidad interna, otorgamos incrementos a nuestro personal (funcionarios y empleados) por concepto de nivelación salarial, a nivel nacional.

Para el personal obrero, se introdujeron nuevos conceptos para el otorgamiento de incrementos salariales basados en la comparación con el mercado, revisión con respecto a la inflación y Premio por Resultados de la Planta, a diferencia del esquema de incrementos *flat*, como se otorgaba históricamente con el objetivo de asegurar sueldos justos e incentivos para el logro de objetivos específicos.

Gestión del Área de Bienestar

En el 2010, se creó el Programa Integral de Salud y Bienestar "VIDA SALUDABLE", a nivel nacional, que busca generar una cultura de salud preventiva, y que promueve conductas adecuadas de hábitos alimenticios, nutrición y actividad física.

Además, las actividades formativas y recreativas continuaron este año, realizándose el Taller de Líderes Juveniles y el Programa de Becas IPFE tanto a nivel escolar, como técnico y superior, para niños con un alto rendimiento académico.

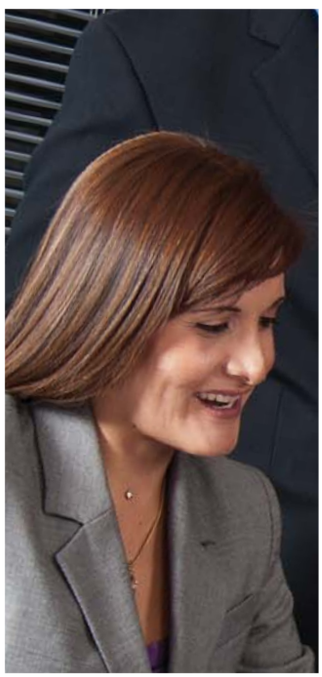
En cuanto a las actividades de Responsabilidad Social, se realizó la colecta a nivel nacional de ropa de abrigo para las zonas más necesitadas incentivando la colaboración y participación de nuestros colaboradores.

14 exportaciones de colaboradores de Backus a subsidiariasde SABMiller en Latinoamérica y África

Gestión integrada de Recursos Humanos en las Regiones

Backus siguió trabajando de manera integrada la Gestión de Recursos Humanos en las 4 regiones a nivel nacional, a través de una Misión, Visión y Valores compartidos, haciendo énfasis en el desarrollo de las siguientes metas:

- Estandarización de los indicadores de calidad.
- Impulso de los mini negocios en todas las regiones.
- Desarrollo de procedimientos que fortalezcan la multi-habilidad en los generalistas.
- Desarrollo de procedimientos para facilitar la autogestión de los jefes de línea.
- Estandarización de los Sistemas Integrados de Gestión.
- Herramientas de desarrollo fortalecidas en los equipos de Recursos Humanos de las regiones.



Directorio
p. 44

Reseña de la
Plana gerencial
p. 50

Comité de Buen
Gobierno Corporativo
p. 52

Nuestro gobierno corporativo

Nuevamente la Bolsa de Valores de Lima, nos reconoció por ser una empresa con buenas prácticas corporativas.

Una de las prioridades del desarrollo sostenible que promovemos, justamente, guarda relación con la transparencia en el accionar y el reporte de sus actividades.

130 AÑOS
Backus
PASIÓN POR EL PERÚ
Y SU GENTE

Directorio

Durante el 2010, no hubo cambios en el Directorio

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

Reseña de los miembros del Directorio

➔ Carlos Bentín Remy

Gerente General de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. desde 1989 hasta el 2004. Administrador de Empresas de la Universidad del Pacífico. Obtuvo el título de MBA en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México, en 1971. Participó en el Programa de Alta Dirección de la Universidad de Piura en 1992 y en el Programa Ejecutivo en Cervecerías en el United States Breweries Academy. Realizó estudios en el CAEM en 1977.

➔ Alex Paul Gastón Fort Brescia

Actualmente es miembro del Directorio de Rímac Seguros y Rímac EPS, BBVA Banco Continental, Tecnológica de Alimentos, Minsur, Compañía Minera Raura, Clínica Internacional, Inversiones Nacionales de Turismo, Compañía Peruana de Productos Químicos, Agrícola Hoja Redonda, Exsa y Soldexa. Asimismo es miembro del Directorio de la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEX). Es Bachiller con especialización en Economía de Williams College y tiene una maestría en Administración de Empresas en Columbia University.

➔ Juan Carlos García Cañizares

Colombiano de nacimiento y miembro de la Junta Directiva de Bavaria S.A. y UCP Backus y Johnston S.A.A. Se ha desempeñado como Asociado de Banca de Inversión en Corredores Asociados S. A. Fundó Estrategias Corporativas S.A. en 1992, firma dedicada a asesoría y banca de inversión en fusiones y adquisiciones en la región andina, con más de US$2 mil millones en transacciones en la región. Fue Presidente de Valores Bavaria Interne Inc. y ha sido miembro de las Juntas Directivas de Cervecería Águila S.A., Malterías de Colombia S. A., Re Colombia S. A. y TV Cable Ltda. Es Ingeniero Industrial de la Universidad Javeriana, con estudios de Desarrollo Gerencial en IMD en Lausana, Suiza.

➔ Luis Eduardo García Rosell Artola

Gerente de Finanzas desde enero del 2004 hasta el 31 de diciembre del 2009. Asumió la Gerencia de Ventas de Backus a partir del 1 de enero del 2010. Forma parte del Grupo Backus desde agosto de 1992 cuando ingresó a Backus & Johnston Trading S.A. ocupando el cargo de Gerente de Finanzas. Durante el periodo comprendido entre enero de 1996 y diciembre de 1999, se desempeñó como Contralor de Corporación Backus y Johnston S.A. siendo luego nombrado Contralor General Corporativo hasta diciembre del 2003. Egresó de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad de Lima.

➔ Pedro Pablo Kuczynski Godard

Ha sido empresario privado durante 25 años, actividad en la que ejerció la presidencia de un reconocido banco de inversión en Nueva York y la dirección de una empresa de inversiones en América Latina. Desde el 2007, es asesor y socio de The Rohatyn Group, una empresa con sede en Nueva York, especializada en gestión de fondos de países emergentes. También es Presidente de AMG, una compañía dedicada a metales especiales relacionados a la energía solar, y ha creado y preside Agualimpia, una organización para ayudar a implementar proyectos de agua y saneamiento para las zonas más pobres del Perú. Es director de Ternium, la mayor empresa siderúrgica de América Latina y preside el Taiwan Greater China Fund. En el Perú ha sido Gerente del Banco Central de Reserva, Ministro de Energía y Minas (1980-1982), Ministro de Economía y Finanzas (2001-2002 y 2004-2005) y Presidente del Consejo de Ministros (agosto 2005 - julio 2006). Es autor de varios libros sobre la economía de América Latina y del Perú y ha sido Catedrático de la Pontificia Universidad Católica en el Perú y de la Universidad de Pittsburgh en Estados Unidos. También ha sido director de varias empresas peruanas e internacionales, incluyendo el directorio internacional de la Toyota Motor Company en Tokio. Cursó sus estudios en el Perú y en las universidades de Oxford y de Princeton, donde hizo su post grado en Economía.

➔ Francisco Mujica Serelle

Es Vice Presidente del Directorio de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A desde mayo del 2010. Presidente del Consejo de Supervigilancia de Fundaciones y Vice Presidente de la Segunda Sala de Competencia del Tribunal del Indecopi. Fue responsable de la Asesoría Legal de Cervecerías Peruanas Backus desde diciembre de 1963 hasta el 31 de marzo del 2008. Presidente del Club Sporting Cristal S.A. Fue Presidente del Directorio de la Empresa de Transportes Aéreos del Perú (Aeroperú), desde agosto de 1985 hasta febrero de 1988. Ha sido miembro de comisiones consultivas ministeriales y ha ocupado cargos directivos en el Colegio de Abogados de Lima. Es autor de tres libros, el más recientemente publicado "Backus 1954 / 2009 de la Peruanización a la Globalización". Abogado en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Hizo un post grado en la Universidad de Paris en la especialidad de Ciencias Sociales del Trabajo en 1965. Ha seguido numerosos cursos de especialización y de administración de empresas.

➔ Felipe Osterling Parodi

Profesor Principal de la Pontificia Universidad Católica del Perú desde 1957. Socio Principal del Estudio Osterling Sociedad Civil. Profesor Extraordinario de la Universidad de Lima desde 1988. Profesor Conferencista en las Universidades de Notre Dame, Harvard, Georgetown, Nueva York y Columbia. Presidente de la Comisión Reformadora del Código Civil (1971 – 1984). Vice Presidente de la Academia Peruana de Derecho (30 miembros). Miembro de la Sociedad Peruana de Derecho Internacional. Ex Decano de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú (1969 – 1972). Ex Ministro de Justicia (1980 – 1981). Ex Senador de la República (1985 – 1992). Ex Presidente del Senado y del Congreso de la República (1991 – 1992). Ex Decano del Colegio de Abogados de Lima (1995). Autor de numerosas obras y tratados, así como de diversos artículos fundamentalmente sobre temas jurídicos. Admitido en el Colegio de Abogados de Lima en 1955, cuenta con el grado académico de Doctor en Derecho. Estudió en la Pontificia Universidad Católica del Perú y cuenta con post grados en la Universidad de Michigan y de Nueva York entre 1955 y 1956.

➔ José Antonio Payet Puccio

Desde 1996, es socio del Estudio Payet Rey Cauvi, donde se especializa en Derecho Corporativo. Ha sido profesor en varias universidades de Lima y es autor de diversas publicaciones en los temas de su especialidad. Es Abogado graduado de la Pontificia Universidad Católica del Perú y Máster en Derecho de la Universidad de Harvard.

➔ Carlos Alejandro Pérez Dávila

Es miembro del Board of Directors de SABMiller Plc y miembro de las Juntas Directivas de Bavaria, Valores Bavaria, Caracol TV, Avianca, Compañía Nacional de Cervezas de Panamá y UCP Backus y Johnston S.A.A. Director Gerente Senior de Violy, Byorum & Partners (VB&P). Empezó su carrera en banca de inversión en 1985 en Goldman, Sachs & Company. De 1988 a 1994 cuando residía en Londres, trabajó para S. G. Warburg & Co. donde alcanzó la posición de Director de la firma en la División de Consultoría Internacional. En S.G. Warburg era responsable principalmente por las actividades de banca de inversión de la firma en Venezuela, Colombia, Ecuador y Perú. En 1994 dejó S. G. Warburg para concentrarse en el establecimiento de un nuevo banco comercial en Colombia, así como la creación de una compañía que actualmente ofrece un servicio celular digital en Colombia. En 1995 ingresó a BellSouth como Vice Presidente de Desarrollo de Negocios en Latinoamérica. Ahí diseñó e implementó la entrada de BellSouth en el mercado celular de Brasil. Colombiano de nacimiento, obtuvo su grado en Gobierno y Economía en la Universidad de Harvard y es Máster de Filosofía en Economía y Política en la Universidad de Cambridge, Inglaterra.

➔ Robert Priday Woodworth

Labora desde hace 28 años en el Grupo SABMiller. Desde enero del 2006, se desempeña como Gerente General de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. Desde mayo de 1982 hasta junio de 1988 ocupó diferentes cargos en el área de Finanzas de South African Breweries (Sudáfrica). En julio de 1988,

fue nombrado Gerente del Proyecto Financiero nacional en SAB. En agosto de 1990 asumió la Gerencia de Finanzas de North Region South African Breweries. En septiembre de 1991, fue designado Gerente General de Ventas y Distribución de la misma empresa hasta noviembre de 1995 cuando ocupó el cargo de Director de Distribución de South African Breweries (Sudáfrica). En agosto de 1997, ingresó a la Kompania Piwowarska en Polonia como Vice Presidente de Desarrollo de Marketing, Ventas y Distribución. A partir de septiembre de 1999, se desempeñó como Presidente y Director Gerente de Saris AS en Eslovaquia. Desde diciembre del 2001, asumió el cargo de Presidente y CEO de Cervecería Hondureña y compañías afiliadas. Nacido en Inglaterra, realizó sus estudios en Sudáfrica e Inglaterra en Administración de Empresas, Finanzas, Marketing y Tecnología de la Información.

➔ Mauricio Restrepo Pinto

Trabajó dos años en el área de fusiones y adquisiciones del JP Morgan en la ciudad de Nueva York. Posteriormente fue Vice Presidente Financiero de Sofasa y Vice Presidente Comercial de Toyota en la misma empresa. Fue Vice Presidente Financiero de Pavco S. A. durante dos años y luego fue nombrado Chief Operating Officer del Grupo Random House Mondadori, con sede en Buenos Aires. Colombiano de nacimiento, es graduado en Economía y Matemáticas de la Universidad de Tufts. Obtuvo su MBA en el Harvard Business School. Es miembro de las Juntas Directivas de Industrias La Constancia S.A. de C.V (Suplente); Cervecería Nacional CN S.A., Dinadec S.A.; Inversiones Nixa S.A.; Racetrack Colombia Finance S.A; UCP Backus y Johnston S.A.A.; Cervecería San Juan S.A.; Cervecería Nacional S.A. y Refrescos Nacionales S.A.

➔ Manuel Romero Caro

Desde marzo del 2004 es miembro del Directorio de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. Fue Vice Presidente del Directorio de la Sociedad desde el 15 de septiembre del 2004 hasta mayo del 2010. Ha sido Gerente General y Presidente del Directorio de COFIDE; miembro del Directorio de Sociedad Paramonga Ltda., Minero Perú Comercial, Banco Minero del Perú, Empresa Minera del Perú, Empresa Minera del Centro, Manufacturas Metálicas Josfel, Bandesco, Empresa Promotora Bayóvar, La Papelera Peruana, Papelera Pucallpa, Celulósica Papelera del Norte. Asimismo, se ha desempeñado como Decano del Colegio de Economistas del Perú y Presidente del Directorio de Corporación Nacional de Desarrollo. También ha sido Ministro de Estado en el despacho de Industria, Comercio, Turismo e Integración y representante titular del Perú ante la Corporación Andina de Fomento, la Junta del Acuerdo de Cartagena, y el Sistema Económico Latinoamericano y Asociación Latinoamericana de Integración. Fue Presidente de la Corporación Gestión S.A. (que conforman el diario Gestión, Gestión Médica y CPN Radio). Miembro de la Junta Directiva de "Alianza para un Perú sin Drogas". A partir de febrero del 2005, es Director de la American Chamber of Commerce of Perú (Amcham). Economista y Administrador de Empresas de la Universidad del Pacífico, y es Master en Economía en el Virginia Politecnic Institute and State University, Blacksburg, en Estados Unidos.

➔ Alejandro Santo Domingo Dávila

Es miembro del Board of Directors de SABMiller Plc y miembro de las Juntas Directivas de Bavaria; Valores Bavaria, BellSouth Colombia, Avianca; Caracol TV, Media Capital, Compañia Nacional de Cervezas Panamá y UCP Backus y Johnston S.A.A. Laboró para Violy, Byorum & Partners desde junio de 1999 hasta septiembre del 2002. Trabajó como banquero de inversiones concentrándose en telecomunicaciones, medios de comunicación e industrias de productos de consumo. Ha participado en la venta del control de la empresa Celumovil a BellSouth, la reestructuración de Avianca y su fusión con Aces, la compra de Compañía Nacional de Cervezas de Panamá y una inversión en UCP Backus y Johnston por Bavaria S. A. Antes de ingresar a VB&P, se graduó en la Universidad de Harvard con una especialización en Historia.

➔ Barry John Kingsley Smith

Se integró a la División de Cerveza de SABMiller en 1984, como Gerente General de Western Cape y luego se convirtió en el Gerente General de Natal. En 1987, fue promovido a Director de Operaciones de la División de Cerveza. En 1992, fue designado como Director de Marketing de la División de Cerveza de SAB. En 1997, asumió la responsabilidad de la adquisición de inversiones que SAB realizó en Polonia, integrándolas a la compañía nacional Kompania Piwowarska de la que fue Gerente General. A fines del 2000, fue transferido a Estados Unidos, como Presidente de Pilsner Urquell USA Inc. y en el 2001 fue designado Vice Presidente Senior de la División de Estrategia y Desarrollo de Mercado de la empresa Miller Brewing Company, y en el 2005 asumió la Presidencia Regional Latinoamericana del Grupo SABMiller hasta el 31 de diciembre del 2010. Realizó estudios en la Universidad de Stellenbosch (Sudáfrica) y en la Universidad de Sudáfrica. Posee un MBA en la Universidad de Harvard.

Otros aspectos relacionados con el Directorio

Con respecto al grado de vinculación, por afinidad o consanguinidad, entre los directores y entre éstos y la plana gerencial, los señores Alejandro Santo Domingo Dávila y Carlos Pérez Dávila tienen vinculación por consanguinidad en cuarto grado.

Los directores independientes de la sociedad son los señores:

- Francisco Mujica Serelle
- Carlos Bentín Remy
- Manuel Romero Caro
- Felipe Osterling Parodi
- Alex Paul Gastón Fort Brescia
- Pedro Pablo Kuczynski Godard

El porcentaje que representa el monto total de las remuneraciones de los miembros del Directorio independientes y de la plana gerencial incluido el Gerente General, respecto al nivel de ingresos brutos, según los Estados Financieros de la empresa, es 0.38%.

Dividendos declarados el 2010

En febrero del 2010, la Junta General de Accionistas acordó repartir S/.103.6 millones como dividendo en efectivo, correspondientes al saldo no distribuido de las utilidades acumuladas del ejercicio 2009. Adicionalmente se declaró S/.0.2 millones con cargo al saldo de la reserva de libre disposición. Entre ambos conceptos se alcanzó la suma de S/.103.8 millones.

Asimismo en Sesión de Directorio de mayo, agosto y noviembre del 2010 se declararon dividendos a cuenta de las utilidades del presente ejercicio, por S/.150 millones, S/.127 millones y S/.140 millones que fueron pagados a partir de junio, septiembre y diciembre del 2010, respectivamente.

S/.520.8 millones

en dividendos declarados

Plana gerencial

Nombre	Título	Cargo	Desde
Robert Priday Woodworth	Licenciado en Negocios	Gerente General	2006 a la fecha
Luis Eduardo García Rosell Artola	Ingeniero Industrial	Gerente de Ventas	01 de enero del 2010 a la fecha
Carlos Agualimpia Varela	Ingeniero Industrial	Gerente de Marketing	2009 a la fecha
Augusto Rizo Patrón Bazo	Especialista en Transportes	Gerente de Distribución	2006 a la fecha
Luis Enrique Carbone Nicolini	Ingeniero Industrial	Gerente de Logística	2008 a la fecha
Bret Rogers	Administrador de Empresas	Gerente de Recursos Humanos	2006 a la fecha
Salomón Tuesta Atala	Ingeniero Industrial	Gerente de Manufactura	1995 hasta 31 de marzo 2010
Luis Felipe Cantuarias Salaverry	Abogado	Gerente de Planeamiento y Asuntos Corporativos	01 febrero 2010 a la fecha
Creso Henrique Pacheco de Macedo	Ingeniero Químico	Gerente de Manufactura	01 de abril 2010 hasta 28 de febrero 2011
Raúl Ferrero Álvarez Calderón	Economista	Gerente de Finanzas	01 de mayo 2010 a la fecha

Reseña de la plana gerencial

➔ Carlos Agualimpia Varela

Gerente de Marketing desde el 1 de junio del 2009. Inició su experiencia laboral en Gillette (hoy parte de Procter & Gamble) en Colombia, donde trabajó 20 años (con una breve interrupción, en la cual fue Gerente de Mercadeo de Pepsi para Colombia), durante los cuales ocupó cargos a nivel local, regional y global, que lo llevaron a salir de Colombia en 1996 y pasar por Polonia, Rusia, Sudáfrica, Argentina, Venezuela y Estados Unidos. En este último, residió y ocupó el cargo de Director Global de Marketing para el negocio de máquinas de afeitar desechables. Es Ingeniero Industrial de la Universidad Javeriana de Cali, Colombia y tiene un post grado en Administración y Gerencia de la Universidad de Harvard en Boston.

➔ Luis Felipe Cantuarias Salaverry

Fue nombrado Gerente de Planeamiento y Asuntos Corporativos (área antes denominada Gerencia de Estrategia y Relaciones Corporativas), mediante acuerdo de la Sesión de Directorio del 24 de noviembre del 2009. Inició sus funciones a partir del 1 de febrero del 2010. Ingresó al Grupo SABMiller en el 2006 y desempeñó el cargo de Senior Vice-President Corporate Affairs para Latinoamérica, siendo responsable a nivel regional de las Estrategias de Desarrollo Sostenible, Comunicación Corporativa y Manejo de Riesgos, así como del Área Legal y de Seguridad, entre otros temas de asuntos externos. Es además miembro del Comité Ejecutivo de SABMiller Latinoamérica. Tuvo una destacada participación en el sector público como Jefe de Gabinete del Primer Ministro del Perú en el periodo 1996-1998. Asimismo, ocupó el cargo de Vice Presidente Comercial y de Asuntos Corporativos en la empresa minera Antamina. Abogado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, cuenta con una maestría en Derecho con mención en Finanzas Corporativas de la Universidad de Harvard.

➔ Augusto Rizo Patrón Bazo

Es también Gerente General de Transportes 77 S.A. Gerente de Distribución desde marzo del 2006. Graduado en Mecánica Automotriz en SENATI – Perú y en Administración de Transportes en Chelsea College of Aeronautical & Automobile Engineering en Inglaterra, MSc en Logística y Transportes en Aston University – Inglaterra. Asimismo, ha seguido cursos de perfeccionamiento en Transportes & Logística en la escuela de Transportes – North Western University en EEUU y de Desarrollo de Ejecutivos de Latinoamérica en la escuela de Kellog – North Western University – Estados Unidos. Ha participado en los Programas de Desarrollo Directivo y de Desarrollo de Operaciones en la Universidad de Piura.

➔ Bret Rogers

Gerente de Recursos Humanos desde marzo del 2006. Se desempeñó como Director de Logística Management en Cervecería Hondureña durante cinco años, así como miembro del Directorio durante dos años. Graduado en Administración de Negocios, con mención en Finanzas en California State University. Obtuvo los grados de Master of International Management y Master of International Economic Policy, en American Graduate School of International Management, Thunderbird Campus y Universidad de Belgrano, Argentina, respectivamente.

➔ **Salomón Tuesta Atala**

Gerente de Manufactura desde 1995 hasta el 31 de Marzo del 2010. Trabajó en Cervecería San Juan S. A. desde 1972 hasta 1991 como Primer Cervecero y Director de Producción y Gerente General. Desempeña cargos en la empresa desde 1991. Graduado en Ingeniería Industrial por la Universidad Nacional de Ingeniería. Ha participado en el Programa de Alta Dirección de la Universidad de Piura en 1993.

➔ **Luis Enrique Carbone Nicolini**

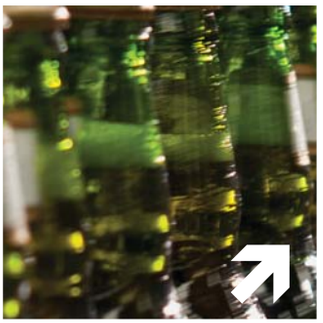
Gerente de Logística desde abril del 2008. Entre 1992 y 1994, fue Subgerente del Área de Logística de la Cía. Nacional de Cerveza. Ingresó a Backus en 1996 y asumió el cargo de Subgerente de Planificación del Área de Logística, desarrollando e implementando la práctica de Supply Chain en todas las empresas del Grupo Backus. En el 2005, a raíz del ingreso de SABMiller, se encargó de la coordinación del país en el proceso de integración con la oficina regional. En el 2007, fue nombrado Director de Planeamiento Estratégico de Backus. Es Ingeniero Industrial de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Posee un MSC en Administración de Operaciones por la Universidad de Manchester de Inglaterra y un PDD en la Universidad de Piura.

➔ **Creso Henrique Pacheco de Macedo**

Gerente de Manufactura de Backus desde abril del 2010 hasta 28 de febrero del 2011. Ha sido Vice Presidente de Manufactura y Supply Chain de Coca-Cola FEMSA de abril del 2004 a agosto del 2007; Vice Presidente de Manufactura y Supply Chain de Cervecería Nacional de Ecuador de septiembre del 2007 a marzo del 2011. Actualmente es Presidente de Isenbeck SABMiller en Argentina. De profesión Ingeniero Químico de la Universidad Federal de Rio de Janeiro con maestría en Ingeniería Química y especialización en Tecnología Nuclear por COPPE-UFRJ (Coordinación de Programas de Post Grado de la Universidad Federal de Rio de Janeiro) y MBA – Ejecutivo en Administración, Logística y Retailing por la COPPEAD-UFRJ (Coordinación de Programas de Post Grado en Administración de Empresas de la Universidad Federal de Rio de Janeiro).

➔ **Raúl Ferrero Álvarez Calderón**

Gerente de Finanzas desde mayo del 2010 hasta la fecha. Ha sido Vice Presidente de Finanzas de Cervecería Hondureña, Subsidiaria de SABMiller de septiembre del 2007 a abril del 2010. Previamente trabajó en Backus de marzo del 2003 a agosto del 2007 como Director de Contraloría. Asimismo, trabajó como Vice Presidente en Violy Byorum and Partners, Gerente de Banca de Inversión de Investa SAB y como Sectorista de Créditos en el Banco Wiese. Es Máster y Bachiller en Economía de la Universidad de Boston y posee una maestría en Administración de Empresas de la Universidad de Michigan.



Comité de Buen Gobierno Corporativo

El Comité de Buen Gobierno Corporativo fue creado por acuerdo de Sesión de Directorio del 27 de enero del 2010. Su objetivo principal es recomendar al Directorio sistemas para la adopción, seguimiento y mejora de las prácticas de buen gobierno corporativo de la sociedad. Está integrado por cuatro miembros: tres miembros del Directorio (uno dependiente y dos independientes), un representante de la Sub Gerencia Legal y una secretaría. Los comités están obligados a presentar al Directorio el reporte de las acciones desarrolladas.

El Directorio podrá determinar el número de miembros de cada comité y designar a los directores, funcionarios o personas que, a su criterio, tengan el prestigio, experiencia y capacidad necesaria para integrarlos.

Al finalizar el año 2010, los integrantes del Comité son:

Comité de Buen Gobierno Corporativo

Presidente:
Dr. Francisco Mujica Serelle

Sr. Carlos Bentín Remy
Sr. Felipe Osterling Parodi
Dr. Juan Malpartida del Pozo
Dra. Shadú Mendoza Sifuentes

El Comité de Buen Gobierno Corporativo ha sesionado periódicamente durante el 2010. En este periodo ha revisado el cumplimiento de los 26 Principios de Buen Gobierno Corporativo, el cumplimiento de los Reglamentos del Directorio, La Junta de Accionistas y de las Normas Internas de Conducta sobre Hechos de Importancia, Información reservada y Otras Comunicaciones, que forman parte de la Política de Información. Asimismo ha verificado que no se produjera algún conflicto de intereses entre la administración,

los miembros del directorio y los accionistas, y verificado la no existencia de algún proceso por uso fraudulento de activos corporativos o abuso en transacciones entre partes interesadas.

Durante el año, Backus ha trabajado para difundir nuestras buenas prácticas de gobierno corporativo entre nuestros grupos de interés. De esta manera, nuevamente la Bolsa de Valores de Lima, nos reconoció por ser una empresa con buenas prácticas corporativas. Además nos otorgó una mención especial por tener el mayor crecimiento en su puntaje de cumplimiento de buenas prácticas de gobierno corporativo respecto de todo el grupo de empresas participantes.

Una de las prioridades del desarrollo sostenible que promovemos, justamente, guarda relación con la transparencia en el accionar y el reporte de sus actividades, por lo que esta premiación nos compromete a continuar en el mismo camino.

Backus considera que el buen gobierno corporativo es el sistema que engloba el cumplimiento de principios de responsabilidad para con los accionistas y grupos de interés basado en principios de transparencia, confianza, equidad, responsabilidad social, fluidez e integridad de la información. Por esta razón, desde noviembre del 2003, contamos con un Código de Buen Gobierno Corporativo, que establece los derechos de los accionistas; las funciones y deberes del Directorio y directores; las funciones y responsabilidades de la Gerencia y los temas relativos a la revelación de información y principios de transparencia en la información.

Desde noviembre del 2003, contamos con un Código de Buen Gobierno Corporativo

Desarrollo Sostenible
p. 56

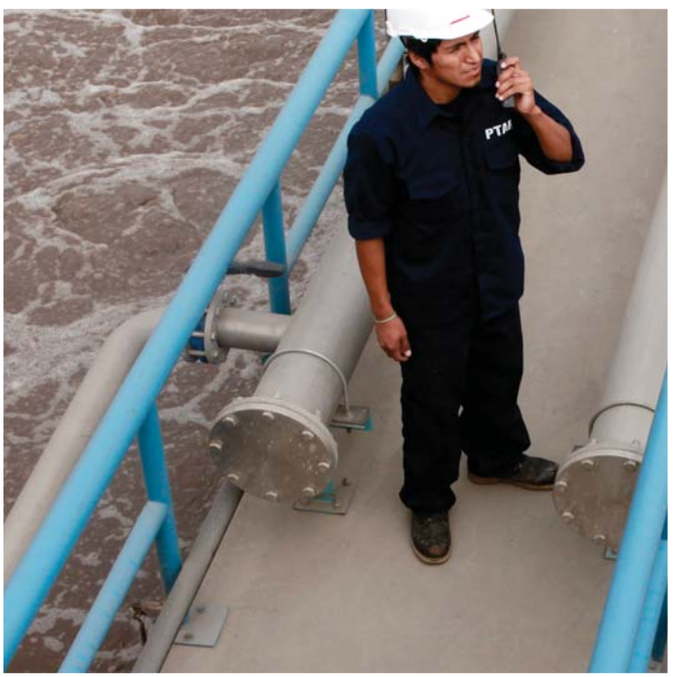
Nuestro compromiso

Durante este periodo, los programas de inversión social corporativa continuaron con un enfoque en el desarrollo de capacidades, la promoción del empleo y el emprendimiento en las comunidades donde operamos.

Nos ubicamos entre las tres primeras operaciones de SABMiller en términos de nuestro compromiso con el desarrollo sostenible.

130 AÑOS
Backus
PASIÓN POR EL PERÚ
Y SU GENTE

Desarrollo Sostenible



En el 2010, continuamos trabajando nuestras Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible y promoviendo una cultura de desarrollo sostenible en la organización, en coordinación con las áreas involucradas de la empresa. Durante este periodo, los programas de inversión social corporativa continuaron con un enfoque en el desarrollo de capacidades, la promoción del empleo y el emprendimiento en las comunidades donde operamos.

Gracias a este esfuerzo, de acuerdo con la encuesta de Imagen Corporativa de IPSOS APOYO aplicada durante el 2010 en la opinión pública, líderes de opinión y sector empresarial, estamos considerados entre las cinco primeras empresas con mayor apoyo a la comunidad y contribución al desarrollo nacional.

2010: Backus en el ranking de empresas con mayor apoyo a la comunidad y contribución al desarrollo nacional

Opinión Pública	Líderes de Opinión	Sector Empresarial
2dos en Contribución al Desarrollo Nacional	3eros en Contribución al Desarrollo Nacional	5tos en Contribución al Desarrollo Nacional
2dos en Apoyo a la Comunidad	2dos en Apoyo a la Comunidad	5tos en Apoyo a la Comunidad

Los programas y actividades que realizamos estuvieron orientados a nuestras Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible. Así, en el último año, mejoramos 20% nuestro resultado en la Matriz de Evaluación de Sostenibilidad de SABMiller, herramienta que nos permite evaluar el avance

alcanzado en las variables de cada una de las prioridades de nuestro marco y tener un *benchmark* respecto de este avance y en relación a otras operaciones del grupo. En ese sentido, para el cierre del año 2010, nos ubicamos entre las tres primeras operaciones de SABMiller en términos de nuestro compromiso con el desarrollo sostenible.

Desalentando el consumo irresponsable

Promovemos el consumo responsable de bebidas alcohólicas como parte de un estilo de vida saludable desalentando el consumo irresponsable, es decir, el consumo de menores de edad, el consumo de madres gestantes, beber y conducir y el consumo en exceso.

En el 2010 se renovó el Comité de Cumplimiento de Ventas y Marketing (CCVM), el cual está conformado por representantes de las áreas de Marketing, Ventas, Desarrollo Sostenible y Asuntos Corporativos y Legal. El CCVM es responsable de velar por el cumplimiento del Código de Comunicación Comercial, supervisando que todas las comunicaciones comerciales de nuestro portafolio de marcas cumplan con lo estipulado en el mismo.

Presidente:
Francisco Mujica

Integrantes:

- Shadú Mendoza
- Cecilia Zevallos
- Jaime More
- Nino Garboza
- Pablo Fernández
- Jaime Pineda

Comité de Cumplimiento de Ventas y Marketing al cierre del 2010

Durante el 2010, entregamos, en alianza con los Ministerios del Interior, Transportes y Comunicaciones y 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 (PDV) a nivel nacional. Siguiendo con las acciones relacionados con los PDV, se tiene planificado el lanzamiento de un coleccionable 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.

Asimismo, con el objetivo de sensibilizar a los padres de familia y a las autoridades, se lanzó en agosto del 2010 la campaña "No le des a los menores problemas mayores", en alianza con el grupo RPP. La campaña tendrá una duración de 10 meses, con secuencias fijas en 4 programas de entrevistas a sicólogos, educadores, médicos y especialistas en el tema. La campaña está dirigida a los padres de familia y está 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; riesgos y efectos del consumo de alcohol por un menor de edad. Los spots relacionados son transmitidos en las emisoras RPP y Studio 92.

Por otro lado, Backus firmó una alianza con Radio Capital, producto de la cual se logró que todos los candidatos a la alcaldía de Lima para las elecciones del 2010, firmen un compromiso de combatir la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad.

Igualmente, con el objeto de desarrollar un trabajo preventivo, se ejecutó el programa de capacitación virtual para docentes denominado "Maestros promotores de estilos de vida saludable", diseñado y ejecutado en alianza con la ONG ACEPTA, especializada en estos temas. A través de este programa, 400 docentes de diversas ciudades del país fueron capacitados. 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.

624 clientes capacitados mediante "Progresando Juntos"

Siguiendo con el tema de información y sensibilización, se desarrolló 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. De esta manera, entregamos informativos a todos los colaboradores de las empresas del Grupo Backus, a los proveedores, a los visitantes de nuestras plantas cerveceras en el ámbito nacional, a los padres de familia, a los docentes y a los miembros del programa "Progresando Juntos", entre otros.

Durante el 2010, se realizó un estudio con la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) para describir los patrones de consumo y consumo nocivo de bebidas alcohólicas en el Perú. El estudio tiene como objetivo caracterizar los patrones de consumo de alcohol existentes y su incidencia en el consumo nocivo, así como los problemas derivados de éste. Se trabajó en base a una muestra representativa, cubriendo todos los estratos socioeconómicos de las zonas urbanas y rurales del país. Este estudio será entregado a finales de enero del 2011.

Con el objeto de combatir el beber y conducir, se realizó varias acciones en conjunto con el Ministerio de Transportes. En abril del 2010, se organizó el Encuentro Multisectorial de Responsabilidad en Seguridad Vial, con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones y con el Ministerio del Interior. En este encuentro se firmó la "Declaración de Lima" que tiene como objetivo conformar una Comisión de Seguimiento -integrada por los Ministros de Transportes y Comunicaciones, Interior y Educación, la Policía Nacional, la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías (SUTRAN) y 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. En noviembre, se replicó este encuentro en las ciudades de Pucallpa y Madre de Dios. El foro contó con presentaciones de los representantes de las principales instituciones públicas involucradas en seguridad vial, tales como el Ministerio de Educación, Ministerio de Salud, SUTRAN, el Gobierno Regional y la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, además de empresas de transporte público urbano, interprovincial y de carga. Asimismo, se apoyó 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.

Protección de nuestro medio ambiente

Dado nuestro compromiso con la conservación del medio ambiente, hemos realizado en forma permanente implementaciones tecnológicas para la reducción en el consumo de agua, consumo energético y generación de residuos. Del mismo modo, hemos desarrollado otros proyectos ambientales alineados con las prioridades de desarrollo sostenible.

Con relación a las normas de seguridad, nuestras plantas de Ate, Motupe, Arequipa, Cusco, San Juan y Maltería Lima 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 ambiente.

Alineado con nuestra prioridad de conservación del recurso agua, hemos desarrollado una Estrategia de Agua Global para nuestra operación, iniciando las acciones en la planta de Ate para luego replicarse en el resto de las plantas. En cuanto a la estrategia de la planta de Ate, hemos afirmado nuestra participación en el Fondo de Agua desarrollado por las organizaciones no gubernamentales Grupo GEA y The Nature Conservancy para las cuencas de Lima. Del mismo modo, estamos iniciando los estudios hidrogeológicos para el acuífero de Ate con la finalidad de entender su comportamiento y en un futuro cercano involucrar a actores locales para la ejecución de un proyecto de protección del recurso.

En cuanto a nuestros proyectos relacionados con nuestras prioridades de reducción de energía y trabajar hacia el desperdicio cero en nuestras operaciones, en junio del año pasado se inició el proyecto de reforestación en los predios de la cervecería San Juan en Pucallpa, en alianza con la empresa Reforesta Perú. Este proyecto tiene como objetivo principal reforestar 294 hectáreas de predios no habitados en un plazo de tres años, utilizando especies que no impactan el ecosistema amazónico. Para este proyecto se consideró el uso de especies amazónicas de gran importancia para la conservación, como la caoba y cedro. Para finales del 2010, realizamos la producción y siembra de 75,548 árboles, entre eucaliptos, capironas, tecas, bolainas, cedros y caoba, en el vivero construido para el proyecto. La siembra de nuestros árboles continuará hasta finales de marzo del presente año.

Además, 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 cero desperdicio. El proyecto en mención considera la utilización de los residuos cerveceros (tales como lodos y pulpa de etiquetas) y los restos orgánicos del comedor para la producción de *compost* (para el abono del proyecto de reforestación). Para la producción del *compost*, construimos una nave compostera en la zona del proyecto de reforestación. Hasta la fecha estamos utilizando sólo el 25% de los desechos, pero para el 2011 se realizará la ampliación del proyecto mediante la construcción de tres naves adicionales, las cuales permitirán el manejo del 100% de los restos mencionados.

En relación al proyecto de arborización, proyecto realizado de la mano con nuestros socios comerciales, hemos sembrado aproximadamente 18,000 árboles en el transcurso del año 2010.

Desarrollo de las comunidades

Desde hace varias décadas, en 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, la conservación de especies en vías de extinción en la Amazonía, entre otras actividades.

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

En el marco de nuestras prioridades de desarrollo sostenible, desde el 2008, desarrollamos el programa Progresando Juntos, el cual promueve a los micro y pequeños empresarios, quienes forman parte de su cadena de valor. A través de este programa, se busca mejorar las condiciones de eficiencia, de productividad, ambientales y sociales, en las cuales estos empresarios desarrollan sus actividades. De hecho, su objetivo es contribuir a la creación de oportunidades para el desarrollo local sostenible de la MYPE, en términos de promoción de la formalidad, desarrollo de mercados, empleo y generación de riqueza.

Durante el 2010 se llegó a 624 clientes de la empresa en las ciudades de Trujillo, Tambogrande, Sullana, Chiclayo, Sechura, Piura, San Mateo, Lima, Huancayo, Juliaca e Ica, a través de un esquema de talleres que brindan capacitación, asesoría, seguimiento y monitoreo. Estos talleres, dictados por las consultoras Asesora-T y Strategia Consultores, incluyeron los temas de constitución de la empresa, mercadeo, costos y buenas

prácticas, además de un componente de promoción de la bancarización promovido por el área de finanzas de la empresa.

Progresando Juntos incluye, además de clientes de la empresa, a **agricultores de maíz amarillo duro del Valle de Jequetepeque en La Libertad,** quienes, desde el 2008 han recibido asistencia técnico productiva y asesoría para la asociatividad a través de una alianza con la ONG Cedepas Norte. Gracias a este programa, los productores han constituido aproximadamente diez asociaciones y una central a través de la cual han comenzado a comercializar con la empresa desde el 2010. Al cierre de este reporte, el periodo de cosecha había comenzado y la empresa había firmado con la central un convenio por la compra de alrededor de 10,000 toneladas. Asimismo, durante el 2010 se sumaron a los 280 productores de Jequetepeque, un grupo de 100 productores en el norte de Lima, con el cual se ha iniciado el proceso de asistencia técnica.

En cuanto al segmento comunidad, en el 2010 Backus 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 de Motupe.

El modelo de intervención definido para todos los casos está alineado con las necesidades de los beneficiarios y sus estilos de aprendizaje, a fin de lograr los resultados previstos. Asimismo, contempla una encuesta de línea de base y un sistema de monitoreo, para evaluar el avance de impacto del proyecto. Progresando Juntos está en la línea de la promoción de negocios inclusivos, es decir, que buscan desarrollar negocios con la base de la pirámide ya sea como proveedores, distribuidores, clientes o consumidores de nuestra empresa y marcas, tema que está considerado actualmente, a nivel de los países más desarrollados, como la manera correcta de enfocar las estrategias de Inversión Social Corporativa y Desarrollo Sostenible.

100 mujeres
de Motupe capacitadas en emprendimientos

La empresa viene contribuyendo además, a través del programa Progresando Juntos, al desarrollo de capacidades de artesanos de los monumentos arqueológicos Pirámides de Túcume en Lambayeque y Huaca de la Luna en La Libertad. Adicionalmente, durante el 2010, 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, ha contribuido para lograr que Huaca de la Luna se constituya en el ganador del 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 región La Libertad, además de ser uno de los pocos aprobados por unanimidad a nivel nacional.

El premio otorgado por Fondoempleo, asciende S/.1.3 millones y complementará la contrapartida que nuestra empresa entrega, a través de Progresando Juntos, la Universidad Nacional de Trujillo y el World Monuments Fund.

Escuela Virtual Backus

Programa educativo que desarrolla, reúne y difunde recursos educativos digitales, capacitación virtual, noticias educativas e información profesional, con el fin de contribuir al crecimiento profesional de los educadores y a la formación integral de niños y jóvenes (www.escuelavirtualbackus.edu.pe). Su objetivo es desarrollar competencias y habilidades en los maestros para mejorar su práctica docente y optimizar el uso de las tecnologías de la información y comunicación, a fin de ofrecer a la comunidad educativa nacional acceso a diversos recursos educativos, entre otros. Los beneficiarios son los maestros, directivos, padres de familia, investigadores, estudiantes y público interesado en temas educativos en el ámbito nacional. El programa cuenta con el auspicio del Ministerio de Educación.

Resultados del programa Escuela Virtual en el 2010

Indicador	Resultado
Números de visitantes (acumulado)	**489,065**
Número de visitantes (año)	**137,298**
Número de registrados[1]	**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**

1 74% maestros, 5% directivos, 7% universitarios.

Respecto a la capacitación docente, en el 2010, obtuvimos los siguientes resultados:

- 3,684 maestros capacitados en 29 cursos virtuales concluidos, dictados por diversas universidades latinoamericanas.
- 3,662 maestros capacitados en el uso de TICs, manejo de aulas virtuales de aprendizaje y producción de recursos educativos digitales en 40 cursos presenciales.
- 34 conferencias disponibles para visualización on line.
- 92% nivel de satisfacción en los cursos.
- 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.

Por otro lado, desde el 2008, Backus está comprometida con la reconstrucción del Teatro Nacional. Al respecto, durante el 2010, entregó US$300,000, importante aporte que contribuye significativamente para la realización de esta obra.

En las diversas ciudades del país, desarrollamos también acciones que buscan contribuir con el desarrollo de cada zona, mediante acciones que buscan fortalecer la identidad y las manifestaciones culturales del país, como la

investigación, conservación y difusión del caballo peruano de paso; las fiestas patronales, entre otros.

Asimismo, cumpliendo a cabalidad con el compromiso asumido, hemos efectivizado el vigésimo aporte consecutivo y voluntario de US$180,000 a la Municipalidad del Cusco, para la ejecución de 9 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, el aporte suma US$3.6 millones, que ha permitido la ejecución de 608 obras en todos los distritos de la provincia del Cusco, siendo beneficiarios directos e indirectos 66,550 familias. En materia cultural, se ha editado 36,000 ejemplares de libros, entre otros proyectos culturales.

Contribución a la reducción del VIH/Sida

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, dirigido 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, etc.).

En el 2010 Backus actualizó la política vigente, ajustándola a la RM376-2008-del Ministerio de Trabajo. Para ello se entregó a todos los trabajadores de las empresas subsidiarias de SABMiller en el Perú nuestra Declaración de Posición frente al VIH/Sida. Asimismo, durante el chequeo médico anual en las plantas de Backus, se brindó la oportunidad a los colaboradores de realizarse la prueba rápida o test de Elisa voluntariamente a fin de descartar la infección:

- En Planta Ate pasaron 93.2%, de un total de 500.
- En Pucallpa 75%, de un total de 120.
- En Cusco 90% de los trabajadores, de un total de 120.
- En Arequipa 80% de los trabajadores, 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 en que la empresa no impide el ingreso a personas que tengan VIH/Sida, por ello ya no se toman pruebas de descarte al postulante.

El 1 de diciembre, Día Mundial del Sida, se entregó una cartilla educativa a todas las empresas subsidiarias de SABMiller en el Perú. Asimismo, de abril a octubre del 2009, se dictaron charlas de capacitación a los cónyuges de los trabajadores sobre sexualidad y prevención de VIH/Sida con la participación de la ONG Miradas y Voces.

Ámbito Externo. El Consejo Empresarial Peruano en respuesta al VIH/Sida (CEVIH), liderado por Backus, se reunió de manera mensual durante el 2010. Actualmente, lo integran 14 empresas y cuenta con 11 aliados estratégicos como son el 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.

Malena Morales, Sub Gerente de Desarrollo Sostenible y Presidenta del CEVIH, fue reconocida por el Ministerio de Trabajo en la categoría "Emprendimiento y Solidaridad". Dicho premio es entregado con el objetivo de reconocer 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.

Por otro lado, como líderes del CEVIH, fuimos invitados a una serie de eventos sobre VIH/Sida, entre los que destaca la presentación: "Experiencia de trabajo de la Caribbean HIV/AIDS Alliance con empresas hoteleras en Jamaica", organizado por Vía Libre – International HIV/AIDS Alliance, en la cual participamos como invitados.

Nuestra reputación: Ética y Transparencia

Programa integral de Ética Corporativa

En el 2010, continuamos con la difusión, entre nuestros socios comerciales, de nuestra Política de Ética 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. Del mismo modo, en diciembre del 2010, 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.

Durante el ejercicio materia del presente reporte, el Comité de Ética ha recibido consultas vinculadas a la correcta aplicación de la Política de Ética y a Temas de Conflicto de Intereses. Asimismo, ha investigado y resuelto casos vinculados a (I) contratos; (II) activos y (III) temas administrativos, habiendo formulado recomendaciones que ya se han aplicado.

Presidente:
Dr. Francisco Mujica Serelle

- Sr. Felipe Cantuarias Salaverry
- Sr. Raúl Ferrero Álvarez Calderón
- Sr. Bret Rogers
- Dra. Shadú Mendoza Sifuentes

Comité de Ética al finalizar el 2010

Proyecto Contingencia Cero

Durante el 2010, continuamos con el proyecto Contingencia Cero. Para ello la Sub Gerencia de Asesoría Legal continuó desarrollando la capacitación a nuestro personal, a través de diversas estrategias como conversatorios y charlas sobre temas contingentes y de las principales obligaciones legales, vinculadas a las diferentes actividades de la empresa. Asimismo, ha continuado con las "Alertas Legales", con información permanente sobre la normativa relevante para cada gerencia, y ha seguido desarrollando el plan de Asesoría Legal y Plan Preventivo, en el marco de la Escuela Legal. Como parte de sus actividades, también prosiguió con nuestro proyecto Atenea, consolidando las obligaciones legales aplicables al Sistema de Gestión Ambiental, como parte del Sistema Integrado de Gestión (SIG).

En Backus, consideramos que estamos desarrollando una labor trascendental, en la medida que nos permite dar a conocer a cada uno de nuestros colaboradores los aspectos legales de las actividades a su cargo y así reducir importantes contingencias legales para nuestra empresa.

Marca corporativa Backus: actividades estratégicas de relacionamiento con grupos de interés

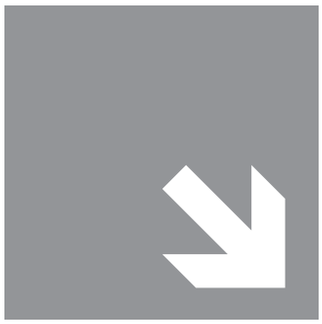
Visitas a las plantas

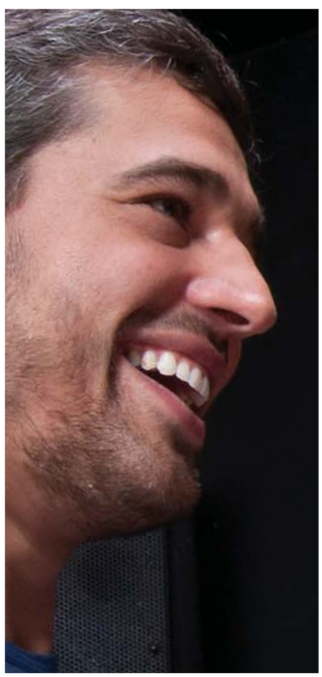
Con la finalidad de difundir en forma eficaz la imagen del Grupo Backus, dar a conocer lo mejor de sus marcas, su gran dominio tecnológico y su filosofía de trabajo basado en su modelo de gestión, de abril a diciembre del 2010, se desarrollaron 721 visitas, logrando recibir a 35,927 visitantes en total en las plantas Ate, Motupe, Arequipa, Cusco y Pucallpa.

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 sana práctica del fulbito.

De abril a diciembre del 2010, se realizaron doce actividades en todo el país, correspondientes a la etapa departamental en las ciudades de Huancayo, Tarapoto, Iquitos, Pucallpa, Huánuco, Trujillo, Chiclayo, Arequipa, Cusco, Puno – Juliaca, Quillabamba y Abancay convocando a 494 equipos, 6,712 jugadores, además de lograr una venta de 11,967 cajas de cerveza.





Datos generales de la sociedad **p. 66**

Descripción de operaciones **p. 70**

Procesos Judiciales, Administrativos o Arbitrales No Rutinarios **p. 76**

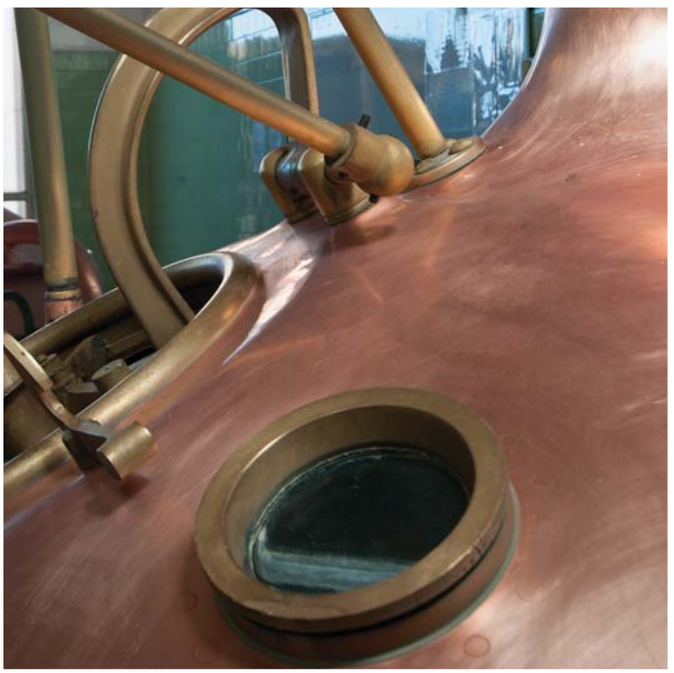
Información general y de operaciones

- Backus es líder nacional, con una capacidad instalada de producción de cerveza de 11.3 millones de hl por año y el principal abastecedor de cerveza en las regiones norte, centro y sur del país.

- En términos de valor, la participación de Backus también mejoró, al pasar de 90.6% en promedio en el 2009 a 91.9% en promedio en el 2010.

130 AÑOS
Backus
PASIÓN POR EL PERÚ
Y SU GENTE

Datos generales de la sociedad



Denominación

Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S. A. A., podrá girar con la denominación abreviada de Cervecerías Peruanas Backus S.A.A.

Dirección, teléfono y fax

Domicilio: Nicolás Ayllón 3986, Ate - Lima
Teléfono: 311-3000
Fax: 311-3059

Constitución e inscripción en los Registros Públicos

Cervecería Backus & Johnston S.A., hoy Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A., se constituyó el 10 de mayo de 1955, asumiendo el activo y pasivo de la empresa Backus & Johnston Brewery Company Limited, fundada en Londres el 13 de septiembre de 1889 y que, a su vez, adquirió, de los señores Jacobo Backus y Howard Johnston, la fábrica de cerveza establecida en el Rímac el 17 de enero de 1879.

Por escritura pública extendida ante el Notario Público de Lima, doctor Felipe de Osma, el 31 de diciembre de 1996, se formalizó la fusión por absorción de Cervecerías Backus y Johnston S.A., Compañía Nacional de Cerveza S.A. (CNC), Sociedad Cervecera de Trujillo S.A. y Cervecería del Norte S.A., mediante la absorción de estas tres últimas empresas, que fueron disueltas sin liquidarse.

En cumplimiento de la Ley General de Sociedades, la empresa adecuó su pacto social y su estatuto social a los requisitos de esta normativa, mediante Escritura Pública del 18 de febrero de 1998, otorgada ante el Notario Público de Lima, doctor Felipe de Osma. Como consecuencia de su adecuación a la actual Ley General de Sociedades, Backus adoptó la forma de sociedad anónima abierta, que en la actualidad mantiene.

Por Escritura Pública del 8 de noviembre de 2006 y Escritura Complementaria del 12 de febrero de 2007, expedida ante

el Notario de Lima, doctor Eduardo Laos De Lama, Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. absorbió por fusión a la Compañía Cervecería del Sur del Perú S.A., Vidrios Planos del Perú S.A., Inmobiliaria Pariachi S.A., Muñoz S.A., Corporación Backus y Johnston S.A., Backus & Johnston Trading S.A., Embotelladora San Mateo S.A., Inversiones Nuevo Mundo 2000 S.A. y Quipudata S.A., asumiendo por este acto Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. el pasivo y el activo de las empresas absorbidas, las que se disolvieron sin liquidarse. Esta fusión figura inscrita en las partidas registrales de todas las sociedades participantes de la fusión.

La sociedad se encuentra inscrita en la partida electrónica 11013167 del Registro de Personas Jurídicas de Lima y Callao.

Grupo económico

La sociedad forma parte del grupo económico SABMiller, cuya actividad principal es la fabricación de cerveza.

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.
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.

Denominación y objeto social de las principales entidades

Capital social

El capital de la sociedad es S/.780'722,020.00, representado por 78'072,202 acciones nominativas de S/.10.00 cada una, íntegramente suscritas y pagadas.

Cervecería San Juan S.A., filial de la sociedad, es titular de 8.5771% de las acciones Clase B y de 0.2225% del capital social.

Clase, número y valor de acciones

La sociedad tiene tres clases de acciones:

- Acciones Clase "A", con derecho a voto.
- Acciones Clase "B", sin derecho a voto, pero con el privilegio de recibir una distribución preferencial de utilidades, consistente en un pago adicional de 10% por acción sobre el monto de los dividendos en efectivo, pagados a las acciones Clase "A" por acción.
- Acciones de Inversión, sin derecho a voto.

El capital de Backus es

S/.780.7 millones

Acciones emitidas por la empresa

Tipo de valor	Clase	Valor nominal S/.	Monto registrado y monto en circulación (S/.)
Acciones	"A"	10.00	76'046,495
Acciones	"B"	10.00	2'025,707
Acciones	Inversión	1.00	569'514,715

Composición accionaria

Accionista	Tenencia	%	Nacionalidad
Racetrack Perú S.R.L	51'879,879	68.2213%	Peruana
Bavaria S.A.	23'761,797	31.2464%	Colombiana
Total Acciones Clase A	**76'046,495**		
Fondo Popular 1 Renta Mixta	995,667	49.1515%	Peruana
Cervecería San Juan S.A.	173,747	8.5771%	Peruana
Total Acciones Clase B	**2'025,707**		
Racetrack Perú S.R.L.	506'286,391	88.8979%	Peruana
Total Acciones de Inversión	**569'514,715**		

Estructura accionaria

Acciones con derecho a voto — Clase A

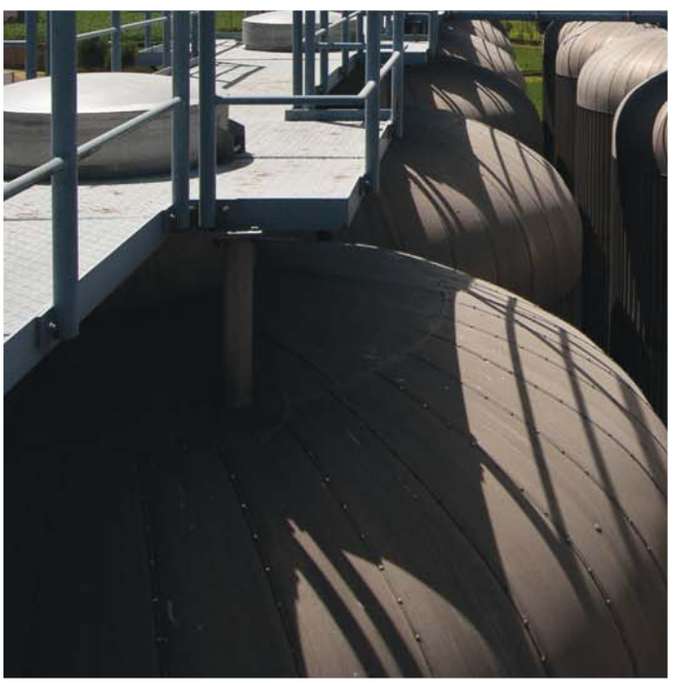
Tenencia	N° de accionistas	% de participación
Menor a 1%	672	0.5323
Entre 1 - 5%	0	0.0000
Entre 5 - 10%	0	0.0000
Mayor a 10%	2	99.4677
	674	**100.0000**

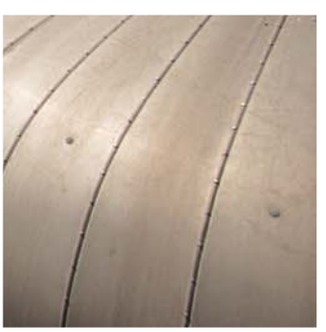
Acciones con derecho a voto — Clase B

Tenencia	N° de accionistas	% de participación
Menor a 1%	1,127	23.4578
Entre 1 - 5%	8	18.8136
Entre 5 - 10%	1	8.5771
Mayor a 10%	1	49.1515
	1,137	**100.0000**

Acciones con derecho a voto

Tenencia	N° de accionistas	% de participación
Menor a 1%	8,613	11.1021
Entre 1 - 5%	0	0.0000
Entre 5 - 10%	0	0.0000
Mayor a 10%	1	88.8979
Total	**8,614**	**100.0000**





Descripción de operaciones

Respecto a la entidad emisora

Objeto social. El objeto principal de Backus está constituido por la elaboración, envasado, venta, distribución y toda otra clase de negociaciones relacionadas con bebidas malteadas y maltas, bebidas no alcohólicas y aguas gaseosas. También constituyen objetos de la sociedad la inversión en valores de empresas, sean nacionales o extranjeras; la explotación de predios rústicos; la venta, industrialización, conservación, comercialización y exportación de productos agrícolas; así como la prestación de servicios de asesoría relacionados con las actividades mencionadas.

Clasificación Industrial Internacional Uniforme. Pertenece al grupo 1553 de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas de las Naciones Unidas (Tercera Revisión).

Plazo de duración. El plazo de duración de la entidad es indefinido.

Evolución de las operaciones del emisor

Evolución de Backus desde su constitución.

- Desde 1992, Backus inició el proceso de mejoramiento continuo de la calidad total (PMCT), asesorada por la empresa Holos de Venezuela. Posteriormente, ampliamos nuestro desarrollo en este campo, aprobando planes anuales de calidad de gestión e implantando el sistema de participación total.
- La Planta Ate queda completamente equipada en 1993 con la instalación del cocimiento, reduciéndose los costos de producción en forma significativa.
- En 1994, el grupo de control de CNC decide poner en venta el 62% del capital de dicha empresa. CNC era además accionista mayoritario de Sociedad Cervecera de Trujillo S.A., fabricante de la cerveza líder en su región: Pilsen Trujillo, de Agua Mineral Litinada San Mateo S. A., de Transportes Centauro S. A.; inmuebles y vehículos de reparto y de 50% de Maltería Lima S.A. Backus estimó

estratégico el control de CNC y sus filiales, y adquirió las acciones puestas en venta.

- Con el propósito de maximizar las eficiencias a través de sinergias, en 1996, los accionistas de Backus, CNC, Sociedad Cervecera de Trujillo y Cervecería del Norte deciden fusionar las empresas, mediante su incorporación en Backus, modificando así su denominación por Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.
- En 1997, Backus promueve la fusión de Jugos del Norte con Alitec, una procesadora de espárragos y productos vegetales, propietaria de una planta de procesamiento en Chincha y de 300 hectáreas en las pampas de Villacurí, Ica, creándose así Agro Industrias Backus S.A.
- Debido a la disminución de la demanda y a la mayor eficiencia de la planta de Ate, en 1998, decidimos suspender las actividades de la planta Rímac.
- Por tener sus acciones cotizadas en la BVL y contar con más de 750 accionistas, Backus, en cumplimiento de la Ley General de Sociedades vigente a partir del 1 de enero de 1998, se transformó en una sociedad anónima abierta, supervisada y regulada por la CONASEV, sujeta a las normas específicas que regulan este tipo de sociedades.
- En abril de 2000, Backus, de conformidad con un contrato celebrado con Corporación Cervesur S.A.A., formuló una Oferta Pública de Adquisición (OPA) por el 100% de las acciones comunes de la Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A.A. en la BVL, adquiriendo el 97.85% de las acciones de la referida sociedad y, mediante operación fuera de rueda de bolsa, el 45.04% de las acciones de inversión de la referida empresa. Adicionalmente, adquirimos el 100% de las acciones de Embotelladora Frontera S.A., una empresa fabricante de gaseosas en el sur del país con plantas en Arequipa, Cusco y Juliaca, licenciataria de Pepsi Cola y Crush, que cuenta con marcas propias como Sandy y es titular del 100% del capital de Corporación Boliviana de Bebidas S.A., fabricante de gaseosas, también con licencia de Pepsico, con plantas en la Paz y Cochabamba en Bolivia.
- A partir del ejercicio 2001, Backus tuvo a su cargo la Gerencia de Cervesur y otorgó asesoría y apoyo en las áreas de administración, finanzas, marketing y ventas y producción a sus filiales Agua Mineral Litinada San Mateo S. A., Embotelladora Frontera S. A. y Corporación Boliviana de Bebidas S.A., con el fin de racionalizar sus procesos y fortalecer su posición competitiva en el mercado.
- Durante el 2002, el grupo empresarial colombiano Bavaria se convirtió en el principal accionista de Backus, al adquirir el 44.05% del capital social. Además, el grupo inversionista venezolano Cisneros adquiere el 18.87%.

- En el 2004 y 2005, Backus puso en marcha los proyectos de creación de valor en todas las áreas de la empresa, con el objeto de afrontar la competencia y mejorar la rentabilidad. Asimismo, Backus decidió centralizar los esfuerzos en el negocio principal y, por lo tanto, desinvertir en actividades poco rentables. De esa manera, se vendieron las acciones de Corporación Novasalud S.A., Embotelladora Frontera S.A. y, con ella, la Corporación Boliviana de Bebidas y Agro Industrias Backus S.A.
- En octubre del 2005, el grupo Bavaria se integró al grupo SABMiller y, posteriormente, este grupo adquirió también la participación del grupo Cisneros en Backus. En tal virtud, Backus se incorpora al segundo grupo cervecero del mundo e inicia un proceso de integración.
- Dicho proceso se inició en el 2006, año en que definimos nuestra Visión, Misión y Valores, alineándolos con los de SABMiller. Las metas que ahí se expresan son consistentes con el proceso denominado Gestión de Desempeño

Las ventas de cerveza importada representan menos de 1% de las ventas realizadas por las cerveceras establecidas

(*Performance Management*), a través del cual la estrategia del negocio es traducida en metas individuales y por equipos, que nuestros colaboradores deberán alcanzar con ayuda del nivel inmediato superior y bajo un seguimiento permanente. El desempeño de un colaborador de línea impacta en los resultados de nivel superior, proceso que se repite de manera ascendente hasta alcanzar las metas, traducidas en los resultados del negocio.

Fusión

- La Junta General de Accionistas celebrada el 19 de septiembre del 2006 aprobó la fusión mediante absorción por Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. de Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A., Embotelladora San Mateo S.A., Corporación Backus y Johnston S.A., Quipudata S.A., Backus & Johnston Trading S.A., Inmobiliaria Pariachi S.A., Vidrios Planos del Perú S.A., Muñoz S.A., e Inversiones Nuevo Mundo 2000 S.A.
- La fusión generó para nuestra empresa las siguientes ventajas:
  - Simplificó la estructura de propiedad de la empresa, al potenciar los principios de Buen Gobierno Corporativo.
  - Potenció el portafolio y posicionamiento de las marcas.
  - Maximizó las sinergias entre la Sociedad, la Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A. y la Embotelladora San Mateo S.A., al unificar la administración, así como la venta y distribución de los productos.
  - Posicionó adecuadamente a las marcas en los diferentes segmentos de mercado; redujo los costos por optimización de uso de plantas; mejoró el uso de los recursos; y eliminó futuras inversiones innecesarias.
  - Racionalizó los recursos de las empresas.
  - Simplificó las operaciones del negocio de bebidas.
- La fusión permitió mejorar la rentabilidad del conjunto y la empresa absorbente tuvo un mayor valor con respecto al que tenía en forma individual cada una de las sociedades participantes en la fusión. No obstante, se respetó la identidad de cada marca y de cada planta cervecera con su región, y se buscó aumentar su responsabilidad social.

Descripción del sector

La industria de cerveza en el Perú produce y comercializa diferentes tipos, marcas y presentaciones de cerveza, para satisfacer los gustos de consumidores con distintos hábitos de consumo, según la región y el nivel socioeconómico. En el mercado cervecero peruano, existen básicamente dos tipos de cerveza: blanca y negra. La cerveza blanca tipo "Lager" es el principal producto comercializado por la industria

cervecera nacional, mientras que la cerveza negra, también llamada malta, explica su consumo principalmente durante los meses de invierno.

Backus es líder en el mercado cervecero nacional, con una capacidad instalada de producción de cerveza de 11.3 millones de hl por año y, además, es el principal abastecedor de cerveza en las regiones norte, centro y sur del país. Cervecería San Juan S.A. abastece al mercado en la región amazónica.

Las ventas de cerveza importada representan menos de 1% de las ventas realizadas por las cerveceras establecidas en el país. Por su parte, las exportaciones de cerveza representan menos de 1% de la producción nacional. Los principales destinos de las exportaciones fueron Reino Unido, Estados Unidos de América, España y Chile.

En el sector cervecero, compiten con Backus, la Compañía Cervecera Ambev Perú S.A.C., que produce las marcas Brahma y Zenda, AJEPER, con las cervezas Franca y Club, el Grupo Torvisco, con la cerveza Ampay y la Cervecería Amazónica S.A.C., con las cervezas marca Iquiteña, Amazónica y Ucayalina.

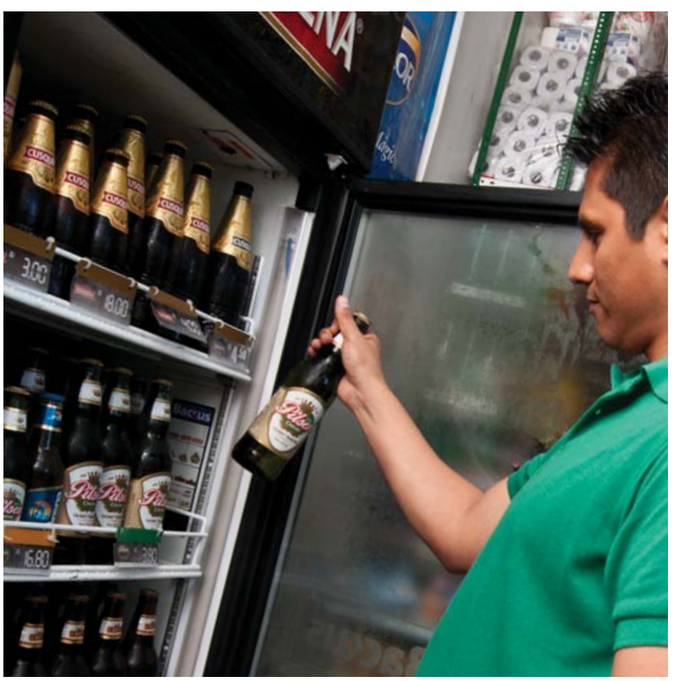
En promedio en el 2009, Backus alcanzó una participación de mercado de 88.2% (en volumen) en la categoría cerveza, mientras que los competidores -incluyendo las cervezas importadas- tuvieron una participación de 11.8%. En promedio en el 2010, la competencia disminuyó su participación hasta 10.0, según cifras de la encuestadora nacional CCR, y pese a los menores precios de sus productos y a las constantes e intensas campañas publicitarias. Durante el 2010, Ambev mantuvo una participación estable en el mercado cervecero pasando de 7.7% a 7.6%, mientras que la participación de AJEPER se redujo de 3.2% a 0.8% durante el mismo periodo.

En términos de valor, la participación de Backus también mejoró, al pasar de 90.6% en promedio en el 2009 a 91.9% en promedio en el 2010, debido a la adecuada gestión de portafolio de marcas y precios.

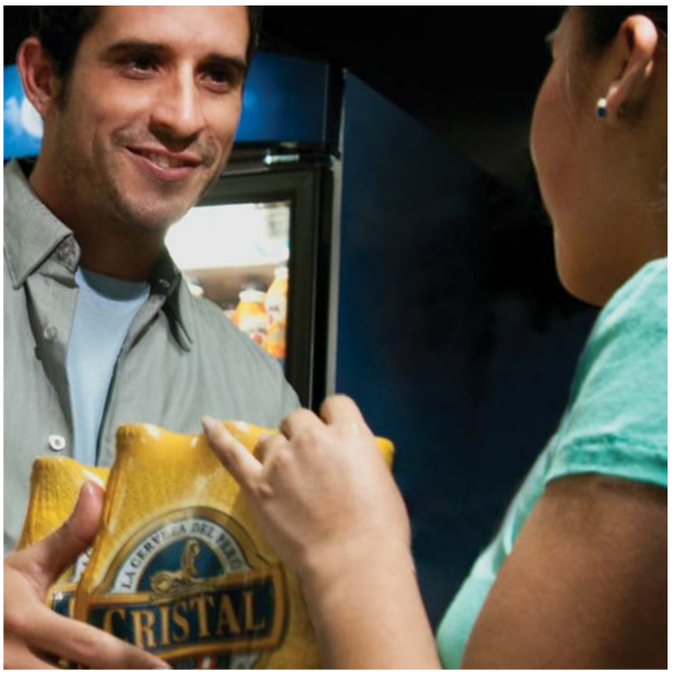
Ventas netas

Ingresos

Concepto	2009	2010
Cerveza	2’269,554	2’462,934
Gaseosas	57,296	68,297
Aguas	27,178	37,795
Bebidas nutritivas y licores	18,244	18,962
Regalías	27,411	33,075
Otros ingresos	47,933	55,660
Total ventas netas	**2’447,616**	**2’676,723**



Ingresos por rubros (S/. miles, a valores constantes)



S/.11.6 millones
en exportaciones de cerveza durante el 2010

En cuanto al monto de la exportación de cerveza, cabe precisar que, del total, corresponde a exportaciones, S/.11.6 millones en el 2010 y S/.10.5 millones en el 2009, lo cual representa un aumento de 10.48%.

Variables exógenas

No existen variables exógenas que puedan afectar la producción o comercialización de nuestros productos, en la medida que contamos con fuentes seguras de abastecimiento de materias primas, insumos y materiales. Todas nuestras marcas, así como los activos que sustentan el sistema de distribución (inmuebles, vehículos y sistemas), son propios y nuestra relación con los distribuidores está respaldada contractualmente en forma adecuada. Por otro lado, nada hace prever la modificación de la política arancelaria, ni coyunturas políticas que puedan implicar cambios en las reglas de juego vigentes, entendiéndose como tal el sistema legal y económico que actualmente sustentan nuestras actividades.

La fuerte demanda por nuestras principales exportaciones minerales, en especial en el Asia, así como la reactivación de las exportaciones de productos agroindustriales y textiles principalmente como consecuencia de un mayor consumo alentaron el crecimiento económico de nuestro país. Las bajas tasas de interés internacionales promovieron el ingreso de capitales al mercado peruano, rebajando así las tasas de financiamiento en el mercado local y potenciando el consumo interno.

Colaboradores en Planillas

Sin embargo, esperamos que el crecimiento económico nacional se desacelere durante el 2011 como consecuencia de la menor demanda de minerales dados los altos niveles de inventarios globales. Además, se espera que China continúe tomando medidas para evitar el sobrecalentamiento de su economía. Asimismo, la aún débil generación de empleo en los EE.UU. y el incierto panorama económico en Europa tendrán un impacto en la expansión de la economía peruana y, por ende, en un incremento del consumo de cerveza.

Principales activos

Los principales activos de Backus son sus marcas (Cristal, Pilsen Callao, Cusqueña, Pilsen Trujillo, San Mateo, Guaraná, etc.); sus plantas industriales de Ate - Vitarte, Arequipa, Cusco, Motupe y Huarochirí que incluyen terrenos, obras civiles, maquinarias y equipos, dedicados a la elaboración y embotellamiento de cerveza; y los inmuebles, vehículos, botellas y cajas plásticas, destinadas a la comercialización de nuestros productos e inversiones en valores. Al 31 de diciembre del 2010, ningún activo de la empresa se encuentra gravado.

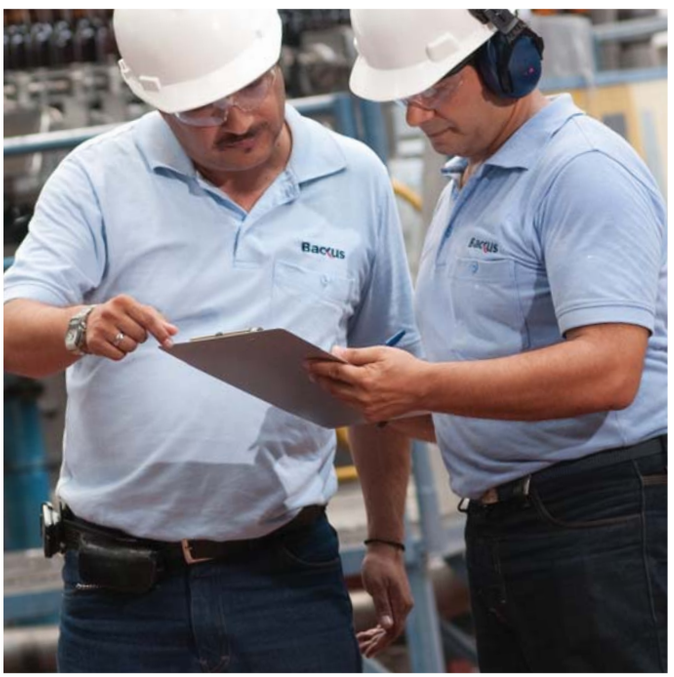
	Al 31-12-2009			Al 31-12-2010		
	CPI*1	CPF*2	Total	CPI*1	CPF*2	Total
Ejecutivos	51	0	51	58	0	58
Funcionarios	113	3	116	125	9	134
Empleados	462	207	669	448	250	698
Obreros	571	197	768	585	283	868
Total	**1197**	**407**	**1604**	**1216**	**542**	**1758**

***1** Con contrato a plazo indeterminado.
***2** Con contrato a plazo fijo.

CPI Con contrato a plazo indeterminado.
CPF Con contrato a plazo fijo.

	Al 31-12-2009			Al 31-12-2010		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Ejecutivos	49	2	51	55	3	58
Funcionarios	99	17	116	108	26	134
Empleados	521	148	669	529	169	698
Obreros	768	0	768	866	2	868
Total	**1437**	**167**	**1604**	**1558**	**200**	**1758**

Procesos Judiciales, Administrativos o Arbitrales No Rutinarios



Procedimientos tributarios

Al 31 de diciembre del 2010, se encuentran en proceso reclamos presentados por la empresa ante la Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT) por acotaciones relacionadas con el Impuesto General a las Ventas más intereses y multas de los años 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005 y 2006 por S/.39.6 millones; Impuesto a la Renta más intereses y multas de los años 1997, 1998, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 y 2005 por S/.126.8 millones; y por Impuesto Selectivo al Consumo más intereses y multas del año 2002 por S/.3 millones. Asimismo, se encuentran en proceso reclamos presentados ante diversas municipalidades relacionados con Arbitrios, Impuesto Predial y Alcabala que incluyendo intereses y multas hacen un total de S/.3.5 millones.

En atención a un reciente fallo del Tribunal Fiscal por el mismo tema, el principal reparo de los años 2000, 2001 y 2002, debería quedar sin efecto por disposición de este organismo. En opinión de la Gerencia y sus asesores legales, los argumentos expuestos en los reclamos presentados hacen prever razonablemente que es posible obtener una resolución favorable o de ser adversa no se derivaría en un pasivo importante para la empresa.

Procesos Judiciales

1. El Ministerio de Educación ha presentado una demanda por US$12 millones en contra de la cervecería y otros, por supuesta responsabilidad en los daños sufridos en el monumento histórico "Intihuatana", causado por la caída de una grúa sobre la piedra, cuando se filmaba un comercial para la marca Cusqueña. Hasta la fecha, no se dicta sentencia de primera instancia. En opinión de los abogados encargados de nuestra defensa en este asunto, esta demanda debería ser desestimada en cuanto a la cervecería.
2. El señor Ramón Lezama Paredes y esposa han presentado una demanda contra la cervecería por US$1 millón, por daños y perjuicios derivados del fallecimiento de su hija Zarella Lezama Durand en el naufragio del yate Nebeska Voda en septiembre del 2007. Se pretende atribuir responsabilidad a la empresa, a pesar de que nuestra participación se limitó a instalar publicidad en el yate naufragado, tal como ha sido

reconocido en el proceso penal en el que se ha excluido de responsabilidad a Backus. En opinión de los abogados externos encargados de este caso, esta demanda debería ser desestimada en cuanto a la cervecería, pues no tuvo participación alguna en las causas del naufragio, ni en el evento que se celebraba en el yate.

3. Se encuentran en trámite otros procesos de indemnización por daños y perjuicios iniciados por terceros, ascendentes a S/.22 millones, aproximadamente, que, de acuerdo con la opinión de nuestros asesores legales, también deberían ser declarados infundados por carecer de sustento.

4. Hemos sido demandados en la República de Eslovenia por la empresa HMEZAD Export Import para el pago de 884,686.57 euros. En esta demanda, se pretende imputarnos responsabilidad en las causas de la quiebra de dicha empresa, por solamente exigir que se respetara el precio pactado para la adquisición del lúpulo. Esta demanda también ha sido dirigida contra SABMiller Europe y la empresa UNIHOP TRGOVINA de Eslovenia. A consecuencia de lo anterior, también hemos sido demandados para el pago de 643,066.66 euros en la República de Eslovenia por la empresa UNIHOP TRGOVINA, igualmente declarada en quiebra. En este caso, la Corte de Slovenia ha desestimado la demanda en primera instancia. En ambos procesos, la defensa de Backus está a cargo de los abogados de SABMiller Europe, cuya opinión sostiene que estas demandas deberían ser desestimadas.

5. Los señores Oscar Berckemeyer Prado y Yolanda Angélica Quispe Arata, accionistas minoritarios de la empresa, han demandado ante el Juzgado Comercial la nulidad de la fusión entre Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. y las empresas Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A., Embotelladora San Mateo S.A., Corporación Backus y Johnston S.A., Backus y Johnston Trading S.A., Vidrios Planos del Perú S.A., Inmobiliaria Pariachi S.A. Muñoz S.A., Inversiones Nuevo Mundo 2000 S.A. y Quipudata S.A., acordada en septiembre del 2006, así como la nulidad de los demás acuerdos adoptados en la referida Junta. En opinión de los abogados externos encargados de este caso, la pretensión carece de sustento legal y debería ser declarada improcedente.

6. El Tribunal Fiscal ha emitido una Resolución que confirmó reparos formulados por SUNAT a la Compañía por Impuesto a la Renta e IGV del año 1998, estableciendo que los descuentos otorgados mediante Notas de Crédito a los Distribuidores no eran válidos por haberse omitido una formalidad en las Notas de Crédito. Esta resolución determina un supuesto adeudo de Impuesto a la Renta e IGV, que incluyendo multas e intereses asciende a S/.72 millones. La Compañía ha presentado una demanda contenciosa administrativa para que se declare la nulidad de la Resolución del Tribunal Fiscal. De acuerdo a la opinión de nuestros abogados externos, dicha resolución adolece de nulidad por haber transgredido diferentes normas legales y, consideran que existen sólidos argumentos legales para obtener un resultado favorable para la Compañía en este proceso.

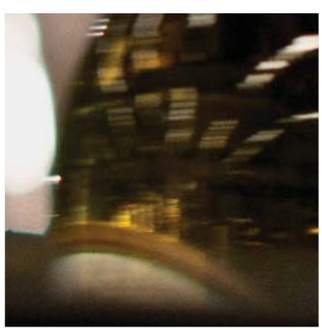
Dictamen de los auditores independientes
p. 80

Balance general
p. 82

Estado de ganancias y pérdidas
p. 84

Estado de cambios en el patrimonio neto
p. 85

Estado de flujos de efectivo
p. 86



S/. : Nuevo sol
US$: Dólar estadounidense
EUR : Euro

Estados Financieros

Los estados financieros presentan razonablemente la situación financiera de Backus, los resultados de sus operaciones y sus flujos de efectivo.

130 AÑOS
Backus
PASIÓN POR EL PERÚ
Y SU GENTE

Dictamen de los auditores independientes

28 de enero de 2011

A los señores Accionistas y Directores
Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.

Hemos auditado los estados financieros adjuntos de **Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.** (una subsidiaria indirecta de SABMiller plc, empresa con domicilio legal en el Reino Unido) que comprenden el balance general al 31 de diciembre de 2010 y al 31 de diciembre de 2009 y los estados de ganancias y pérdidas, de cambios en el patrimonio neto y de flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas, y el resumen de políticas contables significativas y otras notas explicativas.

Responsabilidad de la Gerencia sobre los estados financieros

La Gerencia es responsable de la preparación y presentación razonable de estos estados financieros de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados en el Perú. Esta responsabilidad incluye: diseñar, implantar y mantener el control interno relevante en la preparación y presentación razonable de los estados financieros para que no contengan representaciones erróneas de importancia relativa, ya sea como resultado de fraude o error; seleccionar y aplicar las políticas contables apropiadas; y realizar estimaciones contables razonables de acuerdo con las circunstancias.

Responsabilidad del Auditor

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre estos estados financieros basada en nuestras auditorías. Nuestras auditorías fueron realizadas de acuerdo con normas de auditoría generalmente aceptadas en el Perú. Tales normas requieren que cumplamos con requerimientos éticos y planifiquemos y realicemos las auditorías para obtener seguridad razonable de que los estados financieros no contienen representaciones erróneas de importancia relativa.

Una auditoría comprende la realización de procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre los saldos y las divulgaciones en los estados financieros. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, que incluye la evaluación del riesgo de que los estados financieros contengan representaciones erróneas de importancia relativa, ya sea como resultado de fraude o error. Al efectuar esta evaluación de riesgo, el auditor toma en consideración el control interno relevante de la Compañía en la preparación y presentación razonable de los estados financieros a fin de diseñar procedimientos de auditoría apropiados a las circunstancias, pero no con el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la entidad. Una auditoría también comprende la evaluación de que los principios de contabilidad aplicados son apropiados y que las estimaciones contables realizadas por la Gerencia son razonables, así como una evaluación de la presentación general de los estados financieros.

28 de enero de 2011

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

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada en proporcionarnos una base para nuestra opinión de auditoría.

Opinión

En nuestra opinión, los estados financieros antes indicados, preparados para los fines expuestos en la siguiente sección, presentan razonablemente, en todos sus aspectos significativos, la situación financiera de **Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.** al 31 de diciembre de 2010 y al 31 de diciembre de 2009, los resultados de sus operaciones y sus flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas, de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados en el Perú.

Enfasis sobre una situación

Los estados financieros separados de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. han sido preparados en cumplimiento de los requerimientos vigentes en el Perú para la presentación de información financiera y reflejan el valor de la inversión en sus subsidiarias de acuerdo con lo que se describe en la Nota 2-c a los estados financieros y no sobre una base consolidada. Estos estados financieros deben leerse junto con los estados financieros consolidados de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. y subsidiarias, presentados por separado, sobre los cuales en nuestro dictamen de la fecha emitimos una opinión sin salvedades.

Refrendado por

Dongo - Soria Gaveglio y Asociados

---(socio)

Esteban Chong L.
Contador Público Colegiado Certificado
Matrícula No. 01-010595

Balance general

31 de diciembre de 2010 y 31 de diciembre de 2009

	Nota	2010	2009
		S/.000	S/.000
ACTIVO			
Activo corriente			
Efectivo y equivalente de efectivo	(Nota 5)	167,145	192,672
Cuentas por cobrar comerciales	(Nota 6)	198,076	219,609
Otras cuentas por cobrar partes relacionadas	(Nota 7)	155,136	18,629
Otras cuentas por cobrar	(Nota 8)	65,934	68,979
Existencias	(Nota 9)	166,608	208,540
Activo no corriente mantenido para la venta	(Nota 12-c)	22,008	-
Gastos contratados por anticipado		10,394	33,029
Total del activo corriente		**785,301**	**741,458**
Inversiones	(Nota 10)		
Subsidiarias		305,487	306,278
Disponibles para la venta		7,843	7,086
		313,330	**313,364**
Inmuebles, maquinaria y equipo	(Nota 12)	1,461,784	1,472,699
Inversiones inmobiliarias		21,624	14,992
Intangibles	(Nota 13)	530,647	548,056
		3,112,686	**3,090,569**

	Nota	2010	2009
		S/.000	S/.000
PASIVO Y PATRIMONIO NETO			
Pasivo corriente			
Obligaciones financieras	(Nota 14)	231,562	3,280
Cuentas por pagar comerciales	(Nota 15)	134,628	135,242
Otras cuentas por pagar partes relacionadas	(Nota 7)	140,410	72,950
Impuesto a la renta y participaciones corrientes		87,630	112,943
Otras cuentas por pagar	(Nota 16)	331,132	308,130
Instrumentos financieros derivados	(Nota 17)	2,345	9,688
Provisiones	(Nota 16)	23,179	17,638
Parte corriente de beneficios del personal	(Nota 18)	25,362	4,112
Total del pasivo corriente		**976,248**	**663,983**
Obligaciones financieras	**(Nota 14)**	**626**	**292,183**
Depósitos en garantia	**(Nota 16)**	**112,337**	**89,434**
Beneficios del personal	**(Nota 18)**	**25,184**	**59,199**
Ingresos diferidos		**-**	**176**
Pasivo por impuesto a la renta diferido	**(Nota 19)**	**162,824**	**158,143**
Total pasivo		**1,277,219**	**1,263,118**
Patrimonio neto	**(Nota 20)**		
Capital		778,985	778,985
Capital adicional		18,518	10,403
Acciones de inversión		569,515	569,515
Prima de emisión		(14,786)	(14,786)
Excedente de revaluación		89,036	93,537
Reserva legal		156,392	156,144
Otras reservas		90,259	89,090
Resultados acumulados		147,548	144,563
Total patrimonio neto		**1,835,467**	**1,827,451**
		3,112,686	**3,090,569**

Estado de ganancias y pérdidas

Por el año terminado al 31 de diciembre de 2010 y de 2009

	Nota	2010	2009
		S/.000	S/.000
Ventas netas		2,588,671	2,372,272
Otros ingresos operacionales		88,052	75,344
Total ingresos brutos		**2,676,723**	**2,447,616**
Costo de ventas	(Nota 24)	(797,674)	(806,977)
Utilidad bruta		**1,879,049**	**1,640,639**
Gastos de venta	(Nota 25)	(843,044)	(711,017)
Gastos de administración	(Nota 26)	(349,967)	(270,250)
Otros ingresos	(Nota 27)	27,511	33,996
Otros gastos	(Nota 27)	(23,588)	(24,726)
Utilidad operativa		**689,961**	**668,642**
Ingresos financieros	(Nota 28)	3,943	6,049
Gastos financieros	(Nota 28)	(15,187)	(29,883)
Participación en los resultados de subsidiarias	(Nota 10-c)	62,625	66,197
Utilidad antes del impuesto a la renta		**741,342**	**711,005**
Impuesto a la renta	(Nota 22)	(222,099)	(208,913)
Utilidad del año		**519,243**	**502,092**
Utilidad por acción básica en nuevos soles	(Nota 29)		
Acciones comunes clase A		3.89	3.76
Acciones comunes clase B		4.28	4.18
Acciones de inversión		0.39	0.38

Estado de cambios en el patrimonio neto

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2010 y el 31 de diciembre de 2009

	Capital S/.000	Capital adicional S/.000	Acciones de inversión S/.000	Prima de emisión S/.000	Excedente de revaluación S/.000	Reserva legal S/.000	Otras reservas S/.000	Resultados acumulados S/.000	Total S/.000
Saldos al 1 de enero de 2009	**778,985**	**-**	**569,515**	**(9,117)**	**94,879**	**156,144**	**263,514**	**151,180**	**2,005,100**
Compra de acciones de subsidiarias	-	-	-	(5,669)	-	-	-	-	(5,669)
Dividendos declarados	-	-	-	-	-	-	(175,035)	(504,178)	(679,213)
Cambios en supuestos actuariales, neto del impuesto a la renta diferido	-	-	-	-	-	-	12,515	-	12,515
Ganancias en inversiones disponibles para la venta	-	-	-	-	-	-	12,560	-	12,560
Transferencia de reserva de inversiones disponibles para la venta a resultados	-	-	-	-	-	-	(15,119)	-	(15,119)
Pérdida en el valor razonable de coberturas	-	-	-	-	-	-	(9,517)	-	(9,517)
Pérdida en el valor razonable de coberturas de subsidiarias	-	-	-	-	-	-	(13)	-	(13)
Compensación en acciones	-	10,403	-	-	-	-	-	(5,880)	4,523
Transferencia a excedente de revaluación por depreciación de inmuebles revaluados	-	-	-	-	(1,342)	-	-	1,342	-
Caducidad de dividendos	-	-	-	-	-	-	185	7	192
Utilidad del año	-	-	-	-	-	-	-	502,092	502,092
Saldos al 31 de diciembre de 2009	**778,985**	**10,403**	**569,515**	**(14,786)**	**93,537**	**156,144**	**89,090**	**144,563**	**1,827,451**
Dividendos declarados	-	-	-	-	-	-	(185)	(520,614)	(520,799)
Cambios en supuestos actuariales, neto del impuesto a la renta diferido	-	-	-	-	-	-	(6,141)	-	(6,141)
Ganancia en inversiones disponibles para la venta	-	-	-	-	-	-	762	-	762
Pérdida en el valor razonable de coberturas	-	-	-	-	-	-	6,702	-	6,702
Compensación en acciones	-	8,115	-	-	-	-	-	-	8,115
Transferencia a excedente de revaluación por depreciación de inmuebles revaluados	-	-	-	-	(4,501)	-	-	4,501	-
Otros	-	-	-	-	-	-	-	(145)	(145)
Caducidad de dividendos	-	-	-	-	-	248	31	-	279
Utilidad del año	-	-	-	-	-	-	-	519,243	519,243
Saldos al 31 de diciembre de 2010	**778,985**	**18,518**	**569,515**	**(14,786)**	**89,036**	**156,392**	**90,259**	**147,548**	**1,835,467**

Estado de flujos de efectivo

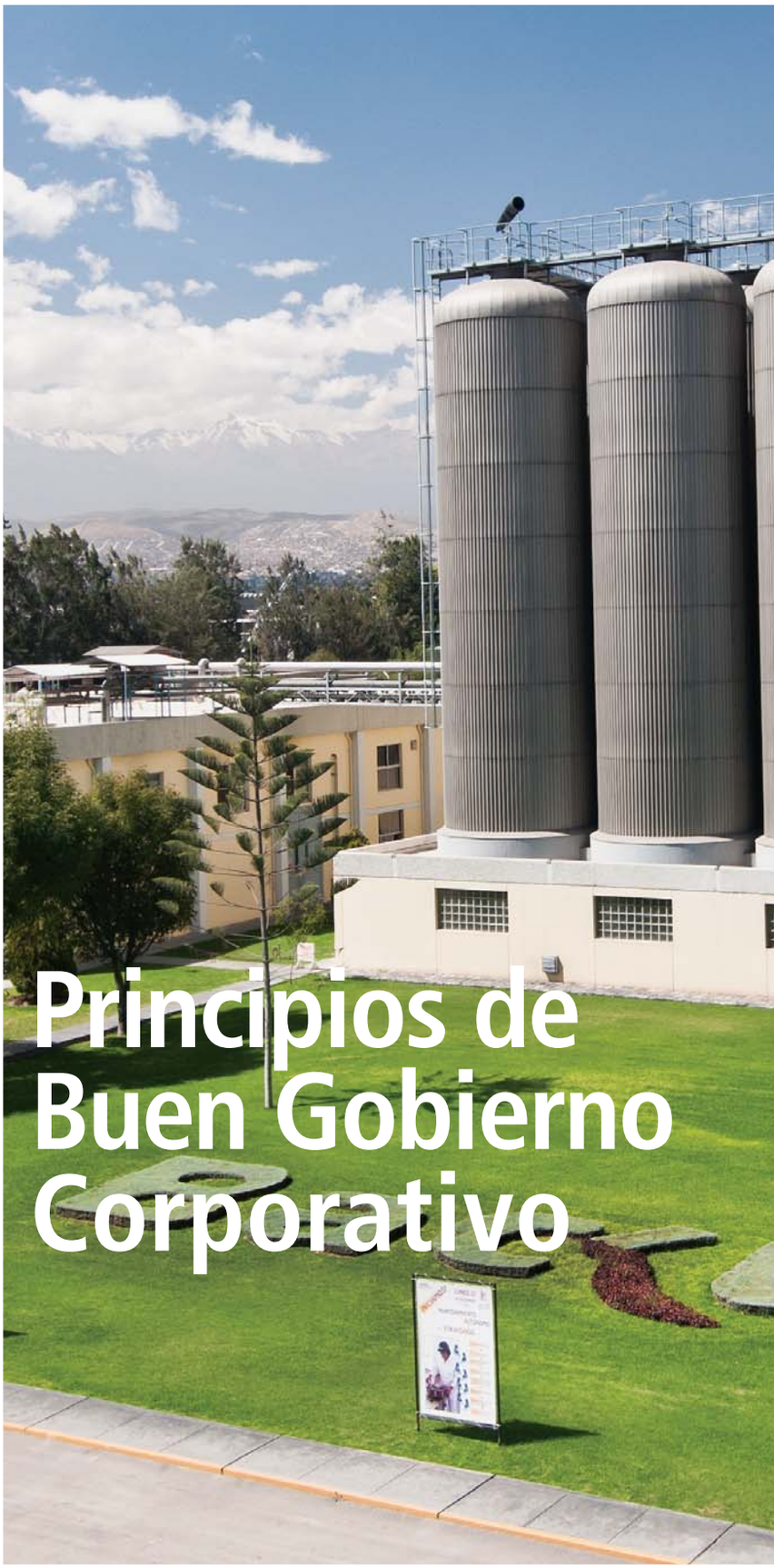
Por el año terminado al 31 de diciembre de 2010 y de 2009

	2010	2009
	S/.000	S/.000
ACTIVIDADES DE OPERACION		
Cobranzas a los clientes	4,590,392	4,279,519
Pago a proveedores	(1,757,684)	(1,573,306)
Pago de remuneraciones y beneficios sociales	(132,689)	(120,415)
Pago de tributos	(2,146,061)	(1,864,873)
Otros cobros en efectivo relativos a la actividad	273,410	127,416
Efectivo neto provisto por las actividades de operación	**827,368**	**848,341**
ACTIVIDADES DE INVERSION		
Venta de inversiones	5	32,780
Venta de inmuebles, maquinaria y equipo	24,771	8,861
Compra de inversiones	-	(6,026)
Compra de intangibles	(6,434)	(25,734)
Compra de inmuebles, maquinaria y equipo	(228,408)	(226,224)
Préstamo a partes relacionadas	(121,277)	-
Dividendos recibidos	63,190	38,290
Efectivo neto aplicado a las actividades de inversión	**(268,153)**	**(178,053)**
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
Recursos obtenidos por deuda a corto plazo	-	150,000
Amortización de deuda, arrendamiento financiero	(63,275)	(3,297)
Dividendos pagados	(521,467)	(699,332)
Efectivo neto aplicado a actividades de financiamiento	**(584,742)**	**(552,629)**
(Disminución neta) aumento neto de efectivo y equivalente de efectivo	(25,527)	117,659
Efectivo y equivalente de efectivo al inicio del año	192,672	75,013
Efectivo y equivalente de efectivo al final del año	**167,145**	**192,672**

	2010	2009
	S/.000	S/.000
CONCILIACION DE LA UTILIDAD CON EL EFECTIVO, NETO PROVISTO POR LAS ACTIVIDADES DE OPERACION		
Utilidad del año	519,243	502,092
Ajustes para conciliar la utilidad neta con el efectivo provisto por las actividades de operación:		
Participación en los resultados de subsidiarias	(62,625)	(66,197)
Depreciación	190,414	190,161
Amortización	23,843	18,887
Inversiones inmobiliarias y ajustes de activo fijo	(2,240)	(686)
Provisión para deterioro de cuentas por cobrar	9,090	19,635
Provisión por litigios	5,541	17,638
Utilidad en venta de inmuebles, maquinaria y equipo	(13,050)	(645)
Utilidad en venta de inversiones	(4)	(15,193)
Retiro de activo fijo	10,788	5,536
Compensación en acciones	8,115	4,523
Beneficios del personal	(19,309)	(14,331)
Impuesto a la renta diferido	5,083	6,566
Variaciones netas de activos y pasivos:		
Cuentas por cobrar comerciales	13,388	26,877
Otras cuentas por cobrar	(13,131)	(8,455)
Existencias	41,932	15,116
Gastos contratados por anticipado	(22,635)	24,412
Cuentas por pagar comerciales	(614)	13,176
Otras cuentas por pagar	88,269	109,229
Efectivo neto provisto por las actividades de operación	**827,368**	**848,341**
TRANSACCIONES QUE NO REPRESENTAN MOVIMIENTO DE EFECTIVO		
Transferencia a activo no corriente mantenido para la venta	22,008	-
Ajustes en supuestos cálculos actuariales	(6,544)	14,217

Sección Primera:
Evaluación de 26 principios
p. 90

Sección Segunda:
Información adicional
p. 116



Principios de Buen Gobierno Corporativo

- El Comité de Buen Gobierno Corporativo ha verificado que no se produjera algún conflicto de intereses entre la administración, los miembros del directorio y los accionistas.

- Backus difunde sus buenas prácticas de gobierno corporativo entre sus grupos de interés.

130 AÑOS
Backus
PASIÓN POR EL PERÚ
Y SU GENTE

Principios de Buen Gobierno Corporativo

Sección Primera: Evaluación de 26 principios

Los derechos de los accionistas

PRINCIPIO 1

Principio (I.C.1. segundo párrafo).- No se debe incorporar en la agenda asuntos genéricos, debiéndose precisar los puntos a tratar, de modo que se discuta cada tema por separado, facilitando su análisis y evitando la resolución conjunta de temas, respecto de los cuales se puede tener una opinión diferente.

CUMPLIMIENTO:	0	1	2	3	4

PRINCIPIO 2

Principio (I.C.1. tercer párrafo).- El lugar de celebración de las Juntas Generales se debe fijar de modo que se facilite la asistencia de los accionistas a las mismas.

CUMPLIMIENTO:	0	1	2	3	4

a. Indique el número de juntas de accionistas convocadas por la EMPRESA durante el ejercicio materia del presente informe.

Junta Obligatoria Anual de Accionistas	1
Junta General de Accionistas	0

b. De haber convocado a juntas de accionistas, complete la siguiente información para cada una de ellas.

Fecha convocatoria(*):	30 de enero del 2010
Fecha de la junta:	25 de febrero del 2010
Lugar de la junta:	Av. Asturias 652 - Ate
Tipo de junta:	General
Quórum:	99.5053%
Asistentes:	7 accionistas y 6 representantes
Hora de inicio:	08:00 a.m.
Hora de término:	09:00 a.m.

* En caso de haberse efectuado más de una convocatoria, indicar la fecha de cada una de ellas.

c. ¿Qué medios, además del contemplado en el artículo 43 de la Ley General de Sociedades, utiliza la EMPRESA para convocar a las juntas?

- ☐ Correo electrónico
- ☐ Directamente en la EMPRESA
- ☐ Vía telefónica

☐ Página de Internet
☐ Correo postal
■ Otros. Las convocatorias a las Juntas Generales, además de lo estipulado por la Ley General de Sociedades y el Estatuto, son comunicadas como "Hecho de Importancia" a la CONASEV. Dicha convocatoria está a disposición de los accionistas y/o inversionistas, en general, en la página web de dicha institución.
☐ Ninguno

d. Indique si los medios señalados en la pregunta anterior se encuentran regulados en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

☐ Estatuto
☐ Reglamento Interno
☐ Manual
■ Otros. (*) Reglamento de la Junta General de Accionistas

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

☐ No se encuentran regulados.

e. En caso, la EMPRESA cuente con una página web corporativa, ¿es posible obtener las actas de las juntas de accionistas a través de dicha página?

	Sí	No
Solo para accionistas	☐	■
Para el público en general	☐	■

Nota: La EMPRESA cumple con reportar el o los acuerdos adoptados por la Junta General que deban ser reportados como Hecho de Importancia, a la CONASEV y a los organismos rectores de mercados que correspondan, en el plazo establecido por las normas. Estos acuerdos se encuentran a disposición tanto de los accionistas como de cualquier inversionista.

A partir del 31 de diciembre de 2009, fecha de la aprobación del Reglamento de Junta General de Accionistas de la EMPRESA, y sin perjuicio del derecho que tienen los accionistas para acceder a las actas de las juntas generales -de acuerdo con lo estipulado por la Ley General de Sociedades-, se publica los acuerdos adoptados en la Junta en la página web corporativa.

☐ No cuenta con página web.

PRINCIPIO 3

Principio (I.C.2).- Los accionistas deben contar con la oportunidad de introducir puntos a debatir, dentro de un límite razonable, en la agenda de las Juntas Generales.

Los temas que se introduzcan en la agenda deben ser de interés social y propio de la competencia legal o estatutaria de la Junta. El Directorio no debe denegar esta clase de solicitudes, sin comunicar al accionista un motivo razonable.

CUMPLIMIENTO: 0 1 2 3 **4**

a. Indique si los accionistas pueden incluir puntos a tratar en la agenda, mediante un mecanismo adicional al contemplado en la Ley General de Sociedades (artículo 117 para sociedades anónimas regulares y artículo 255 para sociedades anónimas abiertas).

■ Sí
☐ No

b. En caso, la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, detalle los mecanismos alternativos.

Los accionistas de la sociedad pueden incluir puntos a tratar en la agenda, mediante un mecanismo adicional al contemplado en la Ley General de Sociedades. El Reglamento de la Junta General de Accionistas de la EMPRESA establece que los accionistas, que representen más de 5% de las acciones suscritas de la Clase "A", podrán solicitar al Presidente del Directorio la inclusión de temas de agenda, vinculadas a la marcha de la EMPRESA en el mes de diciembre del año anterior, a la fecha que deba de celebrarse la Junta Obligatoria Anual. La solicitud debe ser debidamente justificada.

c. Indique si los mecanismos descritos en la pregunta anterior se encuentran regulados en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

- ☐ Estatuto
- ☐ Reglamento Interno
- ☐ Manual
- ■ Otros. (*) Reglamento de la Junta General de Accionistas

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

- ☐ No se encuentran regulados.

d. Indique el número de solicitudes presentadas por los accionistas, durante el ejercicio materia del presente informe, para la inclusión de temas a tratar en la agenda de las juntas.

Recibidas	0
Aceptadas	-
Rechazadas	-

PRINCIPIO 4

Principio (I.C.4.i.).- El estatuto no debe imponer límites a la facultad que todo accionista, con derecho a participar en las juntas generales, pueda hacerse representar por la persona que designe.

CUMPLIMIENTO:	0	1	2	3	4

a. De acuerdo con lo previsto en el artículo 122 de la Ley General de Sociedades, indique si el estatuto de la EMPRESA limita el derecho de representación, reservándolo:

- ☐ A favor de otro accionista
- ☐ A favor de un director
- ☐ A favor de un gerente
- ■ No se limita el derecho de representación

b. Indique para cada junta realizada, durante el ejercicio materia del presente informe, la siguiente información:

Tipo de junta	General	
Fecha de la junta	25 de febrero del 2010	
Participación (%) sobre el total de acciones con derecho a voto	A través de poderes: Ejercicio directo:	**0.0287%** **99.4766%**

Nota: Es preciso recordar que en el caso de las personas jurídicas, que se encuentran representadas en la junta, se trata del ejercicio directo del derecho a voto.

c. Indique los requisitos y formalidades exigidas para que un accionista pueda representarse en una junta.

Formalidad (indique si la empresa exige carta simple, carta notarial, escritura pública u otros).
Carta simple

Anticipación (número de días previos a la junta con que debe presentarse el poder).
24 horas de anticipación

Costo (indique si existe un pago que exija la empresa para estos efectos y a cuánto asciende).
No

d. Indique si los requisitos y formalidades descritas en la pregunta anterior se encuentran regulados en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

- ■ Estatuto
- ☐ Reglamento Interno
- ☐ Manual
- ■ Otros. (*) Reglamento de la Junta General de Accionistas

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

- ☐ No se encuentran regulados.

Tratamiento equitativo de los accionistas

PRINCIPIO 5

Principio (II.A.1, tercer párrafo).- Es recomendable que la sociedad emisora de acciones de inversión u otros valores accionarios sin derecho a voto ofrezca a sus tenedores la oportunidad de canjearlos por acciones ordinarias con derecho a voto o que prevean esta posibilidad al momento de su emisión.

CUMPLIMIENTO:	0	1	2	3	4

Nota: La EMPRESA no se asigna una calificación, porque considera que, no ofrecer a los accionistas de inversión u otros valores accionarios sin derecho a voto la oportunidad de canjearlos por acciones ordinarias, no constituye un incumplimiento por parte de la EMPRESA a la práctica de Buen Gobierno Corporativo. Luego, no corresponde asignar la calificación de "0", pues la propia Ley General de Sociedades permite la creación de Acciones sin Derecho a Voto. La EMPRESA entiende que los Principios de Buen Gobierno Corporativo apuntan a la transparencia y acceso a la información, es decir, cualquier inversionista puede tener la oportunidad de conocer, al momento de su compra, los derechos y obligaciones respecto del tipo de acción que adquiere de la EMPRESA y exigir que los mismos no se modifiquen, sin los procedimientos correspondientes, lo que en efecto ocurre con cada uno de los accionistas que tiene la EMPRESA.

Obligar a las sociedades emisoras de valores a canjear las acciones de inversión o sin derecho a voto por acciones ordinarias no representa un Principio de Buen Gobierno Corporativo, mas aún si, en el caso de las acciones de inversión, estas fueron creadas en la vigencia de un Gobierno Militar, que dispuso la expropiación de una parte de la renta de la empresa, la cual correspondía a los accionistas, para ser entregado a los trabajadores vía acciones laborales, hoy acciones de inversión. En cuanto a otros valores sin derecho a voto, su emisión se encuentra contemplada en la Ley General de Sociedades, y los accionistas que los adquirieron tenían conocimiento de que estaban sacrificando su derecho al voto dentro de la sociedad, a cambio de un dividendo preferencial.

a. ¿La EMPRESA ha realizado algún proceso de canje de acciones de inversión en los últimos cinco años?

- ☐ Sí
- ■ No
- ☐ No aplica

PRINCIPIO 6

Principio (II.B).- Se debe elegir un número suficiente de directores, capaces de ejercer un juicio independiente en asuntos, donde haya potencialmente conflictos de intereses, pudiéndose, para tal efecto, tomar en consideración la participación de los accionistas carentes de control.

Los directores independientes son aquellos seleccionados por su prestigio profesional y que no se encuentran vinculados con la administración de la sociedad, ni con los accionistas principales de la misma.

CUMPLIMIENTO:	0	1	2	3	4

Nota: El Directorio de la EMPRESA está conformado por profesionales de seleccionado prestigio profesional y seriedad, capaces de ejercer un juicio independiente en asuntos, en los cuales hay potencialmente conflictos de interés, pudiendo tener en consideración la participación de los accionistas carentes de control.

b. Indique el número de directores dependientes e independientes de la EMPRESA[1].

Directores Dependientes	8
Directores Independientes	6
Total	14

c. Indique los requisitos especiales (distintos de los necesarios para ser director) para ser director independiente de la EMPRESA.

De acuerdo con lo establecido en nuestro Reglamento del Directorio, se considera director independiente a aquel seleccionado por su prestigio profesional o destacada trayectoria empresarial y que no se encuentra vinculado con la administración de la sociedad, ni con la administración de alguna de las empresas que forma parte del Grupo Económico de SABMiller plc o con los accionistas principales de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. o de SABMiller plc.

☐ No existen requisitos especiales.

d. Indique si los requisitos especiales descritos en la pregunta anterior se encuentran regulados en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

☐ Estatuto
☐ Reglamento Interno
☐ Manual
■ Otros. (*) Reglamento del Directorio

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

☐ No se encuentran regulados.

1. Los directores independientes son aquellos que no se encuentran vinculados con la administración de la entidad emisora, ni con sus accionistas principales. Para dicho efecto, la vinculación se define en el Reglamento de Propiedad Indirecta, Vinculación y Grupo Económico. Los accionistas principales, por su parte, son aquellas personas naturales o jurídicas que tienen la propiedad de cinco por ciento (5%) o más del capital de la entidad emisora.

e. Indique si los directores de la empresa son parientes en primer grado o en segundo grado de consanguinidad, o parientes en primer grado de afinidad, o cónyuge de:

Nombres y apellidos del director	Vinculación con accionista[1]/director/gerente			Nombres y apellidos del accionista[1]/director/gerente	Afinidad	Información adicional[2]
Carlos Pérez Dávila	☐	■	☐	Alejandro Santo Domingo Dávila	4° grado	Consanguinidad
Alejandro Santo Domingo Dávila	☐	■	☐	Carlos Pérez Dávila	4° grado	Consanguinidad

1 Accionistas con una participación igual o mayor a 5% de las acciones de la EMPRESA (por clase de acción, incluidas las acciones de inversión).

2 En el caso, exista vinculación con algún accionista, incluir su participación accionaria. En el caso, la vinculación sea con algún miembro de la plana gerencial, incluir su cargo.

f. En caso, algún miembro del Directorio ocupe o haya ocupado, durante el ejercicio materia del presente informe, algún cargo gerencial en la EMPRESA, indique la siguiente información:

Nombres y apellidos del director	Cargo gerencial que desempeña o desempeñó	Fecha en el cargo gerencial Inicio	Término
Luis Eduardo García Rosell Artola	Gerente de Ventas	31-12-2009	Continúa en el cargo
Robert Priday Woodworth	Gerente General	01-01-2006	Continúa en el cargo

g. En caso, algún miembro del Directorio de la EMPRESA también sea o haya sido, durante el ejercicio materia del presente informe, miembro del Directorio de otra u otras empresas inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores, indique la siguiente información:

Nombres y apellidos del director	Denominación social de la(s) empresa(s)	Fecha en el cargo gerencial Inicio	Término
Mauricio Restrepo Pinto	Cervecería San Juan S.A.	26-03-2004	Hasta la fecha
Luis Eduardo García Rosell Artola	Cervecería San Juan S.A. Industrias del Envase S.A.	22-12-2005 22-12-2005	Hasta la fecha Hasta la fecha
Robert Priday Woodworth	Cervecería San Juan S.A. Industrias del Envase S.A.	22-12-2005 22-12-2005	Hasta la fecha Hasta la fecha

Comunicación y transparencia informativa

PRINCIPIO 7

Principio (IV.C, segundo, tercer y cuarto párrafo).- Si bien, por lo general, las auditorías externas están enfocadas a dictaminar información financiera, estas también pueden referirse a dictámenes o informes especializados en los siguientes aspectos: peritajes contables, auditorías operativas, auditorías de sistemas, evaluación de proyectos, evaluación o implantación de sistemas de costos, auditoría tributaria, tasaciones para ajustes de activos, evaluación de cartera, inventarios u otros servicios especiales.

Es recomendable que estas asesorías sean realizadas por auditores distintos o, en caso las realicen los mismos auditores, ello no afecte la independencia de su opinión. La sociedad debe revelar todas las auditorías e informes especializados que realice el auditor.

Se debe informar respecto de todos los servicios que la sociedad auditora o auditor presta a la sociedad, especificándose el porcentaje que representa cada uno, y su participación en los ingresos de la sociedad auditora o auditor.

CUMPLIMIENTO: 0 1 2 3 **4**

a. Indique la siguiente información de las sociedades de auditoría que han brindado servicios a la EMPRESA en los últimos cinco años.

Razón social de la sociedad de auditoría	Servicio*	Periodo	Retribución**
Dongo-Soria Gaveglio y Asociados Sociedad Civil (Price Waterhouse Coopers)	Auditoría externa y servicios especiales	2010	US$ 472,234 sin IGV – 94%
Ernst & Young***	Servicios especiales	2010	US$ 756,051 sin IGV – 0%
Ernst & Young – Bolivia	Servicios especiales	2010	US$ 7,680 sin IGV – 0%
Caipo y Asociados S-C. – KPMG	Servicios especiales	2010	US$ 277,125 sin IGV – 0%
Dongo-Soria Gaveglio y Asociados Sociedad Civil (Price Waterhouse Coopers	Auditoría externa y servicios especiales	2009	US$ 479,750 sin IGV – 96%
Ernst & Young***	Servicios especiales	2009	US$ 629,373 sin IGV – 0%
Ernst & Young – Colombia	Servicios especiales	2009	US$ 61,428 sin IGV – 0%
Caipo y Asociados S-C. – KPMG	Servicios especiales	2009	US$ 91,478 sin IGV – 0%
Dongo-Soria Gaveglio y Asociados Sociedad Civil (Price Waterhouse Coopers)	Auditoría externa y servicios especiales	2008	US$ 640,228 sin IGV – 96%
Ernst & Young***	Servicios especiales	2008	US$ 842,917 sin IGV – 0%
Ernst & Young LL-USA	Servicios especiales	2008	US$ 6,700 sin IGV – 0%
Dongo-Soria Gaveglio y Asociados Sociedad Civil (Price Waterhouse Coopers)	Auditoría externa y servicios especiales	2007	US$ 859,053 sin IGV –78%
Ernst & Young***	Servicios especiales	2007	US$ 1’973,096 sin IGV – 0%
Ernst & Young	Servicios especiales	2006	US$ 1’455,641 sin IGV – 0%
Dongo-Soria Gaveglio y Asociados Sociedad Civil (Price Waterhouse Coopers)	Auditoría externa	2006	US$ 351,000 sin IGV – 100%
Gris Hernandez y Asociados Sociedad Civil (Delloite & Touche)	Servicios especiales	2006	US$ 366,844 sin IGV – 0%

* Incluir todos los tipos de servicios como dictámenes de información financiera, peritajes, auditorías operativas, auditorías de sistemas, auditoría tributaria u otros servicios especiales.

** Del monto total pagado a la sociedad de audítoria por todo concepto, indicar el porcentaje que corresponde a la retribución por servicios de auditoría financiera.

*** Información adicional de los servicios especiales prestados por Ernst & Young.

2010	2009
Control interno financiero	**Control interno financiero**
Sostenibilidad de SOX	Sostenibilidad de SOX
Modelo de Sostenibilidad de SOX en Proyecto Génesis	Modelo de Sostenibilidad de SOX en Proyecto Génesis
Implementación control SOX en Proyecto Génesis (Hasta el mes de marzo 2010)	Implementación control SOX en Proyecto Génesis
Asesoría tributaria	**Asesoría tributaria**
Soporte tratamiento Facturación Servicios Gerenciales SABMiller BV y Proyecto TRIUMPHT	Soporte tratamiento Facturación Servicios Gerenciales SABMiller BV
Declaración Jurada Informativa PDT 2009 (Precios de Transferencia)	Declaración Jurada Informativa PDT 2008 (Precios de Transferencia)
Consultoría permanente	Consultoría permanente
Revisión Declaración Jurada Impuesto a la Renta 2010	Revisión Declaración Jurada Impuesto a la Renta 2009
	Optimización del IGV no deducible

b. Describa los mecanismos preestablecidos para contratar a la sociedad de auditoría, encargada de dictaminar los Estados Financieros anuales (incluida la identificación del órgano de la empresa encargada de elegir a la sociedad auditora).

De acuerdo con lo dispuesto por el literal d) del Artículo 4.03 del Estatuto de la EMPRESA, corresponde a la Junta Obligatoria Anual de Accionistas la designación o delegación en el Directorio de la designación de auditores, que deben examinar las cuentas y certificar el balance la empresa. Asimismo, es función del Comité de Auditoría hacer recomendaciones al Directorio, en cuanto al nombramiento y remoción de los auditores externos y aprobar y recomendar al Directorio las remuneraciones y condiciones del contrato de los auditores externos.

c. Indique si los mecanismos descritos en la pregunta anterior se encuentran contenidos en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

- ■ Estatuto
- ☐ Reglamento Interno
- ☐ Manual
- ■ Otros. (*) Reglamento del Directorio

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

- ☐ No se encuentran regulados

d. Indique si la sociedad de auditoría contratada, para dictaminar los Estados Financieros de la EMPRESA correspondientes al ejercicio materia del presente informe, dictaminó también los Estados Financieros del mismo ejercicio para otras empresas de su grupo económico.

- ■ Sí
- ☐ No

Razón social de la (s) empresa (s) del grupo económico:
Agro Inversiones S.A.
Cervecería San Juan S.A.
Industrias del Envase S.A.
Naviera Oriente S.A.
Transportes 77 S.A.
Club Sporting Cristal S.A.

e. Indique el número de reuniones que, durante el ejercicio materia del presente informe, el área encargada de auditoría interna ha celebrado con la sociedad auditora contratada.

Número de reuniones:

☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ■ 4 ☐ 5 ☐ Más de 5 ☐ No aplica

PRINCIPIO 8

Principio (IV.D.2).- La atención de los pedidos particulares de información, solicitados por los accionistas, los inversionistas en general o los grupos de interés relacionados con la sociedad, debe hacerse a través de una instancia y/o personal responsable designado al efecto.

CUMPLIMIENTO: 0 1 2 3 **4**

a. Indique cuál (es) es (son) el (los) medio (s) o la (s) forma (s) por la que los accionistas o los grupos de interés de la EMPRESA pueden solicitar información para que su solicitud sea atendida.

	Accionistas	Grupos de interés
Correo electrónico	■	■
Directamente en la EMPRESA	■	■
Vía telefónica	■	■
Página de Internet	■	■
Correo postal	■	■
Otros	☐	☐

b. Sin perjuicio de las responsabilidades de información que tiene el Gerente General, de acuerdo con el artículo 190 de la Ley General de Sociedades, indique cuál es el área y/o persona encargada de recibir y tramitar las solicitudes de información de los accionistas. En caso, sea una persona la encargada, incluir adicionalmente su cargo y área en la que labora.

Área encargada: Departamento de Valores

Persona encargada:	Nombres y apellidos	Cargo	Área
	Jorge Gamarra Masías	Jefe de Departamento	Valores

c. Indique si el procedimiento de la empresa para tramitar las solicitudes de información de los accionistas y/o los grupos de interés de la empresa se encuentra regulado en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

☐ Estatuto
☐ Reglamento Interno
☐ Manual
■ Otros. (*) Reglamento de la Junta General de Accionistas

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

☐ La empresa cuenta con un procedimiento, pero este no se encuentra regulado.
☐ No aplica. No existe un procedimiento preestablecido.

d. Indique el número de solicitudes de información presentadas por los accionistas y/o grupos de interés de la EMPRESA durante el ejercicio materia del presente informe.

Recibidas	1,269
Aceptadas	1,269
Rechazadas	-

Nota: Las solicitudes recibidas corresponden solo a los accionistas y están relacionadas con la tenencia de acciones, dividendos por cobrar, transferencias por herencia, certificados de retenciones y otros de naturaleza ordinaria.

e. En caso, la EMPRESA cuente con una página web corporativa, ¿incluye una sección especial sobre gobierno corporativo o relaciones con accionistas e inversores?

- ■ Sí
- ☐ No
- ☐ No cuenta con página web

Nota: A partir del ejercicio 2007, la página web corporativa de la EMPRESA incluye una sección especial sobre Buen Gobierno Corporativo y Comité de Ética.

f. Durante el ejercicio materia del presente informe, indique si ha recibido algún reclamo por limitar el acceso de información a algún accionista.

- ☐ Sí
- ■ No

PRINCIPIO 9

Principio IV.D.3.).- Los casos de duda, sobre el carácter confidencial de la información solicitada por los accionistas o por los grupos de interés relacionados con la sociedad, deben ser resueltos. Los criterios deben ser adoptados por el Directorio y ratificados por la Junta General, así como incluidos en el estatuto o reglamento interno de la sociedad. En todo caso, la revelación de información no debe poner en peligro la posición competitiva de la empresa, ni ser susceptible de afectar el normal desarrollo de las actividades de la misma.

CUMPLIMIENTO:	0	1	2	3	4

a. ¿Quién decide sobre el carácter confidencial de una determinada información?

- ■ Directorio
- ☐ Gerente General
- ☐ Otros

Nota: El carácter confidencial de una determinada información es establecido por el Directorio. En todo caso, la revelación de información no debe poner en peligro la posición competitiva de la EMPRESA, ni ser susceptible de afectar el normal desarrollo de las actividades de la misma.

b. Detalle los criterios pre establecidos de carácter objetivo que permiten calificar determinada información como confidencial. Adicionalmente, indique el número de solicitudes de información presentadas por los accionistas durante el ejercicio materia del presente informe, que fueron rechazadas debido al carácter confidencial de la información.

Los criterios pre establecidos, que permiten calificar determinada información como confidencial, son los señalados en las normas internas de conducta sobre Hechos de Importancia, información reservada y otras comunicaciones.

De conformidad con las normas internas de conducta para salvaguardar la confidencialidad, transparencia y difusión de información al mercado de capitales, el Directorio de la sociedad

puede asignar a un Hecho de Importancia el carácter de reservado, cuando su divulgación prematura pueda causarle perjuicio. En todo caso, el criterio es no difundir información privilegiada, mientras no sea revelada al mercado como Hecho de Importancia.

Asimismo, con el fin de salvaguardar la información de la EMPRESA, en la Política de Ética, se contempla una sección sobre información confidencial, en la cual se definen los procesos para cuidar aquella información, tanto al interior de la EMPRESA, como para aquella que se trasmita al mercado.

☐ No se presentaron solicitudes
☐ No existen criterios preestablecidos

c. Indique si los criterios descritos en la pregunta anterior se encuentran contenidos en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

☐ Estatuto
☐ Reglamento Interno
☐ Manual
■ Otros. (*) Normas internas de conducta. Política de Ética.

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

☐ No se encuentran regulados

PRINCIPIO 10

Principio (IV.F, primer párrafo).- La sociedad debe contar con auditoría interna. El auditor interno, en el ejercicio de sus funciones, debe guardar relación de independencia profesional, respecto de la sociedad que lo contrata. Debe actuar observando los mismos principios de diligencia, lealtad y reserva, que se exigen al Directorio y a la Gerencia.

CUMPLIMIENTO: 0 1 2 3 **4**

a. Indique si la EMPRESA cuenta con un área independiente, encargada de auditoría interna.

■ Sí
☐ No

En caso, la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, dentro de la estructura orgánica de la EMPRESA, indique, jerárquicamente, de quién depende Auditoría Interna y a quién tiene la obligación de reportar.

Depende de: Gerencia Finanzas.
Reporta a: Comité de Auditoría de Backus.
Directorio de Backus.
Grupo de Auditoría Interna de SABMiller plc.

Nota: Al ser Cervecerías Peruanas Backus S.A.A. una empresa parte del grupo económico SABMiller plc, se encuentra sujeta a la revisión y monitoreo por parte de un Comité Latinoamericano, conformado por miembros independientes a la administración de la EMPRESA, lo que asegura la independencia y transparencia de la información, riesgos y auditoría reportados por la EMPRESA.

b. Indique cuáles son las principales responsabilidades del encargado de Auditoría Interna y si cumple otras funciones ajenas a la Auditoría Interna.

Dentro de sus responsabilidades, está la de elaborar el Plan de Auditoría, bajo la metodología de auditoría interna de SABMiller plc (basada en riesgos), ejecutar el Plan de Auditoría en las fechas programadas y preparar los informes correspondientes.

Asimismo de conformidad con lo señalado en el Código de Buen Gobierno Corporativo de la EMPRESA, aprobado mediante sesión de Directorio del 17 de noviembre de 2003 y

comunicado al mercado con fecha 20 de noviembre de 2003, las funciones de la Auditoria Interna se encuentran reguladas:

4.3 Auditoría
4.3.1 Auditoría interna

La EMPRESA contará con una auditoría interna. El auditor interno, en el ejercicio de sus funciones, debe guardar relación de independencia profesional respecto de la EMPRESA que lo contrata. Debe actuar observando los mismos principios de diligencia, lealtad y reserva, que se exigen al Directorio y a la Gerencia.

No deben desempeñar este cargo las personas que se encuentran en alguno de los supuestos de incompatibilidades, establecidos para los directores y el gerente.

Las funciones principales de los auditores internos, que sean reconocidas de manera explícita, deben procurar abarcar los siguientes aspectos:

- Evaluación permanente de toda la información generada o registrada por la actividad desarrollada por la EMPRESA, de modo que sea confiable y guarde sujeción con la normativa.
- Asegurar la fortaleza del control interno contable.
- Presentar a las áreas correspondientes las observaciones del caso, así como proponer las medidas necesarias, evitando errores y previniendo contingencias.
- Diseñar y conducir la política integral del control interno de la EMPRESA.
- Mantener informado al Directorio y a la Gerencia General, por escrito, de los asuntos o materias críticas del control interno sobre las que debe tomarse atención o conocimiento, así como de las acciones tomadas sobre toda recomendación, que haya presentado en el periodo que informa".

c. Indique si las responsabilidades descritas en la pregunta anterior se encuentran reguladas en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

- ☐ Estatuto
- ☐ Reglamento Interno
- ☐ Manual
- ■ Otros. (*) Código de Buen Gobierno Corporativo.
  Manual de la Metodología de Auditoría Interna de SABMiller plc.

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

Las responsabilidades del Directorio

PRINCIPIO 11					
Principio (V.D.1).- El Directorio debe realizar ciertas funciones claves a saber: Evaluar, aprobar y dirigir la estrategia corporativa; establecer los objetivos y metas, así como los planes de acción principales, la política de seguimiento, control y manejo de riesgos, los presupuestos anuales y los planes de negocios; controlar la implementación de los mismos; y supervisar los principales gastos, inversiones, adquisiciones y enajenaciones.					
CUMPLIMIENTO:	0	1	2	3	**4**

a. En caso, el Directorio de la EMPRESA se encuentre encargado de la función descrita en este principio, indicar si esta función del Directorio se encuentra contenida en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

- ■ Estatuto
- ☐ Reglamento Interno
- ☐ Manual
- ■ Otros. (*) Reglamento del Directorio. Código de Buen Gobierno Corporativo.

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

- ☐ El Directorio se encarga de la función descrita, pero esta no se encuentra regulada.
- ☐ No aplica. El Directorio no se encarga de esta función.

PRINCIPIO 12

El Directorio debe realizar ciertas funciones claves a saber:

Principio (V.D.2).- Seleccionar, controlar y, cuando se haga necesario, sustituir a los ejecutivos principales, así como fijar su retribución.

CUMPLIMIENTO:	0	1	2	3	4

PRINCIPIO 13

Principio (V.D.3).- Evaluar la remuneración de los ejecutivos principales y de los miembros del Directorio, asegurándose que el procedimiento para elegir a los directores sea formal y transparente.

CUMPLIMIENTO:	0	1	2	3	4

a. En caso, el Directorio de la EMPRESA se encuentre encargado de las funciones descritas en este principio, indique si ellas se encuentran reguladas en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

- ■ Estatuto
- ☐ Reglamento Interno
- ☐ Manual
- ■ Otros. (*) Código de Buen Gobierno Corporativo

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

- ☐ El Directorio se encarga de las funciones descritas, pero estas no se encuentran reguladas.
- ☐ No aplica. El Directorio no se encarga de estas funciones.

b. Indique el órgano que se encarga de:

Función	Directorio	Gerente General	Otros (Indique)
Contratar y sustituir al gerente general	■	☐	
Contratar y sustituir a la plana gerencial	■	☐	
Fijar la remuneración de los principales ejecutivos	■	■	
Evaluar la remuneración de los principales ejecutivos	■	■	
Evaluar la remuneración de los directores	■	☐	

c. Indique si la EMPRESA cuenta con políticas internas o procedimientos definidos para:

Políticas para	Sí	No
Contratar y sustituir a los principales ejecutivos	■	☐
Fijar la remuneración de los principales ejecutivos	■	☐
Evaluar la remuneración de los principales ejecutivos	■	☐
Evaluar la remuneración de los directores	■	☐
Elegir a los directores	■	☐

d. En caso, la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa para uno o más de los procedimientos señalados, indique si dichos procedimientos se encuentran regulados en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

■ Estatuto
☐ Reglamento Interno
☐ Manual
■ Otros. (*)

Estatuto, para elegir al Directorio y fijar su retribución
Código de Buen Gobierno Corporativo, para:

- ➔ Fijar la retribución del Directorio.
- ➔ Contratar y sustituir al Gerente General.
- ➔ Contratar y sustituir a la plana gerencial.
- ➔ Fijar la remuneración de los principales ejecutivos.
- ➔ Evaluar la remuneración de los principales ejecutivos.

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

☐ No se encuentran regulados.

PRINCIPIO 14

El Directorio debe realizar ciertas funciones claves a saber:

Principio (V.D.4).- Realizar el seguimiento y control de los posibles conflictos de intereses entre la Administración, los miembros del Directorio y los accionistas, incluido el uso fraudulento de activos corporativos y el abuso en transacciones entre partes interesadas.

CUMPLIMIENTO: 0 1 2 3 **4**

a. En caso, el Directorio de la EMPRESA se encuentre encargado de la función descrita en este principio, indique si esta función del Directorio se encuentra contenida en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

☐ Estatuto
☐ Reglamento Interno
☐ Manual
■ Otros. (*) Código de Buen Gobierno Corporativo

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

☐ El Directorio se encarga de la función descrita, pero esta no se encuentra regulada.
☐ No aplica. El Directorio no se encarga de esta función.

Nota: Este principio recomienda que el Directorio realice el seguimiento y control de posibles conflictos de intereses entre la Administración, los miembros del Directorio y los accionistas, incluido el uso fraudulento de activos corporativos y el abuso en transacciones entre partes interesadas.

Al respecto, en el Código de Buen Gobierno Corporativo de la EMPRESA, la solución de estos conflictos está prevista; sin embargo, a la fecha, no se han registrado mayores conflictos del tipo señalado en el principio.

b. Indique el número de casos de conflictos de intereses, que han sido materia de discusión por parte del Directorio durante el ejercicio materia del presente informe.

Número de casos 0

c. Indique si la EMPRESA o el Directorio de esta cuenta con un Código de Ética o documento (s) similar (es) en el (los) que se regulen los conflictos de intereses que pueden presentarse.

■ Sí
☐ No

d. En caso su respuesta sea positiva, indique la denominación exacta del documento:

Código de Ética y Código de Conducta del Ejecutivo.

e. Indique los procedimientos pre establecidos para aprobar transacciones entre partes relacionadas.

La EMPRESA para aprobar transacciones entre partes interesadas requiere la aprobación del Directorio, órgano que tendrá en todo momento en cuenta que dichas transacciones se den de acuerdo con condiciones de mercado.

PRINCIPIO 15

El Directorio debe realizar ciertas funciones claves a saber:

Principio (V.D.5).- Velar por la integridad de los sistemas de contabilidad y de los Estados Financieros de la sociedad, incluida una auditoría independiente, y la existencia de los debidos sistemas de control, en particular, control de riesgos financieros y no financieros y cumplimiento de la Ley.

CUMPLIMIENTO:	0	1	2	3	4

a. En caso, el Directorio de la EMPRESA se encuentra encargado de la función descrita en este principio, indique si esta función del Directorio se encuentra contenida en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

■ Estatuto
☐ Reglamento Interno
☐ Manual
■ Otros. (*) Código de Buen Gobierno Corporativo. Reglamento del Directorio.

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

☐ El Directorio se encarga de la función descrita, pero esta no se encuentra regulada.
☐ No aplica. El Directorio no se encarga de esta función.

b. Indique si la EMPRESA cuenta con sistemas de control de riesgos financieros y no financieros.

■ Sí
☐ No

c. Indique si los sistemas de control, a los que se refiere la pregunta anterior, se encuentran regulados en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

☐ Estatuto
☐ Reglamento Interno

☐ Manual
■ Otros. (*) Matriz de riesgos

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

☐ No se encuentran regulados.

PRINCIPIO 16

El Directorio debe realizar ciertas funciones claves a saber:

Principio (V.D.6).- Supervisar la efectividad de las prácticas de gobierno, de acuerdo con las cuales opera, realizando cambios a medida que se hagan necesarios..

CUMPLIMIENTO:	0	1	2	3	4

a. ¿El Directorio de la EMPRESA se encuentra encargado de la función descrita en este principio?

■ Sí
☐ No

b. Indique los procedimientos preestablecidos para supervisar la efectividad de las prácticas de gobierno, especificando el número de evaluaciones, que se han realizado durante el periodo.

Conforme lo establece nuestro Código de Buen Gobierno Corporativo, aprobado mediante sesión de Directorio del 17 de noviembre de 2003 y comunicado al mercado el 20 de noviembre de 2003, el Directorio establece los mecanismos necesarios para la aplicación de los principios y recomendaciones y prácticas de Buen Gobierno Corporativo, asegurando que contribuyen apropiadamente al logro de los objetivos y estrategias de la EMPRESA y que la inversión y riesgos relacionados están debidamente controlados. El Directorio, a través de su Comité de Buen Gobierno Corporativo, verifica el cumplimiento de las prácticas de gobierno corporativo, mediante la revisión de la autoevaluación anual del presente documento, identificando mejoras a implementar y procedimientos a documentar.

c. Indique si los procedimientos descritos en la pregunta anterior se encuentran regulados en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

☐ Estatuto
☐ Reglamento Interno
☐ Manual
■ Otros. (*) Código de Buen Gobierno Corporativo. Reglamento del Directorio.

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

☐ No se encuentran regulados.

PRINCIPIO 17					
El Directorio debe realizar ciertas funciones claves a saber: Principio (V.D.7).- Supervisar la política de información.					
CUMPLIMIENTO:	0	1	2	3	**4**

a. En caso, el Directorio se encuentre encargado de la función descrita en este principio, indicar si esta función del Directorio se encuentra contenida en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

☐ Estatuto
☐ Reglamento Interno
☐ Manual
■ Otros. (*) Código de Buen Gobierno Corporativo.

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

☐ El Directorio se encarga de la función descrita, pero esta no se encuentra regulada.
☐ No aplica. El Directorio no se encarga de esta función.

Nota: La función del Directorio de supervisar la política de información, se encuentra regulada en nuestro Código de Buen Gobierno Corporativo, aprobado mediante Sesión de Directorio del 17 de noviembre de 2003 y comunicado al mercado el 20 de noviembre de 2003.

b. Indique la política de la empresa sobre revelación y comunicación de información a los inversionistas.

El Directorio y la Gerencia General aseguran la divulgación precisa, clara y oportuna de todo asunto de importancia relacionado con la sociedad. Para ello, en la forma y con el contenido señalado en el marco legal, estatutario o por la política establecida, ésta considera objetivos y mecanismos para fomentar la comunicación de información con sus accionistas y/o inversionistas tales como:

➔ Considerar que la divulgación de la información sea simétrica, asegurando así el respeto al principio de la paridad de trato de la EMPRESA a sus accionistas.

➔ Determinar en los casos de duda sobre el carácter confidencial de la información solicitada por los accionistas o por los grupos de interés relacionados con la EMPRESA.

➔ Revelar información de manera inmediata y suficiente sobre los denominados Hechos de Importancia.

☐ No aplica. La EMPRESA no cuenta con la referida política.

c. Indique si la política descrita en la pregunta anterior se encuentra regulada en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

☐ Estatuto
☐ Reglamento Interno
☐ Manual
■ Otros. (*) Código de Buen Gobierno Corporativo y Normas Internas de Conducta.

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

☐ No se encuentra regulada.

PRINCIPIO 18

El Directorio debe realizar ciertas funciones claves a saber:

Principio (V.E.1).- El Directorio podrá conformar órganos especiales, de acuerdo a las necesidades y dimensión de la sociedad, en especial aquella que asuma la función de auditoría. Asimismo, estos órganos especiales podrán referirse, entre otras, a las funciones de nombramiento, retribución, control y planeamiento.

Estos órganos especiales se constituirán al interior del Directorio como mecanismos de apoyo y deberán estar compuestos preferentemente por directores independientes, a fin de tomar decisiones imparciales en cuestiones, donde puedan surgir conflictos de intereses.

CUMPLIMIENTO: 0 1 2 **3** 4

a. En caso, la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, indique la siguiente información respecto de cada comité del Directorio, con que cuenta la EMPRESA.

Comité de Auditoría

I. Fecha de creación: Febrero de 2006

II. Funciones

- Revisar los Estados Financieros anuales e intermedios, previos a que sean sometidos al Directorio.
- Examinar y revisar los controles medio ambientales internos, la gestión de riesgos dentro del grupo, las declaraciones del grupo en materia de sistemas de control interno y revisar la independencia, objetividad y eficacia de los procesos de auditoría externa, previos a que sean sometidos al Directorio.
- Hacer recomendaciones al Directorio, en cuanto al nombramiento y remoción de los auditores externos y aprobar y recomendar al Directorio las remuneraciones y condiciones del contrato de los auditores externos.
- Revisar anualmente la eficiencia de las funciones de auditoría interna, con particular énfasis en el plan de trabajo anual, actividades, el personal, organización y estructura de informes y el estado de la función.
- Revisar la eficiencia del sistema de control del cumplimiento de leyes y reglamentos y los resultados de la gestión de investigación y seguimiento (incluyendo medidas disciplinarias) en cualquier caso de incumplimiento.

El Comité de Auditoría está facultado para buscar cualquier información que requiera, proveniente de:

- La EMPRESA o de sus compañías subsidiarias. Se requerirá que dichas personas cooperen con y que respondan a cualquier solicitud realizada por el Comité de Auditoría.
- La parte externa, y podrá obtener consejo y asesoría externa legal o independiente, según sea requerido por cuenta de la EMPRESA. Dichos asesores podrán asistir a las reuniones, al ser invitados por el Presidente del Comité.

El Comité de Auditoría está integrado por tres (03) miembros. El Directorio elegirá un número de Directores Independientes quienes deberán formar parte del Comité. Pueden integrar el Comité funcionarios de la EMPRESA o un tercero que a juicio del Directorio deba formar parte del Comité de Auditoría.

Podrán asistir a las reuniones del Comité como invitados: el Gerente General, Gerente Financiero, el responsable de Auditoría Interna, otros ejecutivos de la EMPRESA que sean convocados y los auditores externos cuando el Comité considere pertinente que asistan.

El Comité de Auditoría lleva actas de sus sesiones.

III. Principales reglas de organización y funcionamiento:

IV. Miembros del Comité de Auditoría

Nombres y apellidos	Fecha Inicio	Fecha Término	Cargo dentro del Comité
Barry John Kingsley Smith	Febrero 2006	Diciembre 2010	Presidente
Mauricio Restrepo Pinto	Febrero 2006		
Salomón Valle Lustgarten	Mayo 2007	Diciembre 2010	
Carlos Bentín Remy	Octubre 2008		
María Beatriz Abello	Diciembre 2010		

V. Número de sesiones realizadas durante el ejercicio 3

VI. Cuenta con facultades delegadas, de acuerdo con el artículo 174 de la Ley General de Sociedades Sí ■ No □

Comité de Ética

I. Fecha de creación: Noviembre de 2007

II. Funciones

- Procesar las denuncias que formulen los colaboradores, proveedores y terceros en general sobre eventuales conductas antiéticas, en que incurran trabajadores de Backus, infringiendo la Política de Ética, aprobada por la Gerencia General. Se creó un Comité de Ética, compuesto por tres miembros: Gerente de Asuntos Corporativos, Gerente de Recursos Humanos y Asesor Legal; adicionalmente, se compondría de una Secretaría y un miembro suplente, el cual se integrará al Comité, cuando cualquiera de sus tres miembros titulares se encuentre fuera de la ciudad de Lima o del Perú o inhabilitado de asistir por enfermedad o cualquier otra razón.

El Comité de Ética tiene, además, las siguientes funciones:

- Divulgar entre los colaboradores, proveedores y terceros, vinculados a la EMPRESA, los alcances de la Política de Ética, aprobado por el Directorio.
- Velar por el cumplimiento de la Política de Ética.
- Recibir, registrar y conducir la investigación de los reportes de las conductas antiéticas que se reciban.
- Recomendar a la administración las medidas que estime pertinentes, relacionadas con los reportes de las conductas antiéticas.
- Informar al Comité de Auditoría sobre los reportes de conducta antiética recibidos, investigaciones realizadas y recomendaciones efectuadas a la administración.

III. Principales reglas de organización y funcionamiento:

IV. Miembros del Comité de Ética

Nombres y apellidos	Fecha Inicio	Fecha Término	Cargo dentro del Comité
Francisco Mujica Serelle	Noviembre 2007	Febrero 2010	Presidente
Bret Rogers	Noviembre 2007		
Luis Eduardo García Rosell Artola	Noviembre 2007		
Luis Felipe Cantuarias Salaverry	Febrero 2010		
Shadú Mendoza Sifuentes	Noviembre 2007		

V. Número de sesiones realizadas durante el ejercicio 5

VI. Cuenta con facultades delegadas, de acuerdo con el artículo 174 de la Ley General de Sociedades Sí ■ No □

Comité de Buen Gobierno Corporativo

I. Fecha de creación: Enero de 2009

II. Funciones

Tiene por objeto principal recomendar sistemas para la adopción, seguimiento y mejora de las prácticas de Buen Gobierno Corporativo de la EMPRESA al Directorio.

III. Principales reglas de organización y funcionamiento:

IV. Miembros del Comité

Nombres y apellidos	Fecha Inicio	Fecha Término	Cargo dentro del Comité
Francisco Mujica Serelle	Enero 2009		Presidente
Felipe Osterling Parodi	Enero 2009		
Carlos Bentín Remy	Enero 2009		
Juan Malpartida del Pozo	Enero 2009		
Shadú Mendoza Sifuentes	Enero 2009		

V. Número de sesiones realizadas durante el ejercicio 4

VI. Cuenta con facultades delegadas, de acuerdo con el artículo 174 de la Ley General de Sociedades Sí ■ No □

□ No aplica. La EMPRESA no cuenta con comités de Directorio.

PRINCIPIO 19

Principio (V.E.3).- El número de miembros del Directorio de una sociedad debe asegurar pluralidad de opiniones al interior del mismo, de modo que las decisiones que en él se adopten sean consecuencia de una apropiada deliberación, observando siempre los mejores intereses de la empresa y de los accionistas.

CUMPLIMIENTO: 0 1 2 3 **4**

Nota: En el Directorio de la EMPRESA existe pluralidad de opiniones, dadas las diferentes formaciones profesionales y actividades empresariales de sus miembros, asegurándonos de esta manera que las decisiones que se adopten sean consecuencia de una apropiada deliberación y observando los mejores intereses de la EMPRESA y de los accionistas.

a. Indique la siguiente información correspondiente a los directores de la EMPRESA durante el ejercicio materia del presente informe.

Directores dependientes

Nombres y apellidos Formación[2]	Fecha Inicio[1]	Fecha Término	Participación accionaria Nº de acciones	Participación accionaria Part. (%)
Alejandro Santo Domingo Dávila Se graduó en la Universidad de Harvard con una especialización en Historia. Es miembro del Directorio de Bavaria, UCP Backus y Johnston, SABMiller plc, Valores Bavaria, BellSouth Colombia, Avianca; Caracol TV, Media Capital, Compañía Nacional de Cervezas Panamá.	2002		0	0

Carlos Alejandro Pérez Dávila Obtuvo su grado en Gobierno y Economía en la Universidad de Harvard y el Máster de Filosofía en Economía y Política en la Universidad de Cambridge, en Inglaterra. Es miembro del directorio de Bavaria S.A., UCP Backus y Johnston, SABMiller plc, Valores Bavaria, Caracol TV, Avianca, Compañía Nacional de Cervezas de Panamá.	2002		0	0
Mauricio Restrepo Pinto Graduado en Economía y Matemáticas por la Universidad de Tufts. Obtuvo su MBA en el Harvard Business School. Director de Industrias La Constancia S.A. de C.V (Suplente); Cervecería Nacional CN S.A., Dinadec S.A.; Inversiones Nixa S.A.; Racetrack Colombia Finance S.A.; UCP Backus y Johnston S.A.A.; Cervecería San Juan S.A.; Cervecería Nacional S.A. y Refrescos Nacionales S.A.	2002		0	0
Juan Carlos García Cañizares Ingeniero Industrial por la Universidad Javeriana, con estudios de Desarrollo Gerencial en IMD en Lausana, Suiza. Director de: Bavaria S.A. y Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.	2002		0	0
Robert Priday Woodworth Realizó sus estudios en Sudáfrica e Inglaterra en Administración de Empresas, Finanzas, Marketing y Tecnología de la Información. Director de Cervecería San Juan S.A. e Industrias del Envase S.A.	2005		0	0
José Antonio Payet Puccio Abogado graduado de la Pontificia Universidad Católica del Perú y Máster en Derecho de la Universidad de Harvard.	2005		0	0
Barry John Kingsley Smith Realizó estudios en la Universidad de Stellenbosch (Sudáfrica) y en la Universidad de Sudáfrica. Tiene un MBA en la Universidad de Harvard. Director de Bavaria, Cervecería Nacional S.A. de Panamá, Compañía de Cervezas Nacionales C.A. de Ecuador.	2005	Diciembre 2010	0	0
Luis Eduardo García Rosell Artola Egresó de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad de Lima. Director de Cervecería San Juan S.A., Industrias del Envase S.A.	2005		0	0

Directores independientes

Nombres y apellidos Formación[2]	Fecha Inicio[1]	 Término	Participación accionaria Nº de acciones	 Part. (%)
Carlos Bentín Remy Administrador de Empresas por la Universidad del Pacífico. Asimismo, obtuvo el título de MBA en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México, en 1971. Participó en el Programa de Alta Dirección de la Universidad de Piura en 1992 y en el Programa Ejecutivo en Cervecerías en el United States Breweries Academy. Realizó estudios en el CAEM en 1977.	2004		0	0
Manuel Romero Caro Economista y Administrador de Empresas de la Universidad del Pacífico, con Máster en Economía en el Virginia Politecnic Institute and State University, Blacksburg, Estados Unidos. Director de Cofide, Sociedad Paramonga Ltda. Minero Perú Comercial, Banco Minero del Perú, Empresa Minera del Perú, Empresa Minera del Centro, Manufacturas Metálicas Josfel, Bandesco, Empresa Promotora Bayóvar, La Papelera Peruana, Papelera Pucallpa, Celulósica Papelera del Norte.	2004		0	0
Felipe Osterling Parodi Grado académico de Doctor en Derecho. Educación en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Post grado en la Universidad de Michigan y de Nueva York entre 1955 y 1956.	2004		0	0
Alex Paul Gastón Fort Brescia Es Bachiller con Especialización en Economía de Williams College y tiene una maestría en Administración de Empresas en Columbia University. Es Director Gerente General de Rímac Seguros y miembro del Directorio del BBVA Banco Continental, Rímac EPS, Tecnológica de Alimentos, Minsur, Compañía Minera Raura, Clínica Internacional, Inversiones Nacionales de Turismo, Compañía Peruana de Productos Químicos, Agrícola Hoja Redonda, Exsa y Soldexa. Es miembro del Directorio de la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEX).	2008		0	0
Pedro Pablo Kuczynski Godard Cursó sus estudios en el Perú y en las universidades de Oxford y de Princeton, donde hizo su post grado en Economía.	2008		0	0

Francisco Mujica Serelle Abogado en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Hizo un post grado en la Universidad de Paris, en la especialidad de Ciencias Sociales del Trabajo, en 1965. Ha seguido numerosos cursos de especialización y de Administración de Empresas.	2008	0	0

1 Corresponde al primer nombramiento.

2 Incluir la formación profesional y si cuenta con experiencia en otros directorios.

3 Aplicable obligatoriamente solo para los directores con una participación sobre el capital social mayor o igual a 5% de las acciones de la EMPRESA.

PRINCIPIO 20

Principio (V.F, segundo párrafo).- La información referida a los asuntos a tratar en cada sesión debe encontrarse a disposición de los directores con una anticipación que permita su revisión, salvo que se traten de asuntos estratégicos que demanden confidencialidad, en cuyo caso será necesario establecer los mecanismos, que permita a los directores evaluar adecuadamente dichos asuntos.

CUMPLIMIENTO:	0	1	2	3	4

a. ¿Cómo se remite a los directores la información relativa a los asuntos a tratar en una sesión de Directorio?

- ■ Correo electrónico
- ■ Correo postal
- ■ Otros. Se envían a domicilio
- ☐ Se recoge directamente en la EMPRESA

b. ¿Con cuántos días de anticipación se encuentra a disposición de los directores de la EMPRESA la información referida a los asuntos a tratar en una sesión?

	Menor a 3 días	De 3 a 5 días	Mayor a 5 días
Información no confidencial	☐	■	☐
Información confidencial	☐	■	☐

c. Indique si el procedimiento establecido para que los Directores analicen la información considerada como confidencial se encuentra regulado en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

- ■ Estatuto
- ☐ Reglamento Interno
- ☐ Manual
- ■ Otros. (*)

  Normas internas de conducta. Establece el procedimiento que tiene el Directorio para analizar la información considerada confidencial.

  Reglamento del Directorio y Estatuto. Para determinar la anticipación con la que los directores tienen a disposición la información referida a los asuntos a tratar en una sesión, en cuanto no se refiera a información confidencial.

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

- ☐ La EMPRESA cuenta con un procedimiento establecido, pero este no se encuentra regulado.
- ☐ No aplica. La EMPRESA no cuenta con un procedimiento.

PRINCIPIO 21

Principio (V.F, tercer párrafo).- Siguiendo políticas claramente establecidas y definidas, el Directorio decide la contratación de los servicios de asesoría especializada, que requiera la sociedad para la toma de decisiones.

CUMPLIMIENTO:	0	1	2	**3**	4

a. Indique las políticas preestablecidas sobre contratación de servicios de asesoría especializada por parte del Directorio o los directores.

En los casos que el Directorio decidiera la contratación de servicios de asesoría especializada, apelaría a la experiencia y conocimiento de sus integrantes, que, como hemos señalado, son personas altamente competentes, quienes cuentan con suficiente criterio, experiencia y conocimiento, como para recurrir a los mejores especialistas, dependiendo del tenor del asunto que se trate.

☐ No aplica. La EMPRESA no cuenta con las referidas políticas.

b. Indique si las políticas descritas en la pregunta anterior se encuentran reguladas en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

■ Estatuto
☐ Reglamento Interno
☐ Manual
☐ Otros. (*)

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

☐ No se encuentran reguladas.

c. Indique la lista de asesores especializados del Directorio, que han prestado servicios para la toma de decisiones de la EMPRESA durante el ejercicio materia del presente informe.

En el periodo 2010, el Directorio no ha contratado los servicios de asesores especializados.

PRINCIPIO 22

Principio (V.H.1).- Los nuevos directores deben ser instruidos sobre sus facultades y responsabilidades, así como sobre las características y estructura organizativa de la sociedad.

CUMPLIMIENTO:	0	1	2	3	**4**

a. En caso, la EMPRESA cuente con programas de inducción para los nuevos directores, indique si dichos programas se encuentran regulados en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

☐ Estatuto
☐ Reglamento Interno
☐ Manual
■ Otros. (*) Reglamento del Directorio

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

☐ Los programas de inducción no se encuentran regulados.
☐ No aplica. La EMPRESA no cuenta con los referidos programas.

Nota: Los directores designados son debidamente instruidos por la Gerencia General sobre sus facultades y responsabilidades, así como sobre las actividades y estructura de la sociedad. Este ha sido el mecanismo que la EMPRESA ha venido aplicando. Asimismo, las personas que son invitadas a integrar el Directorio responden a calificaciones muy altas, ya sea en materia financiera, empresarial, legal y en el conocimiento de la rama industrial, a la que se dedica la EMPRESA, generalmente son además directores de otras empresas tan importantes como Backus. Por lo tanto, son conocedores de las facultades y responsabilidades que les asigna la Ley General de Sociedades.

Independientemente de ello, se les proporciona el Estatuto, reglamentos aprobados, la Memoria y se les expone de la situación del sector y la EMPRESA.

PRINCIPIO 23

Principio (V.H.3).- Se debe establecer los procedimientos que el Directorio sigue en la elección de uno o más reemplazantes, si no hubiera directores suplentes y se produjese la vacancia de uno o más directores, a fin de completar su número por el periodo que aún resta, cuando no exista disposición de un tratamiento distinto en el estatuto.

CUMPLIMIENTO:	0	1	2	3	4

a. Durante el ejercicio materia del presente informe, ¿se produjo la vacancia de uno o más directores?

- ■ Sí
- ☐ No

b. En caso, la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, de acuerdo con el segundo párrafo del artículo 157 de la Ley General de Sociedades, indique lo siguiente:

	Sí	No
¿El Directorio eligió al reemplazante?	■	☐
De ser el caso, el tiempo promedio de demora en designar al nuevo director (en días calendario).	Inmediato	

c. Indique los procedimientos pre establecidos para elegir al reemplazante de directores vacantes.

En caso de vacancia del cargo de director y mientras se realiza una nueva elección, el mismo Directorio podrá elegir a los reemplazantes para completar su número.

- ☐ No aplica. La EMPRESA no cuenta con procedimientos.

d. Indique si los procedimientos descritos en la pregunta anterior se encuentran contenidos en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

- ■ Estatuto
- ☐ Reglamento Interno
- ☐ Manual
- ■ Otros. (*) Reglamento del Directorio

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

- ☐ No se encuentran regulados.

PRINCIPIO 24

Principio (V.I, primer párrafo).- Las funciones del Presidente del Directorio; Presidente Ejecutivo, de ser el caso; así como del Gerente General deben estar claramente delimitadas en el estatuto o en el reglamento interno de la sociedad, con el fin de evitar duplicidad de funciones y posibles conflictos.

CUMPLIMIENTO: 0 1 2 3 **4**

PRINCIPIO 25

Principio (V.I, segundo párrafo).- La estructura orgánica de la sociedad debe evitar la concentración de funciones, atribuciones y responsabilidades en las personas del Presidente del Directorio; del Presidente Ejecutivo, de ser el caso; del Gerente General y de otros funcionarios con cargos gerenciales.

CUMPLIMIENTO: 0 1 2 3 **4**

a. En caso, alguna de las respuestas a la pregunta anterior sea afirmativa, indique si las responsabilidades del Presidente del Directorio; del Presidente Ejecutivo, de ser el caso; del Gerente General; y de otros funcionarios con cargos gerenciales se encuentran contenidas en algún (os) documento (s) de la EMPRESA.

Responsabilidades de:	Estatuto	Reglamento interno	Manual	Otros(*)	Denominación del documento*	No están reguladas	No aplica (**)
Presidente de Directorio	■	☐	☐	■	Reglamento del Directorio	☐	☐
Presidente Ejecutivo	☐	☐	☐	☐		☐	■
Gerente General	■	☐	☐	■	Sesiones de Directorio	☐	☐
Plana gerencial	☐	☐	☐	■	Descripción de puestos	☐	☐

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

** En la EMPRESA las funciones y responsabilidades del funcionario indicado no están definidas.

PRINCIPIO 26

Principio (V.I.5).- Es recomendable que la Gerencia reciba, al menos, parte de su retribución en función a los resultados de la empresa, de manera que se asegure el cumplimiento de su objetivo de maximizar el valor de la empresa a favor de los accionistas.

CUMPLIMIENTO: 0 1 2 3 **4**

a. Respecto de la política de bonificación para la plana gerencial, indique la(s) forma(s) en que se da dicha bonificación.

- ☐ Entrega de acciones
- ☐ Entrega de opciones
- ■ Entrega de dinero
- ☐ Otros
- ☐ No aplica. La EMPRESA no cuenta con programas de bonificación para la plana gerencial.

b. Indique si la retribución (sin considerar bonificaciones) que percibe el Gerente General y Plana gerencial es:

	Remuneración fija	Remuneración variable	Retribución (%)*
Gerente General	■	■	0.37023%
Plana gerencial	■	■	

* Indicar el porcentaje que representa el monto total de las retribuciones anuales de los miembros de la Plana gerencial y el Gerente General, respecto del nivel de ingresos brutos, según los Estados Financieros de la EMPRESA.

c. Indique si la EMPRESA tiene establecido algún tipo de garantías o similar en caso de despido del Gerente General y/o Plana gerencial.

■ Sí
☐ No

Sección Segunda: Información adicional

Derechos de los accionistas

a. Indique los medios utilizados para comunicar a los nuevos accionistas sus derechos y la manera en que pueden ejercerlos.

☐ Correo electrónico.
☐ Directamente en la EMPRESA.
☐ Vía telefónica.
☐ Página de Internet.
☐ Correo postal.
☐ Otros.
■ No aplica. No se comunican a los nuevos accionistas sus derechos, ni la manera de ejercerlos.

Nota: Al tratarse de una Sociedad Anónima Abierta, no es posible atender a cada nuevo accionista que adquiere acciones en la Bolsa. Sin embargo, a través del Departamento de Valores, se atiende e instruye sobre sus derechos a cada accionista, que así lo solicite.

b. Indique si los accionistas tienen a su disposición, durante la junta, los puntos a tratar de la agenda y los documentos que lo sustentan, en medio físico.

Nota: Los accionistas tienen a su disposición, previa a la junta, los puntos a tratar de la agenda y los documentos a ser aprobados como son la Memoria y los Estados Financieros, que son comunicados como Hechos de Importancia. En la junta, se les entrega copia de la Memoria, así como de los Estados Financieros, a ser aprobados.

■ Sí
☐ No

c. Indique qué persona u órgano de la EMPRESA se encarga de realizar el seguimiento de los acuerdos adoptados en las juntas de accionistas. En caso, sea una persona la encargada, incluir adicionalmente su cargo y área en la que labora.

Área encargada:	Asesoría Legal		
Persona encargada:	Nombres y apellidos	Cargo	Área
	Juan Malpartida del Pozo	Asesoría Legal	Asesoría Legal

d. Indique si la información referida a las tenencias de los accionistas de la EMPRESA se encuentra en:

- ■ La EMPRESA.
- ■ Una institución de compensación y liquidación.

e. Indique con qué regularidad la EMPRESA actualiza los datos referidos a los accionistas, que figuran en su matrícula de acciones.

	Información sujeta a actualización		
Periodicidad	Domicilio	Correo electrónico	Teléfono
Menor a mensual	■	■	■
Mensual	☐	☐	☐
Trimestral	☐	☐	☐
Anual	☐	☐	☐
Mayor a anual	☐	☐	☐

☐ Otros, especifique.

f. Indique la política de dividendos de la EMPRESA aplicable al ejercicio materia del presente informe.

Fecha de aprobación	28 de marzo de 2006
Órgano que lo aprobó	Junta de Accionistas
Política de dividendos (criterios para la distribución de utilidades)	"Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. mantendrá como política de dividendos la desarrollada a lo largo de su historia en el sentido de distribuir sus utilidades. La EMPRESA buscará repartir dividendos anuales en efectivo por importes por lo menos iguales o superiores a los del ejercicio previo. Sin embargo, reservará los fondos suficientes para eventos extraordinarios con el propósito de desarrollar inversiones que le permitan enfrentar en mejores condiciones a la competencia en el mercado, así como para mejorar los niveles de calidad de su infraestructura con el objetivo de preservar la invariable calidad de sus productos y la atención al mercado. Solo se aplicarán las utilidades a fines distintos al de distribuir dividendos en aquellos casos excepcionales en que por circunstancias justificadas deben destinarse a una cuenta patrimonial. Las utilidades a distribuirse dependerán de la liquidez, endeudamiento y flujo de caja proyectado en cada oportunidad en que se declare un dividendo. Asimismo, se buscará declarar uno o más dividendos provisionales en el curso del ejercicio, cuidando en todo caso que ellos no excedan utilidades realmente obtenidas a la fecha del acuerdo, menos la reserva legal en el porcentaje correspondiente al periodo del año transcurrido y en tanto el valor del activo no sea inferior al capital social, siempre y cuando las perspectivas para completar en forma normal el resultado del ejercicio así lo aconseje".

g. Indique, de ser el caso, los dividendos en efectivo y en acciones distribuidos por la EMPRESA en el ejercicio materia del presente informe y en el ejercicio anterior.

Fecha de entrega	Dividendo por acción	
	En efectivo (S/.)	En acciones (S/.)
Clase de acción "A"		
Ejercicio N – 1 (2009)	5.0227911	
Ejercicio N (2010)	3.8513079	
Clase de acción "B"		
Ejercicio N – 1 (2009)	5.5250702	
Ejercicio N (2010)	4.2364395	
Acciones de Inversión		
Ejercicio N – 1 (2009)	0.5022791	
Ejercicio N (2010)	0.3851307	

Directorio

h. Respecto de las sesiones del Directorio de la EMPRESA desarrolladas durante el ejercicio materia del presente informe, indique la siguiente información:

Número de sesiones realizadas	10
Número de sesiones en las cuales uno o más directores fueron representados por directores suplentes o alternos	-
Número de directores titulares que fueron representados en al menos una oportunidad	04

Nota: Se realizaron 04 sesiones presenciales y 04 no presenciales.

i. Indique los tipos de bonificaciones que recibe el Directorio por cumplimiento de metas en la EMPRESA.

■ No aplica. La EMPRESA no cuenta con programas de bonificación para directores.

j. Indique si los tipos de bonificaciones descritos en la pregunta anterior se encuentran regulados en algún (os) documento (s) de la empresa.

☐ Estatuto
☐ Reglamento Interno
☐ Manual
☐ Otros. (*)

* Indicar la denominación del documento, salvo en el caso de los estatutos de la EMPRESA.

☐ No se encuentran regulados.

Nota: La EMPRESA no cuenta con programas de bonificación para directores.

k. Indique el porcentaje que representa el monto total de las retribuciones anuales de los Directores, respecto al nivel de ingresos brutos, según los Estados Financieros de la EMPRESA.

	Retribuciones totales (%)
Directores independientes	0.01102%

l. Indique si en la discusión del Directorio, respecto del desempeño de la Gerencia, se realizó sin la presencia del Gerente General.

■ Sí
☐ No

Accionistas y tenencias

m. Indique el número de accionistas con derecho a voto, de accionistas sin derecho a voto (de ser el caso) y de tenedores de acciones de inversión (de ser el caso) de la EMPRESA al cierre del ejercicio materia del presente informe.

Clase de acción (incluidas las de inversión)	Número de tenedores (al cierre del ejercicio)
Acciones con derecho a voto	674
Acciones sin derecho a voto	1,137
Acciones de inversión	8,614
Total	10,425

n. Indique la siguiente información respecto de los accionistas y tenedores de acciones de inversión, con una participación mayor a 5%, al cierre del ejercicio materia del presente informe.

Clase de acción: "A"

Nombres y apellidos	Número de acciones	Participación (%)	Nacionalidad
Racetrack Perú S.R.L.	51'879,879	68.2213%	Peruana
Bavaria S.A.	23'761,797	31.2464%	Colombiana

Clase de acción: "B"

Nombres y apellidos	Número de acciones	Participación (%)	Nacionalidad
Fondo Popular 1 Renta Mixta	995,667	49.1515%	Peruana
Cervecería San Juan S.A.	173,747	8.5771 %	Peruana

Acciones de Inversión

Nombres y apellidos	Número de acciones	Participación (%)	Nacionalidad
Racetrack Perú S.R.L.	506'286,391	88.8979%	Peruana

Otros

o. Indique si la EMPRESA tiene algún reglamento interno de conducta o similar referida a criterios éticos y de responsabilidad profesional.

■ Sí
☐ No

En caso su respuesta sea positiva, indique la denominación exacta del documento:
Código de Ética y Código de Conducta del Ejecutivo.

p. ¿Existe un registro de casos de incumplimiento al reglamento a que se refiere la pregunta anterior?

■ Sí
☐ No

q. En caso la respuesta a la pregunta anterior sea positiva, indique quién es la persona u órgano de la EMPRESA encargada de llevar dicho registro.

Área encargada: Comité de Ética

Persona encargada: Nombres y apellidos	Cargo	Área
Francisco Mujica Serelle	Miembro del Directorio de la EMPRESA	Miembro del Directorio

r. Para todos los documentos (Estatuto, Reglamento Interno, Manual u otros documentos) mencionados en el presente informe, indique la siguiente información:

Denominación del documento	Órgano de aprobación	Fecha de aprobación	Fecha de última modificación
Estatuto	Junta General de Accionistas	18 de febrero de 1998	19 de septiembre de 2006
Normas internas de conducta	Directorio	23 de abril de 2003	
Código de Buen Gobierno Corporativo	Directorio	17 de noviembre de 2003	
Código de Ética y Código de Conducta del Ejecutivo	Gerencia General	2006	
Guía Ética para Proveedores	Gerencia General	2006	
Matriz de Riesgos	Gerente General y Gerentes de Línea	Enero de 2007	
Reglamento del Directorio	Directorio	31 de diciembre de 2009	
Reglamento de Junta General de Accionistas	Directorio	31 de diciembre de 2009	

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

Fotografía:
> **Archivo fotográfico de Backus**
> **Javier Ferrand**

Impresión:
> **Cecosami**

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

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

www.backus.com.pe