



Memoria Annual 2007



Introducción

4



Presentación

10



Anexos

34



Estados Financieros

109

4
Todos tienen opción
de disfrutar,
lo mejor de la vida
por igual.



Dicen que en la variedad está el gusto, por eso nosotros pensamos en todos nuestros consumidores. Creemos que dándoles más opciones de consumo les estamos demostrando nuestro interés por ellos. Nuestro interés, por verlos satisfechos.





El tiempo no solo hace ganar experiencia, hace que un colega se convierta en amigo y que un amigo se convierta en familia. Así, la meta que uno se propone alcanzar, todos la comparten con el mismo entusiasmo y compromiso, para que llegado el momento, el éxito se celebre en familia.



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 2007. Sin perjuicio de la responsabilidad que le compete al emisor, los firmantes se hacen responsables por su contenido conforme a los dispositivos legales aplicables.



Robert Friday Woodworth
Gerente General



Salomón Tuesta Atala
Gerente de Manufactura



Luis E. García Rosell Artola
Gerente de Finanzas



Carlos H. Fernández Alvarado
Gerente de Ventas



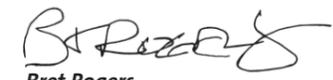
Fernando Zavala Lombardi
Gerente de Asuntos Corporativos



Francisco Mujica Serelle
Asesor Legal



Ricardo Roca Rey Cisneros
Gerente de Logística



Bret Rogers
Gerente de Recursos Humanos



Piotr Jurjewicz Blaszak
Gerente de Marketing



Augusto Rizo Patrón Bazo
Gerente de Distribución



Nelly Taboada Saavedra
Contadora General

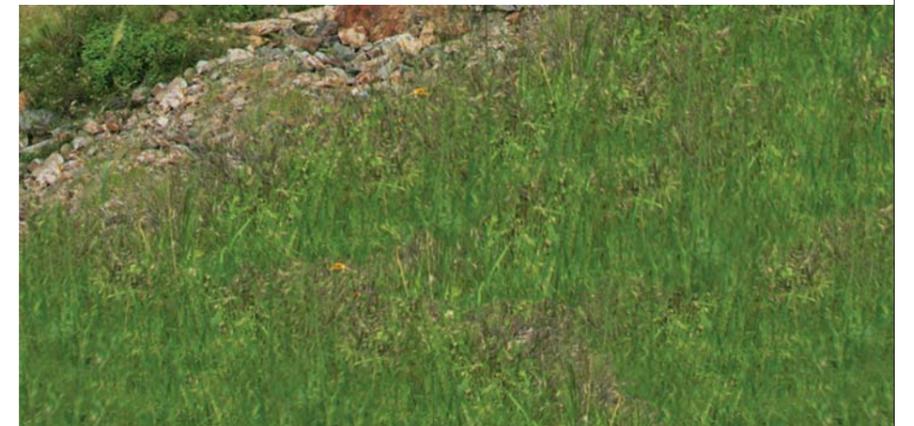
En cumplimiento de lo dispuesto por el artículo 4.03 y por el inciso c del artículo 5.11 del Estatuto, el Directorio somete a vuestra consideración la Memoria, el Balance General y los Estados de Ganancias y Pérdidas, de Cambios en el Patrimonio Neto y de Flujos de Efectivo correspondientes al Ejercicio 2007, 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 141-98-EF/94.10, modificada por la Resolución Conasev 119-99-EF/94.10, 094-002-EF/94.10 y 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 aprobados mediante Resolución Gerencia General No. 211-98-EFE/94.11 modificadas por Resolución Gerencia General No. 040-99-EF/94.11, Resolución Gerencia General No. 147-99-EF/94.11, Resolución Gerencia General No. 096-2003-EF/94.11 y Resolución Gerencia General No. 140-2005-EF/94.11

A este respecto precisamos que la información referente a:

- Datos generales de la sociedad;
- Descripción de operaciones y desarrollo;
- Procesos judiciales, administrativos y arbitrales no rutinarios;
- Directores y plana gerencial;
- Cambios en los responsables de la elaboración y revisión de la información financiera.
- Cotización mensual de los valores inscritos en el Registro Público del Mercado de Valores;
- Información sobre el cumplimiento de los principios de Buen Gobierno Corporativo

Son materia de los Anexos 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7.



Año de Consolidación

Durante el ejercicio 2007 cumplimos, como se detalla en esta Memoria, las metas fijadas por el Directorio, fortaleciendo los cinco pilares que sustentan nuestro modelo de gestión, consolidando las prácticas que garantizan el cumplimiento de nuestra misión, visión y valores.

Entre los objetivos cumplidos destacamos que reforzamos las características singulares de cada una de las marcas de nuestro excelente portafolio; implementamos la segmentación por canales de las ventas de nuestros productos y optimizamos la red de distribución; iniciamos el programa de manufactura de clase mundial; alineamos nuestros procesos de control con el standard SOX y concluimos el sistema integrado de gestión (SAP); empleamos la gestión estratégica del recurso humano (SPR) como herramienta de gestión; mantuvimos y mejoramos nuestra imagen corporativa y aprobamos y difundimos nuestro Código de Auto-regulación, entre otros,

Creemos no equivocarnos al sostener que al término del ejercicio hemos adoptado a cabalidad las mejoras prácticas del primer grupo mundial cervecero SABMiller.





VENTAS

Durante el ejercicio 2007 continuó la tendencia de incremento de ventas iniciada en años anteriores, pese a la presencia de un nuevo competidor y a la política seguida por éste así como por AMBEV de colocar sus productos a precios considerablemente más baratos que los nuestros.

El crecimiento obtenido se sustenta en las diferentes iniciativas y proyectos orientados a nuestros canales de comercialización y a nuestros consumidores, como producto de todo el consumo per capita creció de 33.7 litros en el 2006 a 37.02 litros en el año 2007.

Nuestra participación en el mercado, no obstante los hechos anotados en el párrafo anterior se mantuvo en más del 88%, 88.7% para ser más precisos frente a 89.7% en el año 2006. Sin embargo cabe destacar que el nuevo competidor ingresó al mercado en el mes de septiembre.

En el ejercicio 2007 las ventas de nuestros productos cerveceros se incrementaron en 11.5%, de 7'652,000 hls en el año 2006 a 8'502,000 en el 2007. En lo que respecta a gaseosas y aguas, las ventas disminuyeron de 872,000 hls en el 2006 a 805,000 hls en el 2007 como consecuencia del incremento de nuestros precios. No obstante en el último trimestre del ejercicio se muestra un crecimiento de 3% gracias al relanzamiento de Guaraná y San Mateo, y de atractivas campañas publicitarias.

Dentro de los proyectos más importantes realizados, resaltan:

- a)** La puesta en marcha de un nuevo modelo de comercialización mediante comisionistas mercantiles que se encargan de la venta y distribución, realizando la facturación directamente al punto de venta.
- b)** En el mes de mayo, se estableció una única política de precios a nivel nacional a fin de contar con un manejo uniforme del mercado, paralelamente se incrementaron nuestros precios en 7%.
- c)** Relanzamiento de la marca Cusqueña con nueva presentación y etiquetas, logrando buena acogida en el consumidor. Lanzamiento de marca Peroni, importada desde Italia, ambas posicionadas en el segmento Worthmore y con muy buena aceptación en el mercado.
- d)** Relanzamiento de marca Pilsen Callao, que muestra un buen crecimiento en la industria y en nuestro portafolio de productos.
- e)** Lanzamiento de la marca Pilsen Trujillo con mucho éxito a nivel nacional en el mes de noviembre, posicionándose como una marca Economy y dirigida a contrarrestar las acciones de la competencia.
- f)** Relanzamiento de la marca Barena en el mes de diciembre con nueva presentación y cambios en su composición, pasando a pertenecer a la categoría Mainstream.

se desarrollaron diferentes actividades y promociones en el mercado lográndose una mayor fidelización de nuestros consumidores.

g) En el rubro de gaseosas se relanzaron las marcas Viva en el mes de noviembre, y Guaraná en diciembre, con nuevas presentaciones. Adicionalmente se lanzó Guaraná Light en el segmento de productos bajos en calorías. En el rubro de aguas, se relanzó nuestra marca San Mateo en el mes de noviembre con nueva presentación e imagen.

h) Se inició el proyecto de venta telefónica obteniéndose una significativa participación del 18% de cobertura, lo que ha permitido la disminución del índice de intensidad de visitas y el consecuente ahorro de costos.

i) La inversión en adquisición en equipos de frío con el objetivo de incentivar el consumo de nuestros productos a la temperatura adecuada, incrementándose la cobertura en 39% con respecto al año anterior.

Finalmente a través del área de Trade se desarrollaron diferentes actividades y promociones en el mercado lográndose una mayor fidelización de nuestros consumidores y un mejor manejo del portafolio de productos, mejorando nuestra penetración y cobertura del mercado.

Estimamos oportuno señalar que el 31 de agosto dejó la Gerencia de Ventas el señor Luis Larrabure Barúa, luego de una destacada y fructífera labor por la que le estamos muy reconocidos. A partir del 1 de septiembre asumió la gerencia Carlos H. Fernández, quien venía desempeñándose en los últimos cinco años como Vicepresidente de Ventas en Cervecería Hondureña, donde obtuvo resonantes éxitos.

MARKETING

Tras grandes cambios en la estructura de nuestro portafolio, el 2007 ha significado para Backus, el año en el que nuestras marcas han trabajado en la construcción y afianzamiento de sus nuevos posicionamientos y estrategias. En este sentido, las principales iniciativas que se llevaron a cabo en el 2007, con gran éxito, fueron las siguientes:

- 1.** 2007: La consolidación de la plataforma de fútbol de Cristal, a través de acciones que involucraron el auspicio de clubes profesionales, actividades con la selección nacional y campañas del Fondo Cristal.
- 2.** Marzo 2007: El relanzamiento de Cusqueña como la marca Premium del Perú, destacando su éxito y reconocimiento internacional que queda demostrado en los premios recibidos y su calidad de exportación.
- 3.** Julio 2007: La renovación de Pilsen Callao, incluyendo un cambio de empaque y posicionamiento, inspirado en la tradición y herencia cervecera de la marca y su asociación con la auténtica amistad, hecho que ha permitido el desarrollo de Pilsen Callao a nivel nacional.
- 4.** Octubre 2007: El lanzamiento de Pilsen Trujillo a nivel nacional, marca que busca capturar y liderar la oportunidad que ofrece el desarrollo del segmento de precios accesibles de la categoría de cervezas en nuestro país. Los resultados han sido favorables; en tan sólo dos meses, la marca ha logrado obtener un 6.6% de participación nacional superando nuestras expectativas comerciales (fuente CCR).
- 5.** Noviembre 2007: La renovación de la imagen de San Mateo como el agua Premium del Perú, dirigida a aquellas personas que valoran los atributos y beneficios del agua mineral de manantial. El cambio de imagen incluyó una renovación completa del empaque y una modernización en su comunicación.
- 6.** Diciembre 2007: La renovación de Guaraná, a través de la modernización de sus etiquetas, un nuevo diseño de botella PET y el lanzamiento de su nueva extensión de línea, Guaraná Light - una gaseosa con una nueva fórmula, dirigida a un segmento que busca productos bajos en calorías.



MANUFACTURA

Durante el ejercicio 2007 elaboramos **9,056,014** hl de mosto frío y envasamos **8,568,571** hl de cerveza; debido al incremento de la demanda, la utilización de la capacidad instalada de las distintas plantas llegó al 96% en promedio.

Por su parte las plantas gaseoseras de San Mateo en Huarochiri y Motupe envasaron **850,096** hl de bebidas gaseosas y aguas.

En el año 2007 se dio inicio a la implementación de una nueva filosofía de producción denominada Manufactura de Clase Mundial (MCM), en la planta de Arequipa y posteriormente en la del Cusco, incorporando a todas las áreas de Manufactura en la búsqueda de resultados de excelencia y un nivel de operaciones de Clase Mundial, en el marco de los principios y prácticas que forman parte del SABMiller Manufacturing Way.

Entre otros, uno de los principales cambios a implementar es que cada equipo de trabajo funcione como una Mini-Operación. En otras palabras, que todos en el equipo conozcan sus objetivos y cómo impactan éstos en la organización, que se preocupen todos los días en medir su desempeño como mini-negocio y, no menos importante, que cada miembro del equipo tome decisiones adecuadas y oportunas para solucionar los problemas que puedan presentarse en el día a día.

Concretar este cambio en los equipos de turno formados por nuestro personal Operario es uno de los retos claves a enfrentar; pues no sólo implica desarrollar nuevas competencias en dicho personal sino, también, lograr que los otros niveles de la organización de una Planta (Supervisores, Gerentes, Directores) asuman nuevos roles y estilos de trabajo.

En adición a los cambios en la configuración organizativa y funcionamiento de los equipos, MCM significará reforzar la aplicación de las mejores prácticas de Manufactura como, por ejemplo Calidad en la Fuente; Mantenimiento Autónomo; Técnicas de Solución de Problemas Gestión de Activos y Orden y Limpieza.

Durante este proceso, Backus cuenta con el apoyo de la consultora Competitive Dynamics International (CDI).

Durante el ejercicio invertimos **S/. 71,973,806** en los proyectos terminados que se detallan en el Anexo 8.

En el anexo 9 se detallan los proyectos importantes que están actualmente en ejecución.

CADENA DE SUMINISTROS

Durante el ejercicio 2007 el objetivo principal del área estuvo dirigido a fortalecer las funciones de Planificación de la Cadena de Suministro, Compras de Materiales y Proyectos Logísticos.

En el ejercicio que concluye, se realizaron algunos ajustes en la organización implementada el año anterior, para terminar de adecuarnos a la estructura de SABMiller. Para ello, se transfirieron las funciones de Planificación de Materiales a la Dirección de Compras y las funciones de Planificación de la Producción a la Dirección de Planificación. Así mismo, se creó la Gerencia de Planificación de Containers como parte de la Dirección de Planificación.

Al igual que los años anteriores, se continuó brindando el soporte logístico a Cervecería San Juan S.A. y se prestó el apoyo necesario para la mejor administración de Industrias del Envase S.A., empresa local, y Agro Inversiones S.A., domiciliada en la República de Chile. Estas sociedades, pertenecientes al Grupo Empresarial Backus, se encuentran dedicadas a la fabricación de artículos de plástico e impresión de cartón y papel, la primera, y la elaboración de cebada malteada, la segunda.

Otras actividades realizadas a lo largo del año o resultados importantes, se describen en el Anexo 10.

DISTRIBUCIÓN

A lo largo del año de que se da cuenta los objetivos del área estuvieron enfocados en la implementación de estrategias operacionales que nos permitieron ganar eficiencias en las diferentes etapas de nuestros procesos de distribución.

Durante este ejercicio se implementaron los **Estándares de Distribución** que son un conjunto de buenas prácticas aplicadas en los 39 Centros de Distribución que operan nuestros productos, garantizando el óptimo cuidado de los mismos y una eficiente entrega a nuestros clientes a nivel nacional. Asimismo y con la finalidad de tener un desempeño óptimo en nuestra distribución se continuó con la reestructuración de nuestra red, consolidando operaciones y potenciando el desempeño de nuestros distribuidores, optimizando así **nuestra Ruta al Mercado**.

Otras actividades desarrolladas a lo largo de este ejercicio así como las inversiones en **la infraestructura de Distribución** se describen en los anexos 11 y 12.

RECURSOS HUMANOS

El año 2007 se caracterizó por la implementación, aplicación y en algunos casos consolidación de los diferentes procesos claves en la gestión de Recursos Humanos en la Operación Perú.

Como en el año anterior, la gestión de la gerencia de Recursos Humanos orientó gran parte de sus esfuerzos a la facilitación de los proyectos empresariales a través de sus distintas áreas y gerencias.

En esa línea de trabajo se participó activamente y de manera coordinada con otras áreas de la empresa en temas relacionados a nuevas estructuras organizacionales, Administración del Desempeño, Medición de Clima, Nuevos enfoques en compensaciones, Gestión y Desarrollo de talento, Comunicación abierta entre otros aspectos que detallaremos posteriormente.

En todo ese esfuerzo, el enfoque se centró en el capital humano como ventaja competitiva clave de la organización, orientada a la autogestión y autoaprendizaje de sus integrantes, en la búsqueda permanente de una Cultura de Alto Desempeño basada en sólidos valores corporativos.

Para ello, se remarcaron como prioridades de la gestión, dentro de nuestra orientación estratégica, los principios de:

- Ofrecer un empleo diferenciado para atraer, desarrollar y retener talento.
- Vivir una cultura de alto desempeño capaz de sostener el cambio y la mejora continua.
- Diseñar e implementar las mejores herramientas de gestión enfocadas en alinear y optimizar la gestión del talento.

Dentro de los principales resultados obtenidos, podemos destacar los siguientes:

- Diseño estructural de la organización revisado y alineado con las estrategias del negocio.
- Nivelación salarial en todos los niveles y alineada con las políticas de la organización.
- Normalización de los procesos de gestión humana, a través de Políticas de Recursos Humanos.
- Nuevo enfoque en las Relaciones con los Sindicatos.
- Nueva Gestión de Bienestar diseñada e implementada.
- Gestión del Desempeño basado en Metas implementado hasta el nivel empleados.
- Proceso de Gestión de Talento y Desarrollo de Carrera diseñado e implementado en el nivel de Vicepresidentes y Directores.
- Medición de Clientes Internos de RR.HH implementada
- Nuevo sistema de planillas implementado.
- Apoyo intensivo a las víctimas del terremoto de las ciudades de Cañete, Chincha, Pisco e Ica.
- Dictado de 124,823 horas de capacitación, involucrando al 91% del personal en todos los niveles de la organización en la Operación Perú, con un promedio de 81 horas anuales por trabajador.

El Directorio reitera su reconocimiento a los trabajadores en general por la eficiente y dedicada labor desarrollada durante el pasado ejercicio.

En el anexo 13 se hace referencia detallada a las acciones y actividades.

ASUNTOS CORPORATIVOS

Su misión es trabajar temas estratégicos que otorgan valor agregado al negocio:

- Gestionar y posicionar la marca corporativa de Backus, logrando mantener su reconocimiento y reputación como una empresa que promueve la peruanidad y el compromiso con el desarrollo del Perú y su gente.
- Gestionar los programas de Desarrollo Sostenible, con la finalidad de ser la empresa más reconocida debido a nuestro apoyo a la comunidad, responsabilidad social, gestión ambiental y buen gobierno corporativo
- Alentar el Consumo Responsable en nuestra sociedad.
- Desarrollar la estrategia de relacionamiento institucional para encontrar aliados en los problemas que pueda afrontar la cervecería.
- Prevenir y administrar adecuadamente situaciones de riesgo.

En el anexo 14 se detallan las acciones desarrolladas por Backus durante el ejercicio en el campo de la educación, asistencia social, deporte, arte y cultura, salud y conservación del medio ambiente e investigaciones científicas; se destacan además nuestros programas y proyectos de Responsabilidad Social más importantes en el año.



IMPUESTOS

En el año 2007 pagamos por Impuesto Selectivo al Consumo por la venta de nuestros productos S/. 1'005,518 y por concepto de Impuesto General a las Ventas S/.297'448,000, importes que sumados representan el 4.4% de la totalidad de la recaudación fiscal por concepto de tales impuestos.

A estos impuestos se suma S/. 180'600,000 por concepto de Impuesto a la Renta de 3ra categoría, S/. 10'400,000 por concepto de aranceles, S/. 6'400,000 por impuesto a las transacciones financieras, S/. 34'500,000 por impuesto a la renta de 5ta categoría recaudado a través de las planillas, lo que hace un total de S/.1'534,866,000 de impuestos pagados, sin considerar los tributos municipales.

LIQUIDEZ

Al cierre del presente ejercicio el indicador de liquidez corriente fue de 1.84 y al fin del año anterior fue de 2.04. La reducción se debe principalmente al pago de un dividendo extraordinario ocurrido en el mes de noviembre.

La posición de caja bancos cerró en el 2007 en S/.184'163,000, el 93.4% en moneda nacional y donde el 100% de las colocaciones se encontraba depositado en instrumentos de corto plazo en instituciones de primer nivel.

Los siguientes eventos tendrían un efecto positivo en la liquidez:

- Incremento de la demanda como consecuencia del crecimiento de la economía nacional o por acciones comerciales tomadas, de marketing y ventas, que permita contar con mayor participación el mercado.
- La reducción del impuesto selectivo al consumo de la cerveza al llevarlo a niveles internacionales, así como a niveles no discriminatorios con relación al de otros alcoholes de alta gradación.

En contrapartida, los eventos que a continuación se señalan la afectarían:

- Crecimiento de la participación de mercado de las empresas competidoras
- Los requerimientos de inversión en capacidad operativa para ampliar la capacidad vigente.
- Riesgo de una desaceleración de la economía como consecuencia del efecto de la posible recesión a nivel internacional, la cual podría influir en la economía local.
- Mayores desembolsos por incrementos en costos, principalmente asociados a materias primas y auxiliares.



Los saldos en moneda extranjera al finalizar el año 2007 están expresados en nuevos soles al tipo de cambio de oferta y demanda a esa fecha de S/. 2.997 en venta y S/. 2.995 en compra, compuestos de la siguiente manera:

■ Activos (Millones de US\$)	26.5
■ Pasivos	22.1

La posición en moneda extranjera es para atender obligaciones en dicha moneda generadas en las operaciones así como por las inversiones en infraestructura, distribución y equipos de frío que se están realizando y que principalmente se transan en dólares americanos entre otras monedas.

FINANCIAMIENTO

Al cierre del ejercicio adeudamos S/.16,506,000 por concepto de arrendamiento financiero del terreno y oficinas administrativas colindantes a la planta Ate.

En el periodo redujimos el monto del arrendamiento financiero en S/. 5'001,000. Del saldo pendiente el 34.93% vence en el curso del año 2008 y el 65.07% los años siguientes.

Del total de nuestra deuda el 80.43% es en moneda nacional y el 19.57% en moneda extranjera.

RESULTADOS ECONÓMICOS

Aspectos Relevantes

Como cuestión previa a la explicación de los resultados del periodo 2007, es conveniente destacar los siguientes puntos:

■ Fusión

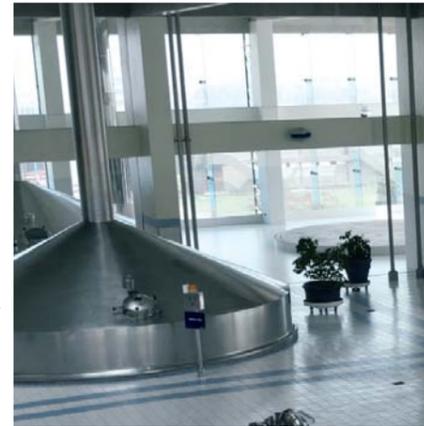
El 31 de diciembre del 2006 se efectuó la fusión de 10 empresas teniendo a Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston como empresa absorbente. Las empresas absorbidas fueron Cía. Cervecera del Sur del Perú, Embotelladora San Mateo, Quipudata, Inmobiliaria Pariachi, Corporación Backus y Johnston, Backus & Johnston Trading, Muñoz, Inversiones Nuevo Mundo 2000 y Vidrios Planos del Perú.

A partir del 1 de enero del 2007 las operaciones se desarrollaron en torno a la empresa resultante. Sin embargo, para efectos de análisis contra el año 2006, se han fusionado los estados financieros de las 10 empresas señaladas para obtener cifras que sean comparables con las obtenidas en este período.

■ Modelo Comercial

Desde el 1 de enero del 2007, el modelo comercial para la venta de los productos varió respecto al 2006. Durante el año 2006, las ventas de la cervecera fueron realizadas a empresas distribuidoras y éstas vendían los productos a los detallistas.

El modelo utilizado en el 2006 otorgaba un margen a las distribuidoras para que pudiesen cubrir los siguientes rubros:



- Transporte primario de planta de fabricación al centro de distribución.
- Costos y gastos operativos del centro de distribución.
- Transporte secundario de centro de distribución al punto de venta.
- Margen de ganancia.

La situación descrita significó operar en el 2006 con un menor valor de venta del fabricante hacia el distribuidor respecto al vigente, ya que desde el 2007, la cervecera entrega bajo su costo los productos puestos en las centrales de distribución pagando una comisión mercantil a las distribuidoras por la venta y distribución de los mismos.

Bajo el nuevo esquema, desde el 2007 las distribuidoras ya no adquieren la propiedad de los productos concentrando sus operaciones en darle un servicio a la cervecera.

Por todo lo expuesto, desde este año los valores de venta de los productos son superiores a los del año precedente.

Sin embargo, el gasto de venta de la cervecera se ha visto incrementado por las razones descritas. Para efectos de comparación, habrá que analizar las cifras a nivel de resultado operativo principalmente.

■ Estrategia de Marketing

En los primeros 9 meses del 2006, se definieron las estrategias de marketing y otros planes comerciales para implementarlos a partir de octubre de ese año. Es por ello que durante el período comprendido de enero a septiembre del 2006 no se realizaron inversiones ni gastos significativos más allá de lo requerido para el normal desarrollo de las actividades empresariales.

La implementación del plan estratégico con relación al mercado se inició en el último trimestre del 2006 hasta la fecha. Entre las principales actividades realizadas en el último trimestre del 2006 se tienen las siguientes:

- Lanzamiento de cerveza Barena para consumidores jóvenes de diversión extrema.
- Lanzamiento de la nueva etiqueta Pilsen Callao.
- Lanzamiento del nuevo envase de vidrio para Cristal con capacidad de 650 ml.

Asimismo, durante el 2007 se ha realizado principalmente las siguientes actividades relacionadas a nuestras marcas:

- Lanzamiento de cerveza Peroni.
- Lanzamiento de la nueva presentación de Cusqueña en envase grabado de vidrio con capacidad de 620 ml.
- Lanzamiento del nuevo envase de vidrio para Pilsen Callao con capacidad de 650 ml.
- Lanzamiento de nueva presentación de agua San Mateo.
- Lanzamiento de la nueva presentación de Guaraná.
- Lanzamiento de Guaraná Light.
- Lanzamiento de la nueva Barena.

Las acciones y estrategias desplegadas han permitido incrementar las ventas y consolidar el liderazgo y posicionamiento de nuestras marcas. Todas estas actividades y campañas realizadas en el mercado han generado en ese período desembolsos importantes que afectan los resultados en el corto plazo pero que tienen por finalidad asegurar la sostenibilidad a mediano y largo plazo.

Por lo expuesto, en el año 2006 se incurrió en gastos menores comparados a los del año 2007.

■ **Competencia**

Durante el 2006 la competencia se dio principalmente con la marca producida por la subsidiaria local del grupo cervecero belga brasilero. Las estrategias desarrolladas por Backus lograron aumentar la participación de mercado y como consecuencia de ello, en este 2007 dicho competidor lanzó al mercado la oferta de 4 botellas de 630 ml de contenido a S/. 9.50.

Por otro lado, en el tercer trimestre del 2007 ingresó al mercado cervecero una nueva marca producida por un grupo cuya actividad principal es producir y comercializar bebidas gaseosas y aguas de bajo precio. El precio lanzado al mercado por dicho fabricante es similar por unidad de volumen al que ofrece el otro competidor.

Lo descrito evidencia que en el mercado existe una mayor competencia siendo la principal estrategia de los otros fabricantes la de ofrecer sus productos a menores precios.

La competencia vigente en el mercado es de mayor intensidad respecto a ejercicios anteriores ya que cada fabricante busca incrementar la preferencia de los consumidores por los productos que cada quien elabora.

■ **Proyectos de Integración y Mejores Prácticas de Gestión**

En los primeros tres meses del 2006 se establecieron los proyectos de integración para incorporar las mejores prácticas de gestión al formar parte de SABMiller. Los proyectos fueron realizados desde el segundo trimestre del 2006 concluyéndose mayoritariamente en el primer trimestre del 2007.

■ **Volumen de Venta**

En cerveza se vendió al mercado 8,502 millones de hectolitros que comparados a 7,622 millones de hectolitros del año anterior resultan en 880 mil hectolitros adicionales, que significan un crecimiento de 11.5% en este período.

La venta de gaseosas y aguas totalizó 805 mil hectolitros disminuyendo en 67 mil hectolitros respecto a lo vendido en el año precedente.

■ **Ingresos Brutos**

Los ingresos brutos netos de impuestos crecieron en S/. 488.2 millones alcanzando la cifra de S/. 2,100.9 millones. El crecimiento equivale a 30.3% y se explica de la siguiente forma:

• Variación en volumen de cerveza (millones S/.)	172.0
• Variación en valor de venta en cerveza	280.1
• Variación en volumen de gaseosas y aguas	-5.6
• Variación en valor de venta de gaseosas y aguas	12.0
• Variación en otros ingresos operacionales	29.7
• Total	488.2

Es conveniente reiterar que la variación en los valores de venta se da principalmente por el nuevo modelo comercial que entró en vigencia en el 2007.

■ **Costo de Venta y Otros Costos Operacionales**

Los costos crecieron de S/. 561.0 millones en el 2006 a S/. 638.2 millones en el 2007 representando un incremento de 13.8%. Incrementaron los costos el mayor volumen vendido y los mayores precios en los principales insumos. Sin embargo, el incremento de la productividad contrarrestó parcialmente el crecimiento en costos.

■ **Utilidad Bruta**

El resultado obtenido a nivel de utilidad bruta ascendió a S/. 1,462.7 millones siendo superior en 39.1% a lo registrado un año antes. La mejora en S/. 411.0 millones no es comparable al año previo ya que en el 2007 se ha obtenido un mayor valor de venta por el nuevo modelo comercial siendo registrada su contrapartida en gasto de venta.

■ *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 pasaron de S/. 512.6 millones a S/. 995.7 millones creciendo en 94.2%.

Los gastos de venta crecieron en S/. 431.9 millones y los gastos de administración en S/. 65.2 millones respectivamente.

Las principales variaciones en los gastos operacionales se dan por los siguientes conceptos:

- Incremento de la publicidad directa y gastos de marketing.
- Lanzamiento de la cerveza Peroni.
- Lanzamiento de la nueva presentación de cerveza Cusqueña.
- Lanzamiento de nueva botella e imagen de Pilsen Callao.
- Lanzamiento de nueva Barena.
- Lanzamiento de nueva imagen de agua San Mateo y Guaraná
- Lanzamiento de Guaraná Light.
- Comisión mercantil al asumir directamente la empresa ese proceso ya que antes se hacía vía margen con los distribuidores.
- Transporte primario al vender los productos puestos en las centrales de distribución.
- Cargas de personal por procesos de reestructuración interna.
- Otros conceptos.

El costo del transporte primario fue afectado de manera significativa en el 2007 ya que a diferencia del año pasado, en donde los mercados eran atendidos desde las plantas cerveceras más cercanas y los mayoristas asumían el costo de recoger los productos en plantas, en los primeros tres meses el abastecimiento se dio en parte desde otras plantas ya que la capacidad de las mismas no permitió atender la demanda de los mercados habituales. Asimismo, a partir de abril la cervecera asume el costo de canalizar el transporte primario hacia los mayoristas a nivel nacional. Esto significó un mayor costo de distribución.

■ *Utilidad Operativa*

Al restar de la utilidad bruta los gastos operacionales se obtiene un resultado de S/. 467.0 millones que comparado a los S/. 539.2 millones del mismo periodo en el año previo representa una reducción de 13.4%.

■ *Otros Ingresos y Egresos Financieros*

En este período se registró una variación negativa de S/. 51.4 millones explicada principalmente por la reducción de la participación en los resultados de las subsidiarias, dado que en el 2006 Cervecera San Juan generó una utilidad extraordinaria de S/. 66.7 millones por la venta de sus acciones en UCP Backus y Johnston a Corporación Backus y Johnston. La utilidad extraordinaria generada incrementó el patrimonio de la subsidiaria afectando positivamente nuestros resultados en el período previo.

■ *Resultado Antes de Participaciones e Impuestos*

El resultado antes de la participación de los trabajadores e impuesto a la renta en el año 2007 ascendió a S/. 506.9 millones, 19.6% menor que en el 2006, como consecuencia del movimiento de cuentas expuesto anteriormente.

■ *Participación de Trabajadores e Impuesto a la Renta*

Ambas cuentas en conjunto se redujeron de S/. 223.4 millones en el 2006 a S/. 196.1 millones en el 2007 alineado con el comportamiento de los resultados antes de participaciones e impuestos. Al respecto es conveniente señalar que ambas cuentas corresponden a la parte corriente y diferida.

■ *Resultado Neto*

El resultado neto de este período del 2007 ascendió a S/. 310.8 millones representando el 14.8% de los ingresos brutos. El valor logrado es 23.6% menor que el obtenido en el mismo período del año previo.

En conclusión, en el año 2007 los gastos operacionales fueron superiores a los del 2006 como resultado de las acciones desplegadas para consolidar el posicionamiento y competitividad de las marcas ante la intensa competencia.

Durante gran parte del año 2006 la compañía incurrió en menores gastos por estar en una etapa de diseño estratégico y se obtuvo una ganancia extraordinaria por la apreciación patrimonial en Cervecera San Juan al haber vendido a Corporación Backus las acciones que poseía en la cervecera.

Luego de deducir la participación de los trabajadores en las utilidades y el impuesto a la renta, se logró una utilidad neta equivalente al 14.8% de los ingresos totales contra el 26.0% de lo obtenido en el año precedente.



UTILIDADES

Al finalizar el ejercicio del año 2007, la utilidad bruta del negocio fue de	1,462,726,248
a la que se le deducen los gastos de venta y administrativos, se adiciona los resultados atribuibles a las subsidiarias e ingresos financieros netos, se deduce otras provisiones y gastos netos, así como la participación de utilidades según DL 892 y el impuesto a la renta lo que arroja un saldo deudor de	(1,151,898,618)
resultando una utilidad neta de	310,827,630

que propondrá a la Junta distribuir como dividendo
La información financiera auditada figura como anexo 15.



OBJETIVOS PARA EL AÑO 2008

En el ejercicio 2008 nuestra meta será mejorar nuestra competitividad en el mercado; aumentar la capacidad de nuestra fuerza de ventas generando nuevas actividades e ideas; reforzar la calidad total de nuestros productos y servicios; optimizar el uso de los recursos y la calidad de información para las decisiones funcionales; desplegar una única cultura de control de costos, con roles y responsabilidades definidos y continuar buscando oportunidades de mejoras en eficiencia, ahorros y rentabilidad.

Mantendremos una buena dinámica de comunicación con los agentes internos, así como los procesos de gestión del talento y gestión individual del desempeño; y, colaboraremos con las autoridades para contribuir en el control del contrabando de alcohol y producción informal de licores desplegando nuevas políticas que contribuyan al consumo responsable.

El logro de las metas señaladas consolidará nuestro propósito de ser la empresa más admirada por el crecimiento del valor de nuestra participación en el mercado, por otorgar el más alto retorno de inversión a nuestros accionistas y por ser el empleador preferido.

El Directorio

DATOS GENERALES DE LA SOCIEDAD

A Denominación

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

B Dirección, No. de Teléfono y Fax

Domicilio: Nicolás Ayllón 3986, Ate, Lima

Teléfono: 311 30 00

Fax: 311 30 59

C Constitución e Inscripción en los Registros Públicos

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

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

En cumplimiento de la Ley General de Sociedades, la Compañía adecuó su pacto social y su estatuto social a los requisitos de esta ley mediante escritura pública de fecha 18 de febrero de 1998 otorgada ante 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 de fecha 08 de noviembre del 2006, y Escritura complementaria del 12 de febrero del 2007, expedida ante el Notario de Lima Dr. Eduardo Laos De Lama, UNIÓN DE CERVECERÍAS PERUANAS BACKUS Y JOHNSTON S.A.A., absorbió por fusión a COMPAÑÍA CERVECERA DEL SUR DEL PERÚ S.A., VIDRIOS PLANOS DEL PERÚ S.A, INMOBILIARIA PARIACHI S.A, MUÑOZ S.A., CORPORACIÓN BACKUS Y JOHNSTON S.A., BACKUS & JOHNSTON TRADING S.A., EMBOTELLADORA SAN MATEO S.A., INVERSIONES NUEVO MUNDO 2000 S.A. Y QUIPUDATA S.A., asumiendo por este acto UNIÓN DE CERVECERÍAS PERUANAS BACKUS Y JOHNSTON S.A.A., el pasivo y el activo de las compañías 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.

D Grupo Económico

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

A continuación la denominación y el objeto social de las principales entidades que lo conforman.

Razón social	Objeto
SABMiller plc SABMiller Latin American Ltd. Rivervale Inc. Bavaria S.A	Corporación Financiera y Holding Inversionista Inversionista Elaboración, embotellado y comercialización de cerveza y bebidas gaseosas
Racetrack Perú S.A. Latin Development S. de R.L. Inversiones Fabe S.A. Cervecería San Juan S.A	Holding Inversionista y prestación de servicios Inversionista 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. Industrias del Envase S.A.	Transporte fluvial y terrestre Fabricación de productos de plástico e impresión de etiquetas
Agro Inversiones S.A.	Comercialización, distribución y fabricación de cebada malteada, sus derivados y otros
Club Sporting Cristal S.A.	Actividades deportivas

E Capital Social

El capital de la sociedad es de 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 del 8.5771% de las acciones Clase B y del 0.2225% del Capital Social.

F 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 del 10% por acción sobre el monto de los dividendos en efectivo, pagados a las acciones Clase "A" por acción; y
- Acciones de Inversión sin derecho a voto.

El número de acciones emitidas por la empresa es el siguiente:

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

G Estructura Accionaria

Acciones Clase A Total Acciones 76,046,495

Accionista	Tenencia	Porcentaje	Nacionalidad
Rivervale Inc	24,987,334	32.8580%	Panameña
Bavaria S.A.	21,794,985	28.6601%	Colombiana
Racetrack Perú S.A.	19,107,549	25.1261%	Bahamas
Inversiones Fabe S.A.	7,782,067	10.2333%	Peruana

Acciones Clase B Total Acciones 2,025,707

Accionista	Tenencia	Porcentaje	Nacionalidad
Berckemeyer Prado, Oscar	770,779	38.0499%	Peruana
Fondo Popular 1 Renta Mixta	177,760	8.7752%	Peruana
Cervecería San Juan S.A.	173,747	8.5771%	Peruana

Acciones de Inversión Total Acciones 569,514,715

Accionista	Tenencia	Porcentaje	Nacionalidad
Racetrack Perú S.A.	505,785,239	88.8099%	Bahamas

H Composición Accionaria

Acciones con derecho a voto

Clase A

Tenencia	N° de Accionistas	% De Participación
Menor al 1%	667	0.53618
Entre 1 - 5%	1	2.58633
Entre 5 - 10%	0	0.0000
Mayor al 10%	4	96.87749
	672	100.0000

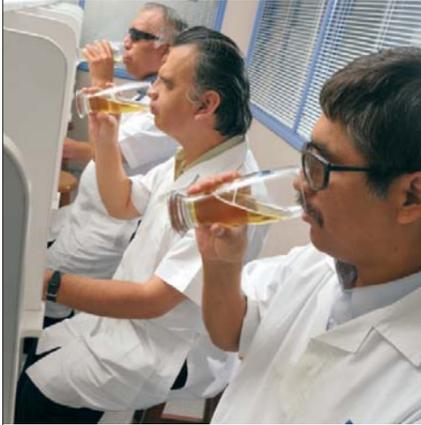
Acciones sin derecho a voto

Clase B

Tenencia	N° de Accionistas	% De Participación
Menor al 1%	1,165	24.06828
Entre 1 - 5%	9	20.52953
Entre 5 - 10%	2	17.35231
Mayor al 10%	1	38.04988
	1,177	100.0000

Acciones de inversión

Tenencia	N° de Accionistas	% De Participación
Menor al 1%	8,939	11.1901
Entre 1 - 5%	0	0.0000
Entre 5 - 10%	0	0.0000
Mayor al 10%	1	88.8099
	8,940	100.0000



DESCRIPCIÓN DE OPERACIONES Y DESARROLLO

A Objeto Social

Constituye su objeto principal 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 en todo lo relacionado con las actividades antes mencionadas.

B 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).

C Plazo de duración

Indefinido

D Evolución de las Operaciones

1. Eventos Importantes

A partir de 1992 iniciamos el Proceso de mejoramiento continuo de la calidad total (PMCT) asesorados por la firma Holos de Venezuela; posteriormente ampliamos nuestro desarrollo en este campo, aprobando planes anuales de calidad de gestión e implantando el sistema de participación total.

La Planta de Ate queda completamente equipada en 1993 con la instalación del Cocimiento, reduciéndose los costos de producción en forma significativa.

En 1994, el grupo de control de CNC decide poner en venta el 62% del capital de dicha empresa. CNC era además accionista mayoritario de Sociedad Cervecera de Trujillo S.A., fabricante de la cerveza Pilsen Trujillo, líder en su región; de Agua Mineral Litinada San Mateo S. A., 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 la incorporación de todas ellas en Backus, la que modifica su denominación por Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S. A.

En 1997 Backus promueve la fusión de Jugos del Norte con Alitec, una procesadora de espárragos y productos vegetales, propietaria de una planta de procesamiento en Chincha y de 300 hectáreas en las pampas de Villacurí, Ica, creándose Agro Industrias Backus S. A.

En vista de la disminución de la demanda y la mayor eficiencia de la Planta Ate, en 1998 se decide suspender las actividades de la Planta Rimac.

Por tener sus acciones cotizadas en Bolsa 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 transforma en una sociedad anónima abierta, controlada por la Comisión Supervisora de Empresas y Valores – Conasev, sujeta a las normas específicas que regulan este tipo de sociedades.

En abril del año 2000, Backus, de conformidad con el contrato celebrado con Corporación Cervesur S. A. A., formuló una oferta pública de adquisición por el 100% de las acciones comunes de Compañía Cervecera del Sur del Perú S. A. A. En la Bolsa de Valores de Lima, 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, adquirió el 100% de las acciones de Embotelladora Frontera S. A., una empresa fabricante de gaseosas en el sur del país con plantas en Arequipa, Cusco y Juliaca, licenciataria de Pepsi Cola y Crush que cuenta con marcas propias como Sandy y que 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., buscando racionalizar sus procesos y fortalecer su posición competitiva en el mercado.

Durante el Ejercicio 2002 el grupo empresarial colombiano Bavaria se convierte en el principal accionista de la Sociedad al adquirir el 44,05% del capital social. Además el grupo inversionista venezolano Cisneros adquiere el 18,87%.

En los ejercicios 2004 y 2005 se ponen en marcha proyectos de creación de valor en todas las áreas de la empresa con el objeto de afrontar la competencia y mejorar la rentabilidad.

Asimismo se decidió centralizar los esfuerzos en el negocio principal y por lo tanto desinvertir en actividades poco rentables, es así como se vendieron las acciones de Corporación Novasalud S.A., Embotelladora Frontera S.A. y con ella Corporación Boliviana de Bebidas y Agro Industrias Backus S.A.



En octubre del 2005 el grupo Bavaria se integra al grupo SABMiller, posteriormente este grupo adquiere también la participación del grupo Cisneros en Backus. En tal virtud Backus se incorpora al segundo grupo cervecero del mundo e inicia un proceso de integración.

En el Proceso de Integración que se inició en el año 2006 se definió la visión, misión y valores de Backus alineándolos con los de SABMiller. Es así que se acordó tener como:

Visión: ser la empresa en el Perú más admirada por:

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

Misión: poseer y potenciar las marcas de bebidas locales e internacionales preferidas por el consumidor; y como:

Valores: nuestra gente es nuestra ventaja más duradera; que la responsabilidad es clara e individual; que trabajamos y ganamos en equipo; que entendemos y respetamos a nuestros clientes y consumidores; y que nuestra reputación es indivisible.

Luego se establecieron los 5 pilares de la nueva organización los que integrados establecen una base que permite orientar y sostener juntos nuestro desarrollo futuro. Estos han sido difundidos a todo el personal de la empresa y son los siguientes:

Crecimiento con las Marcas: creación de un portafolio de marcas bien comercializadas y marketeadas en todos los canales para todas las ocasiones de consumo, que permitan incremento de los volúmenes y precios, buscando el crecimiento del ingreso, maximizando la combinación volumen/precio, que le provee a la empresa un portafolio balanceado de marcas y comercialización por canal.

Competitividad: todas las funciones de la empresa deben estar focalizadas en asegurar que, en todo lo que hacemos, somos mejores que la competencia (bebidas alcohólicas en general). Esto nos llevará a asegurar la preferencia por nuestras marcas.

Calidad Total: Las marcas deben tener la mejor calidad posible, asegurando que la calidad del producto sea óptima hasta el momento del consumo y que nuestros procesos aseguren la calidad total de las actividades de la empresa.

- Reforzar la calidad de nuestras marcas y empaques.
- Mejorar la calidad de nuestro servicio hasta el consumidor final.

Control de Costos: ser el producto de más bajo costo y tener la ruta hacia el mercado más eficiente, brindando un servicio por encima de las expectativas, controlando en todos los procesos, eliminando el desperdicio y los costos que no agregan valor.

- Implementar reportes empresariales que faciliten la gestión de las áreas y toma de decisiones.
- Optimizar la gestión de nuestra cadena de suministro.
- Implementar nuevos procedimientos de control interno.

Desarrollo Sostenible: hacer lo correcto y volver a hacerlo mejor.

- Dar las oportunidades a los trabajadores para hacer su trabajo responsablemente.
- Crear una cultura para que todos los trabajadores sean el “Gerente General” de su puesto de trabajo.
- Generar una cultura de alto desempeño, con personal desarrollado y entrenado para alcanzar niveles de excelencia de Clase Mundial.
- Promover una conducta ética en todos nuestros actos.
- Todas nuestras marcas deben ser las preferidas en todas las ocasiones de consumo.
- Debemos ser el proveedor principal y preferido de todos nuestros clientes
- Debemos ser la empresa más reconocida debido a nuestra reputación en: Apoyo a la Comunidad, Responsabilidad Social, Gestión Ambiental y Buen Gobierno Corporativo.

- En el punto de venta a través de nuestras marcas desarrollando nuevas estrategias de segmentación y gestión de los canales de distribución.
- Implementar sistemas integrados de información.
- Implantar el Human Resources Way para mejorar nuestro proceso de adquisición de competencias y gestión de talento humano.
- Implementar el Performance Management para impulsar una cultura de alto desempeño.
- Potenciar nuestras prácticas en gobierno y asuntos corporativos.
- Controlar y/o reducir los impactos adversos en materia de medio ambiente, seguridad y salud ocupacional.

Todas estas metas están alineadas 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 los trabajadores deberán alcanzar con ayuda del nivel inmediato superior y bajo un seguimiento permanente. El desempeño de un trabajador de línea impacta en los resultados de nivel superior, repitiéndose esto de manera ascendente, hasta alcanzar las Metas, traducidas en los Resultados del Negocio.

Reestructuración Administrativa

Con el objeto de tener una estructura más eficiente y acorde con los estándares de SABMiller se crearon tres nuevas gerencias.

- a) Asuntos Corporativos, cuya misión es agregar valor al negocio construyendo la reputación de la empresa apoyándola en el alcance de sus prioridades estratégicas.
- b) Marketing, como consecuencia del énfasis dado al pilar denominado "Crecimiento con las Marcas".
- c) Distribución, encargada de todos los aspectos vinculados al transporte y reparto de nuestros productos y administración de almacenes y con el objeto de asegurar una óptima atención a nuestros clientes.

Fusión

La Junta General de Accionistas celebrada el 19 de septiembre del 2006 aprobó la Fusión mediante absorción por Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A de Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A, Embotelladora San Mateo S.A, Corporación Backus y Johnston S.A, Quipudata S.A, Backus & Johnston Trading S.A, Inmobiliaria Pariachi S.A, Vidrios Planos del Perú S.A., Muñoz S.A, e Inversiones Nuevo Mundo 2000 S.A.

La fusión proporcionará como mínimo las siguientes ventajas:

- 1) Simplificar la estructura de propiedad de la Sociedad, potenciando los principios de Buen Gobierno Corporativo.
- 2) Potenciar el portafolio y posicionamiento de las marcas.
- 3) Maximizar las sinergias entre la Sociedad, Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A. y Embotelladora San Mateo S.A., al unificar la administración así como la venta y distribución de los productos.
- 4) Posicionar adecuadamente las marcas en los diferentes segmentos del mercado, reducir costos por optimización de uso de plantas, mejorar uso de los recursos y eliminar futuras inversiones innecesarias.
- 5) Racionalizar los recursos de las empresas.
- 6) Simplificar las operaciones del negocio de bebidas.

La fusión permitirá mejorar la rentabilidad del conjunto y la empresa absorbente tendrá un mayor valor que el valor que actualmente tiene en forma individual cada una de las sociedades participantes en la fusión. No obstante se respetará la identidad de cada marca y de cada planta cervecera con su región, buscando aumentar la responsabilidad social en la misma.

2. Descripción del Sector

La industria de cerveza en el Perú produce y comercializa diferentes tipos, marcas y presentaciones de cerveza para satisfacer los gustos de consumidores con distintos hábitos de consumo, según la región y el nivel socioeconómico.

En el mercado cervecero peruano existen básicamente dos tipos de cerveza, blanca y negra. La cerveza blanca tipo "Lager" es el principal producto comercializado por la industria cervecera nacional, mientras que la cerveza negra, también llamada malta, explica su consumo principalmente durante los meses de invierno.

Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. es el líder en el mercado cervecero nacional, con una capacidad instalada de producción de cerveza de 8.6 millones por año.

Backus es el principal abastecedor de cerveza en las regiones norte, centro y sur del país. Cervecería San Juan S.A.A. es la empresa que abastece el mercado en la región amazónica.

Las ventas de cerveza importada representan menos del 1.0% de las ventas realizadas por las cerveceras establecidas en el país.

Las exportaciones de cerveza representan menos del 1% de la producción nacional. Los principales destinos de las exportaciones fueron Estados Unidos de América y Chile.

En mayo del 2005 Compañía Cervecera Ambev Perú S.A.C. inicia sus actividades, comercializando sus productos cerveceros con la marca Brahma en presentaciones no retornables. En julio del 2005 inicia sus actividades productivas fabricando en su planta de Huachipa cerveza Brahma en botellas de vidrio retornable de 630 ml; en el año 2006 amplía el ámbito de comercialización de sus productos a los departamentos de La Libertad, Lambayeque, Piura, Junín, Cusco, Puno, Arequipa, Ucayali, Loreto, Huánuco y San Martín.

Pese a la ampliación territorial del mercado de Compañía Cervecera Ambev SAC, según los estimados de empresas especializadas en investigación de mercado (CCR) y nuestras propias investigaciones, la participación de la cerveza Brahma lejos de aumentar su participación en el mercado se ha reducido a 11.13% del mercado de Lima Metropolitana y a 9.41 % del mercado nacional.

Cervecería Amazónica SAC, de propiedad del alcalde de Pucallpa, Luis Valdez, con una planta cervecera de 200,000 hl de capacidad instalada en Iquitos ha comercializado sus productos principalmente en los departamentos de Loreto, San Martín, Huánuco y Ucayali, obteniendo una participación nacional de aproximadamente el 0.74 %.



En septiembre del año 2007 se pone en funcionamiento una nueva planta de cerveza perteneciente al grupo Añaños, fabricantes de bebidas gaseosas y se inicia la venta de la cerveza Franca, que logra una participación en Lima de 8,33 % y a nivel nacional 9,55%.

La presencia de estas nuevas marcas en el mercado no ha afectado las ventas de la Cervecería, las que como hemos visto en el 2007 crecieron en un 11 % respecto al año anterior.

3.A. Ventas Netas

A continuación consignamos el total de ingresos por rubros de los años 2007 y 2006 (en miles de nuevos soles a valores constantes).

Concepto	2006	2007
Cerveza	1'489,499	1,941,623
Gaseosas	68,228	74,584
Regalías	14,967	19,046
Otros ingresos	40,029	65,657
Total Ventas Netas	1,612,724	2,100,910

En cuanto al monto de la exportación de cerveza precisamos que del monto total anotado en el cuadro anterior corresponden a exportaciones S/. 9,403 mil en el 2007 y S/. 11,895 mil en el 2006 que representa una reducción de 21 %

3.B. Variables Exógenas

No existen variables exógenas que puedan afectar la producción o comercialización de nuestros productos toda vez 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 sustentada contractualmente en forma adecuada.

Nada hace prever la modificación de la política arancelaria ni coyunturas políticas que puedan implicar cambios en las reglas de juego actualmente vigentes, entendiéndose como tal el sistema legal y económico que actualmente sustentan nuestras actividades.

Es importante resaltar el incremento del precio de la cebada y malta importadas debido a la demanda comercial como resultado de la expansión de los mercados de China e India así como la reconversión diaria agrícola destinada anteriormente al sembrío de cebada y trigo por azúcar destinada a la fabricación de etanol.

4. Principales Activos

Los principales Activos de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A son sus marcas (Cristal, Pilsen Callao, Cusqueña, Pilsen Trujillo, San Mateo, Guaraná, Saboré, etc.), sus plantas industriales de Ate- Vitarte, Trujillo y Motupe que incluye terrenos, obras civiles, maquinarias y equipos dedicados a la elaboración y embotellamiento de cerveza; los inmuebles, vehículos, botellas y cajas plásticas destinadas a la comercialización de nuestros productos e inversiones en valores.

Al 31 de diciembre del 2007 ningún activo de la compañía se encuentra gravado.

5. Trabajadores en Planillas al 31 de diciembre del 2006 y al 31 de diciembre del 2007

	Al 31-12-2006			Al 31-12-2007		
	CPI*1	CPF*2	Total	CPI*1	CPF*2	Total
Ejecutivos	49	0	49	51	0	51
Funcionarios	109	6	115	109	11	120
Empleados	575	82	657	516	161	677
Operarios	543	196	739	569	163	732
Total	1276	284	1560	1245	335	1580

* 1 Con contrato a plazo indeterminado

* 2 Con contrato a plazo fijo

	Al 31-12-2006			Al 31-12-2007		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Ejecutivos	48	1	49	50	1	51
Funcionarios	107	8	115	109	11	120
Empleados	514	143	657	537	140	677
Operarios	739	0	739	732	0	732
Total	1408	152	1560	1428	152	1580

PROCESOS JUDICIALES, ADMINISTRATIVOS O ARBITRALES NO RUTINARIOS

Procedimientos tributarios

Se encuentran en proceso de reclamación ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, acotaciones relacionadas con el Impuesto General a las Ventas por los ejercicios 1997, 1998, 1999, 2000, 2001 y 2002 por miles de S/. 13,086 más intereses y multas originadas en Impuesto General a las Ventas de esos ejercicios por miles de S/. 44,238; por Impuesto a la Renta por los años 1997, 1998, 1999, 2000, 2001 y 2002 por miles de S/. 30,086 más intereses y multas originadas por Impuesto a la Renta de esos ejercicios por miles de S/. 95,493 y, por Impuesto Selectivo al Consumo del año 2002 por miles de S/. 401 más intereses y multas originadas en Impuesto Selectivo al Consumo de ese año por miles de S/. 2,625. Asimismo, se encuentran en proceso de reclamación acotaciones ante diversas Municipalidades por Impuesto Predial y Arbitrios por miles de S/. 1,800, que incluye intereses y multas.

En opinión del tributarista Luis Hernández Berenguel encargado de la defensa de la sociedad en los procesos seguidos ante la administración tributaria existen grandes posibilidades que la mayoría de los montos acotados en las resoluciones de determinación que dan origen a las acotaciones indicadas en el párrafo anterior queden sin efecto por disposición del Tribunal Fiscal. Asimismo, como consecuencia de una reciente Jurisprudencia del Tribunal Fiscal, dictada en un caso similar, uno de los reparos más importantes por Impuesto a la Renta de los años 2000, 2001 y 2002, debería quedar sin efecto. En caso de no ser así, la Gerencia General estima que el resultado no tendría un efecto sustancial adverso para la sociedad.

Procesos Civiles

1. El Ministerio de Educación ha presentado una demanda por US\$ 12 millones en contra de la Cervecería y otros, por supuesta responsabilidad en los daños sufridos en monumento histórico "Intihuatana" causado por la caída de una grúa sobre la piedra cuando filmaban un comercial para la marca Cusqueña. En opinión de los abogados encargados de nuestra defensa en este asunto, esta demanda debe ser desestimada en cuanto a la Cervecería.

2. Oscar Berckemeyer Prado, titular de acciones clase "B", ha iniciado una demanda en la que solicita la nulidad de la resolución de CONASEV que declaró infundado su pedido para que se deslisten las acciones clase "B", y que como consecuencia del deslistado, la Cervecería adquiera estas acciones a un precio aún no determinado.

En opinión de los asesores legales externos esta demanda no tiene probabilidades de ser declarada fundada por carecer de sustento.

3. Además, se encuentran en trámite procesos de indemnización por daños y perjuicios iniciados por terceros por S/. 4'850,000.00 aproximadamente, las que de acuerdo a los asesores legales de la cervecería deben ser declaradas infundadas por carecer de sustento.

4. Los señores Oscar Berckemeyer Prado y Yolanda Angélica Quispe Arata, accionistas minoritarios de la compañía, han demandado ante el Quinto Juzgado Civil Sub Especialidad Comercial de la Corte Superior de Justicia la nulidad de los acuerdos adoptados en la Junta General de Accionistas celebrada el 19 de septiembre del 2006.

La demanda pretende: (I) La nulidad del acuerdo de fusión entre Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. y las empresas: Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A., Embotelladora San Mateo S.A., Corporación Backus y Johnston S.A., Backus y Johnston Trading S.A., Vidrios Planos del Perú S.A., Inmobiliaria Pariachi S.A. Muñoz S.A., Inversiones Nuevo Mundo 2000 S.A. y Quipudata S.A., y (II) La nulidad de los demás acuerdos adoptados en la referida Junta. También han sido demandadas las demás empresas que participan en la fusión.

En opinión de los destacados juristas en temas societarios doctores Oswaldo Hundskopf Exebio del Estudio Sparrow, Hundskopf & Villanueva Abogados, Juan Guillermo Lohmann y Juan Del Busto del Estudio Rodrigo, Elías & Medrano Abogados y José Antonio Payet Puccio y Daniel Abramovich Ackerman del Estudio Payet, Rey, Cauvi Abogados, la pretensión carece de sustento legal por lo siguiente:

- A. La aprobación de la fusión no ha implicado la vulneración en forma alguna los derechos particulares que el estatuto social de Backus concede a las Acciones B.
- B. De conformidad con lo establecido en la Quinta Disposición Transitoria de la Ley General de Sociedades, las Acciones B se rigen por lo establecido en el estatuto social de Backus y en los artículos 108° y 109° de la Anterior Ley General de Sociedades por tratarse de acciones creadas con anterioridad a la entrada en vigencia de la actual Ley General de Sociedades. Por lo tanto, a las Acciones B no le resulta de aplicación el artículo 97° de la Ley General de Sociedades ni la interpretación que hace de dicha norma la Resolución CONASEV N° 024-2006-EF/94.10.
- C. Backus no cuenta con acciones de propia emisión reguladas por el artículo 104° de la Ley General de Sociedades. Las sociedades controladas por Backus o por la sociedad matriz de Backus no tenían la obligación de vender la Autocartera Indirecta.
- D. La falta de suministro de información a la que se refiere el artículo 130° de la Ley General de Sociedades, no constituye causal de nulidad de un acuerdo societario. No obstante, Backus sí cumplió conforme a la Ley General de Sociedades con suministrar la información solicitada por el señor Óscar Berckemeyer Prado y por el señor Mariano Prado Miró Quesada.
- E. La fusión es una operación de reorganización societaria que no afecta los derechos particulares correspondientes a las acciones B. Por tanto, este es un acuerdo que no requiere la realización de una junta especial de titulares de acciones B, sino que debe ser aprobado en junta general de accionistas con la participación y voto tanto de los titulares de Acciones B como de las acciones de la clase A de Backus, como en efecto lo fue.

F. Carece de sustento la afirmación de los Demandantes en el sentido que con motivo de la fusión Backus habría ampliado su objeto social sin haber sido ese punto objeto de convocatoria. Por lo demás, de conformidad con la LGS, con motivo de la realización de una fusión la sociedad absorbente asume patrimonios y no objetos sociales.

Procesos Administrativos

Procedimiento administrativo iniciado por Compañía Cervecera Ambev Perú S.A.C. (en adelante, "Ambev") contra la sociedad por presuntas infracciones a las normas sobre libre competencia, en el extremo referido a una negativa injustificada de trato o la creación de barreras estratégicas a la entrada en el mercado.

Denuncia interpuesta por Ambev

Ambev sostiene en su denuncia que el Grupo Backus ostenta una posición de dominio en el mercado peruano de cerveza, y que para defender tal posición, entre otras cosas, intenta impedir o retrasar injustificadamente su ingreso al mercado negándole el acceso a un supuesto Sistema de Intercambiabilidad de Envases que vendría funcionando en el mercado desde hace varios años (en adelante "Sistema"). Ambev alega que este supuesto Sistema permitiría a los consumidores intercambiar sus envases vacíos de 620 ml de una marca de cerveza de un origen empresarial por envases llenos de idénticas características de otra marca de distinto origen empresarial, sin incurrir en los costos de mantener tantos juegos de envases como marcas les interese consumir.

Adicionalmente, Ambev ha señalado que los envases en cuestión llevan grabados un logotipo que fuera originalmente registrado como una marca colectiva a favor del Comité de Fabricantes de Cerveza de la SNI, el cuál impediría su inserción en el Sistema, en tanto dicha empresa no sea admitida como miembro al Comité de Fabricantes de Cerveza, siendo que esto último le habría sido negado injustificadamente por las empresas denunciadas que son las únicas que integran en la actualidad el referido comité gremial.

Por último, Ambev ha denunciado a la Empresa por haber celebrado contratos de exclusividad con determinados puntos de venta, alegando que dicha práctica tendría un efecto exclusorio sobre la competencia.

Inicio del procedimiento

La Comisión, en su Resolución No. 010-2004-INDECOPI/CLC, admitió a trámite la denuncia de Ambev y dictó medidas cautelares con el objetivo de impedir la transferencia de la marca colectiva constituida por el logotipo grabado en los envases y la modificación de las disposiciones del estatuto y del Reglamento de Uso de Marcas Colectivas del mencionado comité.

Posición del Grupo Backus

El Grupo Backus ha negado la existencia del Sistema, sosteniendo que los envases de cerveza retornables que circulan en el mercado, son bienes tangibles de propiedad del Grupo Backus y que forman parte de su red de comercialización. Siendo ello así, es facultad de las empresas del Grupo Backus excluir a terceros de su uso y libremente decidir con quién contratar y en qué términos contratar. La fuente de la obligación de intercambiar sólo puede ser la ley o el acuerdo de voluntades. En este caso, no existen ni lo uno ni lo otro. Actualmente, los referidos envases son compartidos por las empresas del grupo como resultado de acuerdos de colaboración empresarial comunes a este tipo de conglomerados empresariales.

Adicionalmente, el Grupo Backus ha afirmado que para que su red de comercialización opere adecuadamente, con la debida fluidez y la eficiencia que la caracteriza, el grupo requiere, entre otros elementos, de determinadas cantidades de envases vacíos colocados en los distintos puntos de la cadena en todo el territorio nacional, lo cual es parte del know-how desarrollado por las empresas del Grupo Backus a lo largo de los años.

Asimismo, la Empresa ha señalado que el envase en cuestión fue creado por las empresas que hoy conforman el Grupo Backus, las mismas que han sido las únicas que lo han empleado en el mercado peruano durante varias décadas, por lo que hoy el envase es ampliamente asociado por los consumidores con una calidad de producto y un origen empresarial específicos, por lo que detrás de la pretensión de Ambev existiría un intento injustificado de aprovecharse de las inversiones y de la reputación comercial ajena, con el propósito velado de subsidiar su ingreso al mercado.

En lo que concierne a la celebración de contratos de exclusividad, la Empresa ha proporcionado información relevante y sostenido que dicha práctica se ajusta a los estándares comerciales comunes de la industria nacional e internacional.

Por otro lado, el Grupo Backus impugnó ante la Sala de Defensa de la Competencia del Tribunal del INDECOPI las medidas cautelares dictadas por la Comisión. En su Resolución No. 0282-2004/TDC-INDECOPI, del 2 de julio de 2004, la referida Sala revocó las medidas cautelares en cuestión por falta de verosimilitud en el derecho invocado por Ambev y de peligro en la demora en la resolución definitiva del proceso. En opinión de la Sala, "...no existen indicios suficientes y razonables que permitan apreciar en la conducta de Backus -destinada a cautelar los envases con los que realiza sus actividades económicas y excluir a otros agentes de su probable uso no autorizado- un ejercicio abusivo de su posición de dominio, destinada a obstaculizar el ingreso y la operación de nuevos entrantes (...) lo que se aprecia es la conducta de un grupo económico destinada a proteger activos que considera de su propiedad, sin que exista referencia alguna a la necesidad insustituible de utilizar un sistema de intercambiabilidad de envases como condición indispensable de acceso al mercado".

Estado del procedimiento

A la fecha de elaboración de la presente opinión legal, el procedimiento administrativo ante INDECOPI se encuentra en su fase instructiva.

Sanciones previstas por el Decreto Legislativo N° 701

De conformidad con lo señalado en el Decreto Legislativo N° 701, norma que dispone la eliminación de las prácticas monopólicas, controlistas y restrictivas de la libre competencia, en caso la Comisión determinase la existencia de una práctica anticompetitiva dentro de un procedimiento de investigación, podrá ordenar a las empresas o entidades infractoras que se abstengan de continuar los actos que motivaron la denuncia. Adicionalmente, la Comisión podría imponer a los infractores las siguientes multas:

(i) Si la infracción fuese calificada como leve o grave, una multa de hasta mil (1,000) UIT (S/. 3'300,000.00) siempre que no supere el 10% de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, correspondientes al ejercicio inmediato anterior a la resolución de la Comisión.

(ii) Si la infracción fuera calificada como muy grave, podrá imponer una multa superior a las mil (1,000) UIT, siempre que la misma no supere el 10% de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, correspondientes al ejercicio inmediato anterior a la resolución de la Comisión.



Tomando en cuenta los argumentos de defensa de la Empresa, la modalidad de las infracciones denunciadas y la posibilidad de un aprovechamiento injustificado de las inversiones de la Empresa por parte de un competidor, en opinión del Estudio Payet Rey Cauvi Abogados, es poco probable que el INDECOPI declare la existencia de una infracción sancionable en el extremo referido al presunto intento de impedir o retrasar injustificadamente el ingreso de Ambev al mercado negándole el acceso a un supuesto Sistema de Intercambiabilidad de Envases. Por otro lado, tomando en cuenta que el INDECOPI sólo ha impuesto como máximo multas de hasta 450 UIT en casos referidos a prácticas de concertación de precios (per se ilegales a nivel internacional y generalmente consideradas como una infracción muy grave), en caso que el INDECOPI declarase la existencia de una infracción sancionable en el procedimiento antes reseñado, en nuestra opinión la posibilidad de que la multa a imponerse llegue al máximo legal equivalente al 10% de los ingresos brutos por ventas del ejercicio anterior, es poco probable.

La opinión legal citada se limita únicamente a detallar el estado del procedimiento y las posibles sanciones que pudiesen imponerse a la Empresa en caso la Comisión de Libre Competencia del INDECOPI (en adelante, la "Comisión") determinase la existencia de una conducta sancionable y está basada en un análisis de la documentación e información proporcionada por la Empresa, las normas legales peruanas aplicables al procedimiento en mención y las últimas resoluciones emitidas por los órganos funcionales del INDECOPI relacionadas con investigaciones por supuestas infracciones al Decreto Legislativo N° 701, por lo tanto no se pronuncia respecto al efecto que pudiese tener en la Empresa una decisión desfavorable por parte de la Comisión ni debe ser entendida ni interpretada como una garantía de un resultado en el caso particular materia de la misma.

DIRECTORES Y PLANA GERENCIAL

A. DIRECTORES

Alejandro Santo Domingo Dávila	Presidente	desde	2002
Manuel Romero Caro	Vicepresidente	desde	2004
Carlos Bentín Remy	Director	desde set.	2004
Darío Castaño Zapata	Director	desde dic.	2005
Juan Carlos García Cañizares	Director	desde	2003
Luis Eduardo García Rosell Artola	Director	desde dic.	2005
Felipe Osterling Parodi	Director	desde	2004
José Antonio Payet Puccio	Director	desde dic.	2005
Carlos Pérez Dávila	Director	desde	2002
Robert Priday Woodworth	Director	desde dic.	2005
Mauricio Restrepo Pinto	Director	desde	2003
Barry John Kingsley Smith	Director	desde dic.	2005

B. RESEÑA DIRECTORES

Carlos Bentín Remy

Gerente General de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. desde 1989 hasta el año 2004. Licenciado en Administración por la Universidad del Pacífico. Asimismo, obtuvo el título de MBA en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México, en 1971. Participó en el Programa de Alta Dirección de la Universidad de Piura en 1992 y en el Programa Ejecutivo en Cervecerías en el United States Breweries Academy. Siguió el curso de Defensa Nacional en el CAEM en el año 1977.

Darío Castaño Zapata

De nacionalidad colombiana, se graduó en la Universidad de Antioquia, Medellín de Ingeniero Químico. En 1967 se inició como docente universitario en la Escuela de Negocios de Medellín (EAFIT). En 1970 participó en un Programa de Gerencia en Administración, en Italia. En noviembre de 1971 ingresó a Cervecería Unión en Medellín. En 1972 es enviado a estudiar al Siebel Institute of Technology of Chicago. En Cervecería Unión se desempeñó en diversos puestos en el área técnica y asumió también cargos de dirección hasta 1985 en que se le encomendó la Gerencia de Compañía de Cervezas Nacionales en Ecuador. Entre 1990 y 1994 le asignan la Dirección General de una compañía de procesamiento de aluminio del Grupo Bavaria. A principios de 1995 pasa a dirigir Cervecerías en Portugal y España hasta el año 2000 en que fue designado Vicepresidente de Manufactura en Bavaria S.A., Colombia. Entre 2001 y 2004 asume la dirección de Cervecería Nacional de Panamá. Desde el 16 de octubre de 2004 a diciembre del 2005 se desempeñó como Gerente General de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A, siendo nombrado en el mismo mes de diciembre Director de la Sociedad.



Juan Carlos García Cañizares

Colombiano de nacimiento, ingeniero industrial por la Universidad Javeriana, con estudios de desarrollo gerencial en IMD en Lausana, Suiza. Se ha desempeñado como asociado de Banca de Inversión en Corredores Asociados S. A. Fundó Estrategias Corporativas S. A. en 1992, firma dedicada a asesoría y banca de inversión en fusiones y adquisiciones en la Región Andina, con más de US\$ 2 mil millones en transacciones en la región. Fue Presidente de Valores Bavaria Interne Inc. y ha sido miembro de las Juntas Directivas de Cervecería Águila S.A., Malterías de Colombia S. A., Re Colombia S. A. y TV Cable Ltda.

Luis Eduardo García Rosell Artola

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

Felipe Osterling Parodi

Nacido en Lima, Perú, en 1932. Admitido en el Colegio de Abogados de Lima en 1955. Grado Académico de Doctor en Derecho. Educación en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Post-grado Universidad de Michigan y Universidad de Nueva York 1955 - 1956. Profesor Principal, Pontificia Universidad Católica del Perú 1957. Profesor Extraordinario, Universidad de Lima 1988. Profesor conferencista en las Universidades de Notre Dame, Harvard, Georgetown, Nueva York y Columbia. Presidente de la Comisión Reformadora del Código Civil 1971 - 1984. Vice Presidente de la Academia Peruana de Derecho (30 miembros). Miembro de la Sociedad Peruana de Derecho Internacional. Ex Decano de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú 1969 - 1972. Ex Ministro de Justicia 1980 - 1981. Ex Senador de la República 1985 - 1992. Ex Presidente del Senado y del Congreso de la República 1991 - 1992. Ex Decano del Colegio de Abogados de Lima 1995. Autor de numerosas obras y tratados, así como de diversos artículos fundamentalmente sobre temas jurídicos. Socio Principal del Estudio Osterling Sociedad Civil.

José Antonio Payet Puccio

José Antonio Payet Puccio es abogado graduado de la Pontificia Universidad Católica del Perú y Master en Derecho de la Universidad de Harvard. 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.

Carlos Alejandro Pérez Dávila

Director Gerente Senior de Violy, Byorum & Partners (VB&P). Empezó su carrera en banca de inversión en 1985 en Goldman, Sachs & Company. De 1988 a 1994, cuando residía en Londres, trabajó para S. G. Warburg & Co. donde alcanzó la posición



de Director de la firma en la División de Consultoría Internacional. En S. G. Warburg era responsable principalmente por las actividades de banca de inversión de la firma en el norte de Sudamérica, incluyendo Venezuela, Colombia, Ecuador y Perú. En 1994 dejó S. G. Warburg para concentrarse en el desarrollo de nuevas oportunidades de inversión, incluyendo el establecimiento de un nuevo banco comercial en Colombia, así como la creación en asociación con una muy conocida compañía de telecomunicaciones de Estados Unidos, de una compañía que actualmente ofrece un servicio celular digital en Colombia. En 1995 ingresó a la compañía de telecomunicaciones BellSouth como Vicepresidente de Desarrollo de Negocios en Latinoamérica. En BellSouth, era uno de los miembros senior del equipo que diseñó e implementó la entrada de BellSouth en el mercado celular de Brasil. En VB&P, sus principales responsabilidades son apoyar en la estructuración e implementación de nuevas áreas de negocios: banca mercantil (capital privado) y servicios de asesoría en inversiones. Colombiano de nacimiento, obtuvo su grado en Gobierno y Economía en la Universidad de Harvard y el Master de Filosofía en Economía y Política en la Universidad de Cambridge, en Inglaterra. Es miembro del directorio de Bavaria, Valores Bavaria, Caracol TV, Avianca y Compañía Nacional de Cervezas de Panamá.

Robert Priday Woodworth

Nacido en Inglaterra Realizó sus estudios en Sudáfrica e Inglaterra en Administración de Empresas, Finanzas, Marketing y Tecnología de la Información. Labora desde hace 23 años en el Grupo SABMiller. Desde mayo de 1982 hasta junio de 1988 ocupó diferentes cargos en el área de Finanzas de South African Breweries (Sudáfrica) Posteriormente, en julio de 1988, fue nombrado Gerente del Proyecto Financiero nacional en SAB. En agosto de 1990 asumió la Gerencia de Finanzas de North Region South African Breweries en Sudáfrica. En septiembre de 1991 fue designado Gerente General de Ventas y Distribución de la misma empresa hasta noviembre de 1995 ocupó el cargo de Director de Distribución de South African Breweries (Sudáfrica). En agosto de 1997 ingresó a la Kompania Piwowarska en Polonia como Vice-Presidente de Desarrollo de Marketing, Ventas y Distribución. A partir de setiembre de 1999 se desempeñó como Presidente y Director Gerente de Saris AS en Eslovaquia. Desde diciembre de 2001 asumió el cargo de Presidente y CEO de Cervecería Hondureña y compañías afiliadas. Desde enero de 2006 se desempeña como Gerente General de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.

Mauricio Restrepo Pinto

Colombiano de nacimiento, graduado en Economía y Matemáticas por la Universidad de Tufts. Obtuvo su MBA en el Harvard Business School. Trabajó dos años en el área de fusiones y adquisiciones del JP Morgan en la ciudad de Nueva York. Posteriormente fue Vicepresidente Financiero de Sofasa y Vicepresidente Comercial de Toyota en la misma empresa. Trabajó dos años como Vicepresidente Financiero de Pavco S. A. y luego fue nombrado Chief Operating Officer del Grupo Random House Mondadori con sede en la ciudad de Buenos Aires.

Manuel Romero Caro

Economista y Administrador de Empresas de la Universidad del Pacífico, con Master en Economía en el Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, EE.UU. 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 Jوسفel, Bandesco, Empresa Promotora Bayóvar, La Papelera Peruana, Papelera Pucallpa, Celusósica Papelera del Norte. Asimismo se ha desempeñado como Decano del Colegio de Economistas del Perú y presidente del directorio de Corporación Nacional de Desarrollo.

También ha sido Ministro de Estado en el despacho de Industria, Comercio, Turismo e Integración y representante Titular del Perú ante la Corporación Andina de Fomento, Junta del Acuerdo de Cartagena, Sistema Económico Latinoamericano y Asociación Latinoamericana de Integración. Actualmente es Presidente de la Corporación Gestión S.A. (que conforman Diario Gestión, Gestión Médica y CPN Radio). Miembro de la Junta Directiva de "Alianza para un Perú sin Drogas".

Desde marzo del 2004 es miembro del directorio de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. habiendo sido nombrado Vicepresidente del Directorio de la Sociedad el 15 de septiembre del 2004.

A partir de febrero del 2005, Director de la American Chamber of Commerce of Perú.

Alejandro Santo Domingo Dávila

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. Es miembro del Directorio de Bavaria, Valores Bavaria, BellSouth Colombia, Avianca, Caracol TV, Media Capital, UCP Backus y Johnston y Compañía Nacional de Cervezas de Panamá.

Barry John Kingsley Smith

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

Realizó estudios en la Universidad de Stellenbosch (Sudáfrica) y en la Universidad de Sudáfrica; así como tiene un MBA en la Universidad de Harvard.

C. PLANA GERENCIAL

Robert Priday Woodworth		
Licenciado en Negocios	Gerente General	2006
Luis Eduardo García Rosell Artola		
Ingeniero Industrial	Gerente de Finanzas	2004
Piotr Marian Jurjewicz Blaszk		
MBA	Gerente de Marketing	2006
Carlos H. Fernández Alvarado		
MBA	Gerente de Ventas	2007
Francisco Mujica Serelle		
Abogado	Asesor Legal	1963
Augusto Rizo Patrón Bazo		
Especialista en Transportes	Gerente de Distribución	2006
Ricardo Roca Rey Cisneros		
Administrador de Empresas	Gerente Cadena de Suministro	1988
Bret Rogers		
Administrador de Empresas	Gerente de Recursos Humanos	2006
Salomón Tuesta Atala		
Ingeniero Industrial	Gerente de Manufactura	1993
Fernando Zavala Lombardi		
Economista	Gerente Asuntos Corporativos	2006

D. RESEÑA DE LOS PRINCIPALES EJECUTIVOS DE LA EMPRESA

Piotr Marian Jurjewicz Blaszk

Gerente de Marketing desde abril de 2006. Graduado en Lingüística por la Universidad Adam Mikiewicz de Polonia. Obtuvo el grado de MBA de la Universidad Nottingham Trent en 1996.

Ha trabajado en el área de marketing en SABMiller desde 1996. Antes de su llegada al Perú se desempeñó como Vicepresidente de Marketing de la subsidiaria de SABMiller en Rumania, de setiembre de 2004 a marzo de 2006.

Carlos Habencio Fernández Alvarado

Vicepresidente de Ventas desde Setiembre 2007, posee un MBA en la Escuela de Negocios Internacionales INCAE, además es Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Autónoma de Guadalajara de México.

Viene de la Operación SABMILLER en Honduras, donde se desempeñó como Vicepresidente de Ventas y Distribución durante los últimos cinco años, anteriormente ocupó el cargo de Gerente General de la División de Bebidas Carbonatadas en Cervecería Hondureña.

Su destacada trayectoria le ha permitido ganar una vasta experiencia en el negocio, habiendo contribuido decisivamente en importantes proyectos como la introducción de la Dirección de Canales en Honduras.

Francisco Mujica Serelle

Asesor Legal de UCPBJ desde 1963. Abogado graduado por la Universidad de San Marcos en 1963. Ha participado en el Programa de Alta Dirección de la Universidad de Piura en 1983 y fue Presidente de Directorio de Aeroperú de 1985 a 1988.

Augusto Rizo Patrón Bazo

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

Ricardo Roca Rey Cisneros

Gerente de Logística desde 1988, graduado en Administración de empresas por la Universidad de Lima en 1971. Participó en el Curso Integral de Administración de IPAE en 1973. Asimismo, ha participado en el Programa Ejecutivo en Cervecerías dictado por el United States Breweries Academy, Nueva York, en 1981, el Programa Inter Maltng & Brewing Tech en Canadá en 1989 y en el Programa de Alta Dirección de la Universidad de Piura de 1993. Ha sido Jefe de Logística y Gerente de Administración de Cervecería del Norte S.A de 1974 a 1985.

Bret Rogers

Gerente de Recursos Humanos desde marzo del 2006. Graduado en Administración de Negocios, con mención en Finanzas en la California State University. Obtuvo los grados de Master of International Management y Master of International Economic Policy, en la American Graduate School of International Management, Thunderbird Campus y Universidad de Belgrano, Argentina, respectivamente.

Se desempeñó como Director de Logística Management en Cervecería Hondureña durante 5 años; así como miembro del Directorio durante 2 años.

Salomón Tuesta Atala

Gerente de Manufactura desde 1995. Graduado en Ingeniería industrial por la Universidad Nacional de Ingeniería. Ha participado en el Programa de Alta Dirección de la Universidad de Piura en 1993. Trabajó en Cervecería San Juan S. A. desde 1972 hasta 1991 como Primer Cervecerero y Director de Producción y Gerente General. Se encuentra en UCPBJ S.A.A. desde 1991.

Fernando Zavala Lombardi

Gerente de Asuntos Corporativos desde setiembre del 2006. Economista de la Universidad del Pacífico con Maestría en Dirección de Empresas por la Universidad de Piura y Maestría en Negocios por la Universidad de Birmingham en Inglaterra. Ha sido Ministro de Economía del Perú entre agosto del 2005 y julio del 2006. También ha sido Viceministro de Economía y Gerente General del Indecopi, Presidente de Proinversión y Fonafe y ha sido Director de Cofide, Promperú, Corporación Andina de Fomento, CONADE.

Es profesor en la Universidad del Pacífico, Universidad San Martín de Porres y la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

E. GRADOS DE VINCULACIÓN

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.

F. Los Directores independientes de la sociedad son los señores:

Carlos Bentín Remy
Manuel Romero Caro
Felipe Osterling Parodi

G. El porcentaje que representa el monto total de las remuneraciones de los miembros del Directorio y de la plana gerencial, respecto al nivel de ingresos brutos según los estados financieros de la sociedad es de 1.1987%.



CAMBIOS EN LOS RESPONSABLES DE LA ELABORACIÓN Y REVISIÓN DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA

En el ejercicio 2003 se designó como Auditores Externos a los Contadores públicos Dongo-Soria Gaveglio y Asociados, firma miembro de Pricewaterhouse Coopers, para el Ejercicio 2003. Tal designación fue ratificada para los ejercicios 2004, 2005 y 2006

Declaramos que los auditores externos no han emitido durante el ejercicio materia de la presente Memoria una opinión o salvedad negativa acerca de los estados financieros de la sociedad o sobre las personas sobre las que se ejerce control.

COTIZACIONES MENSUALES DE LOS VALORES INSCRITOS EN EL REGISTRO PÚBLICO DEL MERCADO DE VALORES

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

Renta Variable



Código ISN	Nemónico	Año-mes	Cotizaciones 2007				Precio promedio
			Apertura	Cierre	Máxima	Mínima	
			S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
PEP218021108	BACKUAC1	2007-01	--	--	--	--	--
PEP218021108	BACKUAC1	2007-02	--	--	--	--	--
PEP218021108	BACKUAC1	2007-03	--	--	--	--	--
PEP218021108	BACKUAC1	2007-04	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
PEP218021108	BACKUAC1	2007-05	--	--	--	--	--
PEP218021108	BACKUAC1	2007-06	--	--	--	--	--
PEP218021108	BACKUAC1	2007-07	--	--	--	--	--
PEP218021108	BACKUAC1	2007-08	--	--	--	--	--
PEP218021108	BACKUAC1	2007-09	78.00	80.00	80.00	78.00	79.46
PEP218021108	BACKUAC1	2007-10	--	--	--	--	80.00
PEP218021108	BACKUAC1	2007-11	--	--	--	--	--
PEP218021108	BACKUAC1	2007-12	--	--	--	--	--
PEP218024201	BACKUBC1	2007-01	36.00	37.00	37.00	36.00	36.50
PEP218024201	BACKUBC1	2007-02	37.00	37.00	37.00	37.00	37.00
PEP218024201	BACKUBC1	2007-03	37.00	37.00	37.00	37.00	37.00
PEP218024201	BACKUBC1	2007-04	40.00	41.50	41.50	40.00	40.02
PEP218024201	BACKUBC1	2007-05	--	--	--	--	--
PEP218024201	BACKUBC1	2007-06	--	--	--	--	30.00
PEP218024201	BACKUBC1	2007-07	--	--	--	--	--
PEP218024201	BACKUBC1	2007-08	36.00	36.00	36.00	36.00	36.00
PEP218024201	BACKUBC1	2007-09	--	--	--	--	32.00
PEP218024201	BACKUBC1	2007-10	35.20	42.00	42.00	35.15	39.30
PEP218024201	BACKUBC1	2007-11	42.00	42.00	44.50	41.00	41.75
PEP218024201	BACKUBC1	2007-12	45.00	44.10	47.00	44.10	44.14
PEP218025000	BACKUS11	2007-01	3.15	3.11	3.33	3.00	3.16
PEP218025000	BACKUS11	2007-02	3.20	3.30	3.44	3.10	3.25
PEP218025000	BACKUS11	2007-03	3.25	3.45	3.50	3.11	3.39
PEP218025000	BACKUS11	2007-04	3.50	3.30	3.52	3.27	3.43
PEP218025000	BACKUS11	2007-05	3.30	2.90	3.31	2.75	3.06
PEP218025000	BACKUS11	2007-06	2.80	2.95	3.00	2.75	2.88
PEP218025000	BACKUS11	2007-07	2.99	2.38	3.44	2.90	3.19
PEP218025000	BACKUS11	2007-08	3.12	2.90	3.12	2.83	2.90
PEP218025000	BACKUS11	2007-09	2.85	3.01	3.01	2.80	2.91
PEP218025000	BACKUS11	2007-10	3.00	3.90	4.00	3.00	3.49
PEP218025000	BACKUS11	2007-11	3.38	3.86	4.10	3.30	3.80
PEP218025000	BACKUS11	2007-12	3.86	3.62	4.15	3.61	3.82

PRINCIPIOS DE BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

I. SECCIÓN PRIMERA: EVALUACIÓN DE 26 PRINCIPIOS

LOS DERECHOS DE LOS ACCIONISTAS

Principios 1 y 2

Cumplimiento

0 1 2 3 4

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

X

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

X

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

NÚMERO

Junta obligatoria anual de accionistas	1
Junta general de accionistas	1

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

FECHA DE AVISO CONVOCATORIA*	FECHA DE LA JUNTA	LUGAR DE LA JUNTA	TIPO DE JUNTA ESP.	GRAL.	QUÓRUM %	Nº DE ACC. ASISTENTES	DURACIÓN INICIO	TÉRMINO
24-02-2007	27-03-2007	Pardo y Aliaga 666 San Isidro	(...)	(..X.)	99.4692%	11 Acc. 10 Rptados	09 am.	10:30 am
06-10-2007	31-10-2007	Asturias 652 Ate	(...)	(..X.)	99.5222%	2 Acc 14 Rptados	08.00 am	08:30pm
			(...)	(...)				

* 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. Detalle.....
 (X..) 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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(...)	(...)	(...)	(...)	

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

(..X.) 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	(...)	(X..)
PARA EL PÚBLICO EN GENERAL	(...)	(X..)

(...) NO CUENTA CON PÁGINA WEB

Principio 3

Cumplimiento

	0	1	2	3	4
					X

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 propios 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.

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 (X..) NO

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

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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(...)	(...)	(...)	(...)	

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

(....) NO SE ENCUENTRAN REGULADOS
 Nota.- No contamos con ningún mecanismo.

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 juntas.

RECIBIDAS	NÚMERO DE SOLICITUDES	
	ACEPTADAS	RECHAZADAS
0	-	-

Principio 4

Cumplimiento

	0	1	2	3	4
					X

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.

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
 (X..) 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	FECHA DE JUNTA	PARTICIPACIÓN (%) SOBRE EL TOTAL DE ACCIONES CON DERECHO A VOTO	
		A TRAVÉS DE PODERES	EJERCICIO DIRECTO
GENERAL			
ESPECIAL			
(..X.)	27-03-2007	99.4649%	0.0043%
(X.)	31-10-2007	99-5221%	0.0001%
(...)			
(...)			
(...)			

Nota.- Recordamos 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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(X..)	(...)	(...)	(...)	

* 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

Cumplimiento

	0	1	2	3	4
--	---	---	---	---	---

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.

*Nota.- Los accionistas de la Sociedad no comparten el temperamento que ofrecer a los titulares de acciones de Inversión o de otro tipo de acciones la posibilidad de canjearlas con acciones comunes constituye un principio de Buen Gobierno Corporativo, ya que la propia Ley General de Sociedades permite la creación de Acciones sin Derecho a Voto. La propia CONASEV fue la que propició la dación de la Ley No 28739-2006, Ley que Promueve el Canje o Redención de las Acciones de Inversión, la misma que establece que facultativamente las sociedades pueden canjear las acciones de inversión por acciones representativas del capital social, con o sin derecho a voto, acciones preferentes, acciones amortizables, etc. En el caso de las acciones de inversión debe recordarse que éstas tienen su origen en la Ley de la Comunidad Industrial que dispuso la expropiación de una parte de la Renta de la empresa que 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, señalamos que la emisión de éstos se encuentra contemplada en la Ley General de Sociedades y que los accionistas que los adquirieron lo hicieron a sabiendas que no tenían derecho a voto, pero sí a un dividendo preferencial.

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

(...) SÍ (X..) NO (...) NO APLICA

Principio 6

Cumplimiento

	0	1	2	3	4
--	---	---	---	---	---

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.

b. Indique el número de directores dependientes e independientes de la EMPRESA¹.

DIRECTORES	NÚMERO
DEPENDIENTES	9
INDEPENDIENTES	3
Total	12

c. Indique los requisitos especiales (distintos de los necesarios para ser director) para ser director independiente de la EMPRESA¹.

Conocimiento y experiencia empresarial
() NO EXISTEN REQUISITOS ESPECIALES

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 del cinco (5%) o más del capital de la entidad emisora.

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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(...)	(...)	(...)	(X.)	Código de Buen Gobierno Corporativo

* 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: ACCIONISTA ^{1/} . DIRECTOR GERENTE	NOMBRES Y APELLIDOS DEL ACCIONISTA ^{1/} / DIRECTOR / GERENTE	AFINIDAD	INFORMACIÓN ADICIONAL ^{2/} .
Carlos Pérez Dávila	(...)	(x..) (...)	Alejandro Santo Domingo	4º grado Consanguinidad Dávila
Alejandro Santo Domingo Dávila	(x)	Carlos A. Pérez Dávila	4º grado	Consanguinidad

1/. Accionistas con una participación igual o mayor al 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 Finanzas	17-12-2003	continúa
Robert Priday Woodworth	Gerente General	01-01-2006	continúa

g. En caso algún miembro del Directorio de la EMPRESA también sea o haya sido durante el ejercicio materia del presente informe miembro de 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
Mauricio Restrepo Pinto	Cervecería San Juan S.A.A.	26-03-2004	Hasta la fecha
		22-12-2005	Hasta la fecha
Luis Eduardo García Rosell Artola	Cervecería San Juan S.A.A.	22-12-2005	Hasta la fecha
	Industrias del Envase S.A.	22-12-2005	Hasta la fecha
Robert Priday Woodworth	Cervecería San Juan S.A.A.	22-12-2005	Hasta la fecha
	Industrias del Envase S.A.	22-12-2005	Hasta la fecha

COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA INFORMATIVA

Principio 7

Cumplimiento

0 1 2 3 4

7. Principio (IV.C, segundo, tercer y cuarto párrafo).- Si bien, por lo general las auditorías externas están enfocadas a dictaminar información financiera, éstas 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 a todos los servicios que la sociedad auditora o auditor presta a la sociedad, especificándose el porcentaje que representa cada uno, y su participación en los ingresos de la sociedad auditora o auditor.

X

a. Indique la siguiente información de las sociedades de auditoría que han brindado servicios a la EMPRESA en los últimos 5 años.

RAZÓN SOCIAL DE LA SOCIEDAD DE AUDITORÍA	SERVICIO*	PERIODO	RETRIBUCIÓN**
Dongo-Soria Gaviglio y Asociados Sociedad Civil (Price Waterhouse Coopers)	Auditoría Externa y Servicios Especiales	2007	US\$ 859,053 sin IGV-78%
Ernst & Young	Servicios Especiales	2007	US\$ 1,973,096 sin IGV- 0%
Ernst & Young	Servicios Especiales	2006	US\$1,455,641 sin IGV- 0%
Dongo-Soria Gaviglio y Asociados Sociedad Civil (Price Waterhouse Coopers)	Auditoría Externa	2006	US\$351,000 sin IGV-100%
Gris Hernández y Asociados Sociedad Civil (Deloitte & Touche)	Servicios Especiales	2006	US\$366,844 sin IGV- 0%
Dongo-Soria Gaviglio y Asociados Sociedad Civil (Price Waterhouse Coopers)	Auditoría Externa	2005	S/.648,559 sin IGV-100%
Dongo-Soria Gaviglio y Asociados Sociedad Civil (Price Waterhouse Coopers)	Auditoría Externa y consulta tributaria	2004	S/.818,588 sin IGV-98%
Dongo-Soria Gaviglio y Asociados Sociedad Civil (Price Waterhouse Coopers)	Auditoría Externa y consulta tributaria	2003	S/.521,848 sin IGV-94%
Gris Hernández y Asociados Sociedad Civil (Deloitte & Touche)	Auditoría Externa	2003	S/.298,894 sin IGV-100%
Deloitte & Touche E.I.R.L.	Servicios Especiales	2003	S/.192,424 sin IGV- 0%
Caipo y Asociados Sociedad Civil	Honorarios Outsourcing	2005	S/.2,767,901 sin IGV- 0%
Caipo y Asociados Sociedad Civil	Honorarios Outsourcing	2004	S/.1,337,006 sin IGV- 0%

* Incluir todos los tipos de servicios tales 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 retribución por servicios de auditoría financiera.

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 conformidad con lo establecido por nuestro Código de Buen Gobierno Corporativo, aprobado mediante Sesión de Directorio de fecha 17 de noviembre del 2003 y comunicado al mercado con fecha 20 de noviembre del 2003, el Directorio de Backus, conformado por profesionales altamente reconocidos, tiene en cuenta los siguientes criterios generales al momento de seleccionar a la sociedad auditora:

“4.3.2. Auditoría externa

La auditoría externa es un componente necesario para el buen gobierno corporativo de la Sociedad. Ésta puede ser efectuada por sociedades de auditoría o auditores independientes, en concordancia con lo que prescriba la normativa o los requerimientos particulares.

El auditor externo expresa una opinión profesional respecto de la información y situación financiera y económica de la Sociedad.

La Sociedad debe evaluar permanentemente el desempeño e independencia profesional demostrados durante la prestación de sus servicios y hacer conocer la política establecida respecto de estos temas.”

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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(...)	(...)	(...)	(X..)	Código del Buen Gobierno Corporativo

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.

(X..) SÍ (...) NO

RAZÓN SOCIAL DE LA (S) EMPRESA (S) DEL GRUPO ECONÓMICO

Agro Inversiones S.A.
Cervecería San Juan S.A.
Industrias del Envase S.A.
Naviera Oriente S.A.
Transportes 77 S.A.
Club Sporting Cristal S.A.

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

NÚMERO DE REUNIONES

0 1 2 3 4 5 MÁS DE 5 NO APLICA
(...) (...) (...) (...) (...) (...) (X..) (...)

Principio 8

Cumplimiento

0 1 2 3 4

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.

X

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	(.x.)	(.x.)
DIRECTAMENTE EN LA EMPRESA	(.x.)	(.x.)
VÍA TELEFÓNICA	(.x.)	(.x.)
PÁGINA DE INTERNET	(x)	(.x.)
CORREO POSTAL	(.x.)	(.x.)
Otros. Detalle	(...)	(...)

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

ÁREA ENCARGADA	DEPARTAMENTO DE VALORES	
	PERSONA ENCARGADA	
NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	ÁREA
JORGE GAMARRA MASÍAS	JEFE DE DEPARTAMENTO	VALORES

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

ESTATUTO	REGLAMENTO INTERNO	MANUAL	OTROS	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(...)	(...)	(...)	(X)	Código de Buen Gobierno Corporativo

* 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.

NÚMERO DE SOLICITUDES		
RECIBIDAS	ACEPTADAS	RECHAZADAS
0	0	0

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

(.X.) SÍ (...) NO (...) NO CUENTA CON PÁGINA WEB

Nota.- A partir del ejercicio 2007 nuestra página web corporativa incluye una sección especial sobre "Buen gobierno Corporativo".

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

(...) SÍ (X.) NO

Principio 9

Cumplimiento

	0	1	2	3	4
--	---	---	---	---	---

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.

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

(.X.) EL DIRECTORIO
 (...) EL GERENTE GENERAL
 (...) OTROS. Detalle

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 pre establecidos que permiten calificar determinada información como confidencial son los señalados en las Normas Internas de conducta sobre Hechos de Importancia, Información Reservada y Otras Comunicaciones.

No contamos con otros criterios

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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(...)	(...)	(...)	(X.)	Normas Internas de Conducta ...

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

(...) NO SE ENCUENTRAN REGULADOS

Principio 10

Cumplimiento

	0	1	2	3	4
--	---	---	---	---	---

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 la Gerencia.

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

(X.) SÍ (...) NO

Nota.- La Auditoría Interna ha sido encargada a Caipo y Asociados Sociedad Civil, representantes de KPMG

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.

DEPENDEN DE: LA GERENCIA FINANZAS
 REPORTA A: DIRECTORIO

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

Las funciones de la Auditoría Interna son llevadas por Caipo y Asociados S.C., firma miembro de KPMG. Dentro de sus responsabilidades, está la de hacer un plan de trabajo bajo la metodología de Auditoría Interna basada en riesgos, desarrollar el plan en las fechas programadas y preparar los informes correspondientes.

Así mismo de conformidad con lo señalado en nuestro Código de Buen Gobierno Corporativo, aprobado mediante Sesión de Directorio de fecha 17 de noviembre del 2003 y comunicado al mercado con fecha 20 de noviembre del 2003, las funciones de la Auditoría Interna se encuentran reguladas:

“4.3. Auditoría
 4.3.1. Auditoría interna
 La Sociedad contará 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.
 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:
 a. Evaluación permanente de toda la información generada o registrada por la actividad desarrollada por la Sociedad, de modo que sea confiable y guarde sujeción con la normativa.
 b. Asegurar la fortaleza del control interno contable.
 c. Presentar a las áreas correspondientes las observaciones del caso así como proponer las medidas necesarias, evitando errores y previniendo contingencias.
 d. Diseñar y conducir la política integral del control interno de la Sociedad.
 e. 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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(...)	(...)	(...)	(X..)	Código de Buen Gobierno Corporativo

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

LAS RESPONSABILIDADES DEL DIRECTORIO

Principio 11	Cumplimiento				
	0	1	2	3	4
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.					X

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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(X.)	(...)	(...)	(X..)	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	Cumplimiento				
	0	1	2	3	4
El Directorio debe realizar ciertas funciones claves, a saber: 12. Principio (V.D.2).- Seleccionar, controlar y, cuando se haga necesario, sustituir a los ejecutivos principales, así como fijar su retribución.					X
13. Principio (V.D.3).- Evaluar la remuneración de los ejecutivos principales y de los miembros del Directorio, asegurándose que el procedimiento para elegir a los directores sea formal y transparente.					X

Nota.- Nuestro Directorio está integrado por personas de probada experiencia en el manejo empresarial y capacidad suficiente que garantizan que la selección, control y sustitución de los ejecutivos principales de la empresa es la adecuada. De otra forma no se explicaría nuestra participación en el mercado y rentabilidad, así como la calidad de nuestros productos, reputación e imagen de la empresa.
 La remuneración de los ejecutivos principales es la adecuada ya que se encuentra en los rangos que se observa en el mercado laboral que corresponden a empresas similares a las nuestras.
 El hecho de que la realización de estas funciones a cargo del Directorio no se encuentren registradas en un manual no implica que no cumplamos con el requisito a cabalidad.

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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(X..)	(...)	(...)	(X..)	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	(X..)	(...)	
CONTRATAR Y SUSTITUIR A LA PLANA GERENCIAL	(X..)	(...)	
FIJAR LA REMUNERACIÓN DE LOS PRINCIPALES EJECUTIVOS	(X..)	(X..)	
EVALUAR LA REMUNERACIÓN DE LOS PRINCIPALES EJECUTIVOS	(X.)	(X.)	
EVALUAR LA REMUNERACIÓN DE LOS DIRECTORES	(X.)	(...)	

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

POLÍTICAS PARA:	SÍ	NO
CONTRATAR Y SUSTITUIR A LOS PRINCIPALES EJECUTIVOS	(.X..)	(..)
FIJAR LA REMUNERACIÓN DE LOS PRINCIPALES EJECUTIVOS	(.X..)	(..)
EVALUAR LA REMUNERACIÓN DE LOS PRINCIPALES EJECUTIVOS	(.X..)	(..)
EVALUAR LA REMUNERACIÓN DE LOS DIRECTORES	(.X..)	(..)
ELEGIR A LOS DIRECTORES	(.X..)	(..)

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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(.X..)	(..)	(..)	(..)	Para el caso de elección de Directores

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

(...) NO SE ENCUENTRAN REGULADOS

Principio 14

Cumplimiento

	0	1	2	3	4
					X

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, incluidos el uso fraudulento de activos corporativos y el abuso en transacciones entre partes interesadas.

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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(..)	(..)	(..)	(.X..)	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, incluidos el uso fraudulento activos corporativos y el abuso en transacciones entre partes interesadas.

Al respecto señalamos que en nuestro Código de Buen Gobierno Corporativo la solución de estos conflictos está prevista, en líneas generales, en los numerales 1.5 y 2.1.6. no contando con un procedimiento escrito lo que se explica por no haber tenido hasta la fecha 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 ésta cuenta con un Código de Ética o documento (s) similar (es) en el (los) que se regulen los conflictos de intereses que pueden presentarse.

(X.) SÍ (..) NO

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

Código de Ética y Código de Conducta del Ejecutivo

e. Indique los procedimientos preestablecidos para aprobar transacciones entre partes relacionadas.

La Sociedad para aprobar transacciones entre partes relacionadas tiene en cuenta los valores de mercado, actuando en estricto cumplimiento de las normas tributarias y de la Ley General de Sociedades.

Principio 15

Cumplimiento

	0	1	2	3	4
					X

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 auditoria independiente, y la existencia de los debidos sistemas de control, en particular, control de riesgos financieros y no financieros y cumplimiento de la ley.

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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(.X.)	(..)	(..)	(.X.)	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

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

(.X.) SÍ (..) NO

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

ESTATUTO	REGLAMENTO INTERNO	MANUAL	OTROS	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(..)	(..)	(..)	(X)	Matriz de Riesgos

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

(..) NO SE ENCUENTRAN REGULADOS

Principio 16

Cumplimiento

	0	1	2	3	4
					X

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.

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

(.X.) 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 de fecha 17 de noviembre del 2003 y comunicado al mercado con fecha 20 de noviembre del 2003, el Directorio tiene como función supervisar la efectividad de las prácticas de gobierno de acuerdo con las cuales opera, realizando cambios a medida que se hagan necesarios, sin embargo, no se han preestablecido procedimientos para dicha supervisión como lo solicita la administración, lo cual no significa que el Directorio permanentemente no se encuentre realizando sus funciones, esto es, verificar el cumplimiento y efectividad de las prácticas de gobierno dentro de nuestra organización.

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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(...)	(...)	(...)	(X..)	Código de Buen Gobierno Corporativo

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

(...) NO SE ENCUENTRAN REGULADOS

Principio 17

Cumplimiento

	0	1	2	3	4

17. El Directorio debe realizar ciertas funciones claves, a saber:

Principio (V.D.7).- Supervisar la política de información. X

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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(.)	(...)	(...)	(X..)	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 de fecha 17 de noviembre del 2003 y comunicado al mercado con fecha 20 de noviembre del 2003.

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

"Considerar que la divulgación de la información sea simétrica, asegurando así el respeto al principio de la paridad de trato de la Sociedad a sus accionistas. En este sentido, se debe tener en cuenta que todos los accionistas deben tener acceso la información por igual, que la información revelada a un accionista o a un tercero debe ser comunicada a todos los accionistas; que la atención de los pedidos particulares de información solicitados por los accionistas, los inversionistas en general o por los grupos de interés relacionados con la Sociedad debe hacerse a través de una instancia y/o personal responsable designado al efecto." La política de la empresa sobre la revelación y comunicación de información al inversionista aparece en el Capítulo IV **Revelación de Información** del Código de Buen Gobierno Corporativo de nuestra sociedad.

(.) 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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(...)	(...)	(...)	(X..)	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

Cumplimiento

	0	1	2	3	4

18. Principio (V.E.1).- El Directorio podrá conformar órganos especiales de acuerdo a las necesidades y dimensión de la sociedad, en especial aquella que asuma la función de auditoría. Asimismo, estos órganos especiales podrán referirse, entre otras, a las funciones de nombramiento, retribución, control y planeamiento. Estos órganos especiales se constituirán al interior del Directorio como mecanismos de apoyo y deberán estar compuestos preferentemente por directores independientes, a fin de tomar decisiones imparciales en cuestiones donde puedan surgir conflictos de intereses.

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 AUDITORIA

I. FECHA DE CREACIÓN: FEBRERO 2006

II. FUNCIONES:

REALIZAR O AUTORIZAR INVESTIGACIONES SOBRE CUALQUIER ASUNTO DENTRO DE SU ÁMBITO DE RESPONSABILIDAD.

III. PRINCIPALES REGLAS DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO:

IV. MIEMBROS DEL COMITÉ:

NOMBRES Y APELLIDOS	FECHA		CARGO DENTRO DEL COMITÉ
	INICIO	TÉRMINO	
BARRY JOHN KINGSLEY SMITH	FEBRERO 2006		Presidente
MAURICIO RESTREPO PINTO	FEBRERO 2006		
SALOMÓN VAIE LUSTGARTEN	MAYO 2007		

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: (X) SÍ (...) NO

(...) NO APLICA, LA EMPRESA NO CUENTA CON COMITÉS DE DIRECTORIO

Principio 19

Cumplimiento

	0	1	2	3	4
--	---	---	---	---	---

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. X

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

NOMBRES Y APELLIDOS	FORMACIÓN ² .	FECHA		PART. ACCIONARIA ³ /..	
		INICIO ¹ .	TÉRMINO	Nº DE ACCIONES	PART. (%)
DIRECTORES DEPENDIENTES					
Alejandro Santo Domingo Dávila	Director de : Bavaria, Valorem, Caracol TV, Media Capital.	2002		0	0
Carlos Alejandro Pérez Dávila	Economista. Director de: Bavaria, Valorem, Caracol TV.	2002		0	0
Mauricio Restrepo Pinto	Economista. Director de: Bavaria Cervecería San Juan S.A.A. e Industrias del Envase S.A. Cervecería Nacional S.A. de Panamá, Compañía de Cervezas Nacionales C.A. de Ecuador.	2002		0	0
Juan Carlos García Cañizares	Ingeniero Industrial. Director de: Valores Bavaria, Cervecería Águila S.A. y Malterías de Colombia S.A.	2002		0	0
Darío Castaño Zapata	Ingeniero Químico. Presidente de Valorem S.A.	2005		0	0
Robert Priday Woodworth	Licenciado en Negocios. Director de: Cervecería San Juan S.A.A., e Industrias del Envase S.A.	2005		0	0
José Antonio Payet Puccio	Abogado	2005		0	0
Barry John Kingsley Smith	MBA en la Universidad de Harvard U.S.A., Director de Bavaria, Cervecería Nacional S.A. de Panamá, Compañía de Cervezas Nacionales C.A. de Ecuador.	2005		0	0
Luis Eduardo García Rosell Artola	Ingeniero Industrial. Director de: Cervecería San Juan S.A.A., Industrias del Envase S.A.	2005		0	0

DIRECTORES INDEPENDIENTES

Carlos Bentín Remy	Licenciado en Administración.	2004	0	0
Manuel Romero Caro	Economista y Licenciado en Administración. 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, Celusósica Papelera del Norte.	2004	0	0
Felipe Osterling Parodi	Abogado	2004	0	0

1/. Corresponde al primer nombramiento.

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

3/. Aplicable obligatoriamente sólo para los directores con una participación sobre el capital social mayor o igual al 5% de las acciones de la empresa.

Principio 20

Cumplimiento

	0	1	2	3	4
--	---	---	---	---	---

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 les permita su revisión, salvo que se traten de asuntos estratégicos que demanden confidencialidad, en cuyo caso será necesario establecer los mecanismos que permita a los directores evaluar adecuadamente dichos asuntos. X

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

- (X.) CORREO ELECTRÓNICO
- (X.) CORREO POSTAL
- (X.) OTROS. Detalles se envía 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	(...)	(X.)	(...)
INFORMACIÓN CONFIDENCIAL	(...)	(X)	(...)

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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(.)	(...)	(...)	(X.)	Normas internas de conducta

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

- (...) LA EMPRESA CUENTA CON UN PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO PERO ESTE NO SE ENCUENTRA REGULADO
- (...) NO APLICA. LA EMPRESA NO CUENTA CON UN PROCEDIMIENTO

Principio 21**Cumplimiento**

	0	1	2	3	4
--	---	---	---	---	---

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.

X

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

Nota.- En los casos que el Directorio decidiera la contratación de servicios de asesoría especializada apelaría a la experiencia y conocimiento de sus integrantes que como hemos señalado son personas altamente competentes quienes cuentan con suficiente criterio, experiencia y conocimiento para recurrir a los mejores especialistas dependiendo 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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(...)	(...)	(...)	(...)	

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

(.X..) 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 materia del presente informe el Directorio no ha contratado los servicios de asesores especializados

Principio* 22**Cumplimiento**

	0	1	2	3	4
--	---	---	---	---	---

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.

X

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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(...)	(...)	(...)	(...)	

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

(.X) 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. Asimismo, las personas que son invitadas a integrar nuestro Directorio responden a calificaciones muy altas ya sea en materia financiera, empresarial, legal y en el conocimiento de la rama industrial a que se dedica nuestra empresa, generalmente son además Directores de otras empresas tan importantes como la nuestra, por lo tanto son conocedores de las facultades y responsabilidades que les asigna la Ley General de Sociedades.

Independientemente de ello, sin que exista un programa de inducción regulado, se les proporciona el estatuto de la empresa, la Memoria de la misma.

Principio 23**Cumplimiento**

	0	1	2	3	4
--	---	---	---	---	---

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 período que aún resta, cuando no exista disposición de un tratamiento distinto en el estatuto.

X

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

(...) SÍ (X.) NO

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

	SÍ	NO
¿EL DIRECTORIO ELIGIÓ AL REEMPLAZANTE?	(...)	(..)

DE SER EL CASO, TIEMPO PROMEDIO DE DEMORA EN DESIGNAR AL NUEVO DIRECTOR

(EN DÍAS CALENDARIO)

Nota.- No aplica en la medida en que no se ha producido renuncias en el ejercicio materia del presente informe.

c. Indique los procedimientos preestablecidos para elegir al reemplazante de Directores vacantes.

En caso de vacancia del cargo de Director y mientras se realice 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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(.X.)	(...)	(...)	(...)	

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

(...) NO SE ENCUENTRAN REGULADOS

Principios 24 y 25**Cumplimiento**

	0	1	2	3	4
--	---	---	---	---	---

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

X

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

X

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	(X.)	(...)	(...)	(...)		(...)	(...)
PRESIDENTE EJECUTIVO	(...)	(...)	(...)	(...)		(...)	(X)
GERENTE GENERAL	(.X.)	(...)	(...)	(.X.)	Sesiones de Directorio	(...)	(...)
PLANA GERENCIAL	(...)	(...)	(...)	(X)	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

Cumplimiento

	0	1	2	3	4
--	---	---	---	---	---

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. X

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

- (...) ENTREGA DE ACCIONES
 (.X) ENTREGA DE OPCIONES
 (X) ENTREGA DE DINERO
 (...) OTROS. Detalle
 (...) 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	(...)	(X)	1.1901%
PLANA GERENCIAL	(...)	(X)	

* 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 establecidos algún tipo de garantías o similar en caso de despidos del gerente general y/o plana gerencial.

(X.) SÍ (..) NO

II. 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. DETALLE.....
 (X) 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 en bolsa acciones, sin embargo a través del Departamento de Valores la sociedad atenderá e instruirá sobre sus derechos a cada accionista que así lo solicite.

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

(.X) 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

DEPARTAMENTO LEGAL

PERSONA ENCARGADA		
NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	ÁREA
FRANCISCO MUJICA SERELLE	ASESOR LEGAL	DEPARTAMENTO LEGAL

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

- (X.) La EMPRESA
 (X.) UNA INSTITUCIÓN DE COMPENSACIÓN Y LIQUIDACIÓN

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

INFORMACIÓN SUJETA A ACTUALIZACIÓN			
PERIODICIDAD	DOMICILIO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO
MENOR A MENSUAL	(.X.)	(.X.)	(.X.)
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 del 2006
ÓRGANO QUE LO APROBÓ	Junta de Accionistas
POLÍTICA DE DIVIDENDOS (CRITERIOS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES)	<p>“ 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.</p> <p>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.</p> <p>SÓLO 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.</p> <p>LAS UTILIDADES A DISTRIBUIRSE DEPENDERÁ DE LA LIQUIDEZ, ENDEUDAMIENTO Y FLUJO DE CAJA PROYECTADO EN CADA OPORTUNIDAD EN QUE SE DECLARE UN DIVIDENDO.</p> <p>ASIMISMO SE BUSCARÁ DECLARAR UNO O MÁS DIVIDENDOS PROVISIONALES EN EL CURSO DEL EJERCICIO, CUIDANDO EN TODO CASO QUE ELLOS NO EXCEDAN UTILIDADES REALMENTE OBTENIDAS A LA FECHA DEL ACUERDO, MENOS LA RESERVA LEGAL EN EL PORCENTAJE CORRESPONDIENTE AL PERÍODO 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. ”</p>

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 (2006)	0.555350	
EJERCICIO N (2007)	2.4814663	
CLASE DE ACCIÓN "B":		
EJERCICIO N-1 (2006)	0.6108890	
EJERCICIO N (2007)	2.7296129	
ACCIONES DE INVERSIÓN		
EJERCICIO N-1 (2006)	0.055350	
EJERCICIO N (2007)	0.2481466	

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:	14
NÚMERO DE SESIONES EN LAS CUALES UNO O MÁS DIRECTORES FUERON REPRESENTADOS POR DIRECTORES SUPLENTE O ALTERNOS	-----
NÚMERO DE DIRECTORES TITULARES QUE FUERON REPRESENTADOS EN AL MENOS UNA OPORTUNIDAD	-----

*Nota.- Se realizaron 03 sesiones presenciales y 11 no presenciales

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

(X.) 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	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO*
(...)	(...)	(...)	(...)	

* 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	0.00005%
DIRECTORES DEPENDIENTES	0.00015%

l. Indique si en la discusión del Directorio, respecto del desempeño de la gerencia, se realizó sin la presencia del gerente general.

(X.) 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	672
ACCIONES SIN DERECHO A VOTO	1,177
ACCIONES DE INVERSIÓN	8,940
TOTAL	10,789

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

Clase de Acción: "A"

NOMBRES Y APELLIDOS	NÚMERO DE ACCIONES	PARTICIPACIÓN (%)	NACIONALIDAD
Rivervale Inc.	24,987,334	32.8580%	Panameña
Bavaria S.A.	21,794,985	28.6601%	Colombiana
Racetrack Perú S.A.	19,107,549	25.1261%	Bahamas
Inversiones Fabe S.A.	7,782,067	10.2333%	Peruana

Clase de Acción: "B"

NOMBRES Y APELLIDOS	NÚMERO DE ACCIONES	PARTICIPACIÓN (%)	NACIONALIDAD
Berckemeyer Prado Oscar	770,779	38.00499%	Peruana
Fondo Popular Renta Mixta	177,760	8.7752%	Peruana
Cervecería San Juan S.A.A.	173,747	8.5771%	Peruana

Acciones de Inversión

NOMBRES Y APELLIDOS	NÚMERO DE ACCIONES	PARTICIPACIÓN (%)	NACIONALIDAD
Racetrack Perú S.A.	505,785,239	88.8099%	Bahamas

OTROS

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

(X.) SÍ (.) NO

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

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

(X.) SÍ (...) NO

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

ÁREA ENCARGADA

ASESORIA LEGAL

PERSONA ENCARGADA

NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	ÁREA
FRANCISCO MUJICA SERELLE	ASESOR LEGAL	ASESORIA LEGAL

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	18-2-1998	19-09-2006
Normas Internas de conducta	Directorio	23-4-2003	
Código de Buen Gobierno Corporativo	Directorio	17-11-2003	
Código de Ética y Código de Conducta del Ejecutivo	Directorio	2006	

s. Incluya cualquier otra información que lo considere conveniente.

Comité de Ética.-

Con el objeto de procesar las denuncias que formulen los colaboradores, proveedores y terceros en general sobre eventuales conductas antiéticas en que incurran trabajadores de Backus infringiendo la política de ética aprobada por la Gerencia General se creó un Comité de Ética compuesto por tres miembros: El Gerente de Asuntos Corporativos, el Gerente de Recursos Humanos y el Asesor Legal, adicionalmente se compondría de una Secretaria 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 Sociedad, los alcances de la Política de Ética aprobado por el Directorio.
- Velar por el cumplimiento de la Política de Ética.
- Recibir, registrar y conducir la investigación de los reportes de las conductas antiéticas que se reciban.
- Recomendar a la Administración las medidas que estime pertinentes relacionadas con los reportes de las conductas antiéticas.
- Informar al Comité de Auditoría sobre los reportes de conducta antiética recibidos, investigaciones realizadas y recomendaciones efectuadas a la Administración con relación a los mismos.

Con fecha 10 de diciembre del 2007 se incluyó en la página web de la compañía la difusión de la Línea Ética indicando las Líneas gratuitas y correo electrónico para reportar conductas antiéticas.

En la primera reunión de coordinación del Comité se acordó:

- Nombrar al miembro suplente a cargo del señor Luis Eduardo Garcia Rosell Artola – Gerente de Finanzas
- Nombrar la representante de la Secretaria a cargo de la señora Shadú Mendoza Sifuentes – Abogada de la Asesoría Legal

A continuación se listan los proyectos de inversión más importantes realizados durante el ejercicio 2007:

PLANTA ATE

Ampliación Cocimiento Ate

Se completó la instalación de maquinaria y equipos industriales importados de Alemania, que permiten incrementar la capacidad instalada de esta etapa del proceso desde 12 cocimientos por día hasta 16 cocimientos por día.

10 Tanques de maduración cilindro-cónicos

Se adquirieron e instalaron un total de 10 tanques cilindro-cónicos para el proceso de maduración.

La incorporación de estos tanques, un conjunto de tuberías y nuevos enfriadores de cerveza, además de incrementar nuestra capacidad, nos permitirá estandarizar nuestros procesos de acuerdo con las normas internacionales de calidad SAB Miller.

Subestación eléctrica 22.9/10KV

Para soportar el incremento de la demanda de energía eléctrica asociado a las nuevas instalaciones y ampliaciones, este año se completó la ingeniería y adquisición de equipo para la puesta en marcha de una nueva celda de alta tensión que permitirá ampliar la potencia instalada.

Planta de Recuperación de CO₂

Se adquirió la planta de recuperación de CO₂ de 2000 kg/HR.

Se está culminando su instalación y puesta en marcha a fines de febrero del 2008.

Estas instalaciones permiten en su conjunto la ampliación de capacidad instalada de Planta Ate, para estar en condiciones de cubrir el incremento de la demanda del mercado.

PLANTA MOTUPE

Nueva Sala de Cocimiento

Se reemplazó la antigua sala de cocimiento de Motupe, luego de la adquisición e instalación de maquinaria y equipos industriales importados de Alemania, que además permitirán un incremento en la capacidad instalada de esta etapa del proceso desde 400 hl hasta 600 hl por cada cocimiento.

6 Tanques cilindro-cónicos

Se adquirieron e instalaron un total 6 tanques cilindro-cónicos de 6.000 hl cada uno para el proceso de fermentación. Con esta adquisición, la del nuevo enfriador de cerveza y el conjunto de tuberías que los interconectan, se incrementará la capacidad instalada de la planta, y además permitió estandarizar sus procesos a las normas internacionales de calidad SABMiller.

Planta de Recuperación de CO₂

Se ha adquirido una planta de recuperación de CO₂ de 1000 kg/HR que hace posible la ampliación de la capacidad de recuperación, como consecuencia de las nuevas instalaciones del cocimiento. Además nos permite mejorar el nivel de calidad del proceso, de acuerdo al estándar de SABMiller.

Torre Desareadora

Se completó la instalación de una torre desareadora de 150hl/hr de capacidad. Con esta adquisición, no sólo se amplía la capacidad instalada para la producción de agua de proceso, sino que además nos adecuamos a los estándares internacionales exigidos para esta etapa del proceso.

PLANTA AREQUIPA

Inyección de cajas plásticas

Se procedió con la construcción y adquisición de una máquina de inyección de 600 toneladas y equipos de soporte para la inyección de cajas plásticas para botellas de cerveza 650 ml, con una capacidad de una caja cada 36 segundos. Este proyecto es complemento de las dos plantas ya instaladas el año pasado dentro de las plantas de Ate y Motupe con el objetivo de renovar nuestro parque nacional de cajas, mejorando de esta manera la presentación de nuestros productos.



A continuación se listan los proyectos de inversión más importantes que están en etapa de ejecución:

PLANTA ATE

Línea de envasado

Luego de un exhaustivo análisis se completó el proceso de selección y adquisición de la maquinaria y equipos que conformarán la futura Línea de Embotellamiento N° 6 para la Planta de Ate

La nueva línea tendrá una capacidad de 90,000 botellas de cerveza por hora y cumplirá con los estándares de productividad y calidad, aplicando los últimos desarrollos técnicos existentes en el mercado.

Planta de Tratamiento de Aguas Residuales

En estricto cumplimiento a sus compromisos, la empresa adquirió una planta completa para el tratamiento de las aguas residuales de la planta.

Los estándares y parámetros de calidad usados para su diseño no sólo cumplen sino que además exceden las exigencias de las autoridades ambientales.

La planta nos permitirá además la recuperación de aguas para fines de irrigación de nuestras áreas verdes y la recuperación de gas metano para ser usado en nuestros calderos.

MALTERÍA LIMA

Cajas de germinación y tinas de remojo

Este proyecto comprende la adecuación de estándares de calidad SABMiller de las instalaciones existentes y la ampliación de capacidad hasta 88,000TM anuales de malta. En el presente año, se procedió a la adquisición de cuatro tinas de remojo y tres cajas de germinación, así como el desarrollo de la ingeniería de las disciplinas civiles, mecánicas y eléctricas. Con este proyecto, se logrará la reducción de la cantidad de malta importada para suministro de nuestras plantas cerveceras.

PLANTAS ATE Y CUSCO

Tanques de Fermentación cilindro-cónicos

A nivel de toda la región Latinoamericana, se completó el proceso de selección de los proveedores de los tanques de fermentación cilindro-cónicos que requerimos tener operativos el próximo año.

Como resultado de este proceso, estamos ya en pleno proceso de adquisición de 8 tanques de fermentación de 5,000 hl para planta Ate y 2 tanques de fermentación de 1,800 hl para planta Cusco.

ANEXO 10

Las actividades o resultados más importantes en la Gerencia de Logística son los siguientes:

- a.** Implementar ajustes en la organización para terminar de adecuarnos a los requerimientos de la Alta Dirección de la Empresa.
- b.** Mantener niveles bajos de inventarios de materiales y producto terminado.
- c.** Optimizar los costos de la cadena de suministro.
- d.** Brindar soporte para el lanzamiento de nuevos SKU's, tanto en la programación de actividades, como en la compra de envases y otros materiales.
- e.** Iniciar el abastecimiento local de envases de vidrio con un importante ahorro de costos.
- f.** Integrar el 86% de nuestras operaciones de compras locales al sistema de comercio electrónico B2B.
- g.** Continuar con la difusión del Código de Ética y los Principios de Abastecimiento Responsable a proveedores.
- h.** Implementar las plantas de inyección de cajas plásticas en nuestras instalaciones de Ate, Motupe y Arequipa, cuyo desarrollo se inició el año anterior, para permitir el cambio del parque total de cajas plásticas por un nuevo modelo de última generación.
- i.** Planificar, ejecutar y administrar una inversión del orden de 121 millones de soles en containers, principalmente envases de vidrio y cajas plásticas.



ANEXO 11

Las funciones y actividades más relevantes en la Gerencia de Distribución en el ejercicio que termina fueron las siguientes:

Las actividades más importantes en la Gerencia de Distribución, son las siguientes:

- Diseño y Desarrollo de una estrategia operacional basada en los Estándares de Distribución.
- Evaluar nuestra ruta al mercado y definir las estrategias que permitan cumplir con un óptimo desempeño de la distribución de nuestros productos a más de 140,000 puntos de venta en el país.
- Ejecutar el almacenamiento de nuestros productos en las Plantas de Producción, cumpliendo con los estándares de almacenamiento que garanticen la óptima calidad de nuestros productos.
- Brindar el soporte operacional necesario a los nuevos lanzamientos y a los proyectos de renovación de envases.

INVERSIONES EN LA INFRAESTRUCTURA DE DISTRIBUCIÓN

FLOTA DE TRANSPORTE PRIMARIO

La flota de Transporte 77 dedicada al transporte primario continuó su proceso de renovación orientada a incrementar su eficiencia y reducir sus costos de operación. Las principales inversiones fueron:

- En el mes de febrero, se adquirieron 13 tracto-camiones para la renovación de la Flota de Transporte Primario; los camiones son marca Freightliner, modelo Columbia 120, e incorporan los últimos avances tecnológicos en motores, suspensiones y sistemas electrónicos. Asimismo, se adquirieron 14 Semi-remolques de la marca CPR para ampliar la capacidad de transporte; los semi-remolques tienen una capacidad de transporte de 158 hl y un sistema de carga y descarga paletizada.

FLOTA DE DISTRIBUCIÓN SECUNDARIA

Con la finalidad de mejorar la eficiencia de la distribución secundaria se continuó con el proceso de renovación de la flota, incorporándose cabinas con un diseño ergonómico que cumplen con los requisitos de seguridad y salud ocupacional para los operadores. Asimismo, sus carrocerías incorporan el nuevo concepto de transporte de carga paletizada con lo cual se reducen los tiempos de carga y descarga.

- Se adquirieron 64 camiones 4x2 de reparto para la renovación de la Flota de Reparto; los camiones son marca Freightliner, modelo M2-106, tienen un peso bruto vehicular de 18 t, un sistema de carga y descarga paletizada, suspensión neumática de fábrica y tienen una capacidad de reparto de 52 hl.
- Asimismo, se amplió la capacidad de carga de 30 camiones de reparto incorporando ejes con suspensión neumática y carrocerías para carga paletizada (79 hl).

FLOTA DE MONTACARGAS

- Complementando las inversiones en vehículos, se adquirieron 22 montacargas, 18 por renovación y 4 por ampliación; los montacargas son marca Toyota, modelos 7FG45 (4t, doble horquilla, 13 hl) y 8FG25 (2.5 t, 6.5 hl) ambos con estabilizadores de carga y con Sistema a Gas GLP, los cuales serán empleados en las operaciones de centros de distribución y plantas cerveceras.

REESTRUCTURACIÓN DE LA RED DE CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

Como parte de la Estrategia de nuestra Ruta al Mercado; se realizó la consolidación geográfica de los Centros de Distribución garantizando una red más eficiente y una adecuada cobertura de los puntos de venta en las diferentes regiones del país; a continuación listamos las consolidaciones efectuadas en el año:

Centro de Distribución	Consolidado con
- S.I. Chocope	S.I. Trujillo
- S.I. Pisco	S.I. Chincha
- S.I. Cañete	S.I. Chincha
- S.I. Puno	S.I. Juliaca
- S.I. Urubamba	S.I. Cusco
- S.I. Cercado	S.I. Rímac
- S.I. Surquillo	S.I. Rímac

Asimismo, se realizaron inversiones en los diferentes almacenes de los Centros de Distribución orientados a incrementar la capacidad, mejorar los estándares de almacenamiento y flujos de la operación.

PROCESO DE CAMBIO CULTURAL: EMPRESA DE CARA AL MERCADO, ORIENTADA POR SUS MARCAS Y QUE SE AUTO-RENUEDA Y APRENDE

Se trabajó intensamente en la cultura organizacional, priorizando los nuevos elementos aportados por SABMiller, que constituyen las prioridades de su liderazgo mundial:

- Empresa orientada al mercado y liderada por sus marcas,
- Empresa de aprendizaje y de auto-renovación.

En tal sentido, se desplegaron esfuerzos conjuntos con el área de Marketing para el diseño y desarrollo del Programa de Agente de Marcas, orientado a que el trabajador, en toda la organización, conociera a profundidad el portafolio de marcas y la forma como se elaboran, comercializan y distribuyen los productos a nivel nacional.

Así también, se apoyó el proceso de implementación de “Mejores Prácticas” en las áreas de Manufactura, Ventas y Distribución; a través de acciones de asesoría y campañas de comunicación interna.

DISEÑO ESTRUCTURAL DE LA ORGANIZACIÓN REVISADA Y ALINEADA CON LAS ESTRATEGIAS DE LA ORGANIZACIÓN

Con la finalidad de adaptar la estructura de la organización a las estrategias del negocio se apoyaron los procesos de reestructuración en cada Gerencia a través de proyectos y asesoría especializada con la finalidad de facilitar el proceso de cambio e identificar al personal idóneo para la cobertura de las diferentes posiciones generadas.

Producto de ello, se dio soporte en la definición de las nuevas estructuras en las Gerencias de Manufactura, Logística y Finanzas.

Así también se desarrollaron programas y visitas a escuelas de negocios y universidades para lograr la incorporación de personas de alto potencial que permitan dinamizar y acelerar el logro de resultados e implementación de estrategias, con alta motivación y pro actividad al cambio.

PROCESOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA CONCLUIDOS CON VIGENCIA POR 3 AÑOS

Los procesos de negociación colectiva del 2007 representaron un cambio importante en la relación Empresa-Sindicato. El concepto del Sindicato como socio del negocio, primó como base para asegurar un clima de paz laboral, apoyado por una mayor y más frecuente comunicación con las dirigencias sindicales.

Durante el 2007 se cerró el convenio colectivo por 3 años con el Sindicato de Operarios de Planta San Mateo.

ESTRUCTURA SALARIAL DE LA ORGANIZACIÓN REVISADA Y AJUSTADA PARA MANTENER LA EQUIDAD INTERNA Y LA COMPETITIVIDAD EXTERNA FRENTE AL MERCADO

Con la finalidad de mantener una posición competitiva que permita atraer y retener personal calificado, así como mantener una equidad interna en la empresa, se implementaron metodologías apropiadas para las descripciones y valorizaciones de cargos de los niveles ejecutivos, funcionarios y empleados; lo que facilitó la comparación con el mercado y la revisión y ajuste la estructura salarial.

IMPLEMENTACIÓN DE GESTIÓN DEL DESEMPEÑO BASADO EN METAS

Se realizó la Evaluación Anual de Desempeño al personal ejecutivo y funcionario, en función a las metas establecidas para el negocio, así como el pago de los incentivos económicos de corto plazo, al nivel ejecutivo, en función del cumplimiento de sus metas y el desempeño en su gestión.

El alcance de la implementación para el año 2007 se extendió al nivel de empleados, quienes en el mes de octubre realizaron su primera Evaluación de Desempeño basada en metas.

La implementación del proceso de Gestión de Desempeño ha facilitado el proceso de cambio en la organización, al enfocarse no sólo en la implementación de la estrategia del negocio, sino, además en prácticas de gestión y auto-gestión que complementan los cambios en la forma de conducir el desarrollo del personal.

Así también, se viene contribuyendo en el propósito de generar una organización en la que la comunicación bi-direccional y la retroalimentación entre el jefe directo y el trabajador, se base en la transparencia, honestidad y apertura a la mejora continua.

PROCESO DE SELECCIÓN Y DESARROLLO DE TALENTO HUMANO IMPLEMENTADO EN TODO NIVEL DE LA ORGANIZACIÓN

Se iniciaron la implementación de los procesos de Adquisición de Competencias y Gestión de Talento a través de la capacitación al personal ejecutivo y funcionario, así como del programa de Desarrollo para Executives Trainees, con la finalidad de desarrollar y retener personal con alto potencial.

Se continuó con la ejecución de las pruebas psicométricas como parte del proceso de selección, con la finalidad de evaluar el potencial de los candidatos a ingresar en la organización, así como para los candidatos de reclutamiento interno.

Para facilitar el proceso de incorporación de talento, orientado a lograr la implementación de las estrategias en la organización, se intensificó el desarrollo de fuentes de talento lográndose:

- Incorporación de 20 Executives Trainees de los mejores escuelas de MBA a nivel nacional e internacional.
- Incorporación de 10 nuevos ejecutivos y funcionarios provenientes del mercado.
- Evaluación y selección del personal de la fuerza de ventas Lima.

ACTIVIDADES DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO EN LA OPERACIÓN PERÚ

Durante el 2007 se desarrollaron 124,823 horas de capacitación, involucrando al 91% del personal en todos los niveles de la organización, con un promedio de 81 horas anuales por trabajador

Entre las principales actividades de capacitación se tienen:

- Tecnología de la Información, con 24,717 horas de capacitación a 764 trabajadores en el uso de nuevas herramientas informáticas como soporte de sus procesos optimizados, principalmente comercial, financieros y de planillas.
- Agentes de Marcas, capacitando a 783 trabajadores con un programa interactivo, propiciando que cada trabajador se convierta en promotor del portafolio de marcas y celoso vigilante de la calidad del producto desde la elaboración de los productos hasta que llegue al consumidor
- Manufactura de Clase Mundial, que busca llevar el proceso productivo a estándares mundiales, capacitando al 77 % de trabajadores producción de las Plantas de Arequipa y Cusco.
- Executive Development Programa EDP (Programa de Desarrollo de Ejecutivos), diseño propio para SABMiller. Este Programa se viene dictando en Costa Rica a 40 profesionales de las Operaciones de SABMiller en Latinoamérica, de los cuales 9 fueron de Perú, con el objetivo de formarles como Líderes Ejecutivos de Clase Mundial.
- Programa de Inducción, dictado a 177 nuevos trabajadores.
Se ha implementado el Proceso de Adquisición de Competencias (Competencies Acquisition Process - CAP) en las Gerencias de Logística y Marketing, definiendo su Modelo de Competencias Técnicas, aplicando las evaluaciones y diseñando el Plan de Desarrollo respectivo para cada trabajador.



PROGRAMAS DE BIENESTAR MEJORADOS E IMPLEMENTADOS

Bajo un nuevo enfoque estratégico, se creó la Gerencia de Bienestar, con la finalidad de impulsar un cambio en los programas y acciones de dicha área, principalmente orientados a fortalecer la identificación con el modelo cultural y con la estrategia del negocio, así como mejorar la calidad de vida de los trabajadores, familiares y jubilados.

Este nuevo enfoque de Bienestar considera como pilares de su estrategia el Agregar Valor a la empresa; apoyar el incremento de la Productividad Laboral; incrementar la Cohesión y Fidelización del trabajador, y desarrollar la Auto-Gestión del Bienestar en las jefaturas.

En el año 2007 se buscó que los trabajadores sean interdependientes y participen conjuntamente con sus jefaturas en la gestión de un excelente clima laboral y para ello se ejecutaron programas cuya estructura fue rediseñada, a fin de alinearla con la nueva estrategia:

- Actividades de Integración: Reuniones de Fin de Año, Campeonatos Deportivos y Celebraciones Efemérides nacionales y regionales; con la participación de trabajadores de todas las áreas y niveles.
- Actividades Culturales y Formativas: Navidad Backus para los niños; Verano Backus o Vacaciones Útiles; Programa de Becas IPFE tanto en el nivel primaria y secundaria, como técnico y superior, para niños que hayan tenido un alto rendimiento académico.

- Actividades de Responsabilidad Social - Voluntariado Backus: orientado a las comunidades aledañas, para promover y canalizar las inquietudes de apoyo social de nuestros trabajadores. Este año, se priorizaron la campaña de solidaridad con los damnificados del Terremoto del Sur (tanto a la Comunidad, como a trabajadores de Backus de las Distribuidoras de la zona), donando 45 toneladas de víveres y 15,000 botellas de agua a los trabajadores de las distribuidoras de Cañete, Chinchay y Pisco, así como a terceros. Así también, se ha realizado una colecta: "Todos por Raúl" para apoyar a un trabajador de nuestra Empresa quien está sufriendo de una dolencia grave.
- Actividades para la Calidad de Vida: Examen Médico Anual; Campaña de Vacunación; y planes de Acción en Salud Ocupacional, como parte de nuestro Sistema Integrado de Gestión (OHSAS 18001).

NORMALIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE GESTIÓN HUMANA, A TRAVÉS DE POLÍTICAS DE RRHH

Se diseñó e implementó a nivel nacional el manual de políticas de Recursos Humanos que considera los principales procesos del modelo corporativo de gestión humana "HR Way", con el fin de apoyar el desarrollo sostenible del negocio, reduciendo el riesgo de futuras contingencias, para facilitar el traslado de la gestión de personas a las Gerencias de Línea.

El objetivo fue garantizar, a través de la implementación de una herramienta amigable, la implementación y despliegue efectivo de lineamientos necesarios para aplicar estrategias para la atracción, desarrollo y retención de talento en la empresa.

El proyecto "Políticas de RRHH" ha sido considerado "Mejor Práctica" y fue compartido a todas las subsidiarias de la región.

Durante el 2007, hemos implementado una serie de nuevos conceptos y prácticas en nuestra gestión, promoviendo el desarrollo sostenible en todas nuestras operaciones y con todos nuestros grupos de interés. Entendemos por Desarrollo Sostenible:

1. Hacer lo correcto y volver a hacerlo mejor: lo que significa dar las oportunidades a los trabajadores para hacer su trabajo responsablemente; crear una cultura para que todos los trabajadores sean "el Gerente General" de su puesto de trabajo; generar una cultura de alto desempeño y promover una conducta ética en todos nuestros actos.
2. Salud y portafolio de marcas: todas nuestras marcas deben ser preferidas en todas las ocasiones de consumo.
3. Reputación: ser el proveedor principal y preferido por nuestros clientes; y, ser la empresa más reconocida debido a nuestra reputación en: apoyo a la comunidad, responsabilidad social, gestión ambiental y buen gobierno corporativo.

Las 10 prioridades del Desarrollo Sostenible en nuestra empresa son:

1. Desalentar el consumo irresponsable.
2. Hacer más cerveza usando menos agua.
3. Reducir el uso de energía y nuestro impacto en emisiones de carbón.
4. Reusar y reciclar empaques.
5. Trabajar hacia el "o" desperdicio en las operaciones.
6. Tener proveedores que reflejen nuestros valores y compromiso con el desarrollo sostenible.
7. Respetar los derechos humanos.
8. Beneficiar a las comunidades en las que operamos.
9. Contribuir con la reducción del VIH/Sida en nuestra esfera de influencia.
10. Ser transparentes en reportar nuestro progreso en las prioridades ambientales y sociales del desarrollo sostenible.

NUESTRA RESPONSABILIDAD SOCIAL: EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Los programas y actividades que realizamos están orientados a nuestras 10 prioridades de Desarrollo Sostenible. Este año hemos trabajado con mayor énfasis en desalentar el consumo irresponsable a través de una campaña denominada "Ponte un Límite". Por otro lado, hemos trabajado con nuestros proveedores para que compartan nuestros valores y compromiso con el desarrollo sostenible y que todos respetemos los derechos humanos.

Por otro lado, continuamos con nuestro trabajo desde hace varias décadas para beneficiar a las comunidades en las que operamos con programas a nivel nacional y local, enfocados en: la **educación y capacitación**, la **promoción de nuestra cultura** y en la **promoción y generación de empleo** vinculada a nuestra cadena productiva, entre otras actividades.



Asimismo, continuamos con el apoyo al **Complejo Arqueológico de Túcume**, la promoción y mejoramiento de la crianza del **caballo de paso peruano**; continuamos promocionando la **música y el folklore nacional**; el **Zoocriadero San Juan de Pucallpa** y durante el año 2007, continuamos el apoyo al **Programa Cereales** de la Universidad Nacional Agraria La Molina.

Cabe mencionar, que en Backus contamos con una herramienta denominada **Matriz de Evaluación de Sostenibilidad**, que nos permite evaluar el avance alcanzado en las variables de cada una de las 10 prioridades de nuestro Marco de Desarrollo Sostenible. La evaluación a todas las áreas involucradas se realiza semestralmente y toda la información es reportada a través del SAM.

ALGUNAS DE NUESTRAS ACCIONES EN EL 2007

1. *Desalentando el consumo irresponsable*

1.1 Campaña de consumo responsable: Fomentamos el consumo como una experiencia personal y socialmente agradable, como una actividad social y una fuente de entretenimiento y desalentamos el consumo nocivo, entendiendo por este último, el consumo de bebidas alcohólicas de menores de edad y madres gestantes, el beber y conducir y el consumo excesivo.

Por ello este año desarrollamos la campaña educativa “**Ponte un Límite**” en: televisión, radio, paneles y prensa escrita, que propone el autocontrol y la moderación. Asimismo desarrollamos un programa de capacitación para la fuerza de ventas y un programa dirigido a los puntos de venta con material informativo y afiches con los mensajes: “**Si has ingerido bebidas alcohólicas no manejes**” y “**Prohibida la venta a menores de 18 años**”.

Resultados de la Campaña:

En una primera evaluación, los resultados han sido positivos y hemos comprobado que tanto los recursos utilizados como el mensaje difundido han sido muy bien recibidos por el público objetivo (jóvenes de 18 a 35 años).

Asimismo, algunas empresas e instituciones han difundido el material de la campaña “**Ponte un Límite**” entre sus trabajadores, asociados o beneficiarios.

Definitivamente, este es un tema de mediano plazo y continuaremos desarrollando acciones dirigidas a promover el consumo responsable especialmente en los jóvenes pero también con los padres, profesores y líderes de opinión.

1.2 Código de Autorregulación de las Comunicaciones Comerciales (CACC). Firmado conjuntamente por Backus, el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Pisco, CONAR y el colectivo FEMTV. El CACC es una declaración pública que incluye compromisos sobre la promoción responsable del consumo de bebidas alcohólicas, la comunicación comercial y la conformación de un comité encargado de hacer cum-

plir sus cláusulas. Asimismo, adelantándonos a la reglamentación de la ley, en toda la publicidad (TV, radio, prensa escrita, paneles, etc.) de las marcas de cerveza a nivel nacional se incluye la advertencia: “**Consumir bebidas alcohólicas en exceso es dañino**”.

El Código de Autorregulación de Comunicación Comercial comprende las siguientes áreas:

- La autorregulación de la comunicación comercial.
- La transparencia de compromiso.
- La sensibilización de la sociedad y de la industria de bebidas alcohólicas en la venta (consumidor y comerciante).
- La conformación de un Comité de Cumplimiento del Código.

En diciembre del 2007, el CONAR publicó su propio Código de Ética Publicitaria, el cual contó con nuestro auspicio, siendo esta una iniciativa que nos permitirá mantener nuestro compromiso por mantener nuestras comunicaciones comerciales responsables.

2. *Protegiendo nuestro medio ambiente*

Backus cuenta con una Política Interna denominada Sistema Integrado de Gestión que relaciona temas de calidad, medio ambiente, seguridad y salud ocupacional.

Todas nuestras plantas cuentan con ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001, certificaciones que nos permite asegurar tanto la calidad de nuestros productos como el cuidado del medio ambiente. Esta política permitió la adecuación de diversas instalaciones, equipos y maquinarias para el uso del gas natural como nuevo suministro de energía, lo que permitió reducir entre 4 y 5 veces las emisiones de gases. El gas natural es beneficioso para mejorar la calidad medioambiental del aire de las grandes ciudades. Asimismo en el 2007, se adquirió una nueva flota de camiones con tecnología de punta que permite cumplir con las políticas medioambientales.

Cabe mencionar que en el año 2007 continuamos trabajando buscando “**el cero desperdicio en la operaciones**” y “**reusando y reciclando**”. Asimismo, se puso en marcha la operación de inyección de cajas plásticas “**in house**” tanto en la planta Motupe como en la planta Ate, lo cual permite tener cajas que garantizan la protección de las botellas y que se pueden reciclar.

Por otro lado, participamos en la campaña “**Reciclar para ayudar**”, iniciativa que promueve el reciclaje de las botellas plásticas (PET) de gaseosas y aguas. Esta campaña se realiza no sólo con un fin medio ambiental sino también con un fin social, puesto que la empresa que recibe y recicla el PET da un monto por el material que recibe, el mismo que se entrega a la Asociación de Niños Quemados (ANIQUEM). Esta campaña se realiza internamente en nuestras plantas y distribuidoras de Lima y también de manera externa en alianza con la Asociación de la Industria de Bebidas Gaseosas del Perú (ASBEGA), y las tiendas de Wong y Metro.



3. Desarrollando las comunidades

3.1 Escuela Virtual Backus.- Es un programa educativo que ha evolucionado y que desarrolla, reúne y difunde recursos educativos digitales, capacitación virtual, noticias educativas e información profesional, con el fin de contribuir al crecimiento profesional de los educadores y a la formación integral de niños y jóvenes (www.escuelavirtualbackus.edu.pe).

El programa tiene como objetivos, desarrollar competencias y habilidades en los maestros para mejorar su práctica docente y optimizar el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, ofreciendo a la comunidad educativa nacional acceso a diversos recursos educativos, entre otros.

Los beneficiarios son los maestros, directivos, padres de familia, investigadores, estudiantes y público interesado en temas educativos a nivel nacional.

El programa contó con el auspicio del Ministerio de Educación y fue presentado oficialmente con la presencia del Ministro de este despacho en el mes de mayo en Lima y posteriormente fue presentado en 8 de las principales ciudades del país.

Al mes de diciembre del 2007 podemos señalar los siguientes resultados del año:

- El portal ha sido visitado por 79,040 personas, de los cuales el 86% son maestros y el 9% alumnos.
- 9036 personas se han registrado como usuarios teniendo acceso a actualizaciones permanentes sobre los nuevos servicios, programas y actividades.
- Existen 523 recursos disponibles on line y/o para descarga para los maestros, de los cuales 201 son videos.
- Se han ofrecido 7 cursos virtuales y 13 cursos presenciales capacitando a 1746 profesores. Asimismo hemos ofrecido 16 conferencias para visualización on line.

3.2 Huaca de la Luna.- Desde el año 1992, Huaca de la Luna forma parte de los proyectos arqueológicos promovidos por Backus, con este apoyo se ha logrado constituir un polo de desarrollo en la zona, generando empleo de manera directa e indirecta.

El proyecto arqueológico Huaca de la Luna, es coadministrado por la Universidad Nacional de Trujillo y el Patronato Huacas del Valle de Moche. En agosto del 2007 la Universidad Nacional de Trujillo recibió el premio Buenas Prácticas Gubernamentales en la categoría Promoción de la Cultura e Identidad, por el modelo de desarrollo del proyecto Huaca de la Luna.

Resultados del Programa en el 2007

- En el año 2007, la Huaca de la Luna recibió cerca de 100,000 mil visitantes.
- Crecimiento del turismo extranjero de 24.43 %
- El monto captado es más alto que los montos recibidos durante los últimos 9 años, y las negociaciones en curso con diversas fuentes de financiamiento nacional auguran un crecimiento aún mayor durante el 2008.

- Fueron capacitadas 94 personas en el Proyecto Huacas del Sol y de la Luna, 90 nacionales y 4 extranjeros, que significa un incremento de 29% en relación al año anterior. De ellas 10 fueron estudiantes de arqueología, 54 conservadores y 30 guías en turismo.
- Generó empleo directo en beneficio a 109 familias, demostrando que conservar el patrimonio cultural y darle uso público es una forma eficiente de generar empleo calificado.
- Del total de puestos de trabajo el 11% corresponde a los dos co-directores y al personal administrativo, el 50% son profesionales, la mayoría trujillanos y el 39% restantes son técnicos de campo.

4. Nuestra ética corporativa

4.1 Programa Integral de Ética Corporativa.- En Backus, contamos con El Programa Integral de Ética Corporativa (PIEC), lo que se busca es dar a conocer la forma como todos los miembros de sus diferentes empresas deben operar y dirigir el negocio, de acuerdo a una conducta ética dentro y fuera de la organización.

Los principales objetivos de la política son: reafirmar nuestros valores morales y comportamientos, que garanticen nuestro éxito, rentabilidad y liderazgo en un mercado cada vez más competitivo a nivel mundial. Y que todo colaborador de Backus debe asumir la responsabilidad y compromiso con el PIEC.

4.2 Nuestra Línea Ética.- La Línea Ética Backus es el canal por el cual se reciben y procesan las denuncias que formulan nuestros colaboradores, proveedores y terceros sobre eventuales conductas antiéticas en que podrían haber incurrido los colaboradores del grupo Backus. Este procedimiento aplica para todas las sociedades del Grupo Backus (UCP Backus y Johnston, Transportes 77, Naviera Oriente, Club Sporting Cristal, Agro Inversiones).

4.3 Principios de Abastecimiento Responsable.- En Backus contamos con 8 principios de Abastecimiento Responsable (PAR), que reflejan lo que Backus espera que todos sus proveedores cumplan o se esfuercen por alcanzar. Estos principios reflejan el código base de las Convenciones de la Organización de Internacional del Trabajo (OIT) y la Iniciativa de Comercio Ético.

Los PAR son 8 y están relacionados con lo siguiente:

1. Conducta de la compañía
2. Condiciones de trabajo
3. Empleo
4. Trabajo infantil
5. Salarios
6. Diversidad
7. Libertad de asociación
8. Medio ambiente

5. Comunicándonos con nuestros grupos de interés

5.1 Página Web Backus.- En el año 2007, Backus publicó en línea, su nuevo website www.backus.com.pe. Con este nuevo espacio de comunicación, Backus busca llegar a diversos públicos en tiempo real, y de manera amigable y fácil de navegar; con información de su portafolio de marcas de cerveza y gaseosas, los alcances de su organización y las diversas actividades que realiza.

5.2 Comunicaciones diversas.- En el año 2007, pudimos llegar a diferentes grupos de interés (stakeholders) no sólo por nuestra página web, sino también a través de diversos medios: enviamos mailings informativos sobre nuestra Campaña de Consumo Responsable y sobre nuestro programa de Escuela Virtual Backus (boletines mensuales). Asimismo, enviamos más 1,500 mini discos compactos, sobre la Campaña de Consumo Responsable y se enviaron más de 1,400 Códigos de Autorregulación de Comunicación Comercial.

6. Fortaleciendo nuestra marca corporativa

Durante el año 2007, la Dirección de Relaciones Públicas realizó diversas actividades que nos permitieron fortalecer nuestra reputación. Este fortalecimiento se realizó a través de 5 actividades, con los siguientes objetivos:

1. Visitas a planta: difundir en forma eficaz la imagen de las Empresas del Grupo Cerveceros Backus, con la finalidad de dar a conocer su gran dominio tecnológico, lo mejor de sus marcas y su filosofía de trabajo basado en su Modelo de Gestión. Se realizaron 926 visitas, alcanzando un número de 45, 540 visitantes. En aquellas ciudades del país donde no tenemos plantas productivas se realiza el evento denominado Backus Itinerante habiéndose realizado 3 presentaciones, llegando a contar con 25, 975 asistentes.
2. Secretos de la cerveza: atender y capacitar en el manejo y venta de nuestras marcas de cerveza, a nuestros diferentes clientes a nivel nacional, con una estrategia de comunicación audiovisual creativa e innovadora. En el año 2007 se realizaron 20 presentaciones, llegando a 6, 185 asistentes.
3. La cata de la cerveza: busca resaltar las bondades, características y ocasiones de consumo de nuestras diferentes marcas de cervezas a través de una estrategia amena, creativa e innovadora. En el año se realizaron 2 presentaciones, a las que asistieron 3, 983 clientes y líderes de opinión.

La Copa Cristal: Buscar la integración, amistad y confraternidad entre las principales instituciones públicas y privadas. Compartir con las instituciones participantes nuestra filosofía y cultura de Valores. Fomentar el deporte a través de la sana práctica del fútbol. En el año 2007 se realizaron 8 actividades, llegando a un público de 4, 608 participantes.

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

Estados financieros

31 de diciembre de 2007 y 31 de diciembre de 2006

S/. = Nuevo Sol
US\$ = Dólar estadounidense

DICTAMEN DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

28 de enero de 2008

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

Hemos auditado los estados financieros adjuntos de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. (una subsidiaria indirecta de SABMiller plc, empresa con domicilio legal en el Reino Unido) que comprenden el balance general al 31 de diciembre de 2007 y al 31 de diciembre de 2006 y los estados de ganancias y pérdidas, de cambios en el patrimonio neto y de flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas, y el resumen de políticas contables significativas y otras notas explicativas.

Responsabilidad de la Gerencia sobre los estados financieros

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

Responsabilidad del Auditor

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

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

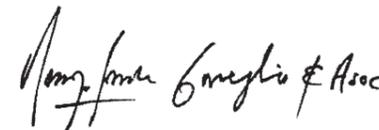
Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada en proporcionarnos una base para nuestra opinión de auditoría.

Opinión

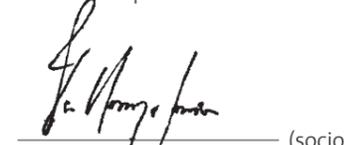
En nuestra opinión, los estados financieros antes indicados presentan razonablemente, en todos sus aspectos significativos, la situación financiera de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. al 31 de diciembre de 2007 y al 31 de diciembre de 2006, los resultados de sus operaciones y sus flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas, de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados en el Perú.

Los estados financieros individuales 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-b) a los estados financieros y no sobre una base consolidada. Estos estados financieros deben leerse conjuntamente 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.

Como se explica en la Nota 1-b) a los estados financieros, el 31 de diciembre de 2006 Unión Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. se fusionó con nueve empresas relacionadas, las que se disolvieron sin liquidarse.



Refrendado por



(socio)

Francisco Dongo-Soria
Contador Público Colegiado
Matrícula No.4850

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

Balance General
Al 31 de diciembre de 2007 y 2006

112

ACTIVO	2007	2006
	S/. 000	S/. 000
ACTIVO CORRIENTE		
Caja y bancos (Nota 5)	184,163	161,706
Cuentas por cobrar comerciales (Nota 6)	207,362	158,921
Otras cuentas por cobrar (Nota 8)	164,496	190,766
Existencias (Nota 9)	173,390	158,710
Gastos pagados por anticipado	36,525	36,253
Total del activo corriente	<u>765,936</u>	<u>706,356</u>
OTRAS CUENTAS POR COBRAR A LARGO PLAZO (Nota 8)	-	1,786
INVERSIONES (Nota 10)		
Subsidiarias	283,652	345,757
Disponibles para la venta	48,543	41,855
	<u>332,195</u>	<u>387,612</u>
INMUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPO (Nota 11)	1,225,527	1,118,097
INVERSIONES INMOBILIARIAS	17,087	16,944
INTANGIBLES (Nota 12)	547,058	520,340
	<u>2,887,803</u>	<u>2,751,135</u>

113

PASIVO Y PATRIMONIO NETO	2007	2006
	S/. 000	S/. 000
PASIVO CORRIENTE		
Cuentas por pagar comerciales (Nota 13)	149,754	95,149
Otras cuentas por pagar (Nota 14)	254,303	243,998
Parte corriente de beneficios del personal (Nota 15)	7,157	3,365
Parte corriente de deuda a largo plazo (Nota 16)	5,766	4,367
Total del pasivo corriente	<u>416,980</u>	<u>346,879</u>
BENEFICIOS DEL PERSONAL (Nota 15)	87,034	78,384
DEUDA A LARGO PLAZO (Nota 16)	10,740	10,655
INGRESOS DIFERIDOS	1,229	1,799
IMPUESTO A LA RENTA Y PARTICIPACIÓN DE LOS TRABAJADORES DIFERIDOS (Nota 17)	175,111	114,968
Total pasivo	<u>691,094</u>	<u>552,685</u>
PATRIMONIO NETO (Nota 18)		
Capital	778,985	778,985
Acciones de inversión	569,515	569,515
Prima de emisión	(9,117)	(9,117)
Excedente de revaluación	86,859	88,401
Reserva legal	156,144	240,131
Otras reservas	285,530	174,811
Resultados acumulados	328,793	355,724
Total patrimonio neto	<u>2,196,709</u>	<u>2,198,450</u>
	<u>2,887,803</u>	<u>2,751,135</u>

Las notas que se acompañan de la página 7 a la 45 forman parte de los estados financieros.

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

**Estado de Ganancias y Pérdidas
Por los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y de 2006**

114

	2007 S/. 000	2006 S/. 000
VENTAS NETAS	2,016,207	1,557,728
Otros ingresos operacionales	84,703	54,996
Total ingresos brutos	2,100,910	1,612,724
Costo de ventas (Nota 22)	(638,184)	(560,954)
Utilidad bruta	1,462,726	1,051,770
Gastos de venta (Nota 23)	(497,884)	(273,876)
Gastos de administración (Nota 24)	(242,018)	(176,844)
Comisión mercantil (Nota 1)	(207,850)	-
Fondo de reserva para término de relación laboral (Nota 15)	(10,474)	(56,156)
Resultado atribuible a subsidiarias (Nota 10-c)	51,813	88,174
Ingresos financieros (Nota 25)	21,801	15,850
Gastos financieros (Nota 25)	(14,059)	(7,066)
Gastos de reestructuración	-	(6,561)
Ingresos diversos (Nota 26)	21,099	16,445
Gastos diversos (Nota 26)	(58,568)	(15,614)
Pérdida por diferencia en cambio (Nota 4)	(19,691)	(5,726)
Utilidad antes de participación de los trabajadores e impuesto a la renta	506,895	630,396
Participación de los trabajadores (Notas 19 y 20)	(52,991)	(60,445)
Impuesto a la renta (Nota 20)	(143,076)	(162,963)
Utilidad neta del año	310,828	406,988
Utilidad por acción básica en nuevos soles (Nota 27):		
Acciones comunes clase A	2.30	3.13
Acciones comunes clase B	2.53	3.44
Acciones de inversión	0.23	0.31

Las notas que se acompañan de la página 7 a la 45 forman parte de los estados financieros.

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

**Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
Por los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y de 2006**

115

	Capital	Acciones de inversión	Prima de emisión	Excedente de revaluación	Reserva legal	Otras reservas	Result. Acumulados	Total
	S/. 000	S/. 000	S/. 000	S/. 000	S/. 000	S/. 000	S/. 000	S/. 000
Saldos al 1 de enero de 2006	806,123	574,547	(369,831)	90,884	229,728	329,754	241,350	1,902,555
Ajustes	-	(478)	-	(43)	114	4,547	(4,769)	(629)
Dividendos declarados	-	-	-	-	-	-	(54,771)	(54,771)
Transferencia a otras reservas	-	-	-	-	-	225,264	(225,264)	-
Compra de acciones propias	(10,265)	(25)	(79,455)	-	-	-	-	(89,745)
Intercambio y redención de acciones por fusión	(16,873)	(4,529)	440,169	-	-	(396,707)	-	22,060
Transferencia a reserva legal	-	-	-	-	10,289	57	(10,250)	96
Ganancias de inversiones disponibles para la venta	-	-	-	-	-	11,896	-	11,896
Enajenación de inmuebles revaluados	-	-	-	(648)	-	-	648	-
Transferencia a excedente de revaluación por depreciación de inmuebles revaluados	-	-	-	(1,792)	-	-	1,792	-
Utilidad neta del año	-	-	-	-	-	-	406,988	406,988
Saldos al 31 de diciembre de 2006	778,985	569,515	(9,117)	88,401	240,131	174,811	355,724	2,198,450
Ajustes	-	-	-	-	-	-	16,423	16,423
Dividendos declarados	-	-	-	-	-	(300,000)	(35,560)	(335,560)
Transferencia a otras reservas	-	-	-	-	-	320,164	(320,164)	-
Transferencia de exceso de reserva legal	-	-	-	-	(83,987)	83,987	-	-
Ganancias de inversiones disponibles para la venta	-	-	-	-	-	6,568	-	6,568
Transferencia a excedente de revaluación por depreciación de inmuebles revaluados	-	-	-	(1,542)	-	-	1,542	-
Utilidad neta del año	-	-	-	-	-	-	310,828	310,828
Saldos al 31 de diciembre de 2007	778,985	569,515	(9,117)	86,859	156,144	285,530	328,793	2,196,709

Las notas que se acompañan de la página 7 a la 45 forman parte de los estados financieros.

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

**Estado de Flujos de Efectivo
Por los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y de 2006**

116

	2007 S/. 000	2006 S/. 000
ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		
Cobranzas a los clientes	3,574,306	3,110,351
Pago a proveedores	(1,690,342)	(964,396)
Pago de remuneraciones y beneficios sociales	(96,169)	(183,948)
Pago de tributos	(1,566,100)	(1,542,311)
Otros cobros (pagos) en efectivo relativos a la actividad	164,848	48,508
Efectivo neto provisto por las actividades de operación	<u>386,543</u>	<u>468,204</u>
ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Venta de inversiones	477	14,299
Venta de inmuebles, maquinaria y equipo	77,088	29,839
Compra de inversiones	(439)	(179,370)
Compra de intangibles	(20,199)	(89,104)
Compra de inmuebles, maquinaria y equipo	(346,762)	(151,444)
Préstamos otorgados a vinculadas	141,994	(127,904)
Dividendos recibidos	113,753	72,537
Efectivo neto aplicado a las actividades de inversión	<u>(34,088)</u>	<u>(431,147)</u>
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
Recursos obtenidos por deuda a corto plazo	1,572	-
Amortización o cancelación de bonos y deuda a largo plazo	-	(106,791)
Dividendos pagados	(331,481)	(79,295)
Otros cobros en efectivo relativos a la actividad	(89)	16
Efectivo neto aplicado a actividades de financiamiento	<u>(329,998)</u>	<u>(186,070)</u>
Aumento neto (disminución neta) de efectivo y equivalente de efectivo	22,458	(149,013)
Efectivo y equivalente de efectivo al inicio del año	161,706	310,719
Efectivo y equivalente de efectivo al final del año	<u>184,164</u>	<u>161,706</u>

Las notas que se acompañan de la página 7 a la 45 forman parte de los estados financieros.

117

	2007 S/. 000	2006 S/. 000
CONCILIACIÓN DE LA UTILIDAD NETA CON EL EFECTIVO, NETO PROVISTO POR LAS ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		
Utilidad neta del año	310,828	406,988
Ajustes para conciliar la utilidad neta con el efectivo provisto por las actividades de operación:		
Resultado atribuible a subsidiarias	(51,813)	(88,174)
Depreciación	149,642	135,131
Amortización	9,904	6,984
(Utilidad) pérdida en venta de inmuebles, maquinaria y equipo	(15,188)	(2,602)
(Utilidad) pérdida en venta de inversiones	-	(457)
Retiro de activo fijo	29,035	-
Beneficios del personal	12,442	47,875
Impuesto a la renta y participación de los trabajadores diferido	60,143	11,191
Otros ajustes	685	-
Variaciones netas de activos y pasivos:		
Cuentas por cobrar comerciales	(160,242)	(7,983)
Otras cuentas por cobrar	(8,281)	(27,911)
Existencias	(14,680)	(22,080)
Gastos pagados por anticipado	(272)	(17,798)
Cuentas por pagar comerciales	54,605	42,923
Otras cuentas por pagar	9,735	(15,883)
Efectivo neto provisto por las actividades de operación	<u>386,543</u>	<u>468,204</u>
TRANSACCIONES QUE NO REPRESENTAN MOVIMIENTO DE EFECTIVO		
Intercambio y redención de acciones por fusión, neto	-	22,060
Ganancia de inversiones disponibles para la venta	6,568	11,896

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

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2007 y 31 de diciembre de 2006

118

1. ANTECEDENTES, REESTRUCTURACIÓN CORPORATIVA Y ACTIVIDAD ECONÓMICA

a) Antecedentes

Cervecería Backus y Johnston S. A., hoy Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. (en adelante la Compañía o Backus) se constituyó el 10 de mayo de 1955 asumiendo el activo y pasivo de la empresa Backus & Johnston Brewery Company Limited, una empresa fundada en Londres el 13 de setiembre de 1889. A partir del 12 de octubre de 2005, la Compañía es una subsidiaria indirecta de SABMiller plc, empresa con domicilio legal en el Reino Unido, quien posee el 97.21% del capital social a través de diversas subsidiarias.

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.

La oficina principal de la Compañía está ubicada en el Nicolás Ayllón 3986, Ate.

La Compañía cotiza sus acciones en la Bolsa de Valores de Lima.

Los estados financieros del ejercicio 2007 adjuntos serán presentados a la Junta General de Accionistas para su aprobación en los plazos establecidos por ley. En opinión de la Gerencia, los estados financieros del ejercicio 2007 adjuntos serán aprobados sin modificaciones. Los estados financieros al 31 de diciembre de 2006 fueron aprobados sin modificación por la Junta General de Accionistas el 27 de marzo de 2007.

b) Fusión

En Junta General de Accionistas celebrada el 19 de setiembre de 2006 se acordó la fusión por absorción de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. (empresa absorbente) con Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A., Embotelladora San Mateo S.A., Quipudata S.A., Corporación Backus y Johnston S.A., Backus & Johnston Trading S.A., Vidrios Planos del Perú S.A., Inmobiliaria Pariachi S.A., Inversiones Nuevo Mundo 2000 S.A. y Muñoz S.A. (empresas absorbidas), las que se disolvieron sin liquidarse. La fusión acordada tuvo efecto a partir del 31 de diciembre de 2006 y, como parte de este proceso, la Compañía asumió la integridad de los activos y pasivos de las empresas absorbidas que figuran en sus balances cerrados al 30 de diciembre de 2006.

119

Los activos, pasivos, ingresos y gastos recibidos de las empresas absorbidas al 30 de diciembre de 2006, son como sigue:

Compañía	Activos	Pasivos	Ingresos	Gastos
	S/.000	S/.000	S/.000	S/.000
Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A.	490,572	85,363	276,383	228,499
Embotelladora San Mateo S.A.	56,973	13,116	70,381	62,801
Quipudata S.A.	340	2,936	964	9,470
Corporación Backus y Johnston S.A.	98,568	5,945	1,115	1,733
Backus & Johnston Trading S.A.	14	-	12	27
Vidrios Planos del Perú S.A.	1,814	3	47	78
Inmobiliaria Pariachi S.A.	6,919	320	126	463
Inversiones Nuevo Mundo 2000 S.A.	8,670	1,735	2,467	2,388
Muñoz S.A.	2,139	60	207	234
Total	666,009	109,478	351,702	305,693

c) Actividad económica

La actividad económica principal de la Compañía es la elaboración, envasado, distribución y venta de cerveza y toda clase de negociaciones con bebidas malteadas, gaseosas y aguas. Para ello cuenta actualmente con seis plantas productivas ubicadas en Ate Vitarte (Lima), Huarochirí, Trujillo, Motupe, Arequipa y Cusco. Su producción es comercializada en el país sustancialmente a través de empresas distribuidoras y mayoristas, cuya actividad económica es la distribución de los productos elaborados por Backus, lo que le otorga una presencia en todo el territorio nacional. Asimismo, una parte menor de su producción es exportada.

En adición, la Compañía lidera un grupo económico compuesto por 6 subsidiarias directas e indirectas (7 subsidiarias directas e indirectas al 31 de diciembre de 2006), el mismo que está dividido en 4 segmentos de negocio. De estas empresas, incluida Backus, 2 están centradas en la actividad principal del Grupo, elaboración y distribución de cerveza, y en menor medida aguas minerales y gaseosas y 5 a actividades complementarias, en un esquema empresarial de integración vertical.

En este sentido, el segmento de cervezas y bebidas gaseosas y aguas representa aproximadamente el 97% de sus ingresos brutos al 31 de diciembre de 2007 (96% al 31 de diciembre de 2006).

Desde el 1 de enero de 2007, el modelo comercial para la venta de los productos de la Compañía varió en relación con el 2006. Durante el año 2006 las ventas fueron realizadas a las empresas distribuidoras y estas vendían los productos a los detallistas. Bajo el nuevo esquema, la Compañía entrega a su costo los productos a comisionistas mercantiles. Como resultado, este nuevo modelo trajo consigo un incremento en los valores de venta, así como en los gastos de venta relacionados con el transporte y la comisión mercantil. Al 31 de diciembre de 2007, el importe pagado por concepto de comisión mercantil ascendió a S/.207,850,000.

Adicionalmente, durante el año 2007 se implementaron cambios en la estrategia de marketing y otros planes comerciales, cambios que han generado desembolsos importantes que afectaron los resultados del año y que tienen como objetivo incrementar las ventas y consolidar el liderazgo y posicionamiento de las marcas. Entre las principales actividades realizadas están:

- Lanzamiento de la marca Peroni.
- Lanzamiento de la nueva presentación de Cusqueña en envase grabado de vidrio.
- Lanzamiento del nuevo envase de vidrio para Pilsen Callao con capacidad de 650 ml.
- Relanzamiento de la marca Barena.
- Lanzamiento de nueva presentación de Agua San Mateo y Guaraná.
- Lanzamiento de Guaraná Light.

Los estados financieros adjuntos reflejan la actividad individual de la Compañía, sin incluir los efectos de la consolidación de éstos con los de sus subsidiarias. Al respecto, la Compañía prepara por separado estados financieros consolidados, los cuales muestran los siguientes importes al 31 de diciembre de 2007 y de 2006:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
<i>Total activos</i>	2,959,925	2,831,625
<i>Total pasivos</i>	750,591	610,782
<i>Patrimonio neto</i>	2,209,334	2,220,843
<i>Utilidad neta</i>	309,437	363,115

2. PRINCIPIOS Y PRÁCTICAS CONTABLES SIGNIFICATIVAS

Las principales políticas contables aplicadas en la preparación de los estados financieros se detallan a continuación. Estas políticas han sido aplicadas uniformemente en todos los años presentados, a menos que se indique lo contrario.

a) Bases de preparación

Los estados financieros de la Compañía han sido preparados de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados en el Perú. Los principios de contabilidad generalmente aceptados en el Perú comprenden a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) oficializadas a través de Resoluciones emitidas por el Consejo Normativo de Contabilidad. Las NIIF incorporan a las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC) y a los pronunciamientos del Comité de Interpretaciones (SIC). A la fecha de los estados financieros el Consejo Normativo de Contabilidad ha oficializado la aplicación obligatoria de las NIC de la 1 a la 41 y de las SIC de la 1 a la 33. Asimismo, ha oficializado la aplicación obligatoria, a partir del 1 de enero de 2006, de las NIIF 1 a la 6; estando pendiente de revisión y aprobación las NIIF 7 y 8 y los pronunciamientos del actual Comité de Interpretaciones (IFRIC).

Los estados financieros de los años 2007 y 2006 han sido preparados de acuerdo con el principio de costo histórico, modificado por la revaluación de terrenos y edificios, activos disponibles para la venta y activos y pasivos financieros negociables llevados a su valor razonable.

El Consejo Normativo de Contabilidad oficializó a partir de 2006 la aplicación de las NIIF 1 a la 6 y de las revisiones a las NIC 1, 2, 8, 10, 16, 17, 21, 24, 27, 28, 32, 33, 36, 38 y 39; en este sentido, el impacto de la aplicación de estas normas a partir del año 2006, en los casos aplicables, es revelado en las correspondientes notas a los estados financieros.

La variación en el poder adquisitivo de la moneda peruana en los años 2007 y 2006 con referencia al índice de precios al por mayor, de acuerdo con estadísticas oficiales, ha sido de 5.2% y 1.3%, respectivamente.

Normas y modificaciones pendientes de aprobación

Ciertas normas y modificaciones han sido emitidas y se encuentran vigentes a nivel internacional para períodos posteriores al 31 de diciembre de 2006. Estas normas se encuentran pendientes de ser oficializadas en el Perú por el Consejo Normativo de Contabilidad. Aquellas que son aplicables a la Compañía son:

NIIF 7 Instrumentos financieros: Revelaciones, y una modificación complementaria a la NIC 1, Presentación de estados financieros - revelaciones sobre capital (vigentes a nivel internacional a partir del 1 de enero de 2007). La NIIF 7 incorpora nuevas revelaciones para mejorar la información de estados financieros y reemplaza los requerimientos de revelación de la NIC 32, Instrumentos Financieros: Revelación y Presentación. La modificación a la NIC 1 incorpora revelaciones sobre el nivel de capital de una entidad y cómo ésta lo maneja.

La Compañía considera que estas normas tendrán impacto solamente sobre las revelaciones y presentación de los estados financieros.

NIIF 8 Segmentos Operativos (vigente a nivel internacional desde el 1 de enero de 2009). Establece requerimientos para la revelación de información sobre los segmentos operativos de la Compañía y también sobre sus productos y servicios, áreas geográficas en las que opera, así como sus principales clientes.

La Compañía se encuentra evaluando el impacto de esta norma.

b) Subsidiarias

Las subsidiarias son todas las entidades (incluyendo aquellas para propósitos especiales) sobre las que la Compañía tiene el poder de gobernar sus políticas operativas y financieras, generalmente por ser propietaria de más de la mitad de sus acciones con derecho a voto.

La Compañía usa el método de compra para contabilizar la adquisición de subsidiarias. El costo de una adquisición se determina como el valor razonable de los activos entregados, instrumentos de patrimonio emitidos y pasivos incurridos o asumidos a la fecha del intercambio, más los costos directamente atribuibles a la adquisición. Los activos identificables adquiridos, los pasivos y pasivos contingentes asumidos en una combinación de negocios se valorizan inicialmente a sus valores razonables a la fecha de la adquisición. El exceso del costo de adquisición sobre el valor razonable de la participación de la Compañía en los activos netos identificables adquiridos se registra como plusvalía mercantil en el activo. Si el costo de adquisición es menor que el valor razonable de los activos netos de la subsidiaria adquirida (minusvalía mercantil), la diferencia es reconocida directamente en el estado de ganancias y pérdidas.

Las inversiones en subsidiarias se registran bajo el método de participación patrimonial. A través de este método, los resultados obtenidos por las subsidiarias son reconocidos con cargo o crédito, según corresponda, al valor de la inversión y con crédito o cargo a los resultados del ejercicio. Los dividendos recibidos en efectivo se acreditan al valor de la inversión.

c) Traducción de moneda extranjera

Moneda funcional y moneda de presentación

Las partidas incluidas en los estados financieros de la Compañía se expresan en la moneda del ambiente económico primario donde opera la entidad (moneda funcional). Los estados financieros se presentan en nuevos soles, que es la moneda funcional y la moneda de presentación de la Compañía.

Transacciones y saldos

Las transacciones en moneda extranjera se traducen a la moneda funcional usando los tipos de cambio vigentes a la fecha de las transacciones.

Las ganancias y pérdidas por diferencias en cambio que resulten del pago de tales transacciones y de la traducción al tipo de cambio al cierre del año de activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera, se reconocen en el estado de ganancias y pérdidas.

d) Cuentas por cobrar comerciales

Las cuentas por cobrar comerciales se reconocen inicialmente a su valor razonable y subsecuentemente se valorizan al costo amortizado, menos la provisión por deterioro. La provisión por deterioro de las cuentas por cobrar comerciales se establece cuando existe evidencia objetiva de que la Compañía no podrá cobrar todos los montos vencidos de acuerdo con sus condiciones originales. El monto de la provisión es la diferencia entre el valor en libros del activo y el valor presente de los flujos de efectivo estimados, descontados a la tasa de interés efectiva. El monto de la provisión se reconoce en el estado de ganancias y pérdidas. Cuando una cuenta por cobrar se considera incobrable, se elimina de los estados financieros contra la provisión previamente reconocida. Los recuperos posteriores de montos previamente eliminados de los estados financieros se reconocen con crédito al estado de ganancias y pérdidas.

e) Existencias

Las existencias se registran al costo o a su valor neto de realización el que resulte menor. El costo se determina usando el método de promedio ponderado. El costo de los productos terminados y de los productos en proceso comprende los costos de diseño, materia prima, mano de obra directa, otros costos directos y gastos generales de fabricación (sobre la base de la capacidad de operación normal) y excluye los costos de financiamiento. El valor neto de realización es el precio de venta estimado en el curso normal de las operaciones, menos los gastos de venta variables.

f) Activos financieros

La Compañía clasifica sus inversiones en las siguientes categorías: i) activos financieros negociables, ii) préstamos y cuentas por cobrar, iii) inversiones a ser mantenidas hasta su vencimiento y iv) activos financieros disponibles para la venta. La clasificación depende del propósito para el cual se adquirieron las inversiones. La Gerencia determina la clasificación de sus inversiones a la fecha de su reconocimiento inicial y reevalúa esta clasificación a la fecha de cada cierre.

Activos financieros negociables

Un activo financiero se clasifica en esta categoría si es adquirido principalmente para efectos de ser vendido en el corto plazo o si es designado así por la Gerencia. Los instrumentos financieros derivados también se clasifican como negociables a menos

que se les designe como de cobertura. Los activos en esta categoría se clasifican como activos corrientes si son mantenidos como negociables o se espera que se realicen dentro de los 12 meses contados a partir de la fecha del balance general.

Préstamos y cuentas por cobrar

Los préstamos y las cuentas por cobrar son activos financieros no derivados con pagos fijos o determinables que no son cotizados en un mercado activo. Surgen cuando la Compañía provee dinero, bienes o servicios directamente a un deudor sin intención de negociar la cuenta por cobrar. Se incluyen en el activo corriente, salvo los de vencimientos mayores a 12 meses después de la fecha del balance general, que son reclasificados como activos no corrientes. Los préstamos y las cuentas por cobrar se incluyen en cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar en el balance general (Nota 2-d).

Inversiones a ser mantenidas hasta su vencimiento

Las inversiones a ser mantenidas hasta su vencimiento son activos financieros no derivados con pagos fijos o determinables y vencimientos fijos que la Gerencia de la Compañía tiene la intención y la capacidad de mantener hasta su vencimiento. Durante el año, la Compañía no mantuvo ninguna inversión en esta categoría.

Activos financieros disponibles para la venta

Los activos financieros disponibles para la venta son activos financieros no derivados que se designan en esta categoría o que no clasifican en ninguna de las otras categorías. Estos activos se muestran como activos no corrientes a menos que la Gerencia tenga intención expresa de vender la inversión dentro de los 12 meses contados a partir de la fecha del balance general.

Las compras y ventas de inversiones se reconocen a la fecha de la negociación, fecha en la que la Compañía se compromete a comprar o vender el activo. Los costos de transacción relacionados con activos financieros reconocidos a valor razonable a través del patrimonio son incorporados al valor del activo cuando se le reconoce inicialmente. Los costos de transacción relacionados con activos financieros registrados al valor razonable a través de ganancias y pérdidas son reconocidos en ganancias y pérdidas. Los activos financieros se dejan de reconocer cuando los derechos a recibir flujos de efectivo de las inversiones han expirado o han sido transferidos y la Compañía ha transferido sustancialmente todos los riesgos y beneficios derivados de su propiedad. Los activos financieros disponibles para la venta y los activos financieros negociables se reconocen posteriormente al valor razonable. Los préstamos, cuentas por cobrar y las inversiones a ser mantenidas hasta su vencimiento se registran a su costo amortizado, usando el método de interés efectivo.

Las ganancias y pérdidas realizadas y no realizadas que surgen de cambios en el valor razonable de la categoría de "activos financieros negociables" se incluyen en el estado de ganancias y pérdidas en el período en el que se originan. Las ganancias y pérdidas no realizadas que surgen de cambios en el valor razonable de valores no monetarios clasificados como disponibles para la venta, se reconocen en el patrimonio. Cuando los valores clasificados como disponibles para la venta se venden o se desvalorizan, los ajustes a valor razonable acumulados se incluyen en el estado de ganancias y pérdidas como ganancias o pérdidas en inversiones en valores.

Los valores razonables de las inversiones con cotización bursátil se basan en precios vigentes ofrecidos. Si el mercado no es activo (o los valores no son cotizados), la Compañía establece el valor razonable usando técnicas de valuación. Estas técnicas incluyen el uso de transacciones recientes efectuadas bajo los términos de libre competencia, la referencia a otros instrumentos que son sustancialmente iguales y análisis de flujos de efectivo descontados, maximizando el uso de información de mercado y minimizando el uso de información específica para la entidad.

La Compañía evalúa a cada fecha del balance general si existe evidencia objetiva de la desvalorización de un activo financiero o grupo de activos financieros.

g) Inmuebles, maquinaria y equipo

Reconocimiento y medición

Los terrenos y edificios comprenden sustancialmente las plantas, locales de venta y oficinas. Los terrenos y edificios se muestran a su valor razonable, sobre la base de tasaciones periódicas, efectuadas por tasadores independientes, menos la depreciación subsiguiente de los edificios. La depreciación acumulada a la fecha de la revaluación es eliminada contra el costo del activo. Las demás partidas de la cuenta inmuebles, maquinaria y equipo se registran al costo histórico menos su depreciación. El costo histórico incluye los desembolsos directamente atribuibles a la adquisición de estas partidas.

Los aumentos en el valor en libros producto de la revaluación de los terrenos y edificios se acreditan a la cuenta excedente de revaluación en el patrimonio, neto de su efecto tributario futuro referido al impuesto a la renta y participación de los trabajadores diferido. Las disminuciones que revierten aumentos previos al mismo activo son cargados directamente contra la cuenta excedente de revaluación en el patrimonio y su correspondiente efecto en el saldo del impuesto y participación de los trabajadores diferidos; todas las demás disminuciones se cargan al estado de ganancias y pérdidas.

Gastos posteriores

Los gastos incurridos para reemplazar un componente de una partida o elemento de Inmuebles, maquinaria y equipo son capitalizados por separado, castigándose el valor en libros del componente. Otros gastos posteriores se capitalizan si se espera que surjan beneficios económicos futuros. Todos los otros gastos, incluyendo gastos de reparación y mantenimiento, se reconocen en el estado de ganancias y pérdidas cuando se incurren.

Obras en curso

Los activos en etapa de construcción se capitalizan como un componente separado de Inmuebles, maquinaria y equipo. A su culminación, el costo es transferido a la categoría adecuada. Las obras en curso no se deprecian.

Depreciación

Los terrenos no se deprecian. La depreciación de otros activos se calcula por el método de línea recta para asignar su costo o su monto revaluado a su valor residual durante el estimado de su vida útil como sigue:

	Años
<i>Edificios</i>	Entre 20 y 33
<i>Maquinaria y equipo</i>	Entre 5 y 30
<i>Muebles y enseres</i>	3, 5 y 10
<i>Unidades de transporte</i>	5
<i>Equipo de cómputo</i>	4
<i>Cajas y botellas retornables</i>	3, 5, 6 y 10
<i>Equipos diversos</i>	10

Los valores residuales y la vida útil de los activos se revisan y ajustan, de ser necesario, a la fecha de cada balance general. Durante el año 2007 la Compañía efectuó una revisión de la vida útil estimada de sus activos fijos efectuando algunos ajustes a las mismas, de no haberse efectuado dichos cambios la depreciación cargada hubiese sido menor en aproximadamente \$/9,762,000.

Deterioro y venta

El valor en libros de un activo se castiga inmediatamente a su valor recuperable si el valor en libros del activo es mayor que el estimado de su valor recuperable sobre la base de lo que se indica en el párrafo k) siguiente.

Las ganancias y pérdidas por la venta de activos corresponden a la diferencia entre los ingresos de la transacción y el valor en libros de los activos. Estas se incluyen como otros ingresos/gastos en el estado de ganancias y pérdidas. En la venta de activos previamente revaluados, los montos incluidos como excedente de revaluación se transfieren a resultados acumulados.

h) Activos no financieros disponibles para la venta

Los activos cuyo valor en libros se espera recuperar a través de su venta, se tenga un plan para tal efecto y sea altamente probable que la venta ocurra en el corto plazo, son clasificados como disponibles para la venta y son valuados a su costo o su valor de realización el que resulte menor. Si el valor de realización es menor que el registrado en libros se constituye una provisión con cargo a excedente de revaluación e impuesto a la renta y participación de los trabajadores diferidos o a resultados según se trate de un bien que haya sido revaluado o no previamente, respectivamente.

i) Inversiones inmobiliarias

Las inversiones inmobiliarias se registran inicialmente al costo histórico. Posteriormente son medidos al valor revaluado menos su depreciación acumulada y cualquier pérdida por deterioro. La depreciación se calcula por el método de línea recta para asignar su costo menos su valor residual durante el estimado de su vida útil.

Los valores residuales y la vida útil de los activos se revisan y ajustan, de ser necesario, a la fecha de cada balance general.

El valor en libros de un activo se castiga inmediatamente a su valor recuperable si el valor en libros del activo es mayor que el estimado de su valor recuperable. Cualquier disminución en el valor del activo que resulte de su tasación, primero se compensa contra el excedente de revaluación que exista por el mismo activo y posteriormente se carga a los resultados del ejercicio.

Las ganancias y pérdidas por la venta de activos corresponden a la diferencia entre los ingresos de la transacción y el valor en libros de los activos y se incluyen en el estado de ganancias y pérdidas.

j) Activos intangibles

Plusvalía mercantil

La plusvalía mercantil representa el exceso entre el costo de una adquisición respecto del valor razonable de la participación de la Compañía en los activos netos identificables de una subsidiaria a la fecha de adquisición. La plusvalía mercantil resultante de adquisiciones de subsidiarias se incluye en activos intangibles. La plusvalía mercantil es revisada para determinar si requiere el reconocimiento de provisiones por deterioro y se registra al costo menos provisiones por deterioro acumuladas. Las pérdidas por deterioro se reconocen en el estado de ganancias y pérdidas y no se reversan. Las ganancias y pérdidas en la venta de subsidiarias o de asociadas incluyen el valor en libros de la plusvalía mercantil relacionada con la entidad vendida.

La plusvalía mercantil se asigna a unidades generadoras de efectivo para efectuar las pruebas de su deterioro. Cada una de estas unidades generadoras de efectivo representa la inversión de la Compañía en cada localidad en donde opera por cada segmento primario de reporte (Nota 12).

Marcas

Las marcas se muestran al costo histórico. Las marcas tienen una vida útil definida y se registran al costo menos su amortización acumulada. La amortización se calcula usando el método de línea recta para asignar el costo de las marcas y licencias en el término de su vida útil estimada, entre 10 y 40 años a partir de la fecha de la adquisición efectuada por SABMiller plc (Nota 1-a).

Programas de cómputo

Las licencias de los programas de cómputo adquiridas se capitalizan sobre la base de los costos incurridos para adquirir o poner en uso el programa de cómputo específico. Estos costos se amortizan en el estimado de su vida útil.

Los costos asociados con el desarrollo o mantenimiento de programas de cómputo se reconocen como gasto cuando se incurren. Los costos que se asocian directamente con la producción de programas de cómputo únicos e identificables controlados por la Compañía, y que probablemente generarán beneficios económicos más allá de su costo por más de un año, se reconocen como activos intangibles. Los costos directos incluyen los costos de los empleados que desarrollan los programas de cómputo y una porción de los costos indirectos correspondientes.

Los costos incurridos en el desarrollo de programas de cómputo reconocidos como activos se amortizan durante sus vidas útiles estimadas.

k) Deterioro de activos no financieros

Los activos que tienen vida útil indefinida y no están sujetos a amortización, se someten a pruebas anuales de deterioro. Los activos sujetos a depreciación o amortización se someten a pruebas de deterioro cuando se producen eventos o circunstancias que indican que el valor en libros podría no ser recuperable. Las pérdidas por deterioro son el monto en el que el valor en libros del activo excede su valor recuperable. El valor recuperable de los activos corresponde al monto neto que se obtendría de su venta o su valor en uso, el mayor. Para efectos de evaluar el deterioro, los activos se agrupan a los niveles más pequeños en los que se genera flujos de efectivo identificables (unidades generadoras de efectivo).

Si el valor en libros de un activo o unidad generadora de efectivo excede su valor recuperable, se contabiliza una provisión para registrar el activo al monto menor. Las pérdidas por deterioro son reconocidas en el estado de ganancias y pérdidas. Una pérdida por deterioro es extornada si se ha producido algún cambio en los estimados usados para determinar el valor recuperable. Una pérdida por deterioro es extornada solamente en la medida que el valor en libros del activo no exceda su respectivo valor razonable que se habría determinado, neto de depreciación y amortización, si no se hubiera reconocido pérdida por deterioro alguna.

l) Contratos de arrendamiento financiero

Los contratos de arrendamiento de inmuebles, maquinaria y equipo por los que la Compañía asume sustancialmente todos los riesgos y beneficios relativos a la propiedad del bien arrendado se clasifican como arrendamientos financieros y se capitalizan al inicio del contrato al menor valor que resulta entre el valor razonable del bien arrendado y el valor presente de los pagos mínimos de las cuotas de arrendamiento. Los pagos de las cuotas de arrendamiento se asignan a reducir el pasivo y al reconocimiento del cargo financiero de forma tal que se obtenga una tasa de interés constante sobre el saldo de la deuda

pendiente de amortización. Las obligaciones por arrendamientos financieros, netos de los cargos financieros, se incluyen en el rubro Deuda a largo plazo. El costo financiero se carga a resultados en el período del arrendamiento. El costo de los activos fijos adquiridos a través de arrendamientos financieros se deprecian en el estimado de su vida útil.

m) Contratos de arrendamiento operativo

Los arrendamientos en los que una porción significativa de los riesgos y beneficios relativos a la propiedad son retenidos por el arrendador se clasifican como arrendamientos operativos. Los pagos efectuados bajo un arrendamiento operativo (neto de cualquier incentivo recibido del arrendador) se cargan al estado de ganancias y pérdidas en la medida que el arrendamiento va devengando.

n) Cuentas por pagar comerciales

Las cuentas por pagar comerciales son reconocidas inicialmente a su valor razonable y posteriormente se valorizan al costo amortizado usando el método del interés efectivo.

o) Depósitos en garantía

Las cajas y envases retornables se registran en el rubro de inmuebles, maquinaria y equipo, y por aquellos que han sido entregados a los canales de venta para la venta de sus productos se registra un pasivo relacionado con la obligación de rembolsar los depósitos en garantía entregados por los clientes (Nota 14).

p) Provisiones

Las provisiones se reconocen cuando la Compañía tiene una obligación presente legal o asumida como resultado de eventos pasados, es más que probable que se requerirá de la salida de recursos para pagar la obligación y el monto ha sido estimado confiablemente. Las provisiones para reestructuración comprenden las penalidades por cancelación de arrendamientos y pagos por cese de empleados.

Cuando existen varias obligaciones similares, la probabilidad de que se requiera de salidas de recursos para su pago se determina considerando la clase de obligación como un todo. Se reconoce una provisión aun cuando la probabilidad de la salida de recursos respecto de cualquier partida específica incluida en la misma clase de obligaciones sea muy pequeña.

Las provisiones son reconocidas al valor presente de los desembolsos esperados para cancelar la obligación utilizando tasas de interés antes de impuestos que reflejen la actual evaluación del valor del dinero en el tiempo y los riesgos específicos de la obligación. Los incrementos en la provisión debido al paso del tiempo son reconocidos como gastos por intereses en el estado de ganancias y pérdidas.

q) Beneficios del personal

Pensiones y beneficios

La Compañía ha reconocido en sus estados financieros, sobre la base de cálculos actuariales anuales realizados por un actuario independiente, una provisión relacionada con los beneficios que otorga a su personal jubilado y/o retirado con los que se ha acordado darles este beneficio, consistente en pensiones de jubilación (8 ex-trabajadores), raciones de cerveza que se entregan mensualmente y seguro médico (1,164 ex-trabajadores), (Nota 15).

El valor presente de la obligación del beneficio definido se determina descontando los flujos de salida de efectivo estimados usando las tasas de interés de financiamientos a largo plazo obtenidos por la Compañía y/o de acuerdo con tasas de mercado a las que la Compañía puede acceder y cuyo vencimiento se aproxima al periodo en que será pagado el beneficio.

Las ganancias y pérdidas actuariales que surgen de los ajustes por la experiencia y cambios en los supuestos actuariales se cargan o abonan a resultados en el año en que ocurren los cambios. Los incrementos en la provisión debido al paso del tiempo son reconocidos como gastos por intereses en el estado de ganancias y pérdidas.

Fondo de reserva para término de relación laboral

El fondo de reserva para término de relación laboral se paga por única vez cuando el trabajador, a pedido de la Compañía, acepta retirarse de la misma antes de su edad de jubilación a cambio de estos beneficios o cuando el trabajador llega a la edad de jubilación y se desvincula de la Compañía. A partir del año 2006 la Compañía reconoce estos beneficios con cargo al estado de ganancias y pérdidas en la medida que el fondo se va calculando en función a los años de servicio de los trabajadores. Estos beneficios son reconocidos sobre la base de cálculos actuariales anuales realizados por un actuario independiente. El valor presente de la obligación se determina descontando los desembolsos esperados para cancelar la obligación utilizando tasas de interés de bonos corporativos que se denominan en la moneda en que se pagarán los beneficios. Los incrementos en la provisión debido al paso del tiempo son reconocidos como gastos por intereses en el estado de ganancias y pérdidas (Nota 15).

Participación en las utilidades

La Compañía reconoce un pasivo y un gasto por participación de los trabajadores en las utilidades sobre la base del 10% de la materia imponible determinada de acuerdo con la legislación vigente.

r) Impuesto a la renta

El impuesto a la renta para el año comprende el impuesto corriente y diferido. El impuesto a la renta se reconoce en el estado de ganancias y pérdidas, excepto en la medida que se relacione con partidas cargadas o abonadas directamente en el patrimonio, en cuyo caso se reconoce en el patrimonio.

El gasto por impuesto corriente es el impuesto por pagar esperado sobre la renta imponible del año, usando tasas impositivas promulgadas a la fecha del balance general y cualquier ajuste a los impuestos por pagar de años anteriores.

El impuesto a la renta diferido se registra por el método del pasivo, sobre las diferencias temporales que surgen entre las bases tributarias de activos y pasivos y sus respectivos valores mostrados en los estados financieros. Sin embargo, el impuesto a la renta diferido que surge por el reconocimiento inicial de un activo o un pasivo en una transacción que no corresponda a una combinación de negocios que al momento de la transacción no afecta ni la utilidad ni la pérdida contable o gravable, no se registra. El impuesto a la renta diferido se determina usando tasas tributarias (y legislación) que han sido promulgadas a la fecha del balance general y que se espera serán aplicables cuando el impuesto a la renta diferido activo se realice o el impuesto a la renta pasivo se pague.

Los impuestos a la renta diferidos activos se reconocen en la medida que sea probable que se produzcan beneficios tributarios futuros contra los que se puedan usar las diferencias temporales.

El impuesto a la renta diferido se provisiona por las diferencias temporales que surgen de las inversiones en subsidiarias y en asociadas, excepto cuando la oportunidad de la reversión de la diferencia temporal es controlada por la Compañía y es probable que la diferencia temporal no se revertirá en el futuro previsible.

s) Capital social

Las acciones comunes se clasifican como patrimonio.

Cuando cualquier empresa controlada por la Compañía compra sus acciones del capital (acciones en tesorería de acuerdo con lo establecido por las Normas Internacionales de Información Financiera - concepto que tiene connotación distinta a lo establecido en el artículo 105 de la Ley General de Sociedades -) el pago efectuado, incluyendo cualquier costo directamente vinculado (neto de impuestos), se deduce del patrimonio atribuible a los titulares del capital social de la Compañía hasta que las acciones se amorticen, reemitan o vendan. Cuando tales acciones son subsecuentemente reemitidas o vendidas, cualquier pago recibido, neto de los costos incrementales directamente atribuibles a la transacción y los efectos correspondientes en el impuesto a la renta, se incluye en el patrimonio (Nota 18).

t) Distribución de dividendos

La distribución de dividendos a los accionistas de la Compañía se reconoce como pasivo en los estados financieros en el periodo en el que los dividendos se aprueban por los accionistas de la Compañía.

u) Reconocimiento de ingresos

Los ingresos comprenden el valor razonable de la venta de bienes y servicios, neto de impuestos a las ventas y selectivo al consumo, rebajas y descuentos.

La Compañía reconoce ingresos cuando el monto puede ser medido confiablemente, es probable que beneficios económicos futuros fluirán hacia la Compañía y se cumpla con los criterios específicos por cada tipo de ingreso como se describe más adelante. Se considera que el monto de los ingresos no puede ser medido confiablemente hasta que todas las contingencias relacionadas con la venta hayan sido resueltas. La Compañía basa sus estimados en resultados históricos, considerando el tipo de cliente, de transacción y condiciones específicas de cada acuerdo. Los ingresos se reconocen como sigue:

Ventas de bienes

Las ventas de bienes se reconocen cuando la Compañía ha entregado productos al cliente, éste ha aceptado los productos y la cobranza de las cuentas por cobrar correspondientes está razonablemente asegurada.

Ventas de servicios, intereses, regalías y dividendos

Las ventas de servicios se reconocen en el período contable en el que se prestan, con referencia al servicio específico completo, calculado sobre la base del servicio realmente brindado como una proporción del total de los servicios a ser brindados.

Los ingresos provenientes de intereses se reconocen sobre la base de la proporción de tiempo transcurrido, usando el método del interés efectivo. El ingreso proveniente de intereses sobre préstamos o colocaciones deteriorados se reconoce ya sea en la medida que se cobra el efectivo o sobre la base de la recuperación del costo, según lo exijan sus condiciones.

El ingreso proveniente de regalías se reconoce a medida que se devenga de acuerdo con la sustancia de los contratos correspondientes.

El ingreso proveniente de dividendos se reconoce cuando el derecho a recibir el pago ha sido establecido.

v) Pasivos y activos contingentes

Los pasivos contingentes no se reconocen en los estados financieros, sólo se revelan en nota a los estados financieros, a menos que la posibilidad de la utilización de recursos sea remota. Los activos contingentes no se reconocen en los estados financieros y sólo se revelan cuando es probable que se producirá un ingreso de recursos.

w) Efectivo y equivalentes de efectivo

El efectivo y equivalentes de efectivo comprenden al efectivo disponible y depósitos a la vista en bancos.

3. ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS**Factores de riesgo financiero**

Las actividades de la Compañía la exponen a una variedad de riesgos financieros: riesgos de mercado (incluyendo el riesgo de moneda, riesgo de valor razonable de tasa de interés y riesgo de precio), riesgo crediticio, riesgo de liquidez y riesgo de tasa de interés de los flujos de efectivo. El programa general de administración de riesgos de la Compañía se concentra principalmente en lo impredecible de los mercados financieros y trata de minimizar potenciales efectos adversos en el desempeño financiero de la Compañía.

El Departamento de Tesorería tiene a su cargo la administración de riesgos de acuerdo a políticas aprobadas por el Directorio. La Tesorería de la Compañía identifica, evalúa y cubre los riesgos financieros en coordinación estrecha con sus unidades operativas. El Directorio proporciona los principios por escrito para la administración general de riesgos así como las políticas escritas para cubrir áreas específicas, tales como riesgo de tipo de cambio, riesgo de tasas de interés, riesgo crediticio, uso de instrumentos financieros derivados y no derivados y la inversión de los excedentes de liquidez.

a) Riesgo de mercado**i) Riesgo de tipo de cambio**

Las actividades de la Compañía y su endeudamiento en moneda extranjera la exponen al riesgo de fluctuaciones en los tipos de cambio del dólar estadounidense. La Gerencia considera que la posición en moneda extranjera de la Compañía no es de consideración con relación a su total de activos, y la magnitud de sus operaciones y niveles de rentabilidad.

Los saldos en moneda extranjera al 31 de diciembre se resumen como sigue:

	2007	2006
	\$000	S/.000
Activos		
Caja y bancos	4,077	18,709
Cuentas por cobrar comerciales	2,223	2,418
Otras cuentas por cobrar	20,164	44,868
Total	26,464	65,995
Pasivos		
Cuentas por pagar comerciales	18,994	15,258
Deuda a largo plazo (incluye porción corriente)	1,110	2,135
Otras cuentas por pagar	1,964	4,109
Total	22,068	21,502
Posición activa neta	4,396	44,493

Al 31 de diciembre de 2007, los tipos de cambio utilizados por la Compañía para el registro de los saldos en moneda extranjera han sido de S/.2.995 y S/.2.997 por US\$1 para los activos y pasivos, respectivamente (S/.3.194 y S/.3.197 por US\$1 al 31 de diciembre de 2006, respectivamente), los cuales son publicados por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

Al 31 de diciembre de 2007, la Compañía ha registrado ganancias en cambio por S/.12,536,000 (S/.21,822,000 en el 2006) y pérdidas en cambio por S/.32,227,000 (S/.27,548,000 en el 2006).

ii) Riesgo de precios

La Compañía está expuesta al riesgo en el cambio de los precios de sus valores de capital debido a inversiones mantenidas y clasificadas en su balance general como disponibles para la venta. La Compañía está expuesta al riesgo de precios de mercancías (commodities) necesarias para la producción, el mismo que es coberturado a través de negociaciones corporativas de su casa matriz con los proveedores correspondientes.

b) Riesgo crediticio

Los activos financieros de la Compañía potencialmente expuestos a concentraciones de riesgo de crédito consisten principalmente de depósitos en bancos y cuentas por cobrar comerciales. Con respecto a los depósitos en bancos, la Compañía reduce la probabilidad de concentraciones significativas de riesgo de crédito porque mantiene sus depósitos y coloca sus inversiones de efectivo en instituciones financieras de primera categoría, y limita el monto de la exposición al riesgo de crédito en cualquiera de las instituciones financieras. Con respecto a las cuentas por cobrar comerciales, las concentraciones significativas de riesgo de crédito, individual o de grupo, están limitadas debido a la amplia base de clientes y a la política de la Compañía de evaluar continuamente el comportamiento de pago de los clientes y su condición financiera para cumplir con los pagos.

c) Riesgo de liquidez

La administración prudente del riesgo de liquidez implica mantener suficiente efectivo y valores negociables, la disponibilidad de financiamiento a través de una adecuada cantidad de fuentes de crédito comprometidas y la capacidad de cerrar posiciones en el mercado. Debido a la naturaleza dinámica de los negocios, Tesorería se orienta a mantener flexibilidad en su financiamiento a través de la disponibilidad de líneas de crédito acordadas.

d) Riesgo de flujos de efectivo y de valor razonable de tasa de interés

Los activos que generan intereses son sustancialmente con empresas vinculadas de alta solidez financiera. Asimismo, el riesgo de flujos de efectivo es considerado bajo debido a que los flujos de efectivo operativos son sustancialmente independientes de cambios en las tasas de interés en el mercado.

4. ESTIMADOS Y SUPUESTOS CONTABLES CRÍTICOS

Los estimados y criterios usados son continuamente evaluados y se basan en la experiencia histórica y otros factores, incluyendo la expectativa de ocurrencia de eventos futuros que se consideran razonables de acuerdo con las circunstancias.

Estimados y criterios contables críticos

La Compañía efectúa estimaciones y supuestos respecto del futuro. Las estimaciones contables resultantes, por definición, muy pocas veces serán iguales a los respectivos resultados reales. Sin embargo, en opinión de la Gerencia, las estimaciones

y supuestos aplicados por la Compañía no tienen un riesgo significativo de causar un ajuste material a los saldos de los activos y pasivos en el próximo año.

Juicios críticos en la aplicación de las políticas contables

- Revisión de valores en libros y provisión para deterioro

La Compañía aplica los lineamientos señalados en la NIC 36 para determinar si un activo permanente requiere de una provisión por deterioro. Esta determinación requiere de uso de juicio profesional por parte de la Gerencia para analizar los indicadores que podrían significar deterioro así como en la determinación del valor en uso. En este último caso se requiere la aplicación de juicio en la elaboración de flujos de caja futuros que incluye la proyección del nivel de operaciones futuras de la Compañía, proyección de factores económicos que afectan sus ingresos y costos, así como la determinación de la tasa de descuento a ser aplicada a este flujo.

- Impuestos

La determinación de las obligaciones y gastos por impuestos requiere de interpretaciones a la legislación tributaria aplicable. La Compañía busca asesoría profesional en materia tributaria antes de tomar alguna decisión sobre asuntos tributarios. Aún cuando la Gerencia considera que sus estimaciones son prudentes y apropiadas, pueden surgir diferencias de interpretación con la administración tributaria que pudieran afectar los cargos por impuestos en el futuro.

5. CAJA Y BANCOS

Al 31 de diciembre, este rubro comprende:

	2007	2006
	\$000	S/.000
<i>Caja y cuentas corrientes</i>	66,073	4,621
<i>Depósitos a plazo</i>	118,090	157,085
Total	184,163	161,706

Al 31 de diciembre de 2007, la Compañía mantiene sus cuentas corrientes y depósitos a plazo en bancos locales denominados en moneda nacional y en moneda extranjera por aproximadamente S/.171,952,000 y US\$4,077,000, respectivamente (S/.101,950,000 y US\$18,709,000 al 31 de diciembre de 2006).

Los depósitos a plazo tienen vencimientos entre 30 y 90 días y generan intereses a las tasas vigentes de mercado.

6. CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES

Al 31 de diciembre, este rubro comprende:

	2007	2006
	\$000	S/.000
<i>Vinculadas (Nota 7)</i>	22,540	128,197
<i>Facturas por cobrar</i>	190,383	27,521
<i>Letras por cobrar</i>	15,782	23,070
	<u>228,705</u>	<u>178,788</u>
<i>Provisión para cuentas de cobranza dudosa</i>	(21,343)	(19,867)
Total	<u>207,362</u>	<u>158,921</u>

La antigüedad de las cuentas por cobrar es como sigue:

	2007	2006
	\$000	S/.000
<i>Vigentes</i>	169,147	146,169
<i>Vencidas hasta 30 días</i>	13,034	2,957
<i>Vencidas más de 30 días</i>	46,524	29,662
Total	<u>228,705</u>	<u>178,788</u>

El movimiento anual de la provisión para cuentas de cobranza dudosa ha sido como sigue:

	2007	2006
	\$000	S/.000
<i>Saldo inicial</i>	19,867	24,904
<i>Adición debitada a resultados</i>	2,615	39
<i>Reclasificaciones</i>	(6)	-
<i>Castigos y/o recuperos</i>	(1,133)	(5,076)
Total	<u>21,343</u>	<u>19,867</u>

7. SALDOS Y TRANSACCIONES CON EMPRESAS VINCULADAS

El movimiento de las cuentas por cobrar y pagar con estas empresas por los años 2007 y 2006 son los siguientes:

Año 2007:	Saldo inicial	Adiciones	Deducciones	Saldo final
	S/.000	S/.000	S/.000	S/.000
<i>Cuentas por cobrar comerciales:</i>				
<i>Subsidiarias y vinculadas -</i>				
<i>San Ignacio S.A.</i>	56,908	80,913	(136,708)	1,113
<i>Europa S.A.C</i>	13,959	-	(13,959)	-
<i>San Benedicto S.A.</i>	19,807	-	(19,807)	-
<i>Distribuidora Central del Norte S.A.</i>	9,264	9	(9,273)	-
<i>Central del Sur S.A.</i>	4,355	-	(4,355)	-
<i>Distribuidora del Norte S.A.</i>	4,321	-	(4,321)	-
<i>Central del Altiplano S.A.</i>	4,681	-	(4,681)	-
<i>Frontera Norte S.A.</i>	4,018	-	(4,018)	-
<i>San Cayetano S.A.</i>	2,640	-	(2,640)	-
<i>San Telmo S.A.C</i>	1,183	3	(1,186)	-
<i>Inversiones del Norte S.A.</i>	1,933	-	(1,933)	-
<i>Central Tacna S.A.</i>	955	-	(955)	-
<i>Negociaciones Mercantiles del Norte S.A.</i>	2,002	-	(2,002)	-
<i>San Emilio Distribuidores S.A.</i>	44	-	(44)	-
<i>Agroinversiones S.A.</i>	-	53,113	(39,759)	13,354
<i>Cervecería San Juan S.A.A.</i>	855	59,273	(53,672)	6,456
<i>Otros</i>	1,272	10,305	(9,960)	1,617
	<u>128,197</u>	<u>203,616</u>	<u>(309,273)</u>	<u>22,540</u>
<i>Cuentas por cobrar diversas:</i>				
<i>Relacionadas del exterior -</i>				
<i>SABMiller Holding Ltd</i>	127,904	211,237	(339,141)	-
<i>Subsidiarias y vinculadas -</i>				
<i>San Ignacio S.A.</i>	20,359	13,614	(27,396)	6,577
<i>Cervecería San Juan S.A.A.</i>	3,881	29,317	(26,907)	6,291
<i>Club Sporting Cristal S.A.</i>	1,279	2,693	(2,277)	1,695
<i>Industrias del Envase S.A.</i>	225	11,133	(10,777)	581
<i>Otros</i>	26	1,860	(1,340)	546
	<u>153,674</u>	<u>269,854</u>	<u>(407,838)</u>	<u>15,690</u>
<i>Dividendos por cobrar:</i>				
<i>Cervecería San Juan S.A.A.</i>	-	110,867	(110,867)	-
	<u>281,871</u>			<u>38,230</u>

	Saldo inicial	Adiciones	Deducciones	Saldo final
	S/.000	S/.000	S/.000	S/.000
Cuentas por pagar comerciales:				
Matriz y relacionadas del exterior -				
SABMiller plc	-	1,033	(1,018)	15
Bavaria S.A.	137	637	(702)	72
SABMiller Management B.V.	-	25,291	(25,291)	-
SABMiller South America	-	401	(11)	390
Latin Development Corp.	583	2,717	(3,300)	-
SABMiller África y Asia	-	51	(37)	14
Cervecería Hondureña S.A. de C.V.	-	389	(328)	61
Subsidiarias y vinculadas -				
Transportes 77 S.A.	6,102	174,636	(159,608)	21,130
Industrias del Envase S.A.	4,216	39,365	(40,721)	2,860
Cervecería San Juan S.A.A.	5,034	2,340	(6,664)	710
Club Sporting Cristal S.A.	-	9,837	(9,837)	-
San Ignacio S.A.	593	256,321	(219,709)	37,205
Otros	-	21,776	(21,768)	8
	<u>16,665</u>	<u>534,794</u>	<u>(488,994)</u>	<u>62,465</u>
Cuentas por pagar diversas:				
Relacionadas del exterior -				
Bavaria S.A.	-	54,084	(54,084)	-
Racetrack	-	173,142	(173,142)	-
Rivervale	-	60,952	(60,952)	-
Latin Development Corp	-	4,881	(4,881)	-
Subsidiarias -				
Cervecería San Juan S.A.A.	-	474	(474)	-
Transportes 77 S.A.	18	-	(18)	-
Otros	-	20,513	(18,458)	2,055
	<u>18</u>	<u>314,046</u>	<u>(312,009)</u>	<u>2,055</u>
Año 2006:				
Cuentas por cobrar comerciales:				
Subsidiarias y vinculadas -				
San Ignacio S.A.	63,042	978,969	(985,103)	56,908
Europa S.A.C	10,099	182,294	(178,434)	13,959
San Benedicto S.A.	13,616	287,368	(281,177)	19,807
Distribuidora Central del Norte S.A.	9,288	250,804	(250,828)	9,264
Central del Sur S.A.	3,888	69,468	(69,001)	4,355
Distribuidora del Norte S.A.	3,855	128,719	(128,253)	4,321
Central del Altiplano S.A.	4,669	121,000	(120,988)	4,681
Frontera Norte S.A.	3,357	59,546	(58,885)	4,018
San Cayetano S.A.	2,784	105,862	(106,006)	2,640
San Telmo S.A.C	1,810	35,389	(36,016)	1,183

	Saldo inicial	Adiciones	Deducciones	Saldo final
	S/.000	S/.000	S/.000	S/.000
Inversiones del Norte S.A.				
Central Tacna S.A.	1,193	29,838	(30,076)	955
Negociaciones Mercantiles del Norte S.A.	1,074	45,854	(44,926)	2,002
San Emilio Distribuidores S.A.	1,113	3,082	(4,151)	44
Cervecería San Juan S.A.A.	102	4,291	(3,538)	855
Otros	34	7,193	(5,955)	1,272
	<u>121,384</u>	<u>2,346,178</u>	<u>(2,339,365)</u>	<u>128,197</u>
Cuentas por cobrar diversas:				
Relacionadas del exterior -				
SABMiller Holding Ltd	-	127,904	-	127,904
Subsidiarias y vinculadas -				
San Ignacio S.A.	-	20,359	-	20,359
Cervecería San Juan S.A.A.	3,422	23,168	(22,709)	3,881
Club Sporting Cristal S.A.	1,436	1,933	(2,090)	1,279
Industrias del Envase S.A.	237	1,073	(1,085)	225
Otros	133	53,885	(53,992)	26
	<u>5,228</u>	<u>228,322</u>	<u>(79,876)</u>	<u>153,674</u>
Dividendos por cobrar:				
Cervecería San Juan S.A.A.	5,462	15,797	(21,259)	-
	<u>132,074</u>			<u>281,871</u>
Cuentas por pagar comerciales:				
Matriz y relacionadas del exterior -				
Bavaria S.A.	8,527	1,816	(10,206)	137
SABMiller Management B.V.	-	41,617	(41,617)	-
Latin Development Corp.	-	6,815	(6,232)	583
Cervecería Hondureña S.A. de C.V.	-	287	(287)	-
Subsidiarias -				
Transportes 77 S.A.	1,947	35,536	(31,381)	6,102
Industrias del Envase S.A.	2,116	41,278	(39,177)	4,216
Cervecería San Juan S.A.A.	-	5,036	(2)	5,034
Otros	699	4,384	(4,491)	593
	<u>13,289</u>	<u>136,769</u>	<u>(133,393)</u>	<u>16,665</u>
Cuentas por pagar diversas:				
Cervecería San Juan S.A.A.	197	-	(197)	-
Transportes 77 S.A.	360	18	(360)	18
	<u>557</u>	<u>18</u>	<u>(557)</u>	<u>18</u>

Los saldos por cobrar y por pagar comerciales a empresas vinculadas no generan intereses y no tienen garantías específicas. Todos ellos son de vencimiento corriente.

Al 31 de diciembre de 2006, las cuentas por cobrar a SABMiller Holding Ltd. comprendían préstamos otorgados para capital de trabajo por US\$40,000,000. Durante el año 2007, la Compañía otorgó préstamos adicionales por US\$63,810,000, efectuándose la cancelación del total del préstamo en el mes de noviembre de 2007. Estos préstamos generaron intereses entre 7,96% y 8,35%.

Las principales transacciones con empresas vinculadas que devienen en saldos por cobrar y por pagar comprenden:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
Matriz -		
Préstamos otorgados para capital de trabajo	197,654	127,904
Intereses cobrados por préstamos	13,583	-
Gastos por servicios recibidos	30,113	50,549
Dividendos declarados	313,512	-
Subsidiarias -		
Venta de existencias	32,097	3,512
Compra de existencias	-	23,263
Compra de activo fijo	-	9,889
Ingresos por regalías	19,045	14,967
Ingresos por alquileres	1,624	1,000
Ingresos por servicios	3,042	1,587
Recupero de envases	-	1,551
Gastos por servicios recibidos	11,337	31,784
Ingreso por venta de activo fijo	9,409	-
Gastos por fletes y mantenimiento	126,410	-
Dividendos en efectivo declarados	474	47,499
Vinculadas -		
Venta de existencias	-	1,246,136
Compra de existencias	-	23
Ingresos por alquileres	8,537	11,781
Ingresos por servicios	1,445	505
Gastos por servicios recibidos	482	3,904
Comisión mercantil	207,850	-
Gerencia clave (*) -		
Remuneraciones y otros servicios a corto plazo	31,280	23,259
Beneficios por cese	1,872	2,965
Otros beneficios de largo plazo	1,288	11,891

(*) La Compañía incluye en este concepto a los miembros del Directorio y de la Gerencia.

8. OTRAS CUENTAS POR COBRAR

Al 31 de diciembre, este rubro comprende:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
Saldo a favor del impuesto a la renta Vinculadas (Nota 7)	57,014	-
Adelanto a proveedores	15,690	153,674
Depósitos en garantía (Nota 14)	32,887	12,888
Cuentas por cobrar al personal	25,742	441
Préstamos a terceros	13,799	8,628
Deudores por ventas varias	-	3,331
Reclamos a terceros	-	1,764
Diversas	4,224	2,876
	17,078	11,382
	166,434	194,984
Menos: provisión para cobranza dudosa	(1,938)	(2,432)
	164,496	192,552
Menos: parte no corriente	-	(1,786)
Total	164,496	190,766

9. EXISTENCIAS

Al 31 de diciembre, este rubro comprende:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
Mercaderías	135	2,251
Productos terminados	24,298	17,059
Productos en proceso	21,948	17,112
Materia prima	68,092	36,865
Materiales auxiliares, envases y embalajes	22,151	22,378
Suministros diversos	37,988	38,621
Existencias por recibir	1,777	27,297
	176,389	161,583
Provisión por desvalorización de existencias	(2,999)	(2,873)
	173,390	158,710

10. INVERSIONES

Al 31 de diciembre, este rubro comprende:

a) Inversiones en subsidiarias

Subsidiaria	Participación en el capital social		Patrimonio neto de la sociedad al 31.12.07	Valor en libros		Costo de adquisición al 31.12.07
	2007	2006		2007	2006	
			S/.000	S/.000	S/.000	S/.000
Industrias del Envase S.A.	87	87	80,638	69,944	64,312	52,201
Cervecería San Juan S.A.A. (*)	87	87	135,281	118,008	184,604	187,443
Transportes 77 S.A.	100	100	46,216	46,216	44,633	24,575
Agro Inversiones S.A. (Chile)	100	100	39,612	39,605	37,039	31,615
Naviera Oriente S.A.C.	100	100	7,670	7,670	11,813	2,558
Club Sporting Cristal S.A.	100	100	2,209	2,209	3,096	6,258
Otros menores				-	260	
Total				283,652	345,757	

(*) Subsidiaria que posee acciones del capital de Backus, por lo que el costo correspondiente a estas se presenta reduciendo el capital (Nota 18-a y c).

En diciembre de 2006 la Compañía adquirió de una empresa relacionada 10,763,697 acciones a valor de mercado de su subsidiaria Cervecería San Juan S.A.A. por un monto de S/.99,503,000. El mayor valor pagado sobre los activos netos adquiridos a través de este paquete accionario fue S/.76,592,000, que fue reconocido como plusvalía mercantil en el balance general (Nota 12).

El valor de participación patrimonial en los resultados del año 2006 de Cervecería San Juan S.A.A. incluye S/.66,757,000 de utilidades generadas en dicha empresa por concepto de venta de acciones de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A., a valores de mercado, a una empresa relacionada en diciembre de 2006. Dicho monto fue abonado a resultados en Cervecería San Juan S.A.A. en cumplimiento de la Resolución No.079 del Tribunal Administrativo de la Comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores – CONASEV, referente a una operación similar efectuada por una afiliada de la Compañía. De acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera este importe debió ser abonado directamente al patrimonio neto.

b) Inversiones disponibles para la venta

	Valor en libros	
	2007	2006
	S/.000	S/.000
Acciones inscritas en bolsa:		
Alicorp S.A.	33,216	28,833
LP Holding S.A.	1,952	1,699
Compañía Minera Atacocha S.A.	8,477	7,374
Otras	3,687	2,504
	<u>47,332</u>	<u>40,410</u>
Acciones no inscritas en bolsa	1,211	1,445
Total	<u>48,543</u>	<u>41,855</u>

Los cambios en el valor razonable de estas inversiones en el año 2007 por S/.5,923,000 (S/.11,896,000 en el año 2006) fueron reconocidos con crédito al patrimonio de la Compañía.

c) Resultado atribuible a subsidiarias

En concordancia con lo que se indica en la Nota 2 b), la Compañía ha registrado con abono a resultados el incremento del valor de participación patrimonial que posee en sus subsidiarias, ascendente a S/.51,813,000 en el año 2007 (S/.88,174,000 en el año 2006). Los dividendos recibidos en efectivo de sus subsidiarias durante el año 2007 de S/.113,753,000 fueron acreditados al valor de su inversión (S/.30,812,000 en el 2006).

11. INMUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPO

a) Composición de saldo

El movimiento del rubro Inmuebles, maquinaria y equipo y el de su correspondiente depreciación acumulada, por los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y el 31 de diciembre de 2006, ha sido como sigue:

Año 2007:

Costo	Saldos iniciales S/.,000	Adiciones S/.,000	Ventas y/o retiros S/.,000	Transferencias y ajustes S/.,000	Saldos finales S/.,000
<i>Terrenos</i>	257,665	509	(48,062)	445 (*)	210,557
<i>Edificios</i>	797,961	8,234	(198,959)	13,028 (*)	620,264
<i>Maquinaria y equipo</i>	1,870,624	322	(340,127)	34,197	1,565,016
<i>Muebles y enseres</i>	139,351	21,456	(6,222)	14,829	169,414
<i>Unidades de transporte</i>	143,745	23,508	(4,812)	1,574	164,015
<i>Equipos de cómputo</i>	25,516	35	(2,639)	9	22,921
<i>Cajas y botellas retornables</i>	227,273	121,225	(90,088)	5,165	263,575
<i>Equipos diversos</i>	103,863	12,010	(11,262)	12,134	116,745
<i>Obras en curso</i>	55,494	124,401	-	(34,428)	145,467
<i>Unidades por recibir</i>	15,745	35,062	-	(47,769)	3,038
Total	3,637,237	346,762	(702,171)	(816)	3,281,012
Depreciación acumulada					
<i>Edificios</i>	341,105	21,619	(104,285)	(820) (*)	257,619
<i>Maquinaria y equipo</i>	1,637,389	53,906	(338,553)	(77)	1,352,665
<i>Muebles y enseres</i>	89,442	18,210	(3,372)	(5,021)	99,259
<i>Unidades de transporte</i>	126,511	9,034	(4,514)	-	131,031
<i>Equipos de cómputo</i>	25,435	67	(2,633)	5	22,874
<i>Cajas y botellas retornables</i>	100,482	39,450	(56,690)	-	83,242
<i>Equipos diversos</i>	80,560	7,356	(10,996)	5,238	82,158
Total	2,400,924	149,642	(521,043)	(675)	2,028,848
Deterioro en el valor de:					
<i>Terrenos</i>	14,927	-	(13,816)	-	1,111
<i>Edificios</i>	79,244	-	(77,763)	-	1,481
<i>Obras en curso</i>	24,045	-	-	-	24,045
	118,216	-	(91,579)	-	26,637
Neto	1,118,097				1,225,527

Año 2006:

Costo					
<i>Terrenos</i>	262,012	-	(4,347)	- (*)	257,665
<i>Edificios</i>	821,007	-	(24,221)	1,175 (*)	797,961
<i>Maquinaria y equipo</i>	1,942,782	609	(76,198)	3,431	1,870,624
<i>Muebles y enseres</i>	151,557	1,825	(15,633)	1,602	139,351
<i>Unidades de transporte</i>	147,647	5,897	(9,799)	-	143,745
<i>Equipos de cómputo</i>	27,862	3	(2,348)	(1)	25,516
<i>Cajas y botellas retornables</i>	211,057	84,284	(68,618)	550	227,273
<i>Equipos diversos</i>	127,684	4,810	(34,546)	5,915	103,863
<i>Obras en curso</i>	30,229	27,334	(531)	(1,538)	55,494
<i>Unidades por recibir</i>	201	26,684	-	(11,140)	15,745
Total	3,722,038	151,446	(236,241)	(6)	3,637,237
Depreciación acumulada					
<i>Edificios</i>	321,297	23,669	(3,865)	4 (*)	341,105
<i>Maquinaria y equipo</i>	1,648,913	63,866	(75,283)	(107)	1,637,389
<i>Muebles y enseres</i>	97,689	8,468	(15,237)	(1,478)	89,442
<i>Unidades de transporte</i>	122,799	13,241	(9,529)	-	126,511
<i>Equipos de cómputo</i>	27,526	253	(2,343)	(1)	25,435
<i>Cajas y botellas retornables</i>	131,793	21,342	(52,653)	-	100,482
<i>Equipos diversos</i>	109,201	4,292	(34,515)	1,582	80,560
Total	2,459,218	135,131	(193,425)	-	2,400,924
Deterioro en el valor de:					
<i>Terrenos</i>	15,081	-	(154)	-	14,927
<i>Edificios</i>	94,093	-	(14,849)	-	79,244
<i>Obras en curso</i>	24,045	-	-	-	24,045
	133,219	-	(15,003)	-	118,216
Neto	1,129,601				1,118,097

(*) Estos importes incluyen reevaluaciones netas de terrenos y edificios por S/.,223,100,000 al 31 de diciembre de 2007 (S/.,251,902,000 al 31 de diciembre de 2006).

b) Deterioro en el valor de ciertos bienes

Como parte del plan de racionalización del uso de sus plantas cerveceras, en el año 1998 Backus decidió concentrar su actividad de elaboración de cerveza en la Planta de Ate, por lo que suspendió progresivamente las actividades productivas de la Planta Rímac y Planta Callao.

Como resultado de esta decisión y en aplicación de la Norma Internacional de Contabilidad - NIC 36, al 31 de diciembre de 2006, la Compañía mantenía sobre la base de una tasación técnica, una provisión por desmedro en el valor de la Planta Callao por S/.,90,656,000, efectuada entre los años 2003 y 2005.

En el mes de noviembre de 2007, la Compañía realizó la venta de esta planta por S/.33,267,000, generando financieramente una utilidad de S/.12,116,000 y tributariamente una pérdida de S/.77,191,000, esto debido a que la provisión por desmedro mencionada en el párrafo anterior no es reconocida para efectos tributarios.

Asimismo, en el año 2004, la Compañía registró una provisión por el deterioro en el valor de ciertas obras en curso que se encontraban en tal condición desde hacía varios años, las mismas que se estima no serán utilizadas. El importe de la provisión efectuada asciende a S/.24,045,000.

Como resultado de un estudio y análisis de los activos fijos de la Compañía, en el año 2006 se dio de baja activos por un valor neto de S/.48,422,000.

c) Revaluación de activos fijos

En los años 2003 y 2005, la Compañía revaluó sus terrenos y edificios sobre la base de tasaciones técnicas realizadas por peritos independientes, registrando un incremento en el costo de estos bienes por S/.72,050,000 y S/.70,710,000, respectivamente, con abono al patrimonio por S/.45,364,000 y S/.44,547,000, respectivamente y un pasivo por impuesto a la renta y participación de trabajadores diferidos por S/.26,641,004 y S/.26,163,000, respectivamente.

Si los terrenos y edificios revaluados se hubiesen mantenido a valores históricos, los saldos que se mostrarían para estos bienes serían los siguientes:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
Costo	230,545	229,907
Depreciación acumulada	(107,877)	(103,504)
	<u>122,668</u>	<u>126,403</u>

d) Otros

Al 31 de diciembre de 2007, este rubro incluye:

- Un inmueble adquirido a través de un contrato de arrendamiento financiero por S/.23,225,000, neto de su depreciación acumulada (S/.11,875,000 al 31 de diciembre de 2006).
- Activos totalmente depreciados que se mantienen en uso por aproximadamente S/.918,373,000 (S/.1,313,889,000 al 31 de diciembre de 2006).
- Terrenos, edificios y maquinaria y equipo fuera de uso por un valor neto en libros de S/.12,282,000, S/.11,042,000 y S/.14,034,000, respectivamente.

12. INTANGIBLES

El movimiento de los activos intangibles y el de su correspondiente amortización acumulada, por los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y el 31 de diciembre de 2006 ha sido como sigue:

Año 2007:

Costo	Saldos iniciales S/.000	Adiciones S/.000	Ajustes (*) S/.000	Saldos finales S/.000
<i>Marcas de fábrica:</i>				
<i>Cervezas Pilsen</i>	134,057	-	-	134,057
<i>Cervezas Cusqueña y Arequipeña</i>	132,772	-	-	132,772
<i>Plusvalía mercantil:</i>				
<i>Compañía Nacional de Cerveza S.A. - CNC</i>	96,778	-	8,725	105,503
<i>Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A.</i>	160,052	-	7,698	167,750
<i>Cervecería San Juan S.A.A.</i>	76,592	-	-	76,592
<i>Programas de cómputo:</i>				
<i>Desarrollo proyecto "SAP"</i>	12,512	20,199	-	32,711
Total	<u>612,763</u>	<u>20,199</u>	<u>16,423</u>	<u>649,385</u>
<i>Amortización acumulada</i>				
<i>Marca de fábrica:</i>				
<i>Cervezas Pilsen</i>	49,986	2,165	-	52,151
<i>Cervezas Cusqueña y Arequipeña</i>	42,437	4,818	-	47,255
<i>Programas de cómputo:</i>				
<i>Desarrollo proyecto "SAP"</i>	-	2,921	-	2,921
Total	<u>92,423</u>	<u>9,904</u>	<u>-</u>	<u>102,327</u>
Neto	<u>520,340</u>			<u>547,058</u>

Año 2006:

Costo	Saldo		Retiros	Ajustes (*)	Saldo
	iniciales	Adiciones			
	S/.000	S/.000	S/.000	S/.000	S/.000
Costo					
<i>Marca de fábrica:</i>					
<i>Cervezas Pilsen</i>	134,057	-	-	-	134,057
<i>Cervezas Cusqueña y Arequipeña</i>	132,772	-	-	-	132,772
<i>Plusvalía Mercantil:</i>					
<i>Compañía Nacional de Cerveza – CNC</i>	224,079	-	-	(127,301)	96,778
<i>Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A.-</i>	204,532	-	-	(44,480)	160,052
<i>Cervecería San Juan S.A.A.</i>	-	76,592	-	-	76,592
<i>Programas de cómputo:</i>					
<i>Desarrollo proyecto SAP</i>	-	12,512	-	-	12,512
<i>“Software” comprado</i>	9,286	-	(9,286)	-	-
Total	<u>704,726</u>	<u>89,104</u>	<u>(9,286)</u>	<u>(171,781)</u>	<u>612,763</u>
Amortización acumulada					
<i>Marca de fábrica</i>					
<i>Cervezas Pilsen</i>	47,821	2,165	-	-	49,986
<i>Cervezas Cusqueña y Arequipeña</i>	37,618	4,819	-	-	42,437
<i>Plusvalía Mercantil:</i>					
<i>Compañía Nacional de Cerveza – CNC</i>	127,301	-	-	(127,301)	-
<i>Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A.-</i>	44,480	-	-	(44,480)	-
<i>Programas de cómputo:</i>					
<i>“Software” comprado</i>	9,286	-	(9,286)	-	-
Total	<u>266,506</u>	<u>6,984</u>	<u>(9,286)</u>	<u>(171,781)</u>	<u>92,423</u>
Neto	<u>438,220</u>				<u>520,340</u>

(*) En aplicación del IFRS 3, a partir del año 2006 la plusvalía mercantil no se amortiza, en su lugar, se evalúa su deterioro anualmente y cuando existen eventos o cambios que indiquen la probabilidad que la plusvalía haya sufrido deterioro.

La evaluación por deterioro de la plusvalía mercantil se realizó utilizando el valor de uso de las unidades generadoras de efectivo correspondientes. Los criterios clave para el cálculo del valor de uso han sido: a) periodo de proyección: 5 años, b) tasa de crecimiento: entre 6% y 10%, y c) tasa de descuento: 10.67%. Los resultados de esta evaluación no determinaron deterioro del valor en libros.

13. CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES

Al 31 de diciembre, este rubro comprende:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
<i>Vinculadas (Nota 7)</i>	62,465	16,665
<i>Facturas por pagar</i>	87,289	78,484
Total	<u>149,754</u>	<u>95,149</u>

Las cuentas por pagar comerciales se originan principalmente por la adquisición de materiales, suministros y la prestación de servicios para el desarrollo de la actividad productiva de la Compañía. Estas cuentas por pagar están denominadas en moneda nacional y moneda extranjera, tienen vencimientos corrientes, no generan intereses y no se ha otorgado garantías por estas obligaciones.

14. OTRAS CUENTAS POR PAGAR

Al 31 de diciembre, este rubro comprende:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
<i>Tributos</i>	91,633	113,910
<i>Remuneraciones y participaciones</i>	52,940	71,388
<i>Dividendos por pagar</i>	6,863	2,784
<i>Depósitos en garantía</i>	85,105	33,873
<i>Compensación por tiempo de servicios</i>	1,520	5,059
<i>Vinculadas (Nota 7)</i>	2,055	18
<i>Diversas</i>	14,187	16,966
Total	<u>254,303</u>	<u>243,998</u>

En el año 2006, de acuerdo con políticas corporativas, la Compañía inició un programa por el que solicita depósitos en garantía por las cajas y envases retornables que entrega a los canales de venta para la comercialización de sus productos. Al 31 de diciembre de 2007, la Compañía mantiene S/.85,105,000 como depósitos en garantía, correspondiente a los envases y cajas retornables entregados a los canales de venta, manteniendo una cuenta por cobrar de S/.25,742,000 por este concepto. Asimismo, como parte del lanzamiento del nuevo envase con capacidad de 650 ml, la Compañía recuperó, durante el año 2007, envases del mercado por aproximadamente S/.29,508,000, de los cuales S/.15,436,000 fueron provisionados por no cumplir con los estándares establecidos para su utilización (Nota 26).

15. BENEFICIOS DEL PERSONAL

El movimiento de los beneficios del personal por el año terminado el 31 de diciembre de 2007 y al 31 de diciembre de 2006, es el siguiente:

	Saldo Inicial	Adiciones	Retiros	Ajustes en supuestos actuariales	Ajustes al valor presente	Saldo final
	S/.000	S/.000	S/.000	S/.000	S/.000	S/.000
Año 2007:						
<i>Pensiones de jubilación y beneficios del personal</i>	25,593	-	(3,002)	3,020	1,499	27,110
<i>Fondo de reserva para término de relación laboral</i>	56,156	-	(3,428)	10,474	3,879	67,081
	81,749	-	(6,430)	13,494	5,378	94,191
<i>Menos: parte corriente</i>	(3,365)					(7,157)
<i>Parte no corriente</i>	78,384					87,034
Año 2006:						
<i>Pensiones de jubilación y beneficios del personal</i>	33,874	-	(2,191)	(8,110)	2,020	25,593
<i>Fondo de reserva para término de relación laboral</i>	-	56,156	-	-	-	56,156
	33,874	56,156	2,191	(8,110)	2,020	81,749
<i>Menos: parte corriente</i>	(3,987)					(3,365)
<i>Parte no corriente</i>	29,887					78,384

a) Pensiones de jubilación y beneficios del personal

Las pensiones de jubilación y beneficios del personal corresponden al valor presente de todos los desembolsos futuros que la Compañía deberá hacer a favor de sus pensionados. Este importe fue determinado sobre la base de un cálculo actuarial realizado por un actuario independiente bajo el método de sistema de equivalencia actuarial de rentas vencidas.

Los retiros corresponden a los pagos efectuados a los jubilados durante el año 2007 y 2006.

En el año 2007 se ajustaron ciertos supuestos sobre los beneficios de los jubilados que devinieron en ajustes actuariales de S/.3,020,000 (S/.8,110,000 en el 2006) los mismos que se reconocieron como gastos e ingresos diversos, respectivamente en el estado de ganancias y pérdidas.

b) Fondo de reserva para término de relación laboral -

El fondo de reserva para término de relación laboral corresponde al valor presente de los desembolsos futuros que la Compañía podría hacer a favor de sus trabajadores al momento de retiro de los mismos.

Este importe se determina tomando en consideración la remuneración anual de cada trabajador, el número de años laborados en la Compañía y la porción de compensación que se calcula por cada año laborado, en función a los años pendientes para la jubilación o retiro. El cálculo es actualizado a su valor presente.

Los retiros corresponden a los pagos efectuados durante el año 2007.

El valor presente de este fondo al 31 de diciembre de 2006 ascendió a S/.56,156,000. En el año 2007 se realizaron ajustes a ciertos supuestos actuariales sobre el fondo de reserva para término de relación laboral que devinieron en ajustes actuariales de S/.10,474,000. Ambos cargos se reconocieron como gastos diversos en el estado de ganancias y pérdidas de cada ejercicio.

16. DEUDA A LARGO PLAZO

Al 31 de diciembre, este rubro comprende:

Nombre del acreedor	Garantía otorgada	Vencimiento	Importe autorizado		2006				
			2007	2006	No corriente	Total	Corriente	No corriente	
			y/o utilizado	Total	Corriente	No corriente	Total	Corriente	No corriente
			US\$000	S/.000	S/.000	S/.000	S/.000	S/.000	S/.000
Arrendamiento financiero:									
BBVA									
<i>Banco Continental</i>	<i>Inmueble Ate</i>	2012	(*) 16,000	13,274	2,790	10,484	8,510	1,316	7,194
BBVA									
<i>Banco Continental</i>	<i>Inmueble Ate</i>	2009	US\$ 4,500	3,232	2,976	256	6,512	3,051	3,461
				16,506	5,766	10,740	15,022	4,367	10,655

(*) Las cuotas definitivas y el monto final del arrendamiento se determinaron en febrero del año 2007. El importe reconocido al 31 de diciembre de 2006 corresponde al monto desembolsado por el banco a esa fecha para la ejecución de obras en un inmueble de propiedad de la Compañía. El monto total financiado ascendió a S/.16,000,000.

Al 31 de diciembre de 2007 la Compañía mantiene contratos de arrendamiento financiero con el BBVA Banco Continental por la adquisición de un terreno y la construcción de su sede administrativa.

De acuerdo con los contratos de arrendamiento financiero, con vencimientos en los años 2012 y 2009, la Compañía se compromete a mantener ciertos límites de endeudamiento y restricciones para transferir activos fijos mayores al 10% del total de activos fijos de la Compañía, entre otros. La Compañía viene cumpliendo con estos compromisos.

El cronograma de pagos es el siguiente:

Años	S/.000	US\$
2008	2,789	993
2009	3,020	85
2010	3,280	-
2011	3,562	-
2012	623	-
	<u>13,274</u>	<u>1,078</u>

El valor en libros de las deudas a largo plazo es sustancialmente similar a los correspondientes valores de mercado.

17. IMPUESTO A LA RENTA Y PARTICIPACIÓN DE LOS TRABAJADORES DIFERIDOS

El movimiento del impuesto a la renta y participación de los trabajadores diferidos por los años 2007 y 2006 ha sido como sigue:

	Saldo inicial	Resultado del ejercicio	Saldo final
	S/.000	S/.000	S/.000
Año 2007:			
Pasivo:			
Revaluación de activos fijos	91,823	(8,956)	82,867
Valor de marcas	64,530	8,062	72,592
Botellas y cajas plásticas	30,178	30,499	60,677
Diferencias de tasas	-	3,013	3,013
Activo:			
Depreciación de botellas	(2,766)	2,766	-
Provisiones por vacaciones y otros	(4,273)	(2,423)	(6,696)
Fondo de retiro para término de relación laboral	(20,893)	(3,927)	(24,820)
Diferencia de tasas	-	(3,625)	(3,625)
Provisión desvalorización de inmuebles	(43,631)	34,734	(8,897)
	<u>114,968</u>	<u>60,143</u>	<u>175,111</u>
Año 2006:			
Pasivo:			
Revaluación de activos fijos	97,886	(6,063)	91,823
Valor de marcas	67,114	(2,584)	64,530
Botellas y cajas plásticas	-	30,178	30,178
Diferencias de tasas	4,039	(4,039)	-

Activo:

Provisión por utilidad no realizada	(3,162)	3,162	-
Depreciación de botellas	(14,688)	11,922	(2,766)
Provisiones por vacaciones y otros	(3,498)	(775)	(4,273)
Fondo de retiro para término de relación laboral	-	(20,893)	(20,893)
	(43,914)	283	(43,631)
Provisión desvalorización de inmuebles	<u>103,777</u>	<u>11,191</u>	<u>114,968</u>

El impuesto a la renta y participación de los trabajadores diferidos se discrimina en:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
Participación de los trabajadores	47,327	31,072
Impuesto a la renta	<u>127,784</u>	<u>83,896</u>
	<u>175,111</u>	<u>114,968</u>

18. PATRIMONIO NETO

a) Capital

Al 31 de diciembre, el saldo de esta cuenta está conformado como sigue:

	2006	2006
	S/.000	S/.000
Capital	780,722	780,722
Acciones en tesorería	(1,737)	(1,737)
	<u>778,985</u>	<u>778,985</u>

Al 31 de diciembre de 2007 y al 31 de diciembre de 2006, el capital social de la Compañía está representado por 78,072,202 acciones comunes de S/.10 de valor nominal cada una, suscritas y pagadas, divididas en 76,046,495 acciones Clase A y 2,025,707 acciones Clase B. Del total de las acciones el 87.1% pertenecen a inversionistas extranjeros y el 12.9% a inversionistas nacionales.

Según el estatuto de la Compañía, las acciones Clase B tienen derecho a recibir un pago adicional del 10% por acción sobre el monto de los dividendos pagados en efectivo a las acciones Clase A y carecen de derecho a voto, excepto, entre otros supuestos, en las juntas especiales de estas acciones y sólo en juntas generales que se convoquen para tratar asuntos de disminución del capital, transformación, fusión, escisión, disolución y liquidación.

Al 31 de diciembre de 2007 y de 2006 las acciones Clase A no registraron cotización ni frecuencia de negociación. Con relación a las acciones Clase B la última cotización bursátil al 31 de diciembre de 2007 fue de S/.44 por acción y su frecuencia de negociación de 25% (S/.35 por acción y una frecuencia de negociación 30% al 31 de diciembre de 2006).

Al 31 de diciembre de 2007, la estructura de participación accionaria de la Compañía es como sigue:

<i>Participación Individual en el capital</i>	<i>Número de accionistas</i>	<i>Total de participación</i>
%		%
<i>Hasta 1</i>	1,799	3.01
<i>De 1.01 a 6</i>	1	2.52
<i>De 5.01 a 20</i>	1	9.97
<i>De 20.01 a 30</i>	3	84.50
<i>Total</i>	<u>1,804</u>	<u>100.00</u>

Al 31 de diciembre de 2007 y al 31 de diciembre de 2006, las acciones en tesorería comprenden la participación de su subsidiaria Cervecería San Juan S.A.A. en el capital de Backus por S/.1,737,000, que corresponde a 173,747 acciones.

b) Acciones de inversión

Al 31 de diciembre de 2007 y al 31 de diciembre de 2006, la cuenta acciones de inversión está representada por 569,514,715 acciones de inversión de S/.1.00 de valor nominal cada una. De acuerdo a ley, las acciones de inversión atribuyen a sus titulares derecho a participar en la distribución de dividendos, efectuar aportes a fin de mantener su proporción existente en la cuenta acciones de inversión en caso de aumento del capital por nuevos aportes, incrementar la cuenta acciones de inversión por capitalización de cuentas patrimoniales, redimir sus acciones en cualquiera de los casos previstos en la ley, y participar en la distribución del saldo del patrimonio en caso de liquidación de la Compañía. Las acciones de inversión no confieren acceso al Directorio ni a las Juntas Generales de Accionistas.

La cotización bursátil de estas acciones al 31 de diciembre de 2007 ha sido de S/.3.62 por acción y su frecuencia de negociación de 65% (S/.3.15 por acción y frecuencia de negociación de 90% al 31 de diciembre de 2006).

c) Prima de emisión

El saldo deudor de este rubro representa el mayor valor pagado en la adquisición de acciones del capital de Backus, realizada a través de sus subsidiarias, con relación al valor nominal de estas acciones.

Al 31 de diciembre de 2007 y al 31 de diciembre de 2006 la prima de emisión se encuentra compuesta por S/.9,117,000 correspondiente a las acciones de capital de Backus en propiedad de Cervecería San Juan S.A.A.

En el año 2006, como consecuencia de la redención de acciones como parte del proceso de fusión mencionado en la Nota 1-b), las primas de emisión generadas por las empresas fusionadas por S/.360,714,000 fueron transferidas a Otras reservas en el patrimonio neto.

d) Reserva legal

De acuerdo con la Ley General de Sociedades, se requiere constituir una reserva legal con la transferencia de no menos del 10% de la utilidad neta anual hasta alcanzar el 20% del capital pagado. En ausencia de utilidades no distribuidas o reservas de libre disposición, la reserva legal podrá ser aplicada a la compensación de pérdidas.

e) Otras reservas

Las otras reservas corresponden a reservas voluntarias constituidas, sobre la base de diversos acuerdos de Directorio y Juntas Generales de Accionistas, con el objetivo de fortalecer patrimonialmente a la Compañía.

f) Distribución de utilidades

Los dividendos que se distribuyen a accionistas distintos de personas jurídicas domiciliadas están afectos a la tasa del 4.1% por concepto del impuesto a la renta de cargo de estos accionistas; dicho impuesto es retenido y liquidado por la Compañía.

No existen restricciones para la remesa de dividendos ni para la repatriación del capital a los inversionistas extranjeros.

19. PARTICIPACIÓN DE LOS TRABAJADORES

De acuerdo con la legislación vigente, la participación de los trabajadores en las utilidades de la Compañía es del 10% de la renta neta. Esta participación es gasto deducible para propósitos del cálculo del impuesto a la renta.

En el año 2007, la Compañía determinó una participación corriente de S/.36,736,000, que se registró con cargo a los resultados del año (S/.57,102,000 en el año 2006).

20. SITUACIÓN TRIBUTARIA

a) La Gerencia considera que ha determinado la materia imponible bajo el régimen general del impuesto a la renta de acuerdo con la legislación tributaria vigente, la que exige agregar y deducir al resultado, mostrado en los estados financieros aquellas partidas que la referida legislación reconoce como gravables y no gravables, respectivamente.

La tasa del impuesto a la renta correspondiente ha sido fijada en 30%.

En consecuencia la materia imponible ha sido determinada como sigue:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
<i>Utilidad antes de participaciones e impuesto a la renta</i>	506,895	630,396
<i>Incorporación de resultados de transacciones entre empresas fusionadas para efectos del cálculo</i>	-	83,327
	<u>506,895</u>	<u>713,723</u>
<i>Más:</i>		
<i>Gastos no deducibles</i>	65,217	48,616
<i>Amortización de activos intangibles</i>	6,983	6,983
<i>Diferencias temporales</i>	<u>122,352</u>	<u>115,448</u>
	<u>701,447</u>	<u>884,770</u>
<i>Menos:</i>		
<i>Resultado atribuible a subsidiarias</i>	(51,813)	(158,223)
<i>Dividendos</i>	(329)	(17,702)
<i>Diferencias temporales</i>	(276,928)	(115,558)
<i>Otros ingresos no gravados</i>	(5,014)	(22,349)
<i>Materia imponible</i>	<u>367,363</u>	<u>570,938</u>
<i>Participación de los trabajadores</i>	<u>(36,736)</u>	<u>(57,102)</u>
	<u>330,627</u>	<u>513,836</u>
<i>Impuesto a la renta</i>	<u>99,188</u>	<u>154,392</u>

b) El gasto por impuesto a la renta y participación de los trabajadores mostrado en el estado de ganancias y pérdidas comprende:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
<i>Participación de los trabajadores:</i>		
<i>Corriente (Nota 18)</i>	36,736	57,102
<i>Diferido</i>	16,255	3,147
<i>Regularización de impuestos del año anterior</i>	-	196
	<u>52,991</u>	<u>60,445</u>
<i>Impuesto a la renta:</i>		
<i>Corriente</i>	99,188	154,392
<i>Diferido</i>	43,888	8,044
<i>Regularización de impuestos del año anterior</i>	-	527
	<u>143,076</u>	<u>162,963</u>

c) La Administración Tributaria tiene la facultad de revisar y, de ser el caso, corregir el impuesto a la renta determinado por la Compañía en los cuatro últimos años, contados a partir del 1 de enero del año siguiente al de la presentación de la declaración jurada del impuesto correspondiente (años abiertos a fiscalización). Los años 2003 al 2007 están sujetos a fiscalización. Debido a que pueden surgir diferencias en la interpretación por parte de la Administración Tributaria sobre las normas aplicables a la Compañía, no es posible anticipar a la fecha si se producirán pasivos tributarios adicionales como resultado de eventuales revisiones. Cualquier impuesto adicional, moras, recargos e intereses, si se produjeran, serán reconocidos en los resultados del año en el que la diferencia de criterios con la Administración Tributaria se resuelva. La Gerencia estima que no surgirán pasivos de importancia como resultado de estas posibles revisiones.

d) De acuerdo con la legislación vigente hasta el ejercicio gravable 2001, para propósitos de la determinación del Impuesto a la Renta y del Impuesto General a las Ventas, el precio de transferencia entre partes vinculadas y no vinculadas debe contar con documentación e información que sustente los métodos y criterios de valuación aplicados en su determinación. La Administración Tributaria está facultada a solicitar esta información al contribuyente.

e) Impuesto Temporal a los Activos Netos

A partir del 1 de enero de 2005, es de aplicación el Impuesto Temporal sobre los Activos Netos, que grava a los generadores de rentas de tercera categoría sujetos al régimen general del Impuesto a la Renta. A partir del año 2008, la tasa del impuesto es de 0,5% aplicable al monto de los activos netos que excedan S/.1 millón.

El monto efectivamente pagado podrá utilizarse como crédito contra los pagos a cuenta del Régimen General del Impuesto a la Renta o contra el pago de regularización del Impuesto a la Renta del ejercicio gravable al que corresponda.

21 .CONTINGENCIAS Y GARANTÍAS OTORGADAS

a) Contingencias

Al 31 de diciembre de 2007, se encuentran en proceso reclamos presentados por la Compañía ante la Superintendencia de Administración Tributaria por acotaciones relacionadas con el Impuesto General a las Ventas más intereses y multas de los años 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002 y 2003 por S/.58,435,000; Impuesto a la Renta más intereses y multas de los años 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002 y 2003 por S/.132,307,000, e Impuesto Selectivo al Consumo más intereses y multas del año 2002 por S/.3,026,000. Asimismo, se encuentran en proceso reclamos presentados ante diversas municipalidades relacionados con Arbitrios e Impuesto Predial que incluyendo intereses y multas hacen un total de S/.2,769,000. En opinión de la Gerencia y sus asesores legales, los argumentos expuestos en los reclamos presentados hacen prever razonablemente que es posible obtener una resolución favorable o de ser adversa no se derivaría en un pasivo importante para la Compañía.

b) Garantías otorgadas

Al 31 de diciembre de 2007 la Compañía no mantiene garantías a favor de entidades financieras.

22. COSTO DE VENTAS

El costo de ventas por los años terminados el 31 de diciembre está compuesto como sigue:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
<i>Inventario inicial de productos terminados</i>	17,059	10,548
<i>Inventario inicial de productos en proceso</i>	17,112	17,462
<i>Materias primas e insumos utilizados</i>	366,410	273,903
<i>Gastos de personal</i>	82,319	97,810
<i>Depreciación</i>	103,703	111,311
<i>Otros gastos de fabricación</i>	97,827	84,091
<i>Inventario final de productos terminados</i>	(24,298)	(17,059)
<i>Inventario final de productos en proceso</i>	(21,948)	(17,112)
Total	638,184	560,954

23. GASTOS DE VENTA

Los gastos de venta por los años terminados el 31 de diciembre están conformados como sigue:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
<i>Gastos de personal</i>	47,101	30,498
<i>Servicios de terceros</i>	385,272	179,405
<i>Tributos</i>	14,259	17,051
<i>Cargas diversas de gestión</i>	9,548	30,376
<i>Depreciación</i>	33,577	16,485
<i>Provisión cobranza dudosa</i>	2,615	-
<i>Otros</i>	5,512	61
Total	497,884	273,876

Durante el año 2007 se implementaron cambios en la estrategia de marketing y otros planes comerciales, los cuales generaron desembolsos tales como transporte primario, entre otros (Nota 1).

24. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Los gastos de administración por los años terminados el 31 de diciembre están conformados como sigue:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
<i>Gastos de personal</i>	75,642	43,360
<i>Servicios de terceros</i>	112,492	75,079
<i>Tributos</i>	7,110	11,624
<i>Cargas diversas de gestión</i>	22,282	32,441
<i>Depreciación</i>	12,362	7,335
<i>Amortización</i>	9,904	6,984
<i>Otras provisiones</i>	2,226	21
Total	242,018	176,844

25. INGRESOS (GASTOS) FINANCIEROS

Los ingresos (gastos) financieros por los años terminados el 31 de diciembre están conformados como sigue:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
<i>Ingresos financieros:</i>		
<i>Intereses por préstamos a terceros</i>	16,433	1,159
<i>Intereses exentos</i>	5,008	13,580
<i>Otros</i>	360	1,111
Total ingresos financieros	21,801	15,850
<i>Gastos financieros:</i>		
<i>Intereses de préstamos</i>	3,012	1,246
<i>Ajustes al valor presente (Nota 15)</i>	5,378	2,020
<i>Otros gastos financieros</i>	5,669	3,800
Total gastos financieros	14,059	7,066

26. INGRESOS (GASTOS) DIVERSOS

Los ingresos (gastos) diversos por los años terminados el 31 de diciembre están conformados como sigue:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
<i>Ingresos diversos:</i>		
<i>Utilidad en venta de activo fijo</i>	15,188	2,601
<i>Utilidad en venta de inversiones</i>	-	457
<i>Ingresos por fondos de beneficios jubilados</i>	-	10,640
<i>Otros</i>	5,911	2,747
Total ingresos diversos	21,099	16,445

<i>Gastos diversos:</i>		
<i>Retiro de activo fijo</i>	29,035	-
<i>Provisión de envases recuperados</i>	15,436	-
<i>Multas y sanciones</i>	5,105	2,730
<i>Pérdida en venta de inversiones</i>	375	-
<i>Laborales</i>	-	6,532
<i>Otros gastos</i>	8,617	6,352
<i>Total gastos diversos</i>	58,568	15,614

27. UTILIDAD POR ACCIÓN

La utilidad básica por acción común y acción de inversión ha sido calculada dividiendo la utilidad neta del ejercicio atribuible a los accionistas comunes y a los titulares de las acciones de inversión, entre el promedio ponderado del número de acciones comunes y de inversión en circulación durante el ejercicio. Las acciones que se emiten y no están relacionadas con un ingreso de recursos a la Compañía se consideran como que siempre estuvieron emitidas, de acuerdo con lo establecido en las normas contables correspondientes. No se ha calculado utilidad diluida por acción común y de inversión porque no existen acciones comunes o de inversión potenciales diluyentes, esto es, instrumentos financieros u otros contratos que dan derecho a obtener acciones comunes o de inversión. La utilidad básica por acción común y de inversión resulta como sigue:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
<i>Utilidad neta atribuible:</i>		
<i>Acciones comunes clase A</i>	174,799	231,489
<i>Acciones comunes clase B</i>	5,122	6,307
<i>Acciones de inversión</i>	130,907	169,192
	<u>310,828</u>	<u>406,988</u>

El promedio ponderado del número de acciones comunes y de inversión en circulación fue como sigue:

	<i>Acciones comunes</i>		<i>Acciones de inversión</i>
	<i>clase A</i>	<i>clase B</i>	
	VNS/.10.00	VNS/.10.00	VNS/.1.00
<i>Promedio ponderado de acciones en circulación en los años 2007 y 2006</i>	<u>74,046,495</u>	<u>2,025,707</u>	<u>569,514,715</u>

La utilidad básica por acción es como sigue:

	2007	2006
	S/.000	S/.000
<i>Acciones comunes clase A</i>	2.30	3.13
<i>Acciones comunes clase B</i>	2.53	3.44
<i>Acciones de inversión</i>	0.23	0.31

