



memoria anual 2012



memoria anual 2012

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 año 2012. Sin perjuicio de la responsabilidad que le compete al emisor, los firmantes se hacen responsables por su contenido conforme a los dispositivos legales aplicables.



Mauricio Leyva Arboleda
Gerente General



Rolando Caro Härter
Gerente de Manufactura



Gustavo Noriega Bentín
Gerente de Logística



Luis E. García Rosell Artola
Gerente de Ventas



Bret Rogers
Gerente de Recursos Humanos



Augusto Rizo Patrón Bazo
Gerente de Distribución



Julian Coulter
Gerente de Marketing



Raúl Ferrero Álvarez Calderón
Gerente de Finanzas



Felipe Cantuarias Salaverry
Gerente de Planeamiento y Asuntos Corporativos



Marcial Zumarán Hurtado
Contador General





índice

carta del gerente
general

8

carta
del presidente
del directorio

10



nuestras
operaciones

32

información
general
y de operaciones

74

estados
financieros

88





modelo
de liderazgo
y organización

16

nuestras
cifras

18

nuestro
negocio

20

nuestra
gente

40



nuestro
gobierno
corporativo

48

nuestro
compromiso

64

principios
de buen gobierno
corporativo

98





carta del gerente general

Señores accionistas:

Tengo mucha satisfacción por lo que hemos logrado en Backus este año y cierta nostalgia porque, como ya es de conocimiento público, debo alejarme del Perú para seguir apoyando a SABMiller en otra parte de esta gran Organización.

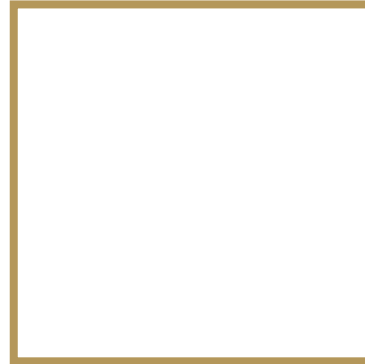
Para Backus, 2012 fue un año de excelentes resultados, obtuvimos logros significativos para la Organización gracias al Nuevo Modelo Comercial, que se implementó a mediados de 2011, entre los cuales resaltamos la incorporación y consolidación de nuestro servicio de Televentas, el aumento de porcentaje de venta directa y la captación de 40 mil clientes nuevos, representando un crecimiento de 26.4% respecto a 2011. De igual forma, quiero reconocer la optimización de la cadena de suministro y su aporte de valor en la adquisición de bienes y servicios para continuar haciendo productos de excelente calidad; así como, la implementación de mejoras en el proceso integrado de la planificación de las operaciones de ventas, distribución y manufactura.

Por otro lado, también debo mencionar nuestro compromiso con el desarrollo sostenible del Perú. En 2012 trabajamos en campañas y proyectos que nos ha valido premios y reconocimientos, siendo los más importantes “Súmate, Solo +18: Promoviendo la venta responsable” y Ecoparque “Vive Responsable”. Además, seguimos focalizados en la inclusión social, por lo que buscamos beneficiar a los pobladores de las comunidades donde operamos, a través del desarrollo de cadenas productivas y la Inversión Social Corporativa.

Tengo el agrado de presentar al Sr. Grant Harries, nuevo Gerente General. Grant inició funciones en Backus el 1 de enero de 2013, es de nacionalidad inglesa y cuenta con un título de Comercio de la Universidad Natal y un MBA de la Universidad Orange Free State. Además, ha participado en varios programas ejecutivos en las universidades de Insead y Oxford.

Durante 28 años de trayectoria en SABMiller, ha ocupado una serie de cargos y responsabilidades en diversas posiciones ejecutivas. Entre 2006 y 2009, asumió el que fuera su primer reto en la Región LatAm, como Presidente de Cervecería Hondureña. A continuación ocupó la Presidencia de la operación de SABMiller Rusia, liderando su posterior fusión con la cervecera turca Anadolu EFes. Los últimos ocho meses del año 2012, ocupó el puesto de Director de Proyectos de SABMiller en Europa.

Estoy seguro de que con el talento y experiencia de Grant, Backus continuará manteniendo el indiscutible liderazgo que la caracteriza.



Grant Harries - Gerente General 2013

Mauricio Leyva Arboleda

Gerente General



Señores accionistas:

Gracias al talento y compromiso de nuestra gente, unido a la correcta ejecución de nuestras estrategias comerciales, 2012 fue un año positivo para la Organización. En conjunto con cervecera San Juan S.A., hemos logrado alcanzar un 93.7% de participación de volumen y 95.0% de participación de valor en el mercado cervecero nacional. Asimismo, Backus mantuvo un crecimiento sostenido en el mercado de bebidas no alcohólicas. Este significativo incremento en volumen en todas las categorías en las que participamos, junto a un manejo eficiente de costos, permitió que la cervecera obtenga resultados económicos positivos y un importante crecimiento en su utilidad neta.

Aspectos macroeconómicos

A pesar de la incertidumbre que todavía existe en la economía mundial, fue un año positivo para el Perú, siendo éste uno de los más importantes mercados emergentes, con un crecimiento de 6.3%. Este incremento fue resultado de un significativo dinamismo de la demanda interna e impulsado por una elevada inversión privada. Los sectores ligados a la demanda interna continuaron potenciando la economía local, reemplazando a la minería como único motor económico del Perú.

El crecimiento entre sectores fue heterogéneo. Aquellos vinculados al comercio, servicios y construcción, que representan el 70% del PBI peruano, crecieron cerca de 8% anual, mientras que el resto de sectores, que incluye industrias primarias, lo hizo a una tasa cercana al 3% anual. La minería, conocida como la "columna vertebral" de la economía peruana, mantuvo una buena salud financiera a pesar de que cerró el año con menores ingresos y márgenes que en años previos.

El riesgo-país del Perú llegó a su nivel histórico más bajo. Este indicador, medido por el diferencial del Indicador de Bonos de Mercados Emergente Globales (EMBIG) respecto al bono del Tesoro de Estados Unidos, cerró el año en 108 puntos básicos, lo que representa una tercera del riesgo promedio de la región (324 puntos básicos). Dada la buena posición de la economía peruana, la agencia calificadora de riesgo Moody's elevó al nivel "Baa2" el grado de inversión del país, manteniendo una perspectiva positiva.

Perú cerró 2012 con una inflación de 2.7%, menor al 4.7% del año anterior y dentro del rango meta fijado por el Banco Central de Reserva (BCR), debido a una estabilidad en los precios de los alimentos en los últimos meses del año.

El nuevo sol se apreció en 5.38% frente al dólar estadounidense debido al sólido crecimiento de la economía peruana, la fuerte entrada de capitales extranjeros y la mayor demanda de soles, pese a un récord de compras de divisas por parte del BCR, las cuales sumaron US\$ 13.86 millones en el año. De esta manera, el dólar estadounidense cerró el año 2012 en S/. 2.55. Asimismo, las reservas internacionales netas crecieron 31.1% durante el 2012, cerrando el año en US\$ 63.99 millones.

Mercado cervecero

El crecimiento del mercado en volumen (hectolitros) en el año 2012 fue de 4.9% respecto al año anterior. Las ventas de Backus y San Juan crecieron 6.4% en volumen y 10.9% en valor.

El crecimiento en valor se generó como consecuencia de los siguientes factores:

- > Ajuste de precios realizado en diciembre de 2011 con el objetivo de compensar el alza de insumos, envases y embalaje.
- > Variación positiva en el mix de productos *premium* y *upper mainstream* respecto de los *mainstream* y *economy*.
- > Crecimiento en el porcentaje de venta directa a los clientes detallistas, como resultado de la implementación del Nuevo Modelo Comercial.

En términos de participación de mercado, Backus y San Juan finalizaron el año con un 93.5% (13.01 millones de hl), siendo Cristal, "la cerveza de los peruanos", la líder, con una participación de 40.8%.





Aspectos económicos

En relación al estado de resultados, UCP Backus y Johnston creció 9.1% en volumen, e incrementó sus ingresos operacionales en 12.3%. Los costos crecieron 9.4% y los gastos operacionales lo hicieron en 8.3%.

Como consecuencia de la eficiente gestión de la empresa, el resultado operativo creció 20.3%, alcanzando la cifra de S/. 1,156.2 millones. El resultado neto de impuestos ascendió a S/. 948.7 millones, 29.9% mayor al 2011.

En relación al balance general, la Organización mantiene importantes niveles de solidez con un bajo nivel de endeudamiento.

Responsabilidad social y desarrollo sostenible

En el año 2012 seguimos alineados a nuestras 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible (10PDS), trabajando de la mano con diversos *stakeholders* claves en aspectos de responsabilidad social y desarrollo sostenible. Las principales actividades realizadas durante el anterior periodo fueron:

- > Desalentar el consumo irresponsable a través de la promoción del consumo responsable de bebidas alcohólicas como parte de un estilo de vida saludable. Nuestra Campaña “Súmate, Solo+18: Promoviendo la venta responsable” y el Proyecto de Convivencia Ciudadana tienen la finalidad de evitar el consumo en menores de edad, el consumo en exceso y el consumo de alcohol informal.
- > En nuestra tarea de preservar el medio ambiente implementamos, de forma permanente, mejoras tecnológicas en nuestras plantas con la finalidad de reducir nuestro impacto ambiental en el proceso productivo y en el área de influencia de nuestras operaciones.
- > Ecoparque “Vive Responsable”, en Pucallpa, es un modelo integral de gestión ambiental que permite el aprovechamiento de nuestras áreas disponibles para actividades de reforestación y la transformación del 100% de los subproductos cerveceros generados por la Planta San Juan para la producción de abono orgánico. Asimismo, este proyecto busca promover la biodiversidad y mejorar la calidad ambiental de la zona.
- > El desarrollo de las comunidades, a través de la Inversión Social Corporativa, que busca promover la mejora de la calidad de vida de las mismas, cumpliendo metas de desarrollo y transformación.
- > Apoyo en el desarrollo de la cadena productiva con pequeños agricultores de maíz amarillo duro de los valles de Jequetepeque y Barranca.
- > Programa Patrimonio Cultural a través de la puesta en valor de monumentos y espacios culturales, el cual promovemos desde hace más de 15 años en las Huacas del Sol y la Luna, y las Pirámides de Túcume. Este programa busca generar desarrollo económico local y empleo de manera sostenible, a través de la conservación, la promoción turística y el desarrollo de las capacidades locales.

En concreto, se ha trabajado en la promoción de mejoras en la calidad de vida de las comunidades en las que operamos y se ha contribuido con el desarrollo de proveedores y clientes generando una real inclusión social.

Principales reconocimientos

La Organización obtuvo importantes reconocimientos durante el año como el Premio Effie de Oro en la categoría Fines No Comerciales, por la Campaña “Súmate, Solo+18: Promoviendo la venta responsable”; el Premio a las Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo, otorgado por la Bolsa de Valores de Lima; el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable, por la Asociación Perú 2021, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y AliaRSE, reconociendo sus buenas prácticas empresariales y compromiso con el desarrollo sostenible del Perú; entre otros.



Objetivos para el año 2013

Continuaremos enfocados en generar mayor valor para nuestros consumidores, colaboradores, accionistas y comunidad. El portafolio de marcas seguirá siendo la prioridad para ser más competitivos dentro de un marco de disciplina financiera. En ese sentido, hemos establecido los siguientes objetivos principales:

> Desarrollo del portafolio y crecimiento de las marcas

- Nuestro objetivo es que nuestros productos sean la primera opción de consumo, por lo que continuaremos ofreciendo un portafolio balanceado de marcas, empaques y precios que se ajusten a las diferentes ocasiones de consumo.
- Continuaremos enfocándonos en desarrollar portafolios regionales de marcas, para satisfacer las preferencias de los clientes y consumidores en las distintas regiones del país. Esta acción también se llevará a cabo en el portafolio de bebidas no alcohólicas, a fin de capturar nuevas oportunidades de crecimiento y consolidar las existentes.
- Fortaleceremos el segmento *Premium*, buscando capturar nuevas ocasiones de consumo.
- En suma, buscamos el aumento de penetración y la captura de nuevas ocasiones de consumo, dentro de un marco de consumo de alcohol responsable.

> Desarrollo del punto de venta

- Consolidaremos el Nuevo Modelo Comercial, de manera que logremos una mayor atención directa al mercado, generando vínculos más estrechos con nuestros clientes y consumidores. Además, ampliaremos la base de clientes para continuar desarrollando el mercado.
- Reforzaremos el Nuevo Modelo de Servicio, ofreciendo a nuestros clientes los paquetes adecuados, a fin de cubrir las necesidades del detallista, comprador y consumidor.

> Desarrollo del recurso humano

- Con el objetivo de asegurar la sostenibilidad del negocio, mantendremos nuestro enfoque en la gestión del talento para desarrollar capacidades gerenciales y de liderazgo.

> Control de costos

- Utilizaremos las mejores prácticas dentro de SABMiller para capturar oportunidades de mejora en el control de costos.

> Desarrollo sostenible

- Trabajaremos en consolidar la reputación y el posicionamiento de Backus como una Organización líder en el Perú, integrando los temas ambientales y sociales al negocio, con miras a proteger nuestra licencia para operar.
- Realizaremos acciones vinculadas al manejo sostenible del agua y la reducción de emisiones de efecto invernadero, continuando con el desarrollo de proyectos en el manejo de cuencas y reforestación.
- 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, incluyendo los programas de educación.



Gerencia General

En el ejercicio 2012, la Organización dio cuenta de la renuncia presentada por el Sr. Mauricio Leyva Arboleda al cargo de Gerente General de la sociedad, al haber sido nombrado por nuestra casa Matriz SABMiller plc, como nuevo Managing Director de la División de Cervezas de la operación South African Breweries. El Sr. Leyva permaneció como Gerente General y miembro del Directorio Backus hasta el 31 de diciembre de 2012.

Como consecuencia de la renuncia presentada, en la sesión de Directorio del 12 de noviembre de 2012, el Directorio aprobó designar como Gerente General de Backus al Sr. Grant Harries, quién inició funciones el 1 de enero de 2013. El Sr. Harries se unió a SABMiller en 1984 y ha ocupado diversas posiciones ejecutivas comerciales en Sudáfrica, habiendo sido nombrado Gerente General de una de sus divisiones en 1997. Asimismo, el Sr. Harries ocupó la Presidencia de Cervecería Hondureña, empresa que forma parte del Grupo SABMiller en Honduras, desde mediados de 2006 hasta inicios de 2009. Posteriormente fue nombrado Presidente de la operación de SABMiller Rusia, cargo que ocupó hasta la fusión de ese negocio con Anadolu Efes a principios de 2012. Los últimos meses ha ocupado el puesto de Director de Proyectos de SABMiller en Europa.

Directorio

Mediante Sesión de Directorio, llevada a cabo el 12 de noviembre de 2012, se dio cuenta de la renuncia presentada al cargo de Director del Sr. Mauricio Leyva Arboleda a partir del 31 de diciembre del mismo año, la renuncia fue aceptada por unanimidad, agradeciéndosele por los valiosos aportes a la Organización.

Junta General de Accionistas

El día 24 de febrero de 2012, se llevó a cabo la Junta Obligatoria Anual de Accionistas. En el periodo de la presente Memoria, no se ha producido cambios al Estatuto Social.

Es así que, tras presentarles un resumen de las buenas noticias de 2012, 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 2011, 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 N° 141-98-EF/94.10, modificada por la Resolución CONASEV N° 119-99-EF/94.10, N° 094-002-EF/94.10 y N° 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 N° 211-98-EF/94.11 modificado por Resolución Gerencia General N° 040-99-EF/94.11, Resolución Gerencia General N° 147-99-EF/94.11, Resolución Gerencia General N° 096-2003-EF/94.11 y Resolución Gerencia General N° 140-2005-EF/94.11.

Alejandro Santo Domingo Dávila

Presidente del Directorio



modelo de liderazgo y organización



Cultura Backus



nuestra visión

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

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

nuestra misión

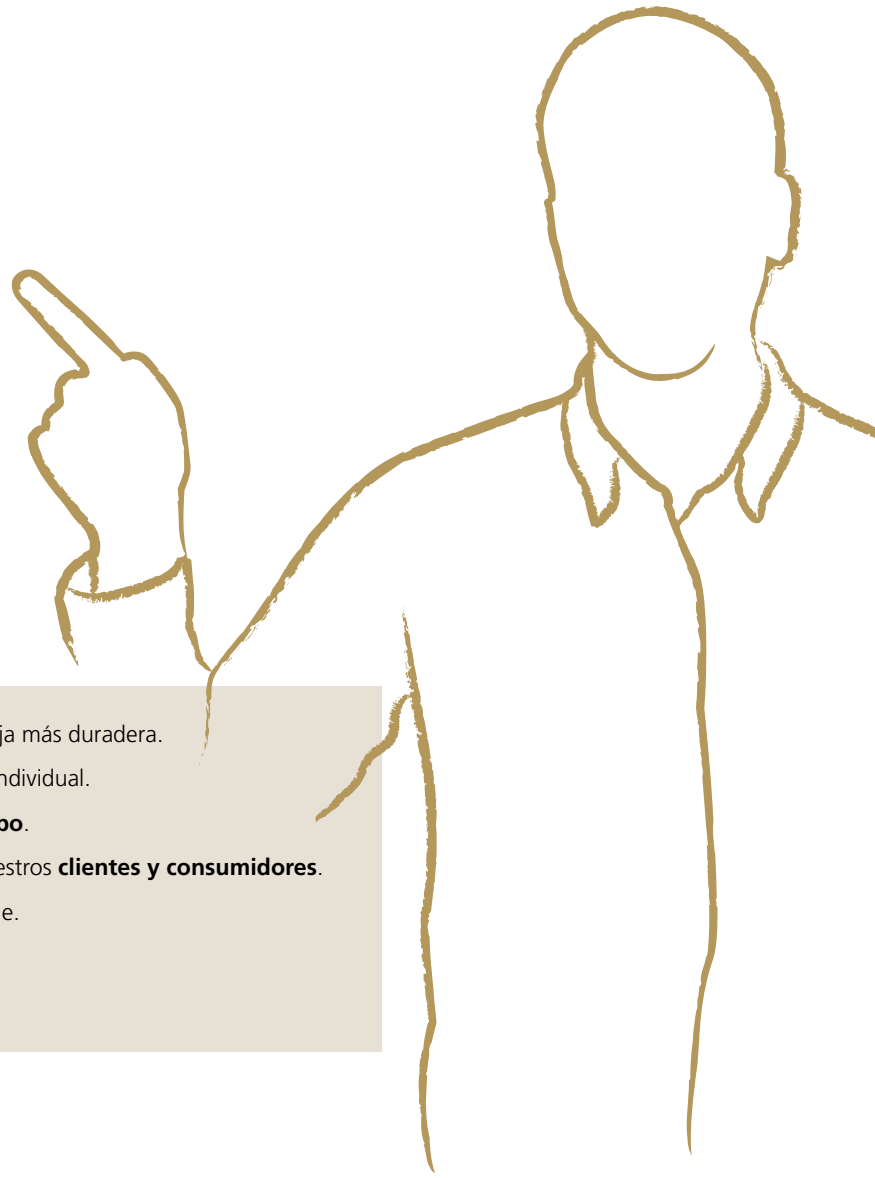
Mantener un portafolio de marcas globales y nacionales que sea la primera opción de nuestros consumidores. Fomentar que nuestras marcas nacionales invoquen un fuerte sentido de peruanidad.



Enfocados
en el éxito
del negocio

nuestros
valores

- > Nuestra **gente** es nuestra ventaja más duradera.
- > La **responsabilidad** es clara e individual.
- > Trabajamos y ganamos en **equipo**.
- > Entendemos y respetamos a nuestros **clientes y consumidores**.
- > Nuestra **reputación** es indivisible.



nuestras cifras



Ventas totales
Netas

+ 12.3%

2012
S/. 3,467.2*
millones

2011
S/. 3,086.3
millones

Hubo un incremento de S/. 380.9 millones respecto al año anterior. La venta de cerveza lidera este crecimiento, mientras que las gaseosas y aguas minerales tuvieron un crecimiento en volumen de 10% y 45%, respectivamente.

* Considera S/. 69.0 millones de otros ingresos operacionales.

Utilidad
neta

+29.9%

2012
S/. 948.7
millones

2011
S/. 730.6
millones

La Organización sigue manteniendo sus buenos niveles de solidez, gracias al crecimiento en volumen e ingresos, menor incremento de los costos, así como de los gastos operacionales.

Cervezas
Volumen

+0.9%

Participación
de mercado

2012
93.7%

2011
92.8%

En el año 2012 el mercado cervecero en el Perú creció un 4.9% alcanzando un volumen de 13,709 miles de hl. Por su parte, Cristal mantuvo su liderazgo, alcanzando una participación de 40.8%.



Cervezas
Valor

+0.6%

Participación
de mercado

2012
95.0%

2011
94.4%

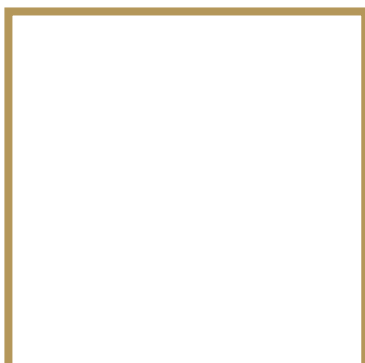
Algunos de los principales factores que incentivaron este crecimiento fueron el ajuste de precios realizado a finales de 2011, la mejor composición del *mix* de marcas, la implementación de servicios como Televentas y la venta directa a los clientes detallistas.

Monto
de exportación
cervecera

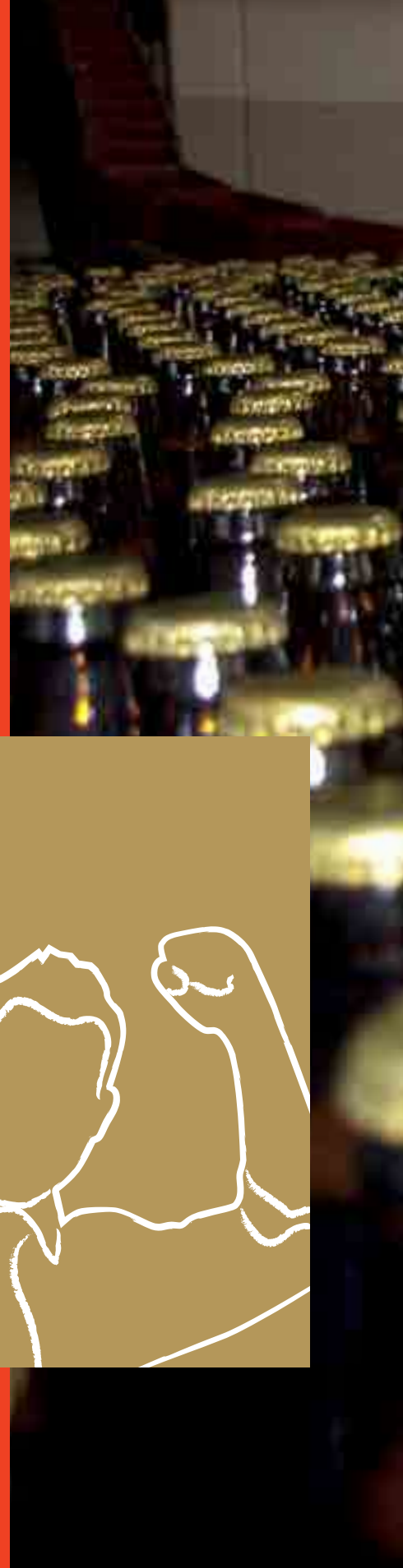
+17.3%

2012
S/. 28.2 millones

2011
S/. 24.1 millones



nuestro negocio





Backus consolidó su
liderazgo en el país

Incremento de
S/.380.9 millones en
Ventas Netas totales

gestión comercial



Ventas

Mercado cervecero

Durante el año 2012, se estima que el mercado cervecero en Perú creció en 4.9% respecto al año anterior, alcanzando un volumen de 13,709 miles de hl. Este estimado se realiza en función a la información proveniente de la compañía de investigación de mercados CCR y los registros de las empresas cerveceras de SABMiller en el Perú.

Las cifras alcanzadas por cada una de las empresas cerveceras y de manera consolidada fueron las siguientes:

Organización	Volumen		Crecimiento
	Miles hl	Volumen	Valor
UCP Backus y Johnston	11'943	6.6%	11.5%
Cervecería San Juan	1'177	4.1%	5.9%
UCP Backus y Johnston Consolidado	13'010	6.4%	10.9%

El incremento en valor se generó como consecuencia de los siguientes factores:

- > El aumento de volumen en 6.4% respecto al año anterior, incluyendo exportaciones.
- > El ajuste de precios realizado a finales de 2011.
- > La mejor composición del *mix* de marcas.
- > El crecimiento en el porcentaje de venta directa a los clientes detallistas.

A nivel de participación de mercado, de manera conjunta UCP Backus y Johnston y Cervecería San Juan, reafirmaron su liderazgo cerrando el año con un 93.5% en el mes de diciembre, es decir, 0.5 puntos porcentuales más respecto al mismo periodo del año anterior. Las participaciones obtenidas fueron:

Periodo	2011	2012	Variación
Enero	92.4%	93.3%	0.9%
Promedio Anual	92.8%	93.7%	0.9%
Diciembre	93.0%	93.5%	0.5%





Otras bebidas

En las otras categorías los resultados consolidados de ambas empresas fueron muy positivos. En conjunto se lograron volúmenes cercanos a los 2 millones de hl que representan el 15.2% y 6.8% de las ventas de cerveza en volúmenes y ventas valorizadas respectivamente.

En cada una de las categorías, los crecimientos en valor fueron superiores al crecimiento en volumen, mejorando los márgenes unitarios.

Las cifras logradas por categoría fueron las siguientes:

Categoría	Volumen		Crecimiento
	Miles hl	Volumen	Valor
Gaseosas	914	10.0%	20.2%
Aguas	867	45.3%	59.2%
Maltas	200	56.1%	74.9%
Total Otras Bebidas	1'981	27.3%	40.7%

[10.9%
de crecimiento
en valor]





Nuevo Modelo Comercial

A mediados de 2011 se inició en la Organización la implementación del Nuevo Modelo Comercial que finaliza en el mes de febrero del presente año. Habiendo logrado un avance de 97%, los principales logros obtenidos han sido los siguientes:

- > Incorporación de la gestión comercial de ventas y Televentas en las plantas cerveceras.
- > Creación de los nuevos perfiles para los agentes comerciales y agentes de Televentas.
- > Afianzamiento de la labor de los agentes comerciales que se centra en desarrollar el mercado, ganar en el punto de venta y generar el vínculo emocional con los clientes.
- > Consolidación de la labor de Televentas, habiéndose implementado un segundo centro de operaciones en el Centro de Distribución del Rímac.
- > Captación de cerca de 40 mil clientes nuevos representando un crecimiento de 26.4% respecto a los clientes vigentes hasta antes de haberse iniciado la implementación del Nuevo Modelo Comercial.
- > Ampliación del porcentaje de venta directa, lo que ha permitido incrementar nuestra participación de mercado respecto al año anterior.
- > Optimización de la entrega de la propuesta de valor a los clientes, para potenciar su gestión con los consumidores y optimizar el uso de recursos.

Ventas valorizadas

En el año 2012, las ventas valorizadas por categoría de UCP Backus y Johnston de manera individual fueron las siguientes:

Categoría	Valor en millones de nuevos soles	Porcentaje del total
Cerveza	3,160.2	93.0%
Gaseosas	107.0	3.1%
Aguas	88.4	2.6%
Maltas	42.7	1.3%
Total	3,398.3	100.0%

5.9%
de crecimiento
en volumen

Ventas por regiones

El mercado está dividido en seis áreas, cinco en el Perú y una en el exterior.

A nivel nacional, y de manera consolidada, Backus creció en valores con más de dos dígitos en todas las regiones, a excepción de Oriente, donde la economía se vio afectada debido a la reducción en la actividad agroexportadora y a los efectos climáticos. Por su lado, las exportaciones crecieron un 17.3% respecto a 2011, alcanzando la cifra de S/. 28.2 millones.

Diversificación de ventas por regiones:

Lima metropolitana	31%
Norte	24%
Sur	20%
Centro	15%
Oriente	9%



Seguimos creciendo y reafirmamos nuestro liderazgo con un 93.5% de participación de mercado a nivel nacional.

Marketing

Durante el año 2012 la gestión de nuestro portafolio de marcas nos permitió crecer 5.9% en volumen, sin considerar exportaciones, y ganar 0.96% en participación en volumen (de 92.68% a 93.64%).

Cristal reafirmó su liderazgo en la categoría de cervezas con una participación de 40.8% en volumen.

Su crecimiento en provincias se dio principalmente en las regiones Norte y Oriente, donde fortaleció su preferencia y posicionamiento como la “cerveza de los peruanos”. Durante el año, la marca participó en activaciones relacionadas a la Selección Peruana de Fútbol durante la etapa de clasificatorias al Mundial, y a la feria gastronómica “Mistura”.

Pilsen Callao logró afianzarse como marca *upper mainstream* a nivel nacional, creciendo de manera relevante con +78% en Lima y +14% en el Sur en regiones muy importantes para la categoría.

Asimismo, se realizó el lanzamiento de la botella Ámbar 650 ml en el Norte y Oriente. Además, la marca ha continuado fortaleciendo su conexión emocional con el consumidor destacándose como la cerveza que “invita a disfrutar la auténtica amistad” a través de campañas como el “Día del Amigo”.

Cusqueña continuó fortaleciendo su posicionamiento en la categoría *premium*, manteniendo constante su participación de 13.5% en volumen y de 16.4% en valor durante el año. Debido a nuestro buen desempeño y a la preferencia de los consumidores, Cusqueña consolida su portafolio de cuatro variedades con el lanzamiento de Cusqueña Red Lager y Cusqueña de Trigo como extensiones permanentes. A la fecha, la marca ha obtenido 29 reconocimientos internacionales que certifican su calidad superior, ubicándola en el mismo nivel de las mejores cervezas del mundo.



Pilsen Trujillo reafirmó su liderazgo en sus mercados *Core* como lo son Trujillo y Puno a través de un crecimiento a nivel nacional de 19.3% en volumen y 22.4% en valor.

En Trujillo la marca consolidó su conexión emocional con el consumidor y obtuvo una significativa participación de mercado de 77%. Además contribuyó nuevamente en importantes eventos del departamento como el Concurso Nacional de Marinera y el Festival Internacional de la Primavera. Por otro lado, en Puno la marca continuó con una creciente participación de mercado, habiendo alcanzado un 66% a finales de 2012. Asimismo, en el resto del país la marca continuó participando en el segmento *economy* y logró reducir la participación de la competencia (Brahma pasó de 6.1% en 2011 a 5.5% en 2012).

Arequipeña creció 8% en volumen de ventas. La marca sigue consolidando su posición de liderazgo en Arequipa, logrando incrementar su participación de mercado a 58% (3% de ganancia respecto de 2011), mientras que la participación de la competencia se redujo a 2.6%.

La estrategia fue otorgar vigencia y modernidad a la marca, apelando al orgullo que todo consumidor arequipeño tiene por su ciudad. Arequipeña ha sido la principal impulsora de los eventos importantes en la ciudad, como el Aniversario de Arequipa, en donde se llevó a cabo actividades que generaron mayor participación del consumidor.



Maltin Power obtuvo un crecimiento en volumen de 56.1% respecto al año 2011, a pesar del incremento de precios aplicado en el mes de junio.

Este resultado muestra cómo Backus sigue desarrollando en el Perú la categoría de bebidas de maltas sin alcohol, gracias al soporte dado por el equipo comercial y estrategias tales como la atracción de nuevos consumidores y desarrollo de nuevos momentos de consumo. Es así que, en el mes de abril se lanzó la presentación Maltin Power Mini de 200 ml, con un contenido a la medida del público infantil. Por otro lado, con las campañas dirigidas a las mamás se ha fortalecido la ocasión de consumo en casa, donde el formato 1.5 l cumple un rol más apropiado.

En **gaseosas** se logró un crecimiento en volumen de 10% respecto al año 2011, por encima del crecimiento de la industria que fue de -1.6 % entre enero y octubre. Este resultado estuvo liderado por Guaraná con un 18% de incremento, y actualmente es la cuarta marca en participación en Lima.

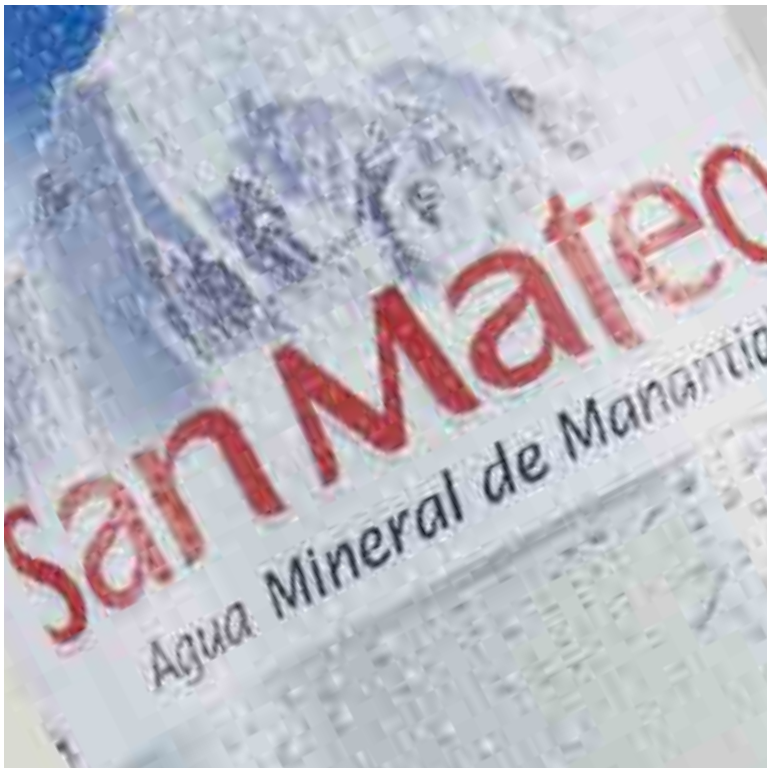
En **aguas** se logró un incremento de 45% en volumen, también superior al de la industria (25% entre enero y octubre) correspondiendo a San Mateo un crecimiento de 62%.

Este desarrollo sostenido ha permitido alcanzar 21% de participación de mercado en Lima (+8.1% respecto de 2011) potenciando la participación en provincias. San Mateo ha fortalecido su posicionamiento de agua *premium*, sustentada en ser la única agua mineral de Manantial envasada a 3,300 metros sobre el nivel del mar y por los beneficios que genera su balance mineral.

Nuestra operación en Bolivia a través de la marca **Cordillera** se mantiene en crecimiento. A un año y medio de su lanzamiento, Cordillera tiene el 6.09% de participación de mercado (CCR octubre 2012) y ya es reconocida en el mercado por su propuesta de valor de ingredientes naturales y por ser la cerveza "para compartir entre amigos". La presencia de Cordillera en el mercado boliviano se consolida con nuestra participación en las Ferias Internacionales de Cochabamba y Santa Cruz en calidad de auspiciadores, incrementando los niveles de conocimiento de la marca.



S/. 3,398.3 millones en ventas valorizadas en 2012





Logística

Planificación de la cadena de suministro

- > Se implementó mejoras en el proceso integrado e inter-funcional de la planificación de las operaciones de ventas, distribución y manufactura que llevaron a incrementar los niveles de confiabilidad y estabilidad de la cadena de suministro.
- > Se automatizó el proceso colaborativo de cálculo de los pronósticos de ventas, lo cual contribuyó a incrementar la precisión del pronóstico, contribuyendo con la estabilidad de la cadena de suministro. Esta iniciativa fue señalada como una buena práctica de gestión de demanda, en la región Latinoamérica de SABMiller.
- > Se realizó una auditoría a nuestros procesos de planificación de envases retornables a cargo de un especialista internacional. Como resultado, se confirmó que los procesos de planificación y control de envases retornables se encuentran alineados con las mejores prácticas internacionales existentes.

Compras

- > En febrero de 2012 se creó el Comité de Compras con el objetivo de validar la racionalidad de las compras y contrataciones, así como los procesos de adquisición de bienes y servicios mayores a los US\$ 500 mil. Desde su creación y hasta el cierre de 2012, se presentaron y aprobaron propuestas de compra y contrataciones por un monto de S/. 596 millones.

- > Se continuó avanzando en la concentración de las contrataciones de servicios, logrando cubrir centralizadamente el 42% del monto total convenido, obteniendo ahorros por negociación cercanos al 8% del monto acordado.
- > Se consolidó el abastecimiento de 15,000 TM de maíz nacional a través de dos cadenas productivas en el norte del país que agrupan a pequeños productores.
- > Se implementó el programa de desarrollo de proveedores de servicios en Pucallpa, con el objetivo de contar con alternativas de contratación y especialización de servicios en la localidad.
- > Se desarrollaron las siguientes iniciativas que, conjuntamente con la reducción de costos, apoyan el fortalecimiento de nuestros principios de Desarrollo Sostenible:
 - Reducción del peso de botellas de vidrio retornables.
 - Reducción del peso de botellas PET.
 - Reducción del gramaje de papel para etiquetas.

Proyectos y desarrollo

- > El afrecho cervecero y las levaduras de Planta San Juan, fueron incluidos en la lista de los subproductos comercializados, evitando incurrir en gastos anuales de S/. 3.5 millones, además de generar un impacto social y ambiental positivo al promover actividades económicas, que incorporen de manera sostenible la utilización de ambos productos.
- > Se logró incrementar la capacidad de nuestros almacenes de materiales en 25%, evitando así la contratación de almacenes externos.
- > Se implementó el proceso de administración de la continuidad de negocio, ante desastres o emergencias, con alcance en las áreas productivas y administrativas.

Distribución

Durante el año 2012 nuestras actividades de distribución se orientaron a complementar la ejecución de las ventas en el mercado, con el objetivo de cumplir nuestros compromisos de reparto y entregas con altos niveles de eficiencia y calidad de servicio. Para ello mejoramos nuestras capacidades internas, tanto en los aspectos relacionados con infraestructura, como en la reestructuración de nuestros equipos y procesos que garanticen el logro de nuestros objetivos comerciales.

Desarrollo de la ruta al mercado

Alineados al Nuevo Modelo Comercial incrementamos nuestra cobertura de reparto de 149,800 clientes a 189,400, maximizando así el uso de nuestras capacidades y recursos disponibles para ser más efectivos en la gestión comercial y de rentabilidad.

Asimismo, en nuestros mercados atendidos indirectamente hemos iniciado un proceso de desarrollo de distribuidores asociados con estándares de comercialización indirecta, los cuales permiten asegurar las condiciones de servicio en aquellas localidades a las que no llegamos. De esta forma, fortalecemos nuestros canales de comercialización expandiendo nuestra cobertura y garantizando así la disponibilidad de nuestros productos en los diferentes mercados a nivel nacional.

Optimización de la red de distribución

Se desarrolló un estudio orientado a la optimización de nuestra red de distribución, consolidando nuestro plan maestro con un horizonte de 20 años que incluye la evaluación de la ubicación de nuestros Centros de Distribución a nivel nacional, alineado con las proyecciones de crecimiento de nuestros mercados y las inversiones en nuestras plantas.

Asimismo, en el año 2012 continuamos lidiando con las necesidades logísticas con inversiones en infraestructura de almacenaje, equipos de manipuleo y de distribución, priorizando estas inversiones según nuestro plan maestro.

Estos fueron los principales proyectos ejecutados en este año:

- > Se culminó la construcción del nuevo Centro de Distribución (CD) de Vegueta; este nuevo CD consolida las operaciones que anteriormente teníamos en Huacho y Barranca.
- > En el CD del Cono Norte se ampliaron dos techos para almacenamiento de producto terminado y así lograr satisfacer las necesidades de inventarios para las semanas pico de venta.
- > Se culminó la construcción de nuestro nuevo CD en Piura, el mismo que cuenta con un diseño bioclimático, lo que permite disminuir los consumos de energía y agua, asimismo se instaló una planta de tratamiento de aguas residuales.
- > Se adquirió el terreno para la construcción del nuevo CD en Cajamarca. Este se encuentra ubicado en las afueras de la ciudad, cumpliendo así con la normatividad vigente respecto a las operaciones comerciales en el centro histórico y casco urbano.
- > En Motupe se amplió el almacén de productos terminados y se expandió la zona para almacenamiento de envases, con el fin de mantener la capacidad de respuesta necesaria a los planes de producción en las temporadas de menor rotación del producto en el mercado.
- > En Juliaca se mejoraron las condiciones operativas con la ampliación del techo de carga y descarga, lo que permitirá la preservación de nuestros productos y el aumento de la eficiencia operativa.
- > Se construyó el nuevo CD en Tingo María, logrando una mayor capacidad de inventarios, necesaria para una zona con frecuentes problemas de abastecimiento por las dificultades climatológicas y de infraestructura vial.

Incrementamos
nuestra
cobertura
de reparto

Desarrollar transportistas de reparto

Se implementó el programa para la formación de transportistas, a fin de capacitar a nuestros proveedores estratégicos garantizando así la sostenibilidad de nuestro modelo de reparto, manteniendo los niveles de eficiencia y calidad de servicio a nuestros clientes directos.

El programa contempla la transferencia de la propiedad de 220 camiones y la incorporación de 438 nuevos camiones, integrando los últimos avances tecnológicos con la finalidad de optimizar las actividades de reparto.

Dados los conocimientos especializados en el negocio de transporte de carga y al amparo de la normatividad vigente, se concedió a Transportes 77 la responsabilidad total del desarrollo y ejecución del reparto cervecero a nivel nacional.

Potenciar los Equipos de Mejora Comercial

Se desplegó el programa Equipos de Mejora Comercial al 100%, abarcando los equipos de Ventas y de Distribución en las diferentes localidades del país. Este programa busca reforzar el trabajo conjunto entre las áreas con el objetivo de desarrollar e implementar iniciativas orientadas a encontrar oportunidades de mejora en la atención a nuestros clientes, optimización de recursos y operaciones eficaces.

Todo este esfuerzo, nos ha permitido cumplir con los objetivos definidos por la Organización, a fin de satisfacer las crecientes demandas de volumen de nuestros clientes, así como mantener y asegurar los niveles de servicio definidos, siendo más eficientes con nuestros recursos y más efectivos en nuestras operaciones. Es así que, en el año 2012 repartimos 316'368,093 cajas logrando un 98.6% de efectividad del cumplimiento de entrega y 93.5% de exactitud sobre nuestros compromisos relacionados con oportunidad y cantidades exactas por cada producto, consolidando 11'307,474 entregas en el año. Todo ello se vio reflejado en un nivel de satisfacción total de 97.45% en el servicio recibido.



gestión productiva



Manufactura

Durante el año 2012 se elaboraron 12.69 millones de hl de mosto frío y se envasaron 12.04 millones de hl de cerveza. Considerando estos volúmenes de producción, el uso de la capacidad instalada en nuestras distintas plantas cerveceras llegó a 96% en promedio.

Por su parte, las plantas de Ate, Motupe y Huarochirí envasaron 1.82 millones de hl de bebidas gaseosas y aguas; y Ate envasó 0.21 millones de hl de bebidas nutritivas (Maltin Power). Nuestra planta Maltería, ubicada en Ñaña, elaboró 84,504 TM de malta y 54,047 TM de maíz desgerminado.

La política de mejoramiento continuo en nuestras plantas obtuvo muy buenos resultados; en costos, las mermas mejoraron 10% respecto al año anterior, en rapidez, las eficiencias subieron 1% en el último año. Gracias a dichos indicadores y a la reconocida calidad de nuestros productos logramos que tres de nuestras plantas se ubicaran dentro de las *top 10* del *ranking* mundial de plantas cerveceras de SABMiller: Planta Arequipa (puesto 3), Planta Ate (puesto 4) y Planta Cusco (puesto 6), mientras que Planta Motupe ocupa el puesto 15. En cuanto a gaseosas y aguas, nuestras tres plantas se ubicaron en los tres primeros lugares y nuestra Maltería quedó ubicada en el tercer lugar del *ranking* global.

Un importante aspecto desarrollado en el año 2012 es la mejora en los indicadores de desarrollo sostenible; en agua redujimos 11% de nuestro consumo (de 3.7 a 3.3 hl/hl) y en energía total disminuimos 9% el consumo (de 107.7 a 98.1 MJ/Hl) reafirmando con ello, el cumplimiento de la estrategia global de SABMiller.

Academia de Manufactura

Durante este año se reforzó el enfoque práctico y desarrollo de multihabilidad en el nivel operario y se continuó con el programa de formación de *Junior Trainees* en Manufactura.

En paralelo para el nivel empleado, se ejecutó un plan de entrenamiento técnico con expertos nacionales y extranjeros.

Adicionalmente, se realizó capacitación en el extranjero en temas de tecnología y técnica cervecera de punta para operarios y diferentes niveles de profesionales.

Manufactura de Clase Mundial

Se continuó con el desarrollo del SABMiller *Manufacturing Way*, enfocando la estrategia en el refuerzo de las prácticas básicas de trabajo en equipo y 5S basado en *housekeeping*.

Asimismo, se inició el despliegue del marco de trabajo para asegurar una cultura de solución de problemas apoyado en el control estadístico de procesos y *Six Sigma*.

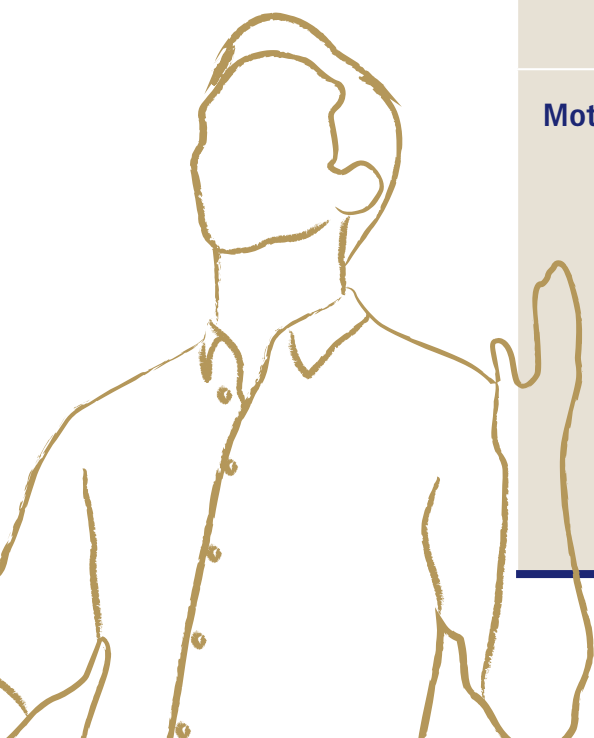




Nuestros proyectos de inversión

Planta	Realizados durante el año 2012
Arequipa	1. Nueva Planta de Tratamiento de Efluentes Instalación de planta de tratamiento anaeróbico con reactor UASB. Con esta planta se cumplen los límites de los parámetros de DQO, DBO acordados con PRODUCE. 2. Expansión de Cocimiento Instalación de <i>mash filter</i>. En esta primera etapa se amplía la capacidad de la planta de 7 a 10 cocimientos por día. En una segunda etapa, se logrará llegar hasta 14 cocimientos por día. 3. Instalación de dos Tanques de Fermentación Instalación de dos tanques fermentadores con una capacidad neta de 4,800 hl, con lo cual se logra cubrir el incremento de la demanda.
Ate	1. Nueva línea de Latas Esta nueva línea tiene una capacidad de 40,000 envases por hora (eph), reemplazando por obsolescencia a la línea existente, que tenía una capacidad de 7,800 eph. Su arranque en diciembre cumplió con los estándares de calidad requeridos. 2. Expansión de Recuperación CO2 Ampliación de la planta de recuperación de CO2 – módulo de 2,000 kg/h. Dicha expansión permite cubrir el requerimiento de CO2 en la Planta Ate debido al aumento en su capacidad de producción. 3. Upgrade de Recuperación CO2 Sulzer Se reemplazó el compresor y el lavador en la planta de recuperación de CO2 Sulzer. 4. Reemplazo del pozo de agua N°9 El pozo de agua N°9A reemplaza al pozo N°9, el cual colapsó debido a perforaciones en el tubo. Con ello se garantiza la oferta de agua necesaria para cubrir nuestra demanda. 5. Reúso de sistema de agua Instalación de los sistemas de Ultra Filtración y Osmosis Inversa para tratar el agua proveniente de la PTAR. Con la finalidad de reusarla y reducir el uso de agua fresca proveniente de pozos. Su uso se aplica al área de servicios. 6. Depaletizadora de botellas no retornables Instalación de una depaletizadora con capacidad de 55,000 bph. Con este proyecto se elimina el abastecimiento manual de botellas a la línea, incrementando eficiencia y capacidad.
Cusco	1. Paletizadora - Depaletizadora Instalación de una paletizadora y depaletizadora con capacidad de 5,500 cajas por hora. Este es un reemplazo por obsolescencia y permite trabajar con formatos adicionales. 2. Automatización de la estación de limpieza de los tanques fermentadores Con este proyecto se elimina la operación manual, asegurando calidad en el proceso de limpieza de los tanques y tuberías en el área de fermentación.
Motupe	1. Línea de Envasado Esta línea tiene una capacidad de 60,000 bph en el formato 650 ml, formando parte del programa de ampliación de la capacidad de Planta Motupe, con lo cual se garantiza la cobertura de la demanda. 2. Instalación de dos Tanques de Fermentación Instalación de dos tanques fermentadores con una capacidad neta de 6,000 hl cada uno, con lo cual se logra cubrir el incremento de la demanda. 3. Ampliación de servicios de CO2 <i>Upgrade</i> a 2000 kg/h. Comprende: > Compresor de CO2. > Compresor de NH3. > Tanque de CO2. > Sistema de ahorro de energía en vaporización (<i>liquivap</i>).

11%
de reducción
en consumo
de agua



nuestras operaciones





S/.2,594.9 millones
destinados para
el pago de impuestos

Ingresos brutos
de **S/.3,467.2** millones

gestión económico- financiera



Liquidez

Al cierre del ejercicio 2012, el indicador de liquidez corriente fue de 0.65 (en 2011 llegó a 0.86). El resultado obedece a un incremento en las cuentas por cobrar, producto de un mayor nivel de ventas neto de una mayor cobranza por operaciones intercompañías; asimismo, el plazo de las cuentas por pagar se ha ampliado a través de la negociación con proveedores y el uso de *factoring* electrónico.

La posición de caja y bancos al término del ejercicio cerró con S/. 113.5 millones, de los cuales el 95% corresponde a moneda nacional y el saldo a dólares y euros. Las colocaciones fueron depositadas en instrumentos de corto plazo en instituciones financieras de primer nivel.

Cabe señalar que los saldos en dólares y euros al finalizar el año 2012 están expresados en nuevos soles, al tipo de cambio de oferta y demanda a dicha fecha, es decir: S/. 2.551 y S/. 3.492 venta, respectivamente, y S/. 2.549 y S/. 3.330 compra, respectivamente.

La posición en moneda extranjera sirve 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 en la Organización.

Asimismo, al cierre del año 2012 Backus mantiene un préstamo a SABMiller Holding por US\$ 4 millones a tasa de interés de mercado.

S/. 113.5
millones
fue la posición
de caja y bancos

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

- > Incremento de la demanda como consecuencia de un mayor dinamismo en la economía nacional.
- > Incremento de la demanda por las acciones comerciales realizadas en las áreas de Marketing y Ventas.
- > Venta de activos fijos correspondientes a inmuebles en desuso.

A su vez, el impacto de los eventos que a continuación se señala 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.
- > Impacto de los efectos climáticos en el consumo y las operaciones.

Composición de la liquidez corriente (activo y pasivo corriente) en 2012

SalDOS	S/. millones	US\$ millones	EUR millones
Activos	652.4	17.7	1.1
Pasivos	810.6	98.5	5.7



Financiamiento

Al cierre de 2012 se mantiene un saldo de deuda total de S/. 253 millones. La deuda está compuesta por dos pagarés uno en dólares con el Scotiabank, uno en soles a mediano plazo con el BBVA Banco Continental y un arrendamiento financiero con el BBVA Banco Continental. Así como una deuda bancaria indirecta por S/. 20 millones. Ello de acuerdo a normas contables vigentes.

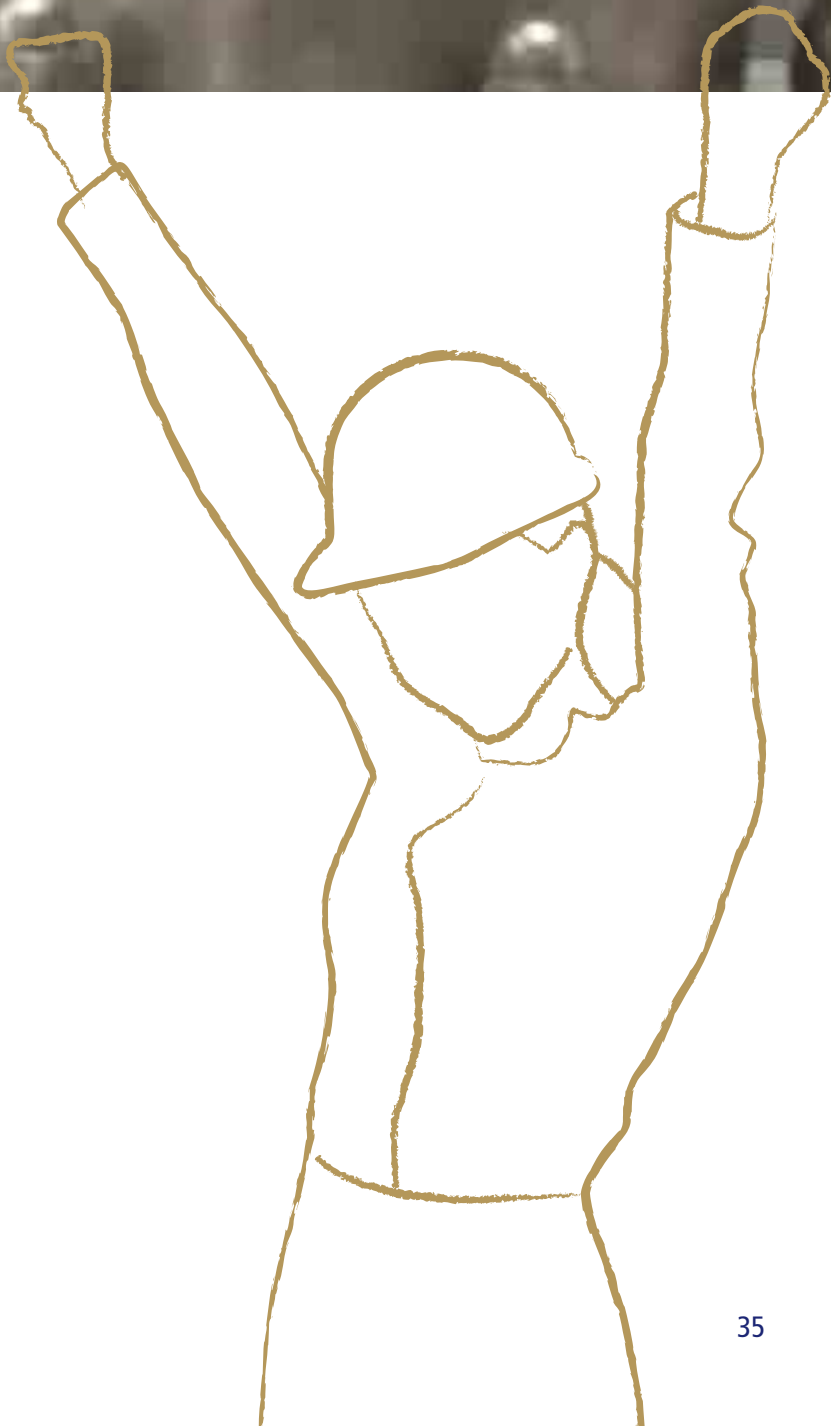
Cabe señalar que 47% del monto adeudado vence durante el ejercicio de 2013 y el saldo de 53% vence en el mediano plazo.

Composición de la deuda financiera al cierre de 2012

Deuda	Monto (S/. millones)
Arrendamiento financiero del terreno con el BBVA Continental	1.5
Deuda bancaria indirecta con el BBVA Continental	20.0
Préstamo de corto plazo con el Scotiabank	112.6
Préstamo de mediano plazo con el BBVA Banco Continental	115.0
Intereses devengados por el endeudamiento al cierre del año	3.9
Total deuda financiera	253.0

El arrendamiento financiero y el préstamo a mediano plazo, ambos con el BBVA, son operaciones concertadas a tasa fija para la vigencia de contratos.

Asimismo, el 55.5% del total de la deuda corresponde a obligaciones en moneda nacional y el 44.5% es en moneda extranjera. Cabe indicar que la obligación en moneda extranjera está cubierta a través de un instrumento financiero derivado.



Derivados financieros

De acuerdo con la política de Tesorería, la cual contempla acciones para evitar el riesgo cambiario, se ha realizado operaciones de compra/venta de moneda extranjera a futuro, con fines de cobertura. Al 31 de diciembre de 2012, Backus mantiene contratos a futuro de moneda extranjera (*forwards*) a montos nominales de US\$ 177 millones y EUR 2.6 millones. Estas operaciones cubren las exposiciones de pago futuro por compra de materia prima, inversiones de capital y otros, sin fines especulativos.

En línea con lo anterior, al 31 de diciembre de 2012, Backus tiene suscrito un contrato marco con el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A. hasta por US\$ 30 millones y otro contrato con Macquarie Bank por el mismo monto, con el objetivo de cubrir las fluctuaciones en los precios de *commodities*. Al cierre del año, tenemos contratos vigentes para aluminio por US\$ 2.8 millones y maíz por US\$ 1.5 millones. Estas operaciones no tienen fines especulativos.

Impuestos

En 2012 Backus destinó S/. 1,599.6 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/. 574.6 millones.

A estos tributos se suman S/. 361.2 millones por concepto del Impuesto a la Renta (IR) de tercera categoría, S/. 57.1 millones por IR de quinta categoría recaudado a través de las planillas, S/. 1.7 millones por el pago de aranceles y S/. 0.7 millones por Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF), lo que totaliza S/. 2, 594.9 millones por impuestos pagados durante el ejercicio 2012.

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

En el ejercicio 2003 fueron designados como auditores externos los contadores públicos Dongo-Soria Gaveglio y Asociados, firma miembro de Pricewaterhouse Coopers. Tal designación fue ratificada para los siguientes ejercicios, incluyendo el de 2012.

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 ésta ejerce control.



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	2012-01	56.40	60.00	60.00	56.40	58.87
PEP218021108	BACKUAC1	2012-02	S/C	S/C	S/C	S/C	S/C
PEP218021108	BACKUAC1	2012-03	75.00	75.10	75.10	75.00	75.04
PEP218021108	BACKUAC1	2012-04	80.00	85.00	85.00	80.00	83.42
PEP218021108	BACKUAC1	2012-05	86.00	90.00	90.00	86.00	88.64
PEP218021108	BACKUAC1	2012-06	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00
PEP218021108	BACKUAC1	2012-07	100.00	103.50	103.50	100.00	102.35
PEP218021108	BACKUAC1	2012-08	103.50	102.00	103.50	101.00	101.93
PEP218021108	BACKUAC1	2012-09	102.00	110.00	110.00	102.00	107.46
PEP218021108	BACKUAC1	2012-10	110.00	110.00	110.00	110.00	110.00
PEP218021108	BACKUAC1	2012-11	110.00	127.00	127.00	110.00	112.38
PEP218021108	BACKUAC1	2012-12	143.00	150.00	150.00	143.00	148.16
PEP218024201	BACKUBC1	2012-01	56.80	60.00	60.00	56.80	57.94
PEP218024201	BACKUBC1	2012-02	62.51	69.00	69.00	62.51	64.75
PEP218024201	BACKUBC1	2012-03	S/C	S/C	S/C	S/C	S/C
PEP218024201	BACKUBC1	2012-04	76.00	76.00	76.00	76.00	77.12
PEP218024201	BACKUBC1	2012-05	S/C	S/C	S/C	S/C	S/C
PEP218024201	BACKUBC1	2012-06	88.00	88.00	88.00	88.00	88.00
PEP218024201	BACKUBC1	2012-07	90.00	100.01	100.01	90.00	94.09
PEP218024201	BACKUBC1	2012-08	105.20	106.00	106.00	105.00	105.41
PEP218024201	BACKUBC1	2012-09	107.00	107.01	107.01	107.00	107.00
PEP218024201	BACKUBC1	2012-10	107.03	110.00	110.00	107.03	107.27
PEP218024201	BACKUBC1	2012-11	S/C	S/C	S/C	S/C	S/C
PEP218024201	BACKUBC1	2012-12	125.50	150.00	150.00	125.50	147.19
PEP218025000	BACKUSI1	2012-01	5.82	6.06	6.06	5.81	5.90
PEP218025000	BACKUSI1	2012-02	6.17	7.02	7.02	6.17	6.62
PEP218025000	BACKUSI1	2012-03	7.10	7.32	7.32	7.10	7.25
PEP218025000	BACKUSI1	2012-04	7.53	8.79	9.00	7.53	8.32
PEP218025000	BACKUSI1	2012-05	8.70	8.50	8.75	8.45	8.56
PEP218025000	BACKUSI1	2012-06	8.51	10.00	10.01	8.51	8.98
PEP218025000	BACKUSI1	2012-07	10.00	10.50	10.50	10.00	10.11
PEP218025000	BACKUSI1	2012-08	10.50	11.00	11.20	10.50	11.02
PEP218025000	BACKUSI1	2012-09	11.00	11.22	11.22	11.00	11.04
PEP218025000	BACKUSI1	2012-10	11.22	11.00	11.25	11.00	11.22
PEP218025000	BACKUSI1	2012-11	11.00	14.50	15.00	11.00	14.48
PEP218025000	BACKUSI1	2012-12	15.00	15.95	15.95	14.20	14.83

S/C: Sin cotización.

gestión operativa



Los ingresos brutos (netos de impuestos) totalizaron S/. 3,467.2 millones, lo que significó un incremento de S/. 380.9 millones respecto al año anterior (12.3%).

El precio promedio ponderado de nuestros productos, a valor nominal, creció en 3.7% por hl, en atención al aumento de precios de nuestros productos.

Costo de ventas y otros costos operacionales

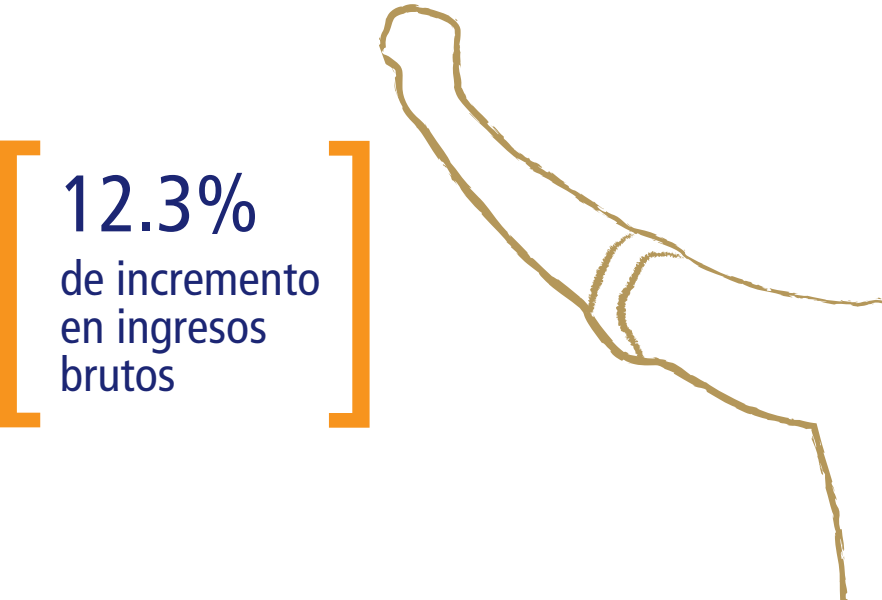
Los costos aumentaron de S/. 866.4 millones en 2011 a S/. 948.2 millones en 2012, lo que equivale a un aumento de 9.4%. Esta variación porcentual se presenta principalmente debido al crecimiento en el volumen y al aumento en los precios de las materias primas como la malta y el maíz neto de eficiencias en el proceso productivo.

Composición del crecimiento de los ingresos brutos (netos de impuestos) en 2012

Rubro	Monto (S/. millones)
Variación en volumen de cerveza	195.6
Variación en valor de venta en cerveza	131.0
Variación en volumen de gaseosas y aguas	33.8
Variación en valor de venta de gaseosas y aguas	17.1
Variación en volumen de licores y bebidas nutritivas	10.5
Variación en valor de venta de licores y bebidas nutritivas	4.7
Variación en otros ingresos operacionales	-11.8
Total	380.9

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/. 1,258.6 millones en 2011 a S/. 1,362.8 millones en 2012, lo cual representa un incremento de S/. 104.2 millones (8.3% de variación). En particular, los gastos de venta, en conjunto, aumentaron en S/. 97.4 millones, por el efecto neto de la disminución de la comisión mercantil y el aumento en el gasto de transportes por efecto de cambio en el modelo comercial, así como, el aumento en los gastos de personal, gastos de publicidad y tributos. Los gastos de administración aumentaron en S/. 4.1 millones, por un efecto neto de la disminución de los gastos por honorarios y lucro cesante y mayores gastos por sueldos y campañas publicitarias institucionales. Las otras cuentas disminuyeron en S/. 2.7 millones en conjunto, debido principalmente al efecto neto de un mayor ingreso por la venta de activos neto de mayores pérdidas realizadas en las operaciones de cobertura en moneda extranjera, sanciones administrativas y una reversión de provisiones por litigios de 2011.



Utilidad bruta

La utilidad bruta de 2012 ascendió a S/. 2,519 millones, superior en S/. 299.1 millones a la de 2011, lo que equivale a un incremento de 13.5% respecto al ejercicio anterior.

Resultado antes de impuestos

El resultado antes del Impuesto a la Renta, en 2012, ascendió a S/. 1,320.2 millones, 26.5% más que en 2011.

Otros ingresos y egresos financieros

Este rubro registró una variación positiva de S/. 81.9 millones en 2012, explicada principalmente por mayores ingresos por dividendos en efectivo de las subsidiarias.

Utilidad operativa

La utilidad operativa obtenida por Backus en 2012 ascendió a S/. 1,156.2 millones, luego de restar los gastos operacionales de la utilidad bruta, nivel superior a los S/. 961.3 millones alcanzados el año anterior. De esta manera, la utilidad se incrementó en S/. 194.9 millones (20.3% de variación).

Impuesto a la Renta

El monto del Impuesto a la Renta pasó de S/.312.8 millones en 2011 a S/.371.5 millones en 2012. Cabe señalar que ambos importes corresponden a la parte corriente y diferida.

Reservas de libre disposición

Al cierre del ejercicio, la cuenta de Reserva Legal presenta un exceso de S/. 130.1 mil que el Directorio propondrá a la Junta General de Accionistas sea trasladado a la cuenta Reserva de Libre Disposición a fin de que se apruebe su distribución, en adición al dividendo proveniente de utilidades.

Resultado neto

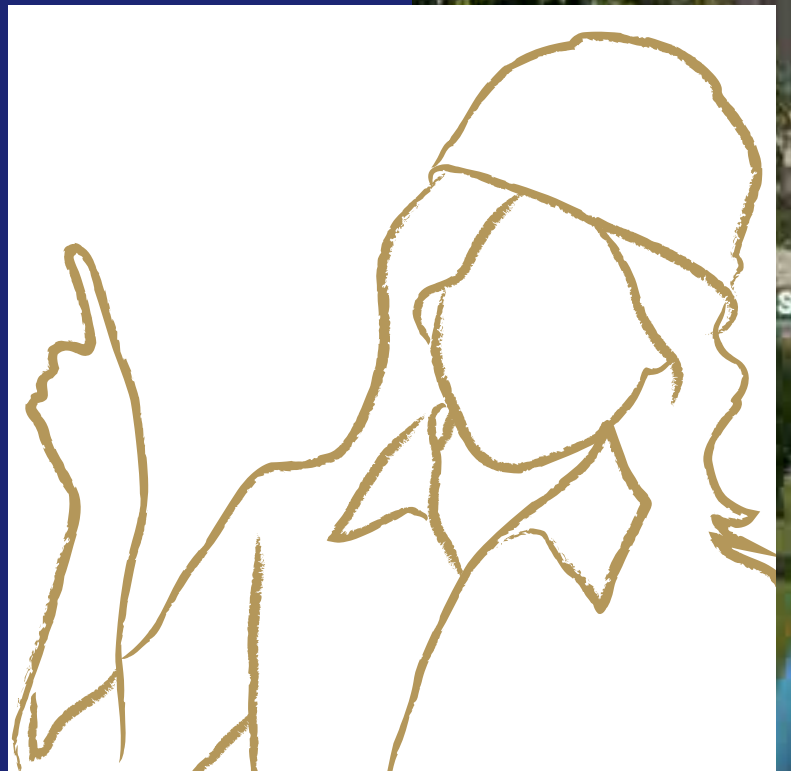
El resultado neto del periodo 2012 ascendió a S/. 948.7 millones, 29.9% mayor que el obtenido en 2011.

Habiéndose distribuido a cuenta de resultados durante el año la cantidad de S/. 747 millones, según los acuerdos del Directorio del 16 de mayo, 27 de agosto y 12 de noviembre, resta un saldo distribuable equivalente a S/. 201.7 millones, cuya distribución se propondrá a la Junta General de Accionistas.



**Utilidad bruta
de 2012 ascendió
a S/. 2,519 millones,
que equivale
a un incremento
de 13.5%**

nuestra gente





Consolidamos
el despliegue
del Modelo de Liderazgo
y Organización (MLO)

+ de **57** mil horas
de capacitación
para nuestro personal

gestión humana



Desarrollo de líderes

- > Continuamos con el despliegue y profundización de Modelo de Liderazgo y Organización que viene funcionando desde el año 2010, enfocándonos en el Área Comercial, mediante las siguientes acciones:
 - Despliegue en las Direcciones de Televentas, logrando impactar a 970 personas en 14 Centros de Distribución, involucrando a 31 Gerentes como instructores y líderes de esta iniciativa.
 - Soluciones de aprendizaje, trabajadas colaborativamente con las Academias, dirigidas a Televentas y Supervisores de Ventas y Manufactura.
- > Para los Ejecutivos, Directores y Gerentes, se realizaron dos Jornadas de Liderazgo, denominadas *1st y 2nd Communication & Leadership Forum*, dirigidas por el Presidente de la Organización. Se revisó el Plan Estratégico F14 – F16 y los resultados de la Organización, así como los comportamientos esperados de los líderes de Backus.
- > Basándonos en el MLO y alineados a las expectativas de cambio y crecimiento del negocio, diseñamos un Programa de *Coaching* Ejecutivo enfocado en desarrollar a los líderes elegidos y validados por el Vicepresidente y el *Business Partner* de Recursos Humanos, luego de ser identificados en la revisión de talento anual. Son 36 los participantes en el programa que consta de 22 horas de acompañamiento y cuenta con una medición progresiva de los avances.
- > Asimismo, hemos realizado otras iniciativas de *coaching* individual y grupal que se ha extendido a 105 colaboradores a través de *coaches* internos y externos.

Atracción y gestión de talento

- > A raíz del Nuevo Modelo Comercial, se incorporaron más de 300 colaboradores, fundamentalmente como Agentes Comerciales o de Televentas.
- > Ingresaron 18 *trainees* para inyectar nuevo talento en las Vicepresidencias de Ventas, Manufactura, Distribución, Supply Chain, Finanzas y Recursos Humanos. Ocho ya culminaron su programa, ocupando hoy posiciones como gerentes o analistas. Diez, aún lo están cursando, siendo evaluados constantemente y asesorados por un líder.
- > Aportando al desarrollo y reforzando el compromiso de los colaboradores, se ejecutaron los programas regulares de entrenamiento y se diseñaron 40 nuevas soluciones de aprendizaje, ejecutando más de 57 mil horas de entrenamiento para todo el personal de Backus.

Gracias al destacado talento de Backus, podemos resaltar que hemos logrado:

- Proveer al HUB LatAm y a Plc con talento local, exportando a un Director y dos Gerentes.
- Cubrir más del 80% de vacantes a nivel Director con talento interno, desarrollando 16 miembros Backus; 10% con talento transferido de SABMiller y 10% con talento externo.
- Alcanzar alrededor del 78% de posiciones de nivel Gerente con talento interno, desarrollando a 24 miembros de la Organización; 19% con talento externo y 3% con talento de SABMiller.



Proyecto Marca Empleador Backus

Marca Empleador se enfocó en levantar información de posibles fuentes de reclutamiento en zonas difíciles, mientras continuamos reforzando vínculos y posicionando la Marca Backus con candidatos e instituciones educativas. Mejoramos nuestros medios digitales, promocionando el programa interno "Sumo Talento", el uso de nuevos medios de publicación de vacantes como Bumeran y LinkedIN; y el lanzamiento del nuevo portal de reclutamiento de Backus.

- > Se identificó a Oriente y Centro como dos zonas críticas para reclutamiento, por lo que fortalecimos nuestras relaciones con las fuentes más efectivas y generamos vínculos con algunas nuevas.
- > Participamos en cuatro ferias laborales de prestigiosas universidades que son una fuente efectiva de reclutamiento, impactando a un público de entre 2,000 y 3,000 participantes. Asimismo, se realizó un desayuno con los decanos, profesores y responsables de las bolsas de trabajo.
- > Relanzamos el programa de reclutamiento "Destapa tu Talento", con el objetivo de atraer a nuevos talentos que formen parte de Backus. Con ocho ediciones a nivel nacional, captamos más de 40 colaboradores.
- > Hemos reclutado a seis empleados a través de LinkedIN, cuatro referidos por otros colaboradores a través de Sumo Talento y 79 trabajadores nuevos de las 3000 postulaciones en la *website* Bumeran.



Relanzamiento Programa de Reconocimiento: CAD

- > Se relanzó el programa CAD (Cultura de Alto Desempeño) con el objetivo de elevar nuestro desempeño de bueno a extraordinario y para que se vuelva una constante en la Organización.
- > El programa se basa en el reconocimiento del talento de nuestros colaboradores en tres aspectos:
 - **INNOVA:** promueve el sentido innovador en la Organización mediante soluciones en productos o procesos de las áreas inter Vicepresidencias.
 - **SUPERA:** incentiva la excelencia en lo que hacemos y fomenta el sentido de pertenencia de los equipos con la Organización, en cada una de las Vicepresidencias.
 - **LIDERA:** enfocado en la línea media, busca distinguir a aquellos trabajadores que son representantes de la cultura y los valores de Backus.

Comunicaciones Internas: dando soporte a toda la Organización

- > Sumado a su activo rol y dando soporte a las áreas comerciales en los temas relacionados a Clientes y Consumidores, trabajamos de la mano con las diferentes áreas de la Organización, logrando sumar valor también en términos de Colaboración y Comunidad.
- > En materia de Colaboración, destacó el soporte de Comunicaciones Internas en la implementación del Nuevo Modelo Comercial; las grandes inversiones realizadas por Backus para implementar la nueva Línea 3 de Motupe y la nueva línea de latas en Ate; las destacadas posiciones de nuestras plantas cerveceras, gaseoseras y maltera en el *ranking* de SABMiller; el relanzamiento de nuestro programa Cultura de Alto Desempeño; la plataforma creativa del programa Embajador Backus; y la campaña global Orgullo por Nuestra Cerveza, con grandes activaciones a nivel nacional.
- > En temas de Comunidad, continuamos otorgando un intenso despliegue a las iniciativas de Desarrollo Sostenible de Backus -alineados con nuestras 10PDS- destacando las campañas como "Súmate, Solo+18", que desalienta la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad; el Ecoparque en Pucallpa y las distintas iniciativas para mantener nuestro liderazgo, asegurando de esta manera nuestra licencia para operar.

Fortalecemos
nuestra
identidad
y cultura
empresarial

Relaciones laborales

- > Durante el año 2012 se desarrollaron tres procesos de negociación colectiva, los cuales concluyeron con la firma de convenios colectivos a largo plazo con los tres sindicatos involucrados.
- > En febrero de 2012 concluyó el proceso de negociación con el Sindicato Nacional de Obreros, que agrupa y representa a los trabajadores obreros en su totalidad, quienes desarrollan el proceso productivo de cerveza y malta de las plantas industriales Ate, Arequipa, Cusco, Maltería Lima y Motupe. El convenio colectivo fue firmado por un plazo de tres años, teniendo vigencia hasta marzo de 2014.
- > En octubre de 2012 se suscribió un Convenio Colectivo por cinco años (2009 - 2014) con el Sindicato Unitario de Trabajadores, dándose por concluidos los pliegos presentados por los empleados de las áreas de Manufactura Cervecera, Almacén de Materiales y Almacén de Productos Terminados.
- > Para efectos de mejorar la relación con los trabajadores y definir de manera adecuada las políticas internas e implementar buenas prácticas laborales en todos los niveles de la Organización, en abril de 2012 se creó la Jefatura de Relaciones Colectivas la que, de manera conjunta con la Jefatura de Relaciones Laborales, se encarga de ejecutar las políticas desarrolladas desde la Sub Gerencia de Relaciones Laborales.
- > Se ha continuado con el despliegue de la Política de Conducta y Disciplina, cubriendo el 100% de los Gerentes de Línea del área Comercial y se continuará haciendo un despliegue progresivo a todos los nuevos trabajadores. Dicha política está alineada al Modelo de Liderazgo y Organización de SABMiller, y tiene por objetivo brindar a los Jefes de Línea y trabajadores una herramienta efectiva y oportuna para atender situaciones de comportamiento y casos disciplinarios.



Gestión de bienestar

Con el fin de fortalecer nuestra identidad y cultura empresarial en medio de un buen clima laboral, se desarrollaron actividades y programas en beneficio de nuestros colaboradores y sus familiares.

Actividades de salud y prevención

- > Continuamos posicionando nuestro programa integral de salud y bienestar “Vida Saludable” a nivel nacional, basado en 4 conceptos clave: nutrición, actividad física, control médico y prevención.
- > Se coordinaron diversas acciones vinculadas a Programas de Prevención, tales como: acciones de prevención del VIH/SIDA, charlas de prevención de riesgos ergonómicos durante las inducciones; chequeo médico anual en plantas y centros de distribución con el apoyo de Rimac EPS; capacitaciones de prevención en salud ocupacional, a través de “Manufactura de Clase Mundial” en Planta Ate; entre otras.

Actividades de integración e identificación con la Organización

- > Continuando con el éxito de 2011, se realizó la “Copa Cristal 2012”, con la participación de los Centros de Distribución de la Región Oriente y más de 1000 trabajadores en 84 equipos a nivel nacional.
- > Se realizaron celebraciones tradicionales de importancia para el personal y sus familias, como la inauguración del nuevo año fiscal, el Día del Trabajador, el Día de la Madre y el Día del Padre, así como las celebraciones de Navidad Backus y Fin de Año a nivel nacional para todos los colaboradores.

Actividades formativas y recreativas

- > Se realizó el Programa Verano Backus, dirigido a los hijos de los colaboradores, ofreciéndoles actividades recreativas y educativas cuyo costo en la institución elegida es asumido por la Organización.
- > Programa de becas IPFE, tanto en los niveles de educación primaria y secundaria, como técnico y superior, becando a los hijos de nuestros colaboradores con un alto rendimiento académico.



CULTURA
**ALTO
DESEMPEÑO**
PREMIOS 2013





Revisión de la estructura salarial

- > Con la finalidad de mantener la competitividad de nuestras remuneraciones en el mercado, se realizó la revisión de las escalas salariales para los diferentes niveles de la compañía, en función a estudios salariales de reconocidas consultoras internacionales que tomaron como muestra las empresas más representativas del mercado peruano. Asimismo, se revisaron los lineamientos de compensaciones para mejorar el nivel de atracción, retención y desarrollo de nuestra gente.
- > En la administración de compensaciones, otorgamos incrementos a funcionarios y empleados a nivel nacional, por concepto de nivelación salarial, con la finalidad de mantener una posición competitiva que nos permita atraer y retener personal calificado, optimizando nuestra equidad interna.
- > Para el personal obrero, se mantuvo los conceptos para el otorgamiento de incrementos salariales, basados en la comparación con el mercado y la revisión con respecto a la inflación, con el fin de asegurar sueldos justos y competitivos.
- > Se rediseñó la política de destakes a provincia para funcionarios y ejecutivos, con la finalidad de otorgar mejores condiciones a los profesionales trasladados.

HROM: Nuevo Modelo de Operación de Recursos Humanos

- > Todos los logros y beneficios señalados, han sido implementados por una nueva estructura organizativa de Recursos Humanos, centrada en las personas que conforman nuestra Organización y en satisfacer las demandas de nuestros clientes internos; enfatizando el contacto directo con los *Business Partners* calificados, apoyados por profesionales Especialistas y un Centro de Servicios Compartidos con mayores eficiencias.
- > Como parte de este cambio en la forma de organización y manejo del área de Recursos Humanos, nuestros Directores y Gerentes *Business Partner* recibieron 1,322 horas de entrenamiento distribuidas en 14 participantes a talleres, con el objetivo de dotarlos de competencias técnicas y de comportamiento, que contribuyan a la consolidación de sus posiciones y con ello a la implementación del Nuevo Modelo de Operación de Recursos Humanos.

Alineados al Modelo de Liderazgo y Organización de SABMiller, brindamos herramientas efectivas para velar por el comportamiento adecuado de nuestros colaboradores.

Este año continuamos con el despliegue de la Política de Conducta y Disciplina, cubriendo el 100% de los Gerentes de Línea del área Comercial.



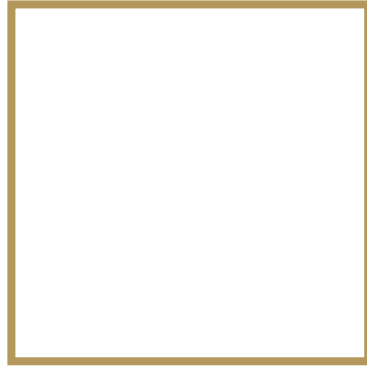
nuestro gobierno corporativo





La BVL reconoció
a Backus
como una Organización
con buenas prácticas
corporativas

S/.423.66 millones
de dividendos en efectivo



directorio

Como consecuencia
de la eficiente gestión
de la Empresa,
el resultado operativo
creció 20.3%,
alcanzando la cifra
de S/. 1,156.2
millones.

Nombre

Alejandro Santo Domingo Dávila

Francisco Mujica Serelle

Manuel Romero Caro

Carlos Bentín Remy

Alex Paul Gastón Fort Brescia

Juan Carlos García Cañizares

Luis Eduardo García Rosell Artola

Pedro Pablo Kuczynski Godard

Felipe Osterling Parodi

José Antonio Payet Puccio

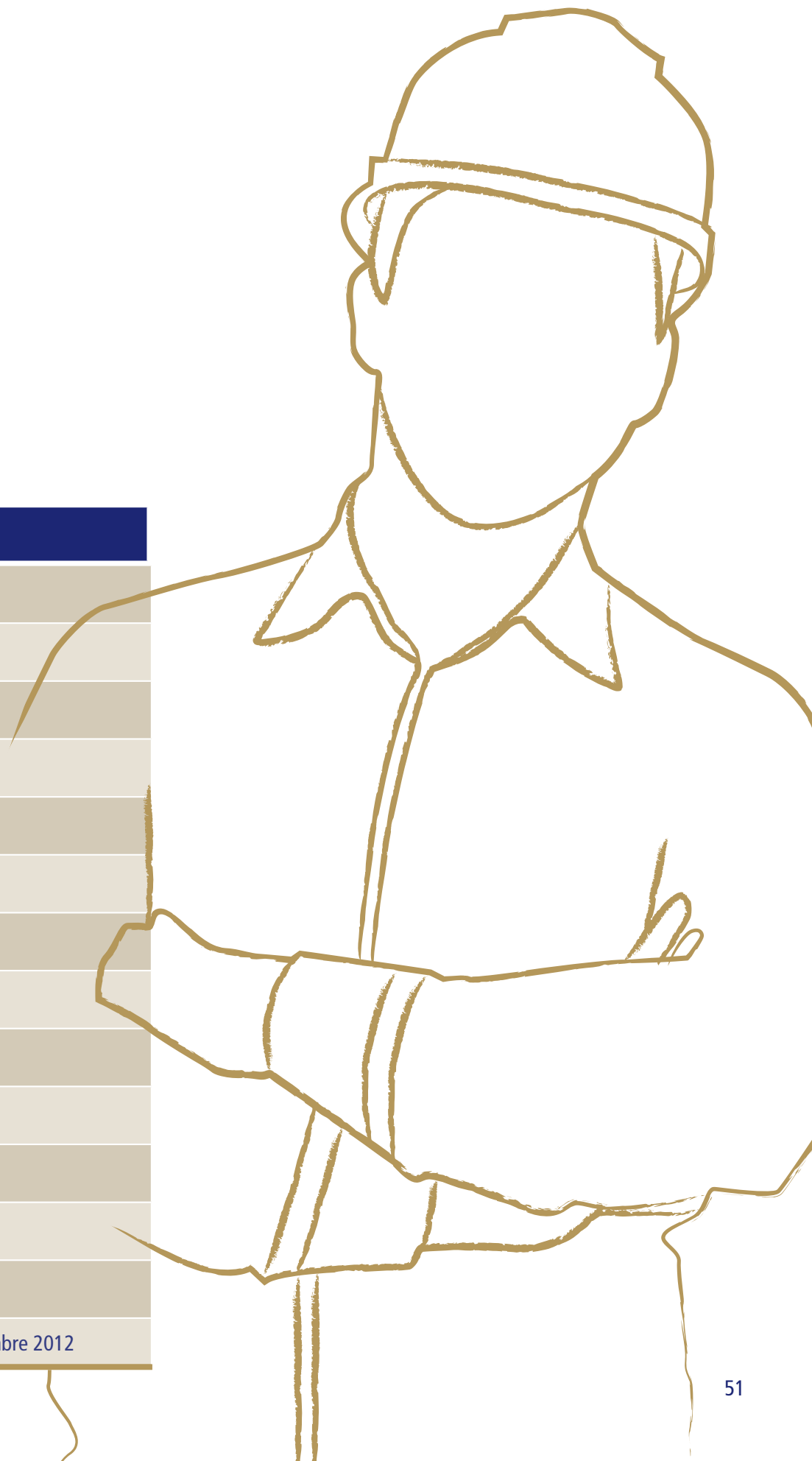
Carlos Alejandro Pérez Dávila

Karl Gunter Lippert

Jonathan Frederick Solesbury

Mauricio Leyva Arboleda

Cargo	Desde
Presidente	2002
Vicepresidente	Mayo 2008
Director	2004
Director	Setiembre 2004
Director	Abril 2008
Director	2003
Director	Diciembre 2005
Director	Mayo 2008
Director	2004
Director	Diciembre 2005
Director	2002
Director	Enero de 2011
Director	Julio de 2011
Director	Enero 2012 - diciembre 2012



reseña de los miembros del Directorio

Gerente General de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. desde 1989 hasta 2004. Administrador de Empresas por 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 Centro de Altos Estudios Militares del Perú (CAEM) en 1977.

**Carlos
Bentín Remy**

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, Estados Unidos y tiene una maestría en Administración de Empresas en Columbia University, Estados Unidos.

**Alex Paul Gastón
Fort Brescia**

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 Internet 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 por la Universidad Javeriana, Colombia, con estudios de Desarrollo Gerencial en IMD en Lausana, Suiza.

**Juan Carlos
García Cañizares**

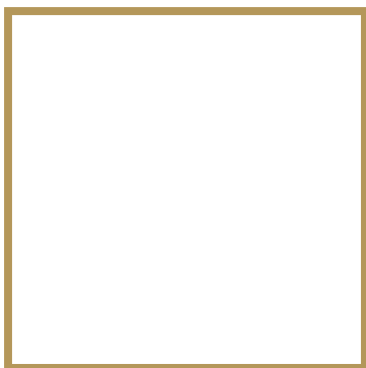
Fue nombrado por el Directorio de la Organización como Gerente General Interino con funciones desde el 1 de octubre al 31 de diciembre de 2011. Asumió la Gerencia de Ventas a partir del 1 de enero de 2010. Asimismo, fue Gerente de Finanzas de Backus desde enero de 2004 hasta el 31 de diciembre de 2009. Forma parte del Grupo Backus desde agosto de 1992 cuando ingresó a Backus & Johnston Trading S.A., ocupando el cargo de Gerente de Finanzas. 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 de 2003. Egresó de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad de Lima.

**Luis Eduardo
García Rosell
Artola**





**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 año 2007, es Asesor y Socio de The Rohatyn Group, especializada en gestión de fondos en países emergentes. También es Presidente de AMG, una compañía dedicada a metales especiales, 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. 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 del Perú y de la Universidad de Pittsburgh, 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 (Reino Unido) y de Princeton (Estados Unidos), donde hizo su post grado en Economía.

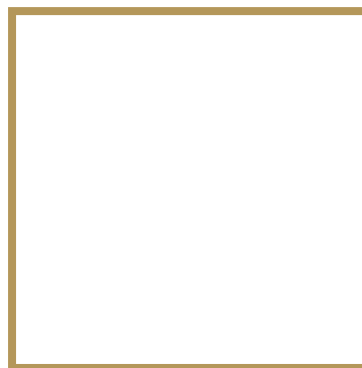
**Francisco
Mujica Serelle**

Vicepresidente del Directorio de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. desde mayo de 2010. Fue responsable de la Asesoría Legal de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. desde diciembre de 1963 hasta el 31 de marzo de 2008. Miembro del Directorio 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 reciente "Backus 1954/2009 de la Peruanización a la Globalización". Abogado por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Hizo un post grado en la Universidad de París en la especialidad de Ciencias Sociales del Trabajo en 1965. Ha seguido numerosos cursos de especialización y de administración de empresas.

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 (Estados Unidos). Presidente de la Comisión Reformadora del Código Civil (1971 - 1984). Vicepresidente de la Academia Peruana de Derecho. Miembro de la Sociedad Peruana de Derecho Internacional. Decano de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú (1969 - 1972). Ministro de Justicia (1980 - 1981). Senador de la República (1985-1992). Presidente del Senado y del Congreso de la República (1991 - 1992). 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 las universidades de Michigan y de Nueva York (Estados Unidos) entre 1955 y 1956.

Felipe
Osterling Parodi



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

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 de 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 en la creación de una compañía que actualmente ofrece servicios de telefonía celular digital en Colombia. En 1995 ingresó a BellSouth como Vicepresidente 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, Reino Unido.

Manuel Romero Caro

Desde marzo de 2004 es miembro del Directorio de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. Fue Vicepresidente del Directorio de la empresa desde el 15 de setiembre de 2004 hasta mayo de 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. 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, el Sistema Económico Latinoamericano y la Asociación Latinoamericana de Integración. Fue Presidente de la Corporación Gestión S.A. (que conformaban el Diario Gestión, Gestión Médica y CPN Radio). Miembro de la Junta Directiva de Alianza para un Perú sin Drogas. A partir de febrero de 2005, es Director de la American Chamber of Commerce of Peru (Amcham Peru). Economista y Administrador de Empresas por la Universidad del Pacífico y Máster en Economía por el Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, Estados Unidos.

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, Compañía Nacional de Cervezas Panamá y UCP Backus y Johnston S.A.A. Laboró para Violy, Byorum & Partners desde junio de 1999 hasta setiembre de 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.

Alejandro
Santo Domingo
Dávila



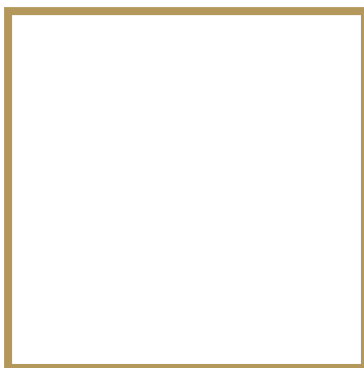
Miembro del Directorio de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. desde el 1 de enero de 2011. Presidente de SABMiller Latinoamérica desde enero de 2011. Se desempeñó como Presidente de Bavaria S.A. desde febrero de 2006 hasta diciembre de 2010. Director de Operaciones en SABMiller Polonia desde junio de 2003 hasta enero de 2006. Director de Operaciones en SABMiller Hungría de marzo a mayo de 2003. Director de Ventas y Distribución en SABMiller Europa desde mayo de 2000 hasta febrero de 2003. Laboró en The South African Breweries Ltd desde 1992 hasta 1999, desempeñándose como Gerente General del Cabo Este, Gerente de Servicios de Distribución, Gerente de Operaciones de Northern Transvaal y Asistente Ejecutivo del Director Regional. Bachiller y Maestría en Ingeniería Mecánica por la Universidad de Pretoria, Sudáfrica. Completó 5 años de estudios para el Doctorado en Administración de la Tecnología. Recibió el Premio del Decano para el mejor estudiante de Ingeniería en 1987. En marzo de 1989 fue distinguido con los Academic Colours de la Universidad de Pretoria. Recibió el premio al Ciudadano del Año en la categoría de Negocios de la Alcaldía de Puerto Elizabeth, Sudáfrica en 1998.

Karl Gunter
Lippert





Jonathan Frederick Solesbury



Miembro del Directorio de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. desde julio de 2011. Se desempeñó como Vicepresidente del área de Finanzas en Bavaria S.A. desde noviembre de 2005 hasta junio de 2011. Chief Financial Officer en SABMiller Centro América desde marzo de 2004 hasta noviembre de 2005. Director del área de Finanzas en SABMiller China (Beijing) desde setiembre de 2001 hasta marzo de 2004. Director del área de Finanzas en SAB International Asia (Hong Kong) desde mayo de 1997 hasta setiembre de 2001. Gerente Senior de Finanzas y Planeamiento en SAB International Sudáfrica (Johannesburgo) desde julio de 1994 hasta mayo de 1997. Gerente de Finanzas Corporativas en Standard Merchant Bank - Sudáfrica desde setiembre de 1993 hasta junio de 1994. Sirvió en el departamento de Recepción de Rentas del Servicio de Rentas de Sudáfrica desde enero de 1991 hasta marzo de 1993. Realizó sus prácticas pre-profesionales en Ernst & Young desde enero de 1988 hasta diciembre de 1990. Contador titulado desde 1990. Bachiller en Comercio y en Contabilidad por la University of Witwatersrand, Sudáfrica.

Mauricio Leyva Arboleda

Miembro del Directorio y Gerente General de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. desde enero de 2012 hasta diciembre de 2012. Se unió a SABMiller en enero de 2005 durante la fusión con el Grupo Empresarial Bavaria como Vicepresidente de Mercadeo y Ventas en Bavaria S.A., Colombia, antes de ser nombrado Presidente de Cervecería Hondureña, en Honduras, en marzo de 2009. Realizó estudios en la Universidad de los Andes en Bogotá, Colombia, graduándose como Administrador de Empresas. Asimismo, realizó una Maestría en Gerencia Internacional en la Université de Nancy, Francia.



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 Organización, es 0.307035%.

Dividendos declarados en el año 2012

En febrero de 2012, la Junta General de Accionistas acordó repartir S/. 423.66 millones como dividendo en efectivo, correspondientes al saldo no distribuido de las utilidades acumuladas del ejercicio 2011. Adicionalmente, se declaró S/. 0.46 millones con cargo al exceso del límite de la Reserva Legal. Entre ambos conceptos se alcanzó la suma de S/. 424.12 millones.

Asimismo, en las sesiones de Directorio de mayo, agosto y noviembre de 2012, se declararon dividendos a cuenta de las utilidades de dicho ejercicio, por S/. 315 millones, S/. 241 millones y S/. 191 millones que fueron pagados a partir de junio, setiembre y diciembre de 2012, respectivamente.

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 Organización son los señores:

Directores independientes de Backus

Francisco Mujica Serelle

Carlos Bentín Remy

Manuel Romero Caro

Felipe Osterling Parodi

Alex Paul Gastón Fort Brescia

Pedro Pablo Kuczynski Godard

José Antonio Payet Puccio



plana gerencial

Nombre	Título	Cargo	Desde
Mauricio Leyva Arboleda	Administrador de Empresas	Gerente General	Enero 2012 a diciembre 2012
Luis Eduardo García Rosell Artola	Ingeniero Industrial	Gerente de Ventas	Enero 2010 a la fecha
Carlos Agualimpia Varela	Ingeniero Industrial	Gerente de Marketing	Junio 2009 a abril 2012
Augusto Rizo Patrón Bazo	Especialista en Transportes	Gerente de Distribución	Abril 2006 a la fecha
Bret Rogers	Administrador de Empresas	Gerente de Recursos Humanos	Marzo 2006 a la fecha
Rolando Ramón Caro Härter	Ingeniero Químico	Gerente de Manufactura	Marzo 2011 a la fecha
Luis Felipe Cantuarias Salaverry	Abogado	Gerente de Planeamiento y Asuntos Corporativos	Febrero 2010 a la fecha
Raúl Ferrero Álvarez Calderón	Economista	Gerente de Finanzas	Mayo 2010 a la fecha
Gustavo Noriega Bentín	Administrador de Empresas	Gerente de Logística	Agosto 2011 a la fecha
Julian Coulter	Licenciado de Economía y Negocios	Gerente de Marketing	Agosto 2012

reseña de la plana gerencial



Augusto Rizo Patrón Bazo

Es también Gerente General de Transportes 77 S.A. Gerente de Distribución desde marzo de 2006. Graduado en Mecánica Automotriz en SENATI (Perú) y en Administración de Transportes en Chelsea College of Aeronautical & Automobile Engineering (Reino Unido), MSc en Logística y Transportes en Aston University (Reino Unido). Asimismo, ha seguido cursos de perfeccionamiento en Transportes y Logística en la Escuela de Transportes de la North Western University en Estados Unidos y de Desarrollo de Ejecutivos de Latinoamérica en Kellogg School of Management de la North Western University. Ha participado en los programas de Desarrollo Directivo y de Desarrollo de Operaciones en la Universidad de Piura.

Carlos Agualimpia Varela

Gerente de Marketing desde el 1 de junio de 2009 hasta abril de 2012. 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, ocupó el cargo de Director Global de Marketing para el negocio de máquinas de afeitar desechables. Es Ingeniero Industrial por la Universidad Javeriana de Cali, Colombia, y tiene un post grado en Administración y Gerencia por 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 de 2009. Inició sus funciones a partir del 1 de febrero de 2010. Ingresó al Grupo SABMiller en 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 Vicepresidente Comercial y de Asuntos Corporativos en la empresa minera Antamina. Abogado por la Pontificia Universidad Católica del Perú, cuenta con una maestría en Derecho con mención en Finanzas Corporativas por la Universidad de Harvard.

Bret Rogers

Gerente de Recursos Humanos desde marzo de 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 por la California State University. Obtuvo los grados de Master of International Management y Master of International Economic Policy, en el American Graduate School of International Management, Thunderbird Campus, Estados Unidos y en la Universidad de Belgrano, Argentina, respectivamente.



Raúl Ferrero Álvarez Calderón

Gerente de Finanzas desde mayo de 2010. Ha sido Vicepresidente de Finanzas de Cervecería Hondureña, subsidiaria de SABMiller desde setiembre de 2007 hasta abril de 2010. Previamente trabajó en Backus, de marzo de 2003 a agosto de 2007 como Director de Contraloría. Asimismo, trabajó como Vicepresidente 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 por la Universidad de Boston y posee una maestría en Administración de Empresas por la Universidad de Michigan.

Rolando Ramón Caro Härter

Gerente de Producción desde el 1 de marzo de 2011. Es Ingeniero Químico, graduado en la Universidad Nacional San Agustín de Arequipa e Ingeniero Cervecerero y de Tecnología de Bebidas, graduado en la Universidad Técnica de München, Weihenstephan, Alemania. Presidente del Comité Técnico de Fabricantes de Cerveza de Latinoamérica desde 1995 hasta 2000. Asimismo, fue Director de SENATI Arequipa. Entre 2000 y 2011 se desempeñó como Gerente de Producción de Industrias La Constancia, El Salvador, una filial de SABMiller. Gerente de Producción de SABMiller en Centroamérica (El Salvador, Honduras) y también trabajó como Gerente de Producción en la filial de SABMiller en Panamá. En 2007 fue galardonado como Miembro Honorario de la Universidad Técnica de München, Weihenstephan, Alemania, reconocimiento entregado, por primera vez, a un latinoamericano ajeno al mundo académico de la Universidad.

Gustavo Noriega Bentín

Gerente de Logística desde agosto de 2011. Es Bachiller en Administración de Empresas por la Universidad del Pacífico y MBA por el IESE Business School de la Universidad de Navarra, España. Ha sido Vicepresidente de Finanzas de Cervecería Hondureña (San Pedro Sula, Honduras), Subgerente de Planificación Financiera y Subgerente de Sistemas de Información de UCP Backus y Johnston S.A.A.

Julian Coulter

Gerente de Marketing desde agosto de 2012. Inicio su experiencia laboral en Bass Brewers en Reino Unido y Polonia en las áreas de Marketing y Ventas, posteriormente fue Gerente de Trade Marketing de Europa para Reebok, fue Marketing Manager en International Sales para Boschendal Wines Ltd CapeTown South Africa, luego emprendió un negocio personal de Software en Estado Unidos de Norte America. Se incorporó en 2009 a SABMiller como General Manager de Castle Lite para South African Breweries Ltd, con sede en Sudáfrica.

comité de buen gobierno corporativo



El Comité de Buen Gobierno Corporativo, cuyo objetivo principal es recomendar al Directorio sistemas para la adopción, seguimiento y mejora de las prácticas de Buen Gobierno Corporativo de la Organización, al finalizar 2011, estuvo integrado por:

Dr. Francisco Mujica Serelle	Presidente
Sr. Carlos Bentín Remy	Director Independiente
Sr. Felipe Osterling Parodi	Director Independiente
Dr. Juan Malpartida del Pozo	Asesor Legal
Dra. Shadú Mendoza Sifuentes	Compliance Officer

El Comité de Buen Gobierno Corporativo sesionó periódicamente durante el año 2012. En línea con nuestras buenas prácticas de gobierno, el Comité ha revisado el cumplimiento de los 26 Principios de Buen Gobierno Corporativo, el cumplimiento de los reglamentos del Directorio, de 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 haya producido 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 ejercicio, trabajamos 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 Organización 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 nuestras 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 de 2003, contamos con un Código de Buen Gobierno Corporativo, el cual 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.





El Comité de Buen Gobierno Corporativo recomienda al Directorio sistemas para la adopción, seguimiento y mejora de las prácticas de Buen Gobierno Corporativo de la Organización.

nuestro compromiso





Recuperación
del patrimonio cultural
de Andahuaylillas

+ de **186** mil
árboles sembrados
en el Ecoparque
"Vive Responsable"

desarrollo sostenible



Porque somos una Organización comprometida con el Perú y su gente, buscamos contribuir con el desarrollo económico, social y ambiental del país, tomando en cuenta las expectativas de nuestros grupos de interés. Conscientes de los impactos económicos, sociales y ambientales que pueden generar nuestras operaciones, hemos establecido Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible (10 PDS) a partir de las cuales enfocamos nuestra política de responsabilidad socio-ambiental:

Prioridad 1

**desalentar
el consumo
irresponsable**



Prioridad 4

**reducir, reusar
y reciclar empaques**

Prioridad 2

**reducir el consumo
de agua**

Prioridad 3

**reducir nuestra huella
de energía y carbono**

Prioridad 5

**trabajar hacia
el "0" desperdicio
en nuestras
operaciones**



Prioridad 6

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

Prioridad 8

**beneficiar
a las comunidades
en nuestra área
de influencia**

Prioridad 7

**respetar
los derechos humanos**



Prioridad 9

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

Prioridad 10

**ser transparente
y éticos en el manejo
de nuestro negocio
y en reportar nuestro
progreso
en las prioridades
de DS**



Desalentando el consumo irresponsable

Promovemos el consumo responsable de bebidas alcohólicas como parte de un estilo de vida saludable, desalentando el consumo en menores de edad y otros grupos de riesgo, conducir en estado de ebriedad, el consumo en exceso y el consumo de alcohol informal.

Programa de Convivencia Ciudadana

En el marco de nuestro programa de Convivencia Ciudadana, sensibilizamos y promocionamos patrones de consumo responsable de bebidas alcohólicas. Para este fin en el año 2012 se implementaron las siguientes acciones:

- > Talleres de capacitación y firma de compromisos para la venta responsable de bebidas alcohólicas con más de 900 puntos de venta a nivel nacional.
- > Implementación del programa piloto de “Cliente incógnito” que, a través de talleres, premios y refuerzos positivos, busca sensibilizar a los puntos de venta sobre la importancia de pedir el DNI al vender bebidas alcohólicas.
- > Participación en la campaña de seguridad vial “Cambiemos de Actitud”, como uno de los principales aliados del Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
- > Desarrollo e implementación del programa “Desarrollando la Raza Celeste” que trabaja con los barristas del club Sporting Cristal en el desarrollo de habilidades sociales, prevención de conductas de riesgo y promoción de estilos de vida saludable.
- > Lanzamiento del programa piloto de capacitación a *bartenders* en temas de venta y consumo responsable de bebidas alcohólicas.
- > Capacitación a 114 docentes de Piura y Tarapoto para el desarrollo de habilidades sociales en la escuela en el marco del programa “Yo decido, vivo saludable”.
- > Charlas de sensibilización acerca de la importancia de prevenir el consumo de bebidas alcohólicas en menores de edad en alianza con ACEPTA para más de 21 mil beneficiarios entre padres, alumnos y docentes.

Campaña “Súmate, Solo+18”: Promoviendo la venta responsable

“Súmate, Solo+18” se enmarca dentro de la prioridad de Desarrollo Sostenible: Promover el Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas. Esta campaña tiene como objetivo sensibilizar a todos los actores sociales: autoridades, padres de familia, puntos de venta y otros actores de la sociedad civil, sobre la importancia del no consumo ni comercialización de bebidas alcohólicas a menores de edad y lograr que se comprometan a asumir un rol activo en la prevención de este problema, generando un movimiento de alcance nacional.

Para lograr este objetivo se contempló una activación de 360°: televisión, radio, prensa escrita, paneles en lugares estratégicos, comunicación interna, activaciones BTL, trabajo con puntos de venta y trabajo con comunidades educativas. Todas estas plataformas invitan a la población a sumarse a esta iniciativa a través de las redes sociales con el *call to action* “Súmate” y el “Solo+18”.

Un componente esencial de la campaña es que contó con personajes reconocidos, quienes cumplieron un importante rol como embajadores: Teófilo Cubillas, Jaime Yzaga, Ramón Ferreyros, Fresialinda y Rosita Espinar. Estos líderes de opinión están plenamente comprometidos con los objetivos de la misma y llevan los mensajes a las principales ciudades del país.

Los principales logros de la campaña fueron:

- > 140 mil Puntos de Venta (PDV) a nivel nacional recibieron material informativo sobre la venta responsable de bebidas alcohólicas.
- > Más de 1500 PDV a nivel nacional comprometidos con la venta responsable de bebidas alcohólicas. De éstos, más de 900 se unieron a la campaña en el año 2012.
- > Autoridades y líderes de opinión como la Primera Dama, la Alcaldesa de Lima y trece alcaldes regionales y locales se han sumado a la campaña. 12,637 alumnos, 7,196 padres de familia y 1,429 maestros han recibido charlas sobre los riesgos del consumo de alcohol por menores de edad y cómo prevenirlos.

140 mil
PDV a nivel
nacional
recibieron
material
informativo



Preservando el medio ambiente

Como parte de nuestro compromiso con el medio ambiente, realizamos en forma permanente implementaciones tecnológicas en nuestras plantas con la finalidad de reducir nuestro impacto ambiental en el proceso productivo y en el área de influencia de nuestra operación.

Ecoparque “Vive Responsable”

Desde el año 2009 contamos con el proyecto Ecoparque “Vive Responsable” ubicado en la ciudad de Pucallpa. Su objetivo es implementar un modelo integral de gestión ambiental que permita el aprovechamiento de nuestras áreas disponibles para actividades de reforestación y la transformación del 100% de los subproductos cerveceros, generados por la Planta San Juan para la producción de abono orgánico. Este proyecto busca promover la biodiversidad y mejorar la calidad ambiental de la zona; asimismo, crear conciencia del cuidado ambiental en la población, generar empleo local, incentivar a otras empresas a desarrollar proyectos de reforestación y neutralizar a largo plazo las emisiones de carbono generadas por la Planta San Juan.

Componentes del proyecto:

- > Reforestación de 248 ha con especies de gran valor forestal y alta captura de carbono como Caoba, Cedro, Capirona, Bolaina, Teca, entre otras. A diciembre de 2012 se ha sembrado más de 186 mil árboles en 168 ha.

- > Construcción y operación de un vivero forestal con una capacidad de producción de 2,000 plántones diarios.
- > Implementación de una planta artesanal de abonos orgánicos que procesa el 100% de los subproductos cerveceros de la Planta San Juan, tales como lodos de filtración, pulpa de etiqueta y levadura. El abono orgánico producido es utilizado para la habilitación de los predios a reforestar y para la fertilización de los plántones.
- > Operación de un zoológico en el cual se protege al jaguar y a especies de su cadena alimenticia como el sajino, la huangana y el tapir.

Desarrollo de las comunidades

Nuestro trabajo en la prioridad “Promover la mejora de la calidad de vida de las comunidades” (llamado también Inversión Social Corporativa) busca cumplir con la meta de desarrollo y de transformación. Al hablar de desarrollo, nos referimos a que nuestros programas atiendan necesidades reales de la comunidad, sean participativos (generación de alianzas con diferentes actores públicos y privados), sostenibles y tengan un impacto medible. Cuando hablamos de transformación, nos referimos a que los programas busquen cerrar brechas de desigualdad y faciliten el acceso a los recursos y a la información.

Más de 186
mil árboles
sembrados





Progresando Juntos con proveedores de MAD

El programa Progresando Juntos Maíz Amarillo Duro (MAD), que iniciamos el año 2008 en el valle de Jequetepeque (La Libertad), busca mejorar las condiciones económicas de los pequeños agricultores de bajos recursos que forman parte de la base de la pirámide, a través del fortalecimiento de capacidades productivas, asociativas y de gestión Empresarial. En el año 2012, 334 pequeños productores se han beneficiado del programa: 208 de Jequetepeque y 126 de la cadena productiva implementada en Barranca desde el año 2010.

Entre los resultados más relevantes de 2012 destaca el incremento de la productividad de los agricultores, que ha pasado de 10 a 10.4 toneladas por hectárea en Barranca; mientras que en Jequetepeque la productividad ha ido incrementándose desde el año 2008 para pasar de 7.5 a 9.5 toneladas.

Las compras conjuntas de semillas y fertilizantes les han permitido disminuir los costos en un 22%, y el acceso a tasas preferenciales de 1.5% de instituciones financieras aliadas han supuesto una disminución del 40% de sus costos financieros.

Por otro lado, este año los productores han vendido a Backus un total de 12,246 toneladas de maíz, 7,446.13 TM en el caso de Jequetepeque y 4800 TM en el caso de Barranca. Esta venta formal ha supuesto un ingreso adicional a la SUNAT de S/. 1,995,800.00 por concepto de IGV; S/. 1,131,279.44 de Jequetepeque y S/. 902,545.86 de Barranca, contribuyendo así a formalizar la cadena del maíz amarillo duro en nuestro país.





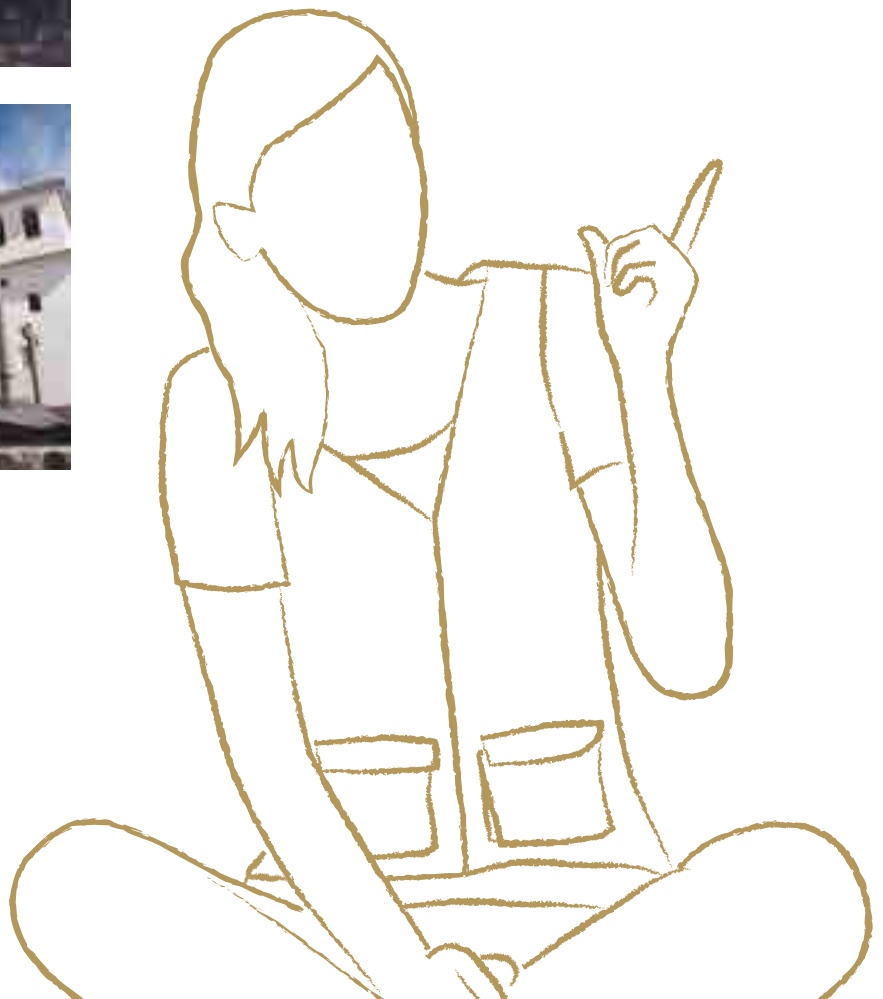
Programa Patrimonio Cultural

El programa Promoción del Desarrollo Económico Local a través de la puesta en valor de monumentos y espacios culturales, el cual promovemos desde hace más de quince años en las Huacas del Sol y la Luna, y las Pirámides de Túcume, busca generar desarrollo económico local y empleo de manera sostenible, a través de un modelo que combina la conservación, la promoción turística y el desarrollo de capacidades locales.

En el año 2012 iniciamos la ejecución del proyecto “Incremento del empleo a través del desarrollo turístico en Andahuaylillas, Huaró y Urcos - Quispicanchi, Cusco”, ganador del XI concurso de FONDOEMPLEO.

El objetivo del proyecto, que ejecutamos en alianza con el World Monuments Fund (WMF) y la Cooperación Alemana (GIZ), es incrementar el empleo local a través del desarrollo turístico de esta zona lo cual, entre otras actividades, incluye la puesta en valor de las iglesias de la Ruta del Barroco Andino, la capacitación a los artesanos y el desarrollo de negocios turísticos que puedan atender las demandas del flujo futuro de turistas.

En el año 2012 se presentó y publicó el libro “Un destino con futuro: contribuciones para el desarrollo sostenible del turismo en Andahuaylillas”, en el que se presenta el potencial turístico de esta ciudad, lugar tomado como base del proyecto y que impulsó el convenio con el WMF, la Compañía de Jesús y la Universidad Antonio Ruiz de Montoya para fomentar la Ruta del Barroco Andino.



Nuestra reputación: Ética y transparencia

Programa integral de Ética Corporativa

En el año 2012 continuamos con la difusión de nuestra Política de Ética entre nuestros colaboradores.

Destacamos que en este año, con la aprobación de nuestra Política Anti-Soborno, política que se encuentra alineada a la Ley Anti-Soborno del Reino Unido (*UK Antibribery Act*) aplicable a todas las empresas con Sede en el Reino Unido y a sus filiales, el Comité de Ética con la Dirección Legal, lideraron la difusión entre todos los colaboradores de la organización en todos sus niveles (Gerente General, Vicepresidentes, Sub-Gerentes, Jefes y colaboradores) y todos nuestros Proveedores, como socios comerciales, respecto del alcance de la Política a fin de asegurar el conocimiento y el cumplimiento de la misma. Así, lanzamos comunicación permanente a través del sistema de Comunicaciones Internas sobre temas a tener en cuenta en el actuar del colaborador de Backus alineados a nuestra Política.

Siguiendo con nuestras prácticas de transparencia, en diciembre 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, el Comité de Ética recibió consultas vinculadas a la correcta aplicación de la Política de Ética y a temas de conflicto de intereses. Además, investigó y resolvió casos vinculados a: (i) contratos; (ii) activos; y (iii) temas administrativos, habiendo formulado recomendaciones que ya han sido implementadas.

Comité de Ética al finalizar el año 2012

Presidente:	
Francisco Mujica	Director independiente
Felipe Cantuarias Salaverry	
Raúl Ferrero Álvarez Calderón	
Bret Rogers	
Shadú Mendoza	Responsable de la Secretaría

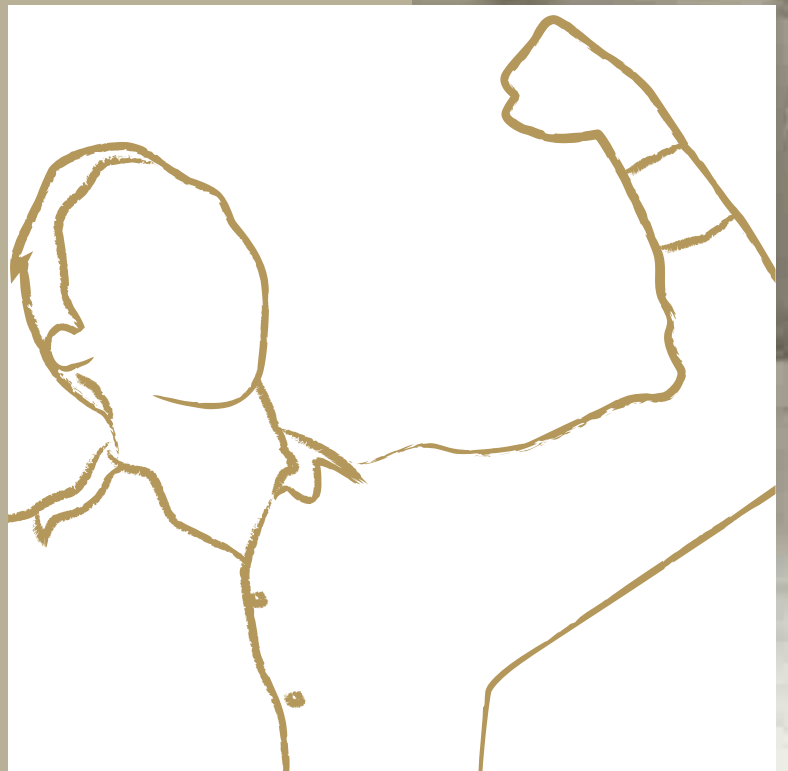


Proyecto Contingencia Cero

Continuamos con el proyecto Contingencia Cero. Para ello, Asesoría Legal continuó desarrollando capacitaciones presenciales a nuestro personal sobre las principales obligaciones legales, vinculadas a las diferentes actividades de la Organización. Asimismo, como parte de su Plan Preventivo, la Dirección Legal reevaluó en conjunto con el equipo de Manufactura, la Matriz de Riesgos Legales, mecanismo con el que se logra mantener un monitoreo constante de los temas relevantes de la operación a fin de controlar, en forma preventiva, cualquier riesgo que pueda generarse en la Organización.

Consideramos que estamos desarrollando una labor trascendental, en la medida que se nos permite dar a conocer a cada uno de nuestros colaboradores, los aspectos legales de las actividades a su cargo y así reducir el riesgo de contingencias legales para Backus.

información general y de operaciones





S/.780'7 millones
es el capital
de la sociedad

Inicio de nuestras
operaciones
en el año 1879

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: (01) 311-3000

Fax: 311-3059

Constitución e inscripción en 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 Organización Backus & Johnston Brewery Company Limited, fundada en Londres el 13 de setiembre de 1889 y que, a su vez, adquirió, de los señores Jacobo Backus y Howard Johnston, la fábrica de cerveza establecida en el distrito de Rimac 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 Organización 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. Por este acto, Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. asumió 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.

Denominación y objeto social de las principales entidades

Razón social	Objeto
SABMiller plc	Corporación Financiera y Holding.
SABMiller Southern Investments Limited.	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.
Inmobiliaria IDE S.A.	Proyectos y negocios inmobiliarios.
Club Sporting Cristal S.A.	Actividades deportivas.
Serranías Nevadas	Servicios de Marketing.

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.





Acciones emitidas por la Organización

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

Estructura accionaria

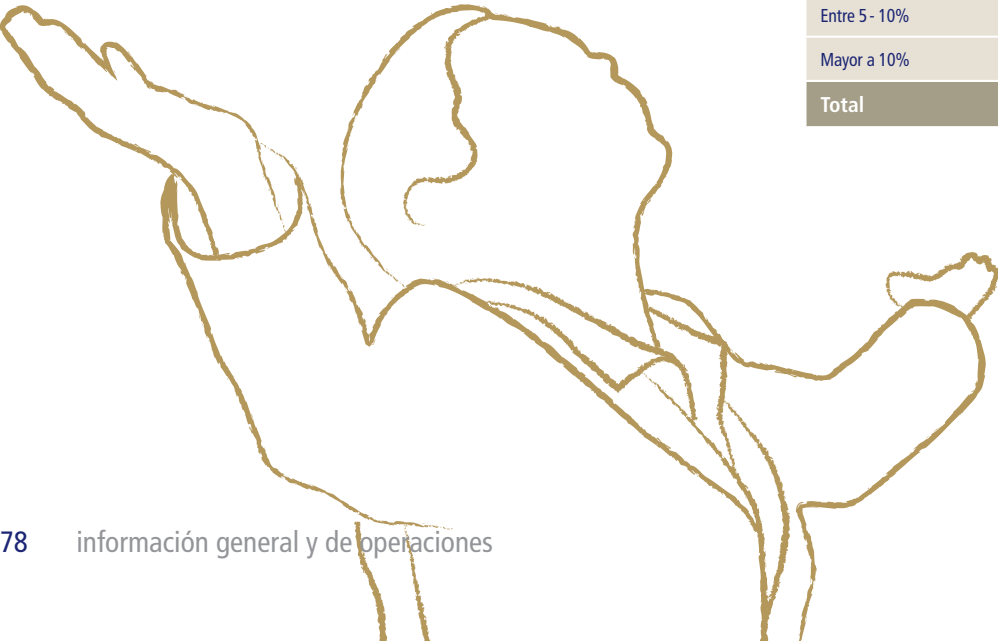
Accionista	Tenencia	Porcentaje	Nacionalidad
Racetrack Perú S.R.L	51'879,879	68.2213%	Peruana
Bavaria S.A.	23'761,797	31.2464%	Colombiana
Total Acciones Clase A	76'046,495		
Fondo Popular 1 Renta Mixta	1'002,119	49.4700%	Peruana
Cervecería San Juan S.A.	173,747	8.5771%	Peruana
Total Acciones Clase B	2'025,707		
Racetrack Perú S.R.L.	506'286,391	88.8979%	Peruana
Total Acciones de Inversión	569'514,715		

Composición accionaria

Acciones con derecho a voto Clase A		
Tenencia	Nº 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 sin derecho a voto Clase B		
Tenencia	Nº de accionistas	% de participación
Menor a 1%	1,120	22.0944
Entre 1- 5%	8	19.8585
Entre 5- 10%	1	8.5771
Mayor a 10%	1	49.4700
	1,130	100.0000

Acciones sin derecho a voto Inversión		
Tenencia	Nº de accionistas	% de participación
Menor a 1%	8,438	11.1021
Entre 1- 5%	0	0.0000
Entre 5- 10%	0	0.0000
Mayor a 10%	1	88.8979
Total	8,439	100.0000



La sociedad
es parte
del grupo
económico
SABMiller



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.

- > En 1993, la Planta Ate quedó completamente equipada con la instalación del proceso de 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 del 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 promovió la fusión de Jugos del Norte con Alitec, una procesadora de espárragos y productos vegetales, propietaria de una planta de procesamiento en Chíncha y de 300 ha 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 Ate, en 1998 decidimos suspender las actividades de la Planta Rímac.
- > Por tener sus acciones cotizadas en la Bolsa de Valores de Lima (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 Cervecería 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 Pepsico 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 año 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 adquirió el 18.87%.
- > En el año 2004 y 2005, Backus puso en marcha los proyectos de creación de valor en todas sus áreas, 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 de 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 incorporó al segundo grupo cervecero del mundo e inició un proceso de integración.
- > Dicho proceso se inició en el año 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 (*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 setiembre de 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 Organización las siguientes ventajas:
 - Simplificó la estructura de propiedad de Backus, al potenciar los principios de Buen Gobierno Corporativo.
 - Potenció el portafolio y posicionamiento de las marcas.
 - Maximizó las sinergias entre la empresa absorbente, 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 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 cada una de las sociedades participantes en la fusión tenía de forma individual. No obstante, se respetó la identidad de cada marca y de cada planta cervecera con su zona de influencia, y se buscó aumentar su responsabilidad social.

Descripción del sector

La industria cervecera peruana está integrada por el Grupo Backus –subsidiaria del grupo anglo sudafricano SABMiller–, Ambev Perú –subsidiaria de la holding belga brasileña estadounidense Anheuser Bush Inbev–, y Ajegroup –propiedad del Grupo Añños. Además, existen otros pequeños productores locales como Cervecería Amazónica y el Grupo Torvisco.

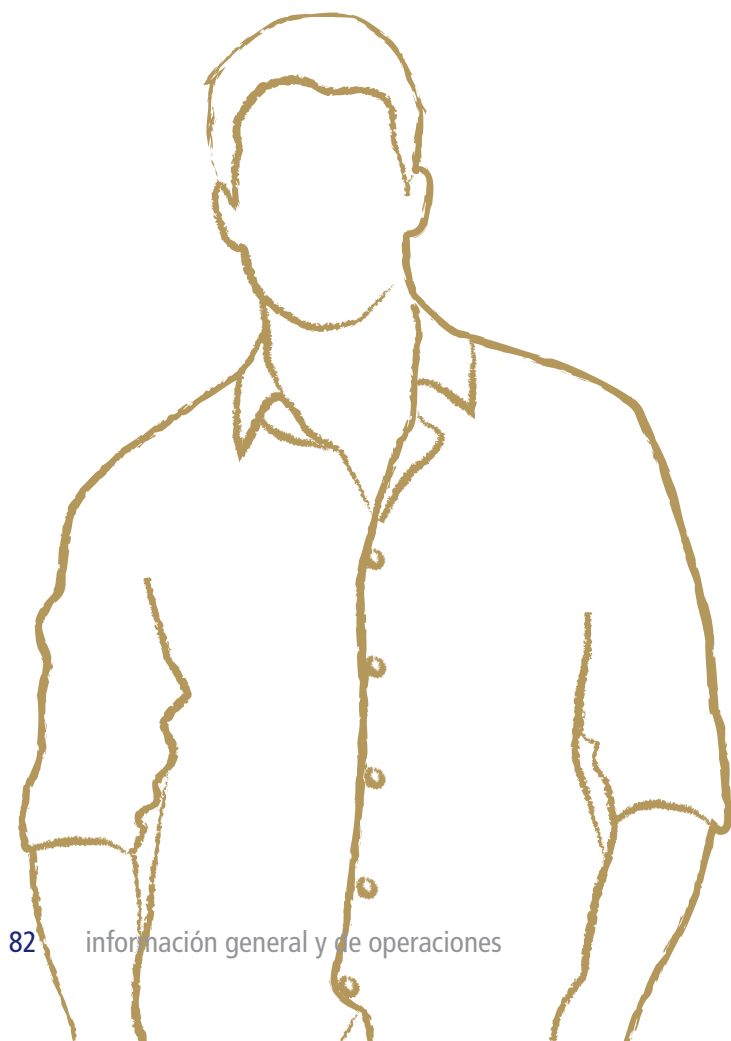
Grupo Backus es líder en el mercado cervecero nacional, cerrando el año 2012 con una participación en volumen de 93.7% y una capacidad instalada de producción de cerveza de 14.4 millones de hl por año. Cervecería Backus es el principal abastecedor de cerveza en las regiones norte, centro y sur del país. Cervecería San Juan S.A. abastece al mercado en la región amazónica. Aunque cada marca juega un rol en cada territorio, en general, Backus comercializa Cusqueña, Peroni y Miller en el segmento *premium*; Pilsen Callao en el segmento medio alto; Cristal en el segmento medio; Barena para el segmento de consumidores jóvenes; y marcas regionales como Pilsen Trujillo, Arequipaña y San Juan. Asimismo, las extensiones de la marca Cusqueña, Cusqueña de Trigo, Cusqueña Red Lager y Cusqueña Malta, se encuentran ahora en el mercado de manera permanente.

Ambev Perú, con una participación de 5.8% en el año 2012, cuenta con una planta cervecera en Huachipa (Lima) con una capacidad de producción de un millón de hl de cerveza al año y además es dueña de Embotelladora Rivera, que tiene una planta de gaseosas en Sullana (Piura) y una flota de distribución. Asimismo, cuenta con distribución directa en Lima, Chimbote, Piura y Trujillo, e indirecta en el resto del país. La empresa produce las marcas Brahma, orientada al segmento de jóvenes de ingresos medios y bajos y Zenda, dirigida al segmento de mayores ingresos. Dentro del segmento *premium* cuenta con Stella Artois y Corona Extra.

Ajegroup, con una participación de 0.3% en el año 2012, cuenta con una planta de cerveza en Huachipa (Lima) con una capacidad instalada de aproximadamente 800,000 hl anuales. La empresa maneja la marca Franca, dirigida al segmento de ingresos medios. Además, la marca Club, bebida de malta con contenido alcohólico, en el segmento de bajos ingresos, envasada también en PET y dirigida al público joven. En el segmento *premium* tiene a Tres Cruces. Además, produce cerveza para algunos clubes de fútbol como Alianza Lima, Cienciano y León de Huánuco. Aje utiliza la misma red de distribución que posee para sus bebidas gaseosas.

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 son Chile, Reino Unido y Estados Unidos.

En lo que se refiere a la demanda, el consumo *per cápita* local se ubica en 45 litros anuales, aún inferior al consumo de otros países como Brasil donde se consume casi 70 litros, Estados Unidos con un consumo de cerca de 76 litros y algunos países de Europa que consumen hasta 145 litros al año.



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. Es así que, el sistema de distribución está enfocado en mejorar la atención de los clientes, optimizar recursos y realizar operaciones eficaces; mientras que el sistema de reparto está orientado a brindar seguridad a través de los proveedores que son responsables del transporte a nivel nacional.

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 sustenta nuestras actividades.

Para el año 2013, a pesar de que aún existen riesgos de recaídas debido a la incertidumbre en Europa, la proyección del crecimiento mundial es de 3.2%. En la zona del euro hay señales de desaceleración en sus exportaciones y en el consumo de sus principales economías. Sin embargo, en América Latina las proyecciones para la región son favorables. En Sudamérica, Perú, Colombia y Chile se registran las mejores perspectivas de crecimiento. El débil consumo que pudiera haber en otros continentes, y que afecta a las exportaciones de la región, es contrarrestado por el dinamismo de la demanda interna y la favorable evolución del crédito.

Las proyecciones para el Perú son buenas, siendo considerado uno de los países que más podría crecer en la región. Se espera una desaceleración moderada de la inversión a nivel local, pero que sería compensada por un mayor impulso del gasto público corriente. La desaceleración en inversión local mencionada se deberá en gran parte a la demora en la ejecución de proyectos importantes en los sectores de minería, hidrocarburos, energía eléctrica e infraestructura. Por otro lado, el ritmo de inversión en los sectores más orientados a la demanda interna privada seguirá alto. Se espera que el PBI continúe creciendo a tasas cercanas a su nivel potencial y la inflación se mantenga dentro del rango meta del BCR. Asimismo, el BCR mantendrá su política monetaria en el año 2013, atenuando la apreciación del sol y moderando la expansión crediticia, debido a que se estima que continuarán mayores ingresos de capital extranjero, ratificando una sólida economía peruana.

Capacidad
de producción
de 14.4 millones
de hl de cerveza

Ventas netas

Ingresos

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

Concepto	2011	2012
Cerveza	2'833,679	3'160,166
Gaseosas	88,920	106,999
Aguas	55,636	88,433
Bebidas nutritivas y licores	27,334	42,620
Regalías	36,280	36,647
Otros ingresos	44,466	32,303
Total ventas netas	3'086,315	3'467,168

En cuanto al monto de la exportación de cerveza, cabe precisar que S/. 28.2 millones corresponden al año 2012 y S/. 24.1 millones al 2011, lo cual representa un aumento de 17.3%.



Grupo Backus
es líder
en el mercado
cervecero
nacional



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, Arequipa, Cusco, Motupe, Huarochirí y Maltería 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 de 2012, ningún activo de la Organización se encuentra gravado.

Personal en planillas al 31 de diciembre de 2011 y al 31 de diciembre de 2012

Al 31-12-2011				Al 31-12-2012		
Nivel	CPI*1	CPF*2	Total	CPI*1	CPF*2	Total
Ejecutivos	62	0	62	63	0	63
Funcionarios	166	35	201	214	21	235
Empleados	1,590	927	2,517	1,210	1,717	2,927
Operarios	596	398	994	682	458	1,140
Total	2,414	1,360	3,774	2,169	2,196	4,365

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

Al 31-12-2011				Al 31-12-2012		
Nivel	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Ejecutivos	58	4	62	56	7	63
Funcionarios	166	35	201	186	49	235
Empleados	1,968	549	2,517	2,277	650	2,927
Operarios	991	3	994	1,136	4	1,140
Total	3,183	591	3,774	3,655	710	4,365
%	84%	16%	100%	84%	16%	100%

procesos judiciales, administrativos o arbitrales no rutinarios



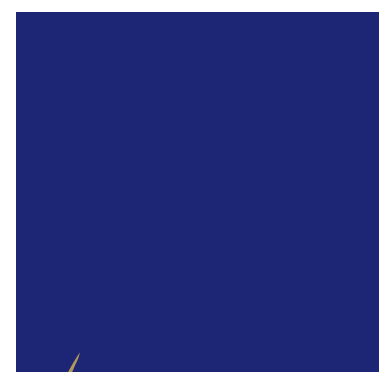
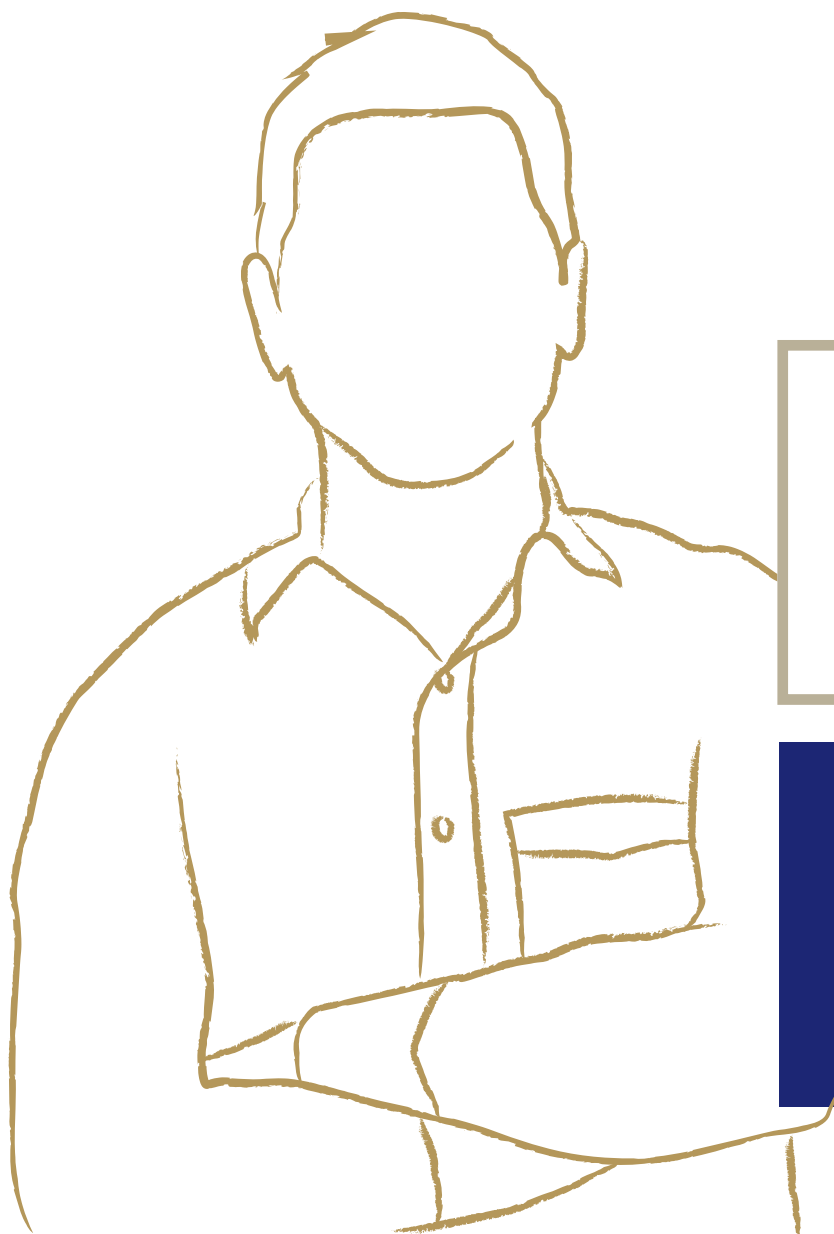
Procedimientos tributarios

Al 31 de diciembre de 2012, se encuentran en proceso reclamaciones presentadas por la empresa ante la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) por acotaciones relacionadas con el IGV más intereses y multas de los años 1997 a 2007 por S/. 29.2 millones; IR más intereses y multas de los años 1997 a 2007 por S/. 38.2 millones; y por ISC del año 2002 por S/. 3.02 millones. Asimismo, se encuentran en proceso reclamaciones presentadas ante diversas municipalidades relacionadas con arbitrios, Impuesto de Alcabala e Impuesto Predial, que incluyendo intereses y multas hacen un total de S/. 2.7 millones. En opinión de la Gerencia y sus asesores legales, los argumentos expuestos en los reclamos presentados hacen prever razonablemente que es posible obtener resoluciones favorables o, que de ser adversas, no se derivarían en un pasivo importante para la empresa.



Procesos Judiciales

1. En la demanda judicial presentada por el Ministerio de Educación por US\$ 12 millones en contra de la empresa 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 empresa.
2. Se encuentran en trámite otros procesos de indemnización por daños y perjuicios iniciados por terceros, ascendentes a S/. 28.7 millones aproximadamente, que, de acuerdo con la opinión de nuestros asesores legales, deberían ser declarados infundados por carecer de sustento.
3. Al 31 de Diciembre de 2012, se encuentran en trámite procesos laborales por un monto de S/. 38 millones como consecuencia del proceso de integración comercial realizado el año 2011. En opinión de los abogados externos a cargo de los procesos, los conceptos demandados deberían ser desestimados.
4. El Tribunal Fiscal emitió una Resolución que confirmó reparos formulados por SUNAT a la empresa por IR e IGV de 1998, estableciendo que los descuentos otorgados mediante notas de crédito a los distribuidores no eran válidos por haberse omitido una formalidad en las mismas. Esta resolución determina un supuesto adeudo de IR e IGV, que incluyendo multas e intereses asciende a S/. 72 millones. La empresa ha presentado una demanda contenciosa administrativa para que se declare la nulidad de la Resolución del Tribunal Fiscal. De acuerdo con la opinión de nuestros abogados externos, dicha resolución adolece de nulidad por haber transgredido diferentes normas legales y consideran que existe sólidos argumentos legales para obtener un resultado favorable para la empresa en este proceso.



estados financieros





Los Estados
Financieros que rigen
la presentación
de nuestra situación
financiera son auditados
por Pricewaterhouse Coopers



25 de enero de 2013

A los señores Accionistas y a los miembros del Directorio

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

Hemos auditado los estados financieros separados 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 los estados de situación financiera al 31 de diciembre de 2012 y de 2011 y los estados de resultados, de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por los años terminados en dichas 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 Normas Internacionales de Información Financiera, y por el control interno que la Gerencia ha identificado necesario para permitir la preparación de estados financieros que estén libres de errores materiales, ya sea por fraude o error.

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 las Normas Internacionales de Auditoría aprobadas para su aplicación en el Perú por la Junta de Decanos de Colegios de Contadores Públicos del 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 entidad 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 las políticas contables aplicadas son apropiadas y que las estimaciones contables realizadas por la Gerencia son razonables, así como una evaluación de la presentación general de los estados financieros.



25 de enero de 2013

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 el párrafo siguiente, 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 2012 y de 2011, los resultados de sus operaciones y sus flujos de efectivo por los años terminados en dichas fechas, de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera.

Énfasis 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 2.12 a los estados financieros y no sobre una base consolidada. Estos estados financieros se deben leer 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 Javeglio y Asociados

(socio)

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

Estado de situación financiera

		Nota Por el año terminado el 31 de diciembre de 2012 Por el año terminado el 31 de diciembre de 2011	
		S/.000	S/.000
ACTIVO			
Activo corriente			
Efectivo y equivalente de efectivo	7	113,511	122,594
Cuentas por cobrar comerciales	8	273,033	226,065
Partes relacionadas	9	71,084	159,619
Otras cuentas por cobrar	10	26,456	24,444
Existencias	11	180,264	194,983
Gastos contratados por anticipado		18,682	24,681
		683,030	752,386
Activos no corrientes mantenidos para la venta	13-c	18,180	26,705
Total del activo corriente		701,210	779,091
Activo no corriente			
Activos financieros disponibles para la venta		4,603	6,754
Inversiones en subsidiarias	12	281,143	282,571
Inmuebles, maquinaria y equipo	13	1,921,858	1,775,563
Activos intangibles	14	539,368	485,290
		2,746,972	2,550,178
		3,448,182	3,329,269

Nota

Por el año
terminado el 31
de diciembre de

2012

Por el año
terminado el 31
de diciembre de

2011

		S/.'000	S/.'000
PASIVO Y PATRIMONIO			
Pasivo corriente			
Préstamos bancarios y arrendamientos financieros	15	115,498	110,623
Cuentas por pagar comerciales	16	281,754	235,550
Partes relacionadas	9	109,403	31,005
Impuesto a la renta por pagar		86,321	77,084
Otras cuentas por pagar	17	446,056	409,447
Instrumentos financieros derivados	18	17,696	14,661
Provisiones	19	14,886	20,014
Parte corriente de beneficios del personal	20	10,125	10,488
Total del pasivo corriente		1,081,739	908,872
Pasivo no corriente			
Préstamos bancarios y arrendamientos financieros	15	133,596	-
Otras cuentas por pagar a largo plazo	17	168,606	144,224
Beneficios del personal	20	28,147	33,033
Impuesto a la renta diferido pasivo	21	231,038	230,680
Total pasivo no corriente		561,387	407,937
Total pasivo		1,643,126	1,316,809
Patrimonio			
	22		
Capital social		778,985	778,985
Capital adicional		36,073	21,312
Acciones de inversión		569,515	569,515
Descuento de emisión		(14,786)	(14,786)
Reserva legal		156,275	156,606
Otras reservas		77,285	77,169
Resultados acumulados		201,709	423,659
Total patrimonio		1,805,056	2,012,460
		3,448,182	3,329,269

Estado de resultados

		Nota Por el año terminado el 31 de diciembre de 2012 Por el año terminado el 31 de diciembre de 2011	
		S/.	S/.
		000	000
Ventas netas	5	3,398,219	3,005,569
Otros ingresos operacionales	5	68,951	80,746
Total ingresos brutos		3,467,170	3,086,315
Costo de ventas	23	(948,173)	(866,410)
Utilidad bruta		2,518,997	2,219,905
Gastos de venta	23	(994,171)	(896,781)
Gastos de administración	23	(369,547)	(365,446)
Otros ingresos	24	52,944	28,597
Otros gastos	24	(52,043)	(19,261)
Pérdida neta en venta de inversiones en subsidiarias	12	-	(5,752)
Total gastos de operación		(1,362,817)	(1,258,643)
Utilidad operativa		1,156,180	961,262
Ingresos financieros	25	179,371	97,509
Gastos financieros	25	(15,373)	(15,377)
Utilidad antes del impuesto a la renta		1,320,178	1,043,394
Impuesto a la renta	26	(371,469)	(312,843)
Utilidad del año		948,709	730,551
Utilidad básica por acción en nuevos soles :	28		
Acciones comunes clase A		7.02	5.41
Acciones comunes clase B		7.73	5.95
Acciones de inversión		0.70	0.54

Estado de resultados integrales

		Nota	Por el año terminado el 31 de diciembre de 2012	Por el año terminado el 31 de diciembre de 2011
			S/.000	S/.000
Utilidad del año			948,709	730,551
Otros resultados integrales:				
Ganancia actuarial sobre beneficios al personal	22		1,380	1,158
Cambios en el valor razonable de activos financieros disponibles para la venta			(2,151)	(1,076)
Porción efectiva de cobertura de flujos de efectivo	18		887	(13,222)
Otros resultados integrales del año neto de impuestos			116	(13,140)
Total de resultados integrales del año			948,825	717,411

Estado de cambios en el patrimonio

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2012 y el 31 de diciembre de 2011

	Número de acciones		Capital	Capital adicional	Acciones de inversión	Descuento de emisión	Reserva legal	Otras reservas	Resultados acumulados	Total
	Comunes en miles	De Inversión en miles								
			S/.000	S/.000	S/.000	S/.000	S/.000	S/.000	S/.000	S/.000
Saldos al 1 de enero de 2011	77,898	569,515	778,985	16,302	569,515	(14,786)	156,392	90,340	377,402	1,974,150
Utilidad del año	-	-	-	-	-	-	-	-	730,551	730,551
Otros resultados integrales del año	-	-	-	-	-	-	-	(13,140)	-	(13,140)
Total resultados integrales del año	-	-	-	-	-	-	-	(13,140)	730,551	717,411
Distribución de dividendos	-	-	-	-	-	-	-	(31)	(686,548)	(686,579)
Costo de servicio de empleados	-	-	-	5,010	-	-	-	-	2,254	7,264
Caducidad de dividendos	-	-	-	-	-	-	214	-	-	214
Total transacciones con accionistas	-	-	-	5,010	-	-	214	(31)	(684,294)	(679,101)
Saldos al 31 de diciembre de 2011	77,898	569,515	778,985	21,312	569,515	(14,786)	156,606	77,169	423,659	2,012,460
Saldos al 1 de enero de 2012	77,898	569,515	778,985	21,312	569,515	(14,786)	156,606	77,169	423,659	2,012,460
Utilidad del año	-	-	-	-	-	-	-	-	948,709	948,709
Otros resultados integrales del año	-	-	-	-	-	-	-	116	-	116
Total resultados integrales del año	-	-	-	-	-	-	-	116	948,709	948,825
Distribución de dividendos	-	-	-	-	-	-	(462)	-	(1,170,659)	(1,171,121)
Costo de servicio de empleados	-	-	-	14,761	-	-	-	-	-	14,761
Caducidad de dividendos	-	-	-	-	-	-	131	-	-	131
Total transacciones con accionistas	-	-	-	14,761	-	-	(331)	-	(1,170,659)	(1,156,229)
Saldos al 31 de diciembre de 2012	77,898	569,515	778,985	36,073	569,515	(14,786)	156,275	77,285	201,709	1,805,056

Estado de flujos de efectivo

			Por el año terminado el 31 de diciembre de	Por el año terminado el 31 de diciembre de
		Nota	2012	2011
			S/.000	S/.000
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE OPERACIÓN				
Efectivo generado por las operaciones	29		1,486,979	1,144,887
Pago de intereses			(12,547)	(9,403)
Pago de impuesto a la renta			(361,173)	(254,479)
Efectivo neto generado por las actividades de operación			1,113,259	881,005
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN				
Venta de inversiones	12		-	94,763
Venta de inmuebles, maquinaria y equipo	29		10,194	23,409
Venta de activos disponibles para la venta	29		39,296	-
Aporte de capital en subsidiarias	12		(3,888)	(2,774)
Reducción de capital en subsidiarias	12		8,732	-
Compra de intangibles	14		(69,294)	(48,953)
Compra de inmuebles, maquinaria y equipo	13		(344,983)	(288,238)
Préstamo otorgado a partes relacionadas	9		(26,171)	(164,060)
Pago de préstamo otorgado a partes relacionadas			123,827	177,524
Dividendos recibidos	25		170,136	86,665
Efectivo neto utilizado por las actividades de inversión			(92,151)	(121,664)
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO				
Recursos obtenidos por préstamos bancarios			359,654	290,992
Pago de préstamos bancarios y arrendamiento financiero			(225,324)	(412,557)
Dividendos pagados			(1,164,521)	(682,327)
Efectivo neto utilizado por las actividades de financiamiento			(1,030,191)	(803,892)
Disminución neta de efectivo y equivalente de efectivo			(9,083)	(44,551)
Efectivo y equivalente de efectivo al inicio del año			122,594	167,145
Efectivo y equivalente de efectivo al final del año			113,511	122,594

principios de buen gobierno corporativo





Cumplimos
con los 26 Principios
de Buen Gobierno Corporativo
de la SMV

sección primera

Evaluación de 26 principios

Los derechos de los accionistas

PRINCIPIOS 1 Y 2

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 pueda tener una opinión diferente.

CUMPLIMIENTO

0 1 2 3 4

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 de aviso de convocatoria(*): 27 de enero de 2012
Fecha de la junta: 24 de febrero de 2012
Lugar de la junta: Av. Asturias 652 - Ate
Tipo de junta: Obligatoria Anual
Quórum: 99.5044%
Nº de asistentes: 9 accionistas y 5 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 de la EMPRESA, son comunicadas como "Hecho de Importancia" a la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV). Dicha convocatoria está a disposición de los accionistas y/o inversionistas en general, en el sitio 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 Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) 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 la 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-, los acuerdos adoptados en la Junta son publicados 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

01234

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, vinculados a la marcha de la EMPRESA, en el mes de diciembre del año anterior a la fecha que deba 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	24 de febrero de 2012	
Participación (%) sobre el total de acciones con derecho a voto	A través de poderes:	0.0287%
	Ejercicio directo:	99.4757%

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 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 reconocido 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 EMPRESA¹.

Directores Dependientes 7

Directores Independientes 7

Total 14

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.

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 forman 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

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 Accionista¹/Director/Gerente			Nombres y apellidos del Accionista¹/Director/Gerente	Afinidad	Información adicional²
Carlos Pérez Dávila	☐	☒	☐	Alejandro Santo Domingo Dávila	4º grado	Consanguinidad
Alejandro Santo Domingo Dávila	☐	☒	☐	Carlos Pérez Dávila	4º 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 |
| Mauricio Leyva Arboleda | Gerente General | 01-01-2012 | 31-12-2012 |
- 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 Inicio	Término
Luis Eduardo García Rosell Artola	Cervecería San Juan S.A. Inmobiliaria IDE S.A.	22-12-2005 30-03-2011	Hasta la fecha Hasta la fecha
Mauricio Leyva Arboleda	Cervecería San Juan S.A.	13-02-2012	Hasta diciembre 2012

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 auditadora o auditor presta a la sociedad, especificándose el porcentaje que representa cada uno, y su participación en los ingresos de la sociedad auditadora 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 (Pricewaterhouse Coopers)	Auditoría externa y servicios especiales	2012	US\$ 436,246 sin IGV - 98%
Ernst & Young***	Servicios especiales	2012	US\$ 748,327 sin IGV - 0%
Caipo y Asociados S-C. - KPMG	Servicios especiales	2012	US\$ 28,079 sin IGV - 0%
KPMG Asesores S.L. España	Servicios especiales	2012	US\$ 34,999 sin IGV - 0%
Dongo-Soria Gaveglio y Asociados Sociedad Civil (Pricewaterhouse Coopers)	Auditoría externa y servicios especiales	2011	US\$ 596,382 sin IGV - 85%
Ernst & Young***	Servicios especiales	2011	US\$ 454,474 sin IGV - 0%
Ernst & Young - Bolivia	Servicios especiales	2011	US\$ 5,601 sin IGV - 0%
Ernst & Young - Chile	Servicios especiales	2011	US\$ 1,926 sin IGV - 0%
Caipo y Asociados S-C. - KPMG	Servicios especiales	2011	US\$ 85,107 sin IGV - 0%
KPMG Asesores S.L. España	Servicios especiales	2011	US\$ 137,810 sin IGV - 0%
Deloitte & Touche S.R.L.	Servicios especiales	2011	US\$ 9,490 sin IGV - 0%
Dongo-Soria Gaveglio y Asociados Sociedad Civil (Pricewaterhouse Coopers)	Auditoría externa y servicios especiales	2010	US\$ 495,087 sin IGV - 97%
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 (Pricewaterhouse 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 (Pricewaterhouse 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%

* 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 auditoría 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.

Auditoría interna y control interno financiero

Evaluación de efectividad de los Controles SOX
(*Testing*)

Evaluación del proceso de Caja recaudo.

Evaluación del proceso de Administración de equipos de frío.

Evaluación del proceso de administración de materia prima e insumos.

Auditoría de tercerización e intermediación laboral.

Asesoría tributaria

Soporte Tratamiento Facturación Servicios Gerenciales SABMiller BV y Proyecto Global Solution.

Soporte en la fiscalización tributaria 2007.

Declaración Jurada Informativa PDT 2011 (Precios de Transferencias).

Revisión Declaración Jurada Impuesto a la Renta 2012.

Soporte en fiscalización de Gastos Aduaneros.

Consultoría permanente.

Créditos y Cobranzas

Evaluación del ciclo de envases retornables.

Soporte en el Taller de la Dirección de Créditos.

Consultoría Laboral**Consultoría de procesos**

Elaboración de informe sobre cumplimiento de políticas internas.

Soporte en políticas anti soborno. Validación del inventario de indicadores y brechas con la Solución Global que propone SABMiller a todas sus subsidiarias.

Identificación de oportunidades de mejora.

Auditoría interna y control interno financiero

Co-sourcing de Auditoría Interna.

Evaluación de efectividad de los Controles SOX (*Testing*)

Asesoría tributaria

Soporte Tratamiento Facturación Servicios Gerenciales SABMiller BV y Proyecto TRIUMPH.

Declaración Jurada Informativa PDT 2010 (Precios de Transferencias).

Consultoría permanente.

Revisión Declaración Jurada Impuesto a la Renta 2011.

Consultoría de procesos

Optimizar los procesos operativos y financieros relacionados con la administración de los *containers* (envases retornables y cajas plásticas).

Delimitar las responsabilidades de cada área funcional en administración de los *containers*.

Validación del inventario de indicadores y brechas con la Solución Global que propone SABMiller a todas sus subsidiarias.

Identificación de oportunidades de mejora.
(Hasta el mes de noviembre de 2011)

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 encargado 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
Cervecería San Juan S.A.
Inmobiliaria IDE S.A.
Naviera Oriente S.A.
Transportes 77 S.A.
Club Sporting Cristal S.A.
Serranías Nevadas S.A.
Racetrack Perú S.R.L.
- 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:	Área de Valores				
Persona encargada:	Nombres y apellidos	Cargo	Área		
	Marcial Zumarán Hurtado	Responsable del Departamento de Valores	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 1,630
Aceptadas 1,630
Rechazadas 0

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 preestablecidos 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 preestablecidos 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

- b. **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 UCP Backus y Johnston 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.

c. 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 Auditoría 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.

d. 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.

PRINCIPIOS 12 Y 13

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 (V.D.3).- Evaluar la remuneración de los ejecutivos principales y de los miembros del Directorio, asegurándose de 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 afirmativa, indique la denominación exacta del documento:

Código de Ética y Código de Conducta del Ejecutivo.

e. Indique los procedimientos preestablecidos 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 realicen 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 contribuyan apropiadamente al logro de los objetivos y estrategias de la EMPRESA y que la inversión y riesgos relacionados estén 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 hacia 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

Principio (V.E.1).- El Directorio podrá conformar órganos especiales, de acuerdo con 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 medioambientales 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 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 que su asistencia sea pertinente.

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	Término	Cargo dentro del Comité
Karl Gunter Lippert	Enero de 2011		Presidente
Jonathan Frederick Solesbury	Julio de 2011		
Carlos Bentín Remy	Octubre de 2008		
María Beatriz Abello	Diciembre de 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 la EMPRESA, 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, aprobada 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		Cargo dentro del Comité
	Inicio	Término	
Francisco Mujica Serelle	Noviembre de 2007		Presidente
Bret Rogers	Noviembre de 2007		
Raúl Ferrero Álvarez Calderon	Mayo de 2010		
Luis Felipe Cantuarias Salaverry	Febrero de 2010		
Shadú Mendoza Sifuentes	Noviembre de 2007		

V. Número de sesiones realizadas durante el ejercicio 6

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 al Directorio sistemas para la adopción, seguimiento y mejora de las prácticas de Buen Gobierno Corporativo de la EMPRESA.

III. Principales reglas de organización y funcionamiento:

IV. Miembros del Comité

Nombres y apellidos	Fecha		Cargo dentro del Comité
	Inicio	Término	
Francisco Mujica Serelle	Enero de 2009		Presidente
Felipe Osterling Parodi	Enero de 2009		
Carlos Bentín Remy	Enero de 2009		
Juan Malpartida del Pozo	Enero de 2009		
Shadú Mendoza Sifuentes	Enero de 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 ⁴	Fecha		Participación accionaria	
	Inicio ⁵	Término	Nº de acciones	Part. (%)
Alejandro Santo Domingo Dávila Se graduó en la Universidad de Harvard, Estados Unidos, con una especialización en Historia. Es miembro del Directorio de Bavaria S.A., UCP Backus y Johnston S.A.A., SABMiller plc, Valores Bavaria, BellSouth Colombia, Avianca, Caracol TV, Media Capital, Compañía Nacional de Cervezas de Panamá.	2002		0	0

Nombres y apellidos Formación ⁴	Fecha		Participación accionaria	
	Inicio ⁵	Término	Nº de acciones	Part. (%)
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, Reino Unido. Es miembro del Directorio de Bavaria S.A., UCP Backus y Johnston S.A.A., SABMiller plc, Valores Bavaria, Caracol TV, Avianca, Compañía Nacional de Cervezas de Panamá.	2002		0	0
Juan Carlos García Cañizares Ingeniero Industrial por la Universidad Javeriana, Colombia, con estudios de Desarrollo Gerencial en IMD en Lausana, Suiza. Director de Bavaria S.A. y UCP Backus y Johnston S.A.A.	2002		0	0
Mauricio Leyva Arboleda Realizó sus estudios en la Universidad de los Andes en Bogotá, Colombia, graduándose como Administrador de Empresas. Asimismo, realizó una Maestría en Gerencia Internacional en la Université de Nancy, Francia. Se unió a SABMiller en enero de 2005 durante la fusión con el Grupo Empresarial Bavaria como Vicepresidente de Mercadeo y Ventas en Bavaria S.A., Colombia, antes de ser nombrado Presidente de Cervecería Hondureña, en Honduras, en marzo de 2009, cargo que ocupó hasta el 31 de diciembre de 2011.	2012	Diciembre 2012	0	0
Karl Gunter Lippert Bachiller y Maestría en Ingeniería Mecánica por la Universidad de Pretoria, Sudáfrica. Completó cinco años de estudios para el Doctorado en Administración de la Tecnología. Recibió el premio Afrikaanse Sakekamer y el Premio del Decano para el mejor estudiante de Ingeniería en 1987. En marzo de 1989 fue distinguido con los Academic Colours de la Universidad de Pretoria. Recibió el Premio del Ciudadano del Año en la categoría de Negocios de la Alcaldía de Puerto Elizabeth, Sudáfrica, en 1998.	2011		0	0
Luis Eduardo García Rosell Artola Egresó de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad de Lima, Perú. Director de Cervecería San Juan S.A., Industrias del Envase S.A. (hasta noviembre de 2011).	2005		0	0
Jonathan Frederick Solesbury Contador titulado desde 1990. Bachiller en Comercio y en Contabilidad por la University of Witwatersrand, Sudáfrica.	2011		0	0

Directores independientes

Nombres y apellidos Formación ⁴	Fecha		Participación accionaria	
	Inicio ⁵	Término	Nº de acciones	Part. (%)
Carlos Bentín Remy Administrador de Empresas por la Universidad del Pacífico, Perú. 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 (Perú) en 1992 y en el Programa Ejecutivo en Cervecerías en el United States Breweries Academy. Realizó estudios en el CAEM (Perú) 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 Polytechnic 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 las Universidades de Michigan y de Nueva York, Estados Unidos, entre 1955 y 1956. Es Vicepresidente del Directorio de Compañía Minera Volcán S.A.A.	2004		0	0
Alex Paul Gastón Fort Brescia Bachiller con especialización en Economía de Williams College, Estados Unidos, y Maestría en Administración de Empresas en Columbia University, Estados Unidos. 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. Miembro del Directorio de la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEX).	2008		0	0
Pedro Pablo Kuczynski Godard Estudios en el Perú y en las Universidades de Oxford (Reino Unido) y de Princeton (Estados Unidos), donde hizo su post grado en Economía. Miembro del Directorio de Advanced Metallurgical Group N.V., Ternium, ONG Agualimpia y Deutsche Bank.	2008		0	0

Nombres y apellidos Formación ⁴	Fecha		Participación accionaria	
	Inicio ⁵	Término	Nº de acciones	Part. (%)
Francisco Mujica Serelle Abogado por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Hizo un post grado en la Universidad de Paris, Francia, en la especialidad de Ciencias Sociales del Trabajo, en 1965. Ha seguido numerosos cursos de especialización y de Administración de Empresas.	2008		0	0
José Antonio Payet Puccio Abogado graduado de la Pontificia Universidad Católica del Perú y Máster en Derecho de la Universidad de Harvard. Ha sido miembro del Directorio de Inversiones Brade S.A., Pesquera Hayduk S.A. e Hidrocañete S.A.	2005		0	0

⁴ Corresponde al primer nombramiento.
⁵ Incluir la formación profesional y si cuenta con experiencia en otros Directorios.
⁶ 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 trate de asuntos estratégicos que demanden confidencialidad, en cuyo caso será necesario establecer los mecanismos que permitan 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. Establecen 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 éste 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 y 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 2012, 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 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 la situación del sector y de 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

Nota: Se deja constancia que mediante Sesión de Directorio de fecha 12 de noviembre de 2012, se dio cuenta de la renuncia presentada al cargo de Director por parte del Sr. Mauricio Leyva Arboleda, quien ocupó el cargo de Director hasta el 31 de diciembre de 2012.

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:

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

- c. Indique los procedimientos preestablecidos 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

PRINCIPIOS 24 Y 25

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

01234

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

01234

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 otorga 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	☒	☒	0.298405%
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 de Valores. 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 los 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	Asesor 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.

Periodicidad	Información sujeta a actualización		
	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 busca rá 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 (2011)	5.0772	
Ejercicio N (2012)	8.6604	
Clase de acción "B"		
Ejercicio N - 1 (2011)	5.5850	
Ejercicio N (2012)	9.5265	
Acciones de Inversión		
Ejercicio N - 1 (2011)	0.5077	
Ejercicio N (2012)	0.8660	

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	7
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	-

Nota: Se realizaron 4 sesiones presenciales y 3 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	0.00863%

- 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	1,130
Acciones de inversión	8,439
Total	10,243

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	1,002,119	49.4700%	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 referido a criterios éticos y de responsabilidad profesional.

- ☒ Sí
- ☐ No

En caso su respuesta sea afirmativa, 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 a) anterior?

- ☒ Sí
- ☐ No

q. En caso la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, 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 Francisco Mujica Serelle	Cargo Miembro del Directorio de la EMPRESA	Área 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:
Javier Ferrand
Archivo Fotográfico de Backus



www.backus.com.pe

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

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

