



# EL PODER, DE LA UNIÓN

---

## MEMORIA ANUAL 2020

---

**Backus**  
Unidos por un **Perú** mejor

# EL PODER, DE LA UNIÓN

## MEMORIA ANUAL 2020

### DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

El presente documento contiene información veraz y suficiente respecto al desarrollo del negocio de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. durante el año 2020. Sin perjuicio de responsabilidad que le compete al emisor, quien suscribe se hace responsable por su contenido conforme a los dispositivos legales aplicables.

Lima, 11 de marzo de 2021

### BACKUS ESTRATEGIA S.A.C.

Gerente General

Representada por Sergio Andrés Rincón Rincón



## ÍNDICE

### 1. INFORME DEL PRESIDENTE DEL DIRECTORIO

### 2. EL NEGOCIO 2020

### 3. NUESTRA GENTE

- 3.1 Nuestros 10 principios
- 3.2 Programas
- 3.3 Universidad ABI
- 3.4 Personal en planilla

### 4. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE

- 4.1 Emprendimiento
- 4.2 Cuidado del recurso hídrico
- 4.3 Consumo responsable
- 4.4 La sostenibilidad es nuestro negocio
- 4.5 El poder de la unión: nuestra contribución en pandemia

### 5. GOBIERNO CORPORATIVO

- 5.1 Junta general de accionistas
- 5.2 Directorio
- 5.3 Gerencia general
- 5.4 Información bursátil

### 6. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

- 6.1 Liquidez
- 6.2 Financiamiento
- 6.3 Derivados financieros
- 6.4 Impuestos
- 6.5 Principales activos
- 6.6 Dividendos declarados

### 7. SOBRE LA COMPAÑÍA

- 7.1 Datos generales
- 7.2 Constitución e inscripción en registros públicos
- 7.3 Evolución de backus desde su constitución
- 7.4 Grupo económico

### 8. PROCESOS JUDICIALES, ADMINISTRATIVOS O ARBITRALES NO RUTINARIOS

# INFORME DEL PRESIDENTE DEL DIRECTORIO

Estimados accionistas,

El año 2020 fue absolutamente retador y complejo a nivel mundial y nuestra compañía no fue ajena a ello. Se presentaron circunstancias extraordinarias para nuestro negocio, para nuestros colaboradores, socios, colegas y comunidades, con un impacto sin precedentes, que quisiera explicar brevemente.

El Perú registra el primer caso de COVID-19 en marzo de 2020, configurando un contexto sanitario complejo y crítico, al cual se agregó un panorama político complicado. En consecuencia, el gobierno decreta estado de emergencia junto con estrictas medidas de prevención y control, cuarentena, cierre de fronteras, toque de queda, entre otras. Estas medidas, de las más estrictas en Latinoamérica y el mundo, han ido variando según la magnitud del contagio y el comportamiento de la población. A un año de pandemia, el país sigue con el mayor impacto de restricciones del mundo manteniendo un toque de queda permanente en las noches y restricciones a los domingos que ha golpeado fuertemente la actividad económica de nuestros clientes.

La imposición de éstas y otras medidas han generado el cierre de diversos negocios y empresas, y ha traído consigo una importante reducción del consumo, pérdida de empleo e incertidumbre en la recuperación de la inversión privada. Pese a las medidas de protección, el país enfrenta una lenta recuperación económica, acompañada de mayor pobreza y desigualdad. Nuestro mercado de cerveza y bebidas no alcohólicas no fue ajeno a estas circunstancias, reflejándose en una contracción del volumen.



Frente a esta situación, mantuvimos el compromiso con el Perú, como lo hemos hecho durante más de 140 años. Con la pandemia de la COVID-19, nuestro propósito de Unir a la gente por un Perú mejor fue más relevante que nunca y el Poder de la Unión es la fuerza movilizadora que permitió que seamos parte de la solución, como factor crítico de la recuperación. Protegimos la salud y la seguridad de nuestra gente en todas las operaciones, realizando más de 42 mil pruebas y poniendo en marcha los protocolos de alta seguridad a nivel nacional, y contribuimos con el país y la recuperación económica de nuestra cadena de valor.

Fiel a nuestro propósito como compañía y en respuesta inmediata al país, ejecutamos acciones de ayuda a la comunidad a nivel nacional. Desde producir y donar más de un millón de mascarillas a hospitales de EsSalud; capacitar y dotar de equipos de protección bioseguros a más de 75 mil de nuestros socios bodegueros; hasta la construcción de un hospital para la Policía Nacional del Perú en tiempo récord; y firmar un convenio por 45 mil toneladas de maíz peruano para la elaboración de nuestra bebida Golden que beneficiará a miles de familias de agricultores.

Asimismo, de cara con la reactivación económica de nuestra cadena de valor, desplegamos importantes esfuerzos en la transformación digital de nuestros socios bodegueros, conociendo sus preocupaciones y anticipándonos a sus necesidades, para ofrecer el mejor servicio a sus clientes. A inicios de la pandemia, identificamos la dificultad para adquirir productos desde mercados mayoristas, pues tanto la movilidad y la restricción en aforos, la limitaban. Es así que lanzamos nuestro primer Marketplace Bees,

en donde pueden adquirir productos de la canasta básica desde cualquier dispositivo con internet. Al cierre de 2020, contamos con más de 120 mil inscritos y seguimos contando.

Adicionalmente, lanzamos tres plataformas digitales: Tienda Cerca, brinda apoyo a bodegueros con más de 110 mil inscritos; Unidos en la Mesa, dirigidas a restaurantes se logró recaudar más de S/550,000 para la sostenibilidad del negocio gastronómico; y Backus Ya, el primer sitio web propio para la venta directa de productos de la empresa.

Estos esfuerzos, sumados a las actividades de sostenibilidad y promoción del consumo responsable, nos acercan a nuestro sueño de Unir a la Gente por un Perú mejor. Como tal, fuimos reconocidos en el 2020 como la segunda empresa con mejor reputación del Perú, la segunda más responsable; como la empresa más atractiva para trabajar; y, nuevamente, somos la única compañía que cuenta con 5 de las 20 marcas más queridas por los peruanos y peruanas.

Culmino este mensaje agradeciendo a nuestros más de 3,000 colaboradores, que representan la esencia de toda la operación y nuestra mayor fortaleza. Agradezco su compromiso, pasión y resiliencia en estos tiempos difíciles e inéditos. Sigamos juntos en este camino de reinención, que todo será posible si trabajamos en equipo. Hago extensivo mi agradecimiento a quienes están en la primera línea, en particular en la atención médica.

A continuación, comparto con ustedes los resultados obtenidos durante el 2020.

  
**Sergio Andrés Rincón Rincón**  
 Presidente del Directorio

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

# EL NEGOCIO EN 2020

2020 ha sido uno de los años más retadores para la humanidad, y en el país, nuestro negocio no ha sido ajeno a esta realidad. El Perú ha sido uno de los países con mayor afectación a nivel de consumo de Latinoamérica según la medición de Canastas de Nielsen, siendo el segmento bebidas (-15.5% vs FY19) la categoría de mayor impacto.

Esto se ha visto reflejado en la contracción de bebidas alcohólicas a nivel general. Es así que, durante el 2020, Perú fue uno de los pocos países en el mundo que decidió parar la mayor parte de la industria, incluyendo con extrañeza la industria cervecera. Esto hizo que se cerrara el mercado, incluyendo producción y distribución, desde mediados de marzo, todo abril y parte de mayo.

Adicionalmente, el 85% de las ocasiones de socialización fuera de casa se mantuvieron cerradas debido a las restricciones, muchas de ellas aún en vigencia. Como resultado, se desarrolló una variación en la importancia de los canales en el mercado. El canal tradicional presentó una mayor contracción, mientras que el canal moderno obtuvo una mayor relevancia.

Esto dio resultado a nuevas tendencias del consumidor que responden a la preocupación por la salud, a la disponibilidad de productos y a precios accesibles. A su vez un nuevo enfoque en ocasiones y experiencias de consumo dentro del hogar.

Ante esta difícil coyuntura, nuestro propósito de Unir a la gente por un Perú mejor fue la guía de orientación de los nuevos planes, que se fueron adaptando a la situación y las necesidades de la comunidad, orientando los esfuerzos y los de todos los colaboradores en acciones alineadas a las prioridades del país en salud, concientización sanitaria y reactivación económica segura. Se resaltan las principales acciones:



Donación de hospital especializado en atención COVID-19 para policías

**Cristal**

Bajo del concepto “El Poder de la Unión”, Cristal desarrolló varias iniciativas, siendo la principal la donación de un hospital especializado en atención COVID-19 para nuestros héroes: los policías que ayudaron a salir adelante a un país afectado por la pandemia. Además, Cristal lanzó un gran movimiento de concientización: “Yo cuido al barrio, Yo tomo con mi propio vaso”,

que se propuso cambiar una de las costumbres más arraigadas en los peruanos, la de compartir el vaso. Es decir, incentivó el cambio de hábito hacia un consumo con vaso individual, cuidando al barrio y evitando contagios.



**Pilsen Callao**

Logró mantener una sólida conexión con el consumidor gracias al lanzamiento de la campaña “Amistad sin Diferencias”, con el objetivo de promover la diversidad e inclusión en el país. Además, en julio, Pilsen Callao dejó el color verde icónico de sus empaques produciendo 57 millones de etiquetas en blanco y negro para

así fabricar más de 1 millón de mascarillas y ayudar a que los Bodegueros puedan trabajar de forma segura. Finalmente, en septiembre lanzó #EsDePatas con el objetivo de concientizar a los jóvenes sobre nuevas formas de socialización y brindando un mensaje de “no juntarnos hoy para reencontrarnos” de forma segura.





La primera **PLAZA BIOSEGURA** de Arequipa, en la plaza de Yanahuara.

**Las marcas líderes en su región Pilsen Trujillo, San Juan y Arequipeña**

Utilizaron fechas tradicionales, como el Festival Internacional de Arequipa y las Fiestas de San Juan, para concientizar a la población con el mensaje de “Quedarse en Casa” y evitar mayores contagios. Utilizaron sus redes sociales y el orgullo que les caracteriza y representa a los peruanos. Se lanzó la primera PLAZA BIOSEGURA de Arequipa, en la plaza de Yanahuara.

**UNIDOS EN LA MESA**



**Cusqueña**

En abril, Cusqueña lanzó la iniciativa “Unidos en la Mesa” para contribuir con la recuperación de la industria gastronómica, recaudando más de S/. 550 000 soles para los restaurantes y bares que no podían operar en el contexto de la cuarentena. Continuando con el apoyo al sector y promoviendo el consumo moderado desde casa, Cusqueña lanzó la plataforma “Maestros del Sabor”, una competencia gastronómica en la que negocios y chefs de diferentes regiones del país compartieron su talento y diferentes preparaciones culinarias.

**Golden**

La gran innovación de Backus, una marca con diferencial intrínseco por su principal ingrediente, MAÍZ PERUANO. En setiembre, como parte del Programa “Herederos del Campo”, Backus firmó un compromiso con el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego comprometiéndose a comprar más de 45,000 toneladas de maíz duro peruano para producir Golden y apoyar a más de 1,500 familias agricultoras peruanas solo en la primera fase.



**NOVEDADES DE PORTAFOLIO Y CANALES DE VENTA**

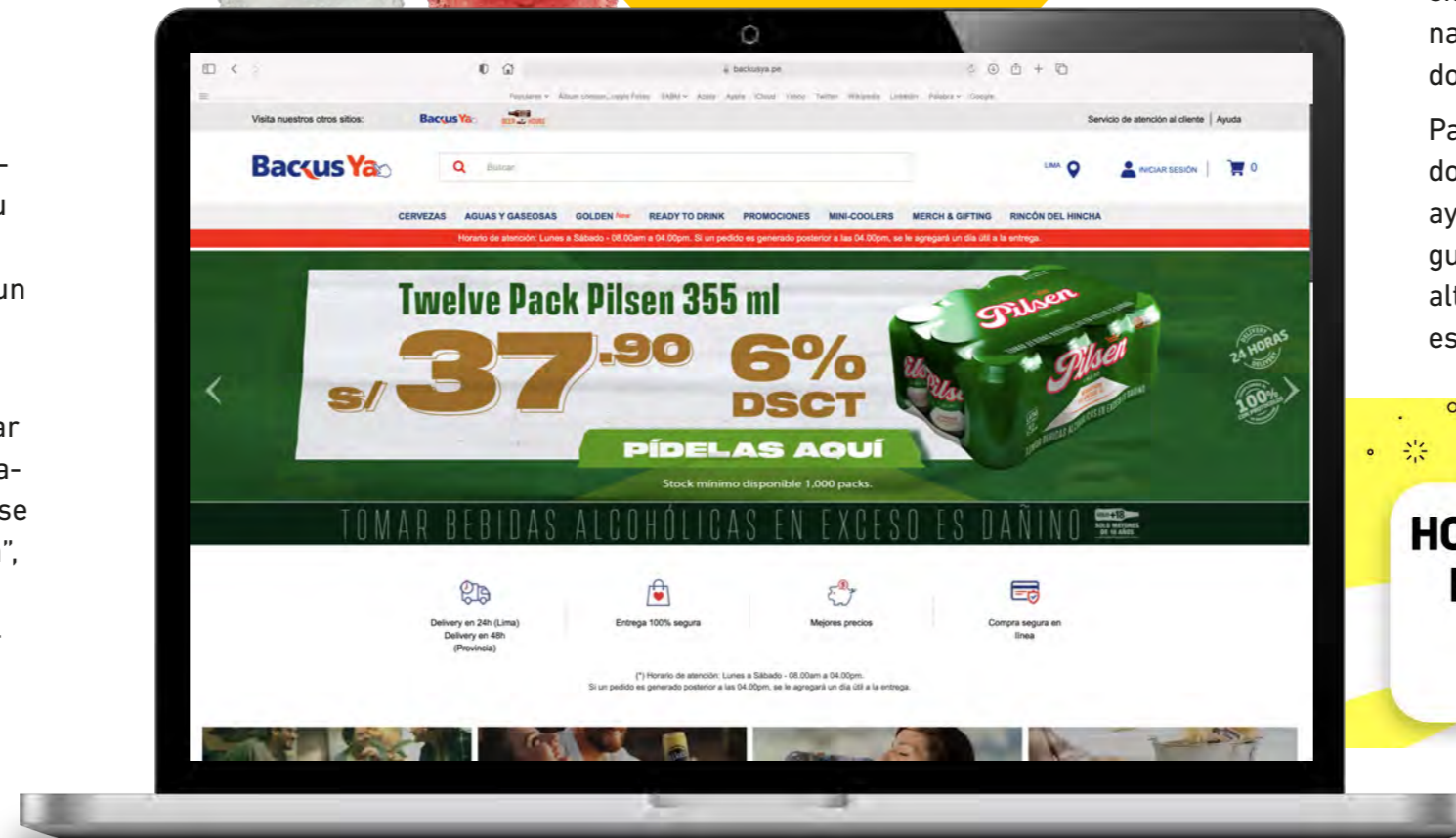
El foco en las necesidades del consumidor es la principal prioridad de Backus, con ello el aumento de experiencias dentro del hogar y la búsqueda de indulgencia, llevó a que en el 2020 las marcas líderes lancen nuevos empaques de consumo individual y marcas/formatos a precios asequibles.

Backus además lanzó proyectos innovadores que le permitieron adaptar su portafolio de bebidas no alcohólicas, como los nuevos sabores naturales y amazónicos de Guaraná (Camu Camu y Copoazú) y la nueva marca de agua Cristalina que busca ofrecerle al consumidor un producto de calidad Backus a un precio realmente accesible.

Con la visión de lanzar nuevas formas de llegar a los consumidores y clientes a través de plataformas digitales y métodos de pago flexibles, se creó la plataforma de e-commerce “Backus Ya”, y en conjunto con el Gobierno, se lanzó el programa de créditos Reactiva Perú (28 millones de dólares), que benefició a aproximadamente 3,000 Bodegueros a nivel nacional.



**LANZAMIENTO DE PROYECTOS INNOVADORES como los nuevos sabores naturales y amazónicos de Guaraná (Camu Camu y Copoazú)**



También se aceleró la transformación digital hacia los clientes con el lanzamiento en octubre de nuestra nueva plataforma digital BEES, que permite a los clientes del canal tradicional conectarse con Backus directamente e interactuar con el portafolio de manera automática, uno a uno y mejorando juntos el servicio y las ofertas que llevamos al consumidor. Los resultados han sido muy exitosos pudiendo hacer el roll out nacional en solo 3 meses y teniendo ya conectado todo el país por este medio.

Para el 2021, Backus quiere seguir consolidándose como el mejor socio del canal tradicional, ayudando a una recuperación económica biosegura. BEES seguirá creciendo en servicios y alternativas para apoyar la revolución digital de este canal.







# NUESTRA GENTE

3

## 3.1 NUESTROS



## PRINCIPIOS

La plataforma **Sueño – Gente – Cultura** y los **10 Principios** son la columna vertebral de nuestra empresa:

### NUESTRO PROPOSITO

**UNIR A LA GENTE POR UN PERÚ MEJOR**

Impulsa todo lo que hacemos.



### NUESTRO SUEÑO

Nos energiza e inspira.



### NUESTRA GENTE

Es nuestra mayor fortaleza.



### NUESTRA CULTURA

Define quiénes somos y cómo actuamos, y nuestros 10 principios son la fuerza impulsora detrás de nuestra cultura.



### Soñamos en grande

Estamos construyendo una Compañía rentable y en continuo crecimiento.

**Nuestro nuevo sueño es construir una empresa rentable y en crecimiento. Queremos volver a ser líderes en crecimiento de top line.**



### Nuestra gente es nuestra mayor fortaleza

La gente excelente crece al ritmo de su talento y es recompensada adecuadamente. La gente excelente entrega y transforma.

Los líderes exitosos pueden cumplir y transformarse al mismo tiempo. Nuestro desafío es seguir ofreciendo lo mejor que tenemos hoy y, al mismo tiempo, transformarnos para el futuro.



### Seleccionamos, desarrollamos y retenemos personas que pueden ser mejores que nosotros.

Somos medidos por la calidad y diversidad de nuestros equipos. Creemos que la diversidad conduce a una mejor toma de decisiones y mejores resultados. Queremos que todos los colegas se sientan respetados y empoderados.



### Somos una compañía de Dueños.

Los Dueños se toman los resultados de manera personal y lideran con el ejemplo. Todos nosotros definimos nuestra empresa. Nos une nuestra cultura sólida, que es un elemento clave de nuestro éxito. Lo que hacemos es posible porque, en esencia, somos una Compañía de Dueños.



### Nunca estamos completamente satisfechos con nuestros resultados

Aceptamos el cambio, tomamos riesgos inteligentes y aprendemos de nuestros errores. La clave aquí es la agilidad. Creemos en superar los límites, superarnos a nosotros mismos para mejorar la forma en que trabajamos y la forma en que ofrecemos valor a nuestros consumidores, clientes y socios.



### El consumidor manda

Vamos donde el consumidor va porque ahí es donde está el crecimiento. Solo existimos gracias a nuestros consumidores. Están en el centro de todo lo que hacemos. Necesitamos ir a donde van y estar allí antes que los demás.



### Nos esforzamos por dar el mejor servicio y hacer alianzas con nuestros clientes, que son la puerta hacia nuestros consumidores.

Solo podemos adaptarnos y conocer las necesidades reales de nuestros clientes y consumidores si creamos alianzas fuertes y a largo plazo con ellos.



### Creemos en el sentido común y la simplicidad.

Operamos con excelencia y eficiencia en todo lo que hacemos, siempre teniendo a nuestros clientes y consumidores en la mente.

Debemos actuar de manera eficiente para seguir creciendo de manera saludable. Buscamos la excelencia en todas nuestras acciones, siendo rápidos y adaptándonos a los cambios.



### Controlamos estrictamente nuestros costos para liberar recursos que respaldarán el crecimiento rentable de nuestros ingresos.

Nos esforzamos por ofrecer un crecimiento de top line sostenible, mientras gestionamos los costos de forma eficaz.



### Nunca tomamos atajos.

La integridad, el trabajo duro y la responsabilidad son clave para construir nuestra compañía y reputación. Estamos profundamente conectados con nuestras comunidades y queremos ser parte de la solución donde sea relevante, esto apalanca nuestra reputación, pero también es responsabilidad de todos cuidar de ella.

### 3.2 PROGRAMAS

Los esfuerzos de Backus por transmitir de manera eficiente nuestra marca empleadora se reflejan en el último ranking de Merco, donde obtuvimos el sexto lugar la categoría Merco Talento Universitario y el primer lugar, por sexto año consecutivo, en Merco Talento; es decir, somos la mejor empresa para atraer y retener talento peruano. #ChallengeAccepted

#### PROGRAMA DE TALENTOS COMERCIALES

En el 2020 se realizó la cuarta edición del programa de Talentos Comerciales, el cual está enfocado en encontrar a los próximos líderes del core de nuestro negocio. Postularon más de 900 personas, y se seleccionaron 6 finalistas.

#### PROGRAMA DE GLOBAL MANAGEMENT TRAINEE (GMT)

En julio de 2020 se lanzó la cuarta edición del programa Global Management Trainee (GMT), dirigido a universitarios recién egresados, donde se les brinda la oportunidad de rotar por diferentes áreas durante 12 meses. Se ofrece una constante capacitación, retos y responsabilidades y proyectos, para finalmente tener la oportunidad de ocupar una posición desafiante en la estructura de la compañía. Se seleccionaron 3 finalistas que ingresaron en agosto de 2020.



#### PROGRAMA DE SUPPLY TRAINEE

Asimismo, se realizó el programa de Supply Trainee. Este proceso de reclutamiento de talento ofrece la opción a jóvenes ingenieros de rotar por distintas posiciones durante 10 meses, con la meta de conocer todos los ángulos del proceso de elaboración del producto emblema de la empresa: la cerveza. Con el fin de reclutar al mejor talento, se llevaron a cabo charlas en universidades a nivel nacional. Postularon más de 1,600 personas, de las cuales se seleccionaron 3 finalistas para iniciar operaciones en marzo.

#### PROGRAMA DE YOUNG TALENT EXPERIENCE

Para el área de Supply también se lanzó el Programa de Young Talent Experience. El proceso ofrece la oportunidad a universitarios recién egresados, de ingresar a la compañía para realizar sus prácticas profesionales con nosotros. Se seleccionaron 3 candidatos de los más de 1600 postulantes para iniciar sus prácticas en las principales plantas de país.

## PROGRAMA DE TALENTOS LOGÍSTICA

Adicionalmente, se realizó la tercera convocatoria del programa Talentos Logística, donde Backus refuerza la búsqueda de potenciales jóvenes para ocupar posiciones de liderazgo en la organización. El entrenamiento se realiza en la operación de la mano de mentores líderes de la distribución más compleja del país. Postularon más de 2,000 candidatos, de los que se seleccionaron 6 finalistas que iniciaron sus labores en noviembre.

Con mucho orgullo podemos decir que más del 50% de talentos seleccionados en los programas de 2020 son mujeres, demostrando que Backus es un lugar donde trabajamos con pasión, diversidad e inclusión hacia un solo propósito, unir a la gente por un Perú mejor.

Por otro lado, en este año, con el fin de transmitir el mensaje de la compañía a la mayor cantidad de universitarios posibles, se llevaron a cabo diversas actividades:

**35 Beer Talks**, charlas dirigidas a universidades donde se abordan temas de nuestra marca empleadora y programas de talento, contando con testimonios de egresados de dichas casas de estudio y de algún director de la empresa.

**10 Beer Campus**, ferias laborales virtuales en universidades, tanto nacionales como privadas.

**5 Employbeerlity Sessions**, charlas de empleabilidad para brindar herramientas foco para la búsqueda de trabajo.

**1 Beer Tank**, que contó con la participación del equipo de Marketing de Backus.

**1 Marketing Day PUCP**, una charla dirigida a los estudiantes de Gestión de la PUCP, donde se tuvo como expositor a nuestro director de marketing.

**1 Beer Connect**, simulación de entrevistas laborales, dirigida a los alumnos de la Universidad San Ignacio de Loyola.

**1 Beer Chat**, sesión presencial dirigida a las bolsas de trabajo de las universidades, para afianzar relaciones y entregar reconocimientos a nuestras 3 principales canteras de talento del año anterior.

Asimismo, se realizó por primera vez en Perú, la **Brewing Data Cup 2020**, una Hackatón de ciencia de datos que puso en las manos de sus participantes, retos reales del negocio. Participaron 59 equipos donde Perú alcanzó el primer puesto, frente a equipos de Colombia y México, gracias al talento de los jóvenes peruanos.

# +10,000

**Personas de diferentes lugares del país impactadas con las actividades realizadas**



### 3.3 UNIVERSIDAD ABI

Con el objetivo de desarrollar de forma permanente a nuestro equipo de colaboradores, durante el año 2020 continuamos desarrollando la Universidad ABI, que es una plataforma de conocimiento que ofrece a nuestros colaboradores soluciones de aprendizaje de alto impacto enfocadas para brindar soporte al negocio.

La Universidad AB InBev busca:

- Identificar las brechas de desarrollo de nuestra gente.
- Proponer soluciones de formación para cerrar las brechas.
- Apoyar en las necesidades del negocio.

Con los siguientes beneficios:

- Integración de iniciativas de desarrollo brindando soporte al negocio.
- Desarrollo de capacidades específicas de acuerdo a las necesidades del negocio.
- Participación activa de los líderes como embajadores de cada pilar (Liderazgo, Método, Funcional).
- Comunicación efectiva apoyada en la participación y propuesta de valor del colaborador.
- Soporte al talento preparando a nuestra gente para el futuro.



DURANTE EL 2020

**+32,200**

Horas de entrenamiento

**+81%**

de nuestros colaboradores participaron en los cursos dictados por Universidad



### 3.4 PERSONAL EN PLANILLA

Personal en planilla al 31 de diciembre de 2020

AL 31 DIC 2020

NIVEL	CPI*1	CPF*2	Total
Ejecutivos	4	0	4
Funcionarios	172	0	172
Empleados	1454	42	1496
Operarios	1167	38	1205
<b>Total</b>	<b>2797</b>	<b>80</b>	<b>2877</b>

AL 31 DIC 2020

NIVEL	Hombres	Mujeres	Total
Ejecutivos	4	0	4
Funcionarios	107	65	172
Empleados	1215	281	1496
Operarios	1200	5	1205
<b>Total</b>	<b>2526</b>	<b>351</b>	<b>2877</b>



# RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE

Nuestro propósito

## **UNIR A LA GENTE POR UN PERÚ MEJOR**

La sostenibilidad no es solo un eje importante del negocio, es nuestro negocio. Por ello, nuestra estrategia de desarrollo sostenible 100+, se refleja a lo largo de nuestra cadena de valor, pues queremos seguir siendo parte de las historias de los peruanos y peruanas por 100 años y más.

Es así que sumamos los esfuerzos de proveedores, proveedoras, clientes, clientas colaboradores y colaboradoras para lograr un impacto positivo en la comunidad, el ambiente y en las futuras generaciones.

La esencia de esta estrategia radica en la visión que tiene hoy la compañía de “Unir a la gente por un Perú mejor” en donde a través de alianzas multisectoriales podemos realizar proyectos trascendentales en base a tres grandes prioridades para el negocio: Emprendimiento, Cuidado del Recurso Hídrico y Consumo Responsable.

## ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

Queremos ser una compañía que esté presente junto a los peruanos por 100 años más, impactando positivamente en nuestro entorno y comunidades



### EMPRENDIMIENTO

Queremos empoderar y fortalecer las habilidades de gestión de miles de mujeres del sector bodeguero que forman parte de nuestra cadena de valor, impactando positivamente en sus comunidades, calidad de vida y la de sus familias. A través del programa Creciendo por un Sueño y Escuela Tienda Cerca, hemos capacitado a más de 12,000 mujeres empresarias hasta el 2020, fortaleciendo sus capacidades a través de ferias itinerantes y shows virtuales cubriendo más de 13 regiones del país.

### CONSUMO RESPONSABLE

Queremos que toda experiencia con nuestros productos sea positiva. Para ello, desarrollamos programas e iniciativas de prevención del consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad y de promoción del consumo moderado de las mismas por consumidores y consumidoras mayores de edad. Sumado a ello, buscamos informar adecuadamente a nuestros consumidores y consumidoras visibilizando los riesgos del consumo de bebidas adulteradas, para contribuir con la reducción del consumo nocivo de alcohol en el país. Finalmente, fomentamos la adopción de hábitos saludables, como la hidratación y el maridaje, en los momentos de celebración.



### CUIDADO DEL RECURSO HÍDRICO

Tenemos un fuerte compromiso con el uso eficiente del agua. Por ello, impulsamos proyectos de infraestructura verde en la parte alta de la cuenca de los ríos Chillón, Lurín y Rímac; así como proyectos de infraestructura gris que contribuyan con el acceso al agua y saneamiento para más peruanos. De igual manera, fomentamos la cultura de conservación y cuidado del agua a través de iniciativas multisectoriales, como el Premio Nacional Cultura de Agua.



## 4.1 EMPRENDIMIENTO

### “ESCUELA TIENDA CERCA”

Programa Desarrollo de empresarios del sector bodeguero.

Esta área de intervención tiene como objetivo empoderar y contribuir con la mejora de la calidad de vida de nuestros socios bodegueros, parte de nuestra cadena de valor, y sus familias a través de un programa de Desarrollo de Punto de Venta que fortalezca sus capacidades de gestión y liderazgo. Debido a la coyuntura, nuestro programa emblema en emprendimiento “Creciendo Por Un Sueño”, que se enfocaba en la realización de ferias presenciales itinerantes, se transformó a un formato digital y creamos a “Escuela Tienda Cerca”, una plataforma de apoyo a bodegas que cuenta con el primer espacio de capacitación virtual para fortalecer habilidades de bodegueros y bodegueras para gestionar sus negocios durante la crisis sanitaria. Se les capacitó en temas de bioseguridad, delivery seguro, gestión de ventas, atención al cliente, marketing, herramientas digitales, inclusión financiera y formalización a través de alianzas estratégicas, contribuyendo en el desarrollo de su negocio e impactando positivamente en su calidad de vida y la de sus familias.



### TIENDA CERCA (Reactivación bodeguera)

Creamos Tienda Cerca, una plataforma gratuita en donde las bodegas pueden dar un primer paso para implementar el servicio de delivery. Ingresan a un sistema de geolocalización y los clientes los pueden contactar por WhatsApp para hacer su pedido. Contamos con más de 110,00 bodegas inscritas, de las cuales el 16% ya tiene servicio de delivery. Aliados: Nestlé, P&G, Yamaha, Nielsen, Interbank, BCP, BBVA Y Scotiabank.

En el 2020 se realizaron 19 shows virtuales de Escuela Tienda Cerca a nivel nacional,

impactando a 10 provincias (Cajamarca, Piura, Chiclayo, Trujillo, Cusco, Arequipa, Puno, Lima,

Huaraz, Tumbes) y en las cuales pudimos capacitar a 3,864 bodegueras y bodegueros, y 31,337 personas que asistieron a nuestros webinar de capacitación, logrando acumular más de 34,000 horas de capacitación.

En el 2020 se realizaron 19 shows virtuales de Escuela Tienda Cerca a nivel nacional, impactando a 10 provincias (Cajamarca, Piura, Chiclayo, Trujillo, Cusco, Arequipa, Puno, Lima, Huaraz, Tumbes) y en las cuales

pudimos capacitar a 3,864 bodegueras y bodegueros, y 31,337 personas que asistieron a nuestros webinar de capacitación, logrando acumular más de 34,000 horas de capacitación.

A estos shows virtuales y webinar, se unieron distintos aliados a nivel nacional, entre ellos empresas privadas, autoridades municipales, universidades, cámaras de comercio locales, quienes pudieron brindar a estos emprendedores más y nuevas oportunidades para sus negocios.

Desde el 2018, se ha capacitado a más de 12,000 empresarias mujeres del sector bodeguero y en el 2020 se capacitó a 2,050 mujeres.



### PLATAFORMA DE APOYO A NUESTROS SOCIOS RESTAURANTEROS

Unidos en la Mesa: es la plataforma virtual donde los comensales pueden comprar vales de consumo en restaurantes y bares. Backus duplicó el ingreso por cada pedido y logramos un aporte de más de S/550,000.



## 4.2 CUIDADO DEL RECURSO HÍDRICO

### Proyectos con Aquafondo

Tenemos un fuerte compromiso con el cuidado y uso eficiente de nuestro principal recurso, el agua. Inspirados en ello, venimos impulsando la construcción de infraestructura gris y verde desde hace más de una década de la mano del Fondo de Agua para Lima y el Callao. Asimismo, estamos comprometidos con fomentar la cultura de conservación y cuidado de las principales cuencas del Perú. Ello alineado a nuestra meta al 2025 de custodia o administración del agua como AB InBev a nivel mundial en la que nos comprometemos a que el 100% de nuestras comunidades que viven en las cuencas de alto riesgo de estrés hídrico cuenten con una mejora verificable en la calidad y cantidad de agua.

### Donación de agua tratada

Hemos realizado la donación de 10,561 m<sup>3</sup> de agua para el Servicio de Parques de Lima (SERPAR) y la Municipalidad de Ate.

### Proyecto Amunas

Herencia ancestral para volver a lo natural en San Pedro de Casta, Huarochirí (Sueño al 2025: restaurar los 67km de amunas mapeados en la sierra de lima, en los pueblos de San Pedro de Casta, San Juan de Iris, Carampoma, Acobamba, Laraos, Huachupampa)

Esta infraestructura permite incrementar el acceso al recurso hídrico, implementando un depósito y sistema de recarga de agua a través de prácticas ancestrales. En el 2020, tuvimos 970, 000 m<sup>3</sup>/ año de ganancia hídrica en época de lluvia.



Se capacitó a 20 comuneros en la operación y mantenimiento de canales. Asimismo, sensibilizamos a 353 miembros de la comunidad y más de 1,500 pobladores de la cuenca alta y media fueron beneficiados con agua para el desarrollo de actividades agropecuarias.

Esta iniciativa se llevó a cabo de la mano de Aquafondo, la Autoridad Nacional del Agua, el Consejo de Recursos Hídricos CHIRILU, el Ministerio del Ambiente, el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, el Ministerio Federal Alemán de Ambiente, Conservación de la Naturaleza y Seguridad Nuclear (BMU), SEDAPAL, SUNASS y The Nature Conservancy.

aquafondo  
INVERSIÓN EN AGUA PARA LIMA

ANA  
Autoridad Nacional del Agua

PERÚ Ministerio del Ambiente

sedapal

PERÚ Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento

Sunass  
El regulador del agua potable

Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety

The Nature Conservancy

### #MeUno por el Ambiente

A través de nuestra plataforma de voluntariado #MeUno realizamos con nuestros aliados actividades enfocadas en el cuidado del ambiente y la correcta segregación de los residuos. A lo largo de 2020, hemos promovido iniciativas como campañas de limpiezas de playas y lagunas a nivel nacional de la mano con el Ministerio del Ambiente, Ciudad Saludable y HAZLA por tu playa. Por otro lado, debido a la coyuntura transformamos nuestra campaña anual de reciclaje y creamos el "Reactivatón", un concurso de reciclaje en casa que tuvo el objetivo de concientizar a los ciudadanos y ciudadanas sobre la correcta segregación de residuos en el hogar y la reactivación del ecosistema de reciclaje en beneficio de los recicladores y recicladoras. Esta campaña de comunicación en redes sociales a nivel nacional contó con la participación de más de 50 municipios y más de 90 voluntarios y voluntarias.

### 4.3 CONSUMO RESPONSABLE

Desarrollamos programas e iniciativas enfocadas en que nuestros consumidores y consumidoras puedan vivir una experiencia positiva con todos nuestros productos. Fomentamos un consumo saludable e inteligente por parte de consumidores y consumidoras, y promovemos prácticas comerciales responsables en nuestros clientes y clientas a fin de contribuir con la reducción del consumo nocivo de alcohol.



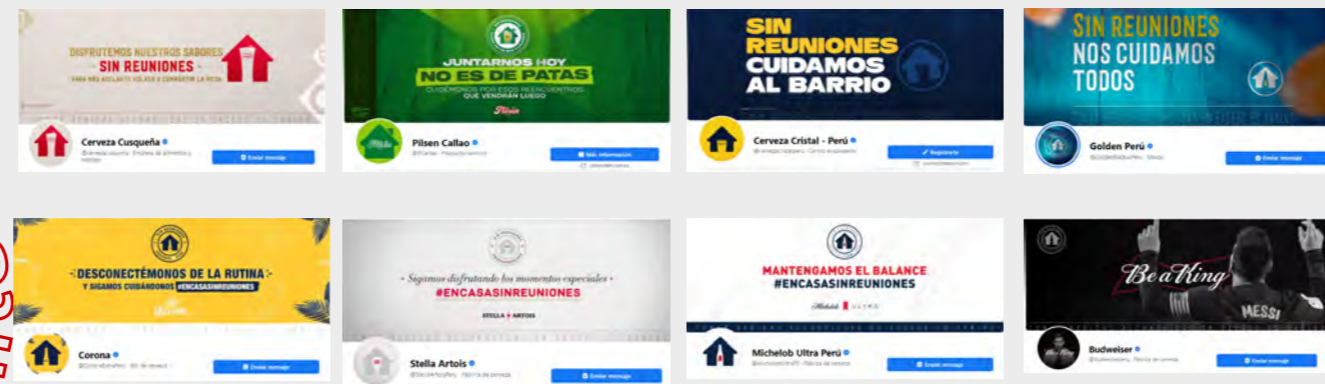
#### Global Beer Responsible Day

En el 2020, para el Día del Consumo Responsable, tuvimos el reto de adaptarnos a la nueva normalidad y convertir a nuestros stakeholders en "Smart Drinking Champions". Por ello, se activaron acciones digitales hacia nuestros consumidores, colaboradores y puntos de venta sobre la venta y el consumo responsable.

Participaron más de 1,000 colaboradores y colaboradoras. Fueron capacitados en venta

responsable en más de 2,200 puntos de venta e impactó a más de 188,000 ciudadanos y ciudadanas a través de acciones digitales por el Global Beer Responsible Day. Asimismo, utilizamos el hashtag #ConsumoResponsable que tuvo un alcance de más de 220,000 personas en redes sociales, y realizamos un webinar junto con El Comercio que tuvo más de 70,000 personas conectadas en vivo. Por último, capacitamos a seis universidades en consumo moderado en el hogar.

#### Las marcas adaptaron su foto de perfil y portada con el mensaje #EnCasaSinReuniones.

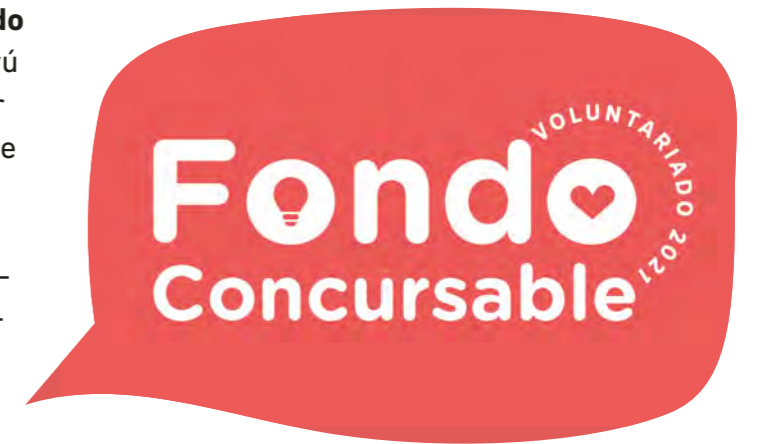


## NUESTROS AVANCES Y PLANES EN VOLUNTARIADO

Creemos que a través del voluntariado transformador podemos alcanzar nuestro propósito de “Unir a la gente por un Perú mejor” y ayudar al país a alcanzar los retos de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Es por ello que, #MeUno, nuestra plataforma de voluntariado, le permite a nuestros colaboradores, colaboradoras y a los ciudadanos y ciudadanas en general acceder a un abanico de posibilidades para hacer voluntariado, siendo el puente de conexión entre organizaciones y voluntarios y voluntarias. Debido a la pandemia, nos unimos al movimiento “**Juntos Nos Hacemos Cargo**”, en el cual impulsamos programas de voluntariado digital como “**Guerrero Emprendedor**” y “**Guerreros por la Educación**” para llevar ayuda a través de los voluntarios y voluntarias a los públicos más vulnerables.

Asimismo, lanzamos la convocatoria al **segundo “Fondo Concursable Voluntariado”** junto a Perú Voluntario, una iniciativa orientada a fortalecer el sistema de voluntariado en el país a partir de la puesta en valor de la innovación en voluntariado transformador. Recibimos más de 400 inscripciones a nivel nacional y 118 postulaciones de las cuales se seleccionaron cinco ganadores que obtuvieron un fondo semilla para el proyecto o idea presentada y capacitación con especialistas en el tema.



Los principales indicadores de #MeUno durante el 2020 fueron:



## 4.4 LA SOSTENIBILIDAD ES NUESTRO NEGOCIO



### AGRICULTURA INTELIGENTE:

#### Una apuesta por el maíz amarillo duro peruano

Como cerveceros apasionados por lo que hacemos, estamos comprometidos con el crecimiento y desarrollo de todos los que forman parte de nuestra cadena de valor. Por ello, apoyamos a nuestros socios agricultores quienes hacen posible que contemos con insumos de alta calidad para elaborar nuestros productos.

Compromiso de compra de 44k toneladas de maíz amarillo duro beneficiando a +1,000 familias de agricultores en 3 años.

**Aliados.** Ministerio de Agricultura y Riego, Cooperativa Agraria Norte Chico, ContiLatin, Cooperación CEPROVAJE y Centro Ecuménico de Promoción y Acción Social.

### Economía Circular

Nuestra manera de operar se caracteriza por promover la sostenibilidad a lo largo de todo el proceso productivo. Con ello, buscamos constantemente maneras de aumentar los hábitos de reciclaje en nuestros consumidores, colaboradores, y a lo largo de nuestra producción a través de envases y la recuperación y reutilización de materiales.

Los principales indicadores de nuestras plantas y centros de distribución en el 2020 fueron:

**+500**

Luminarias LED instaladas en nuestros centros de distribución a nivel nacional en 2020.



Se instalaron equipos ahorradores de agua a nivel nacional que permiten reducir

**681.54 kg**

CO<sub>2</sub>eq mensuales.

**103.1 t**

Recolectados de residuo en campañas de limpieza de ecosistemas hídricos (resultados al 2020).



**94%**

de los envases de vidrio producidos fueron retornables.



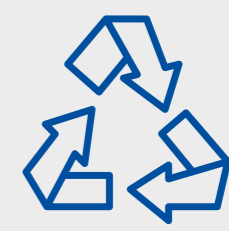
**100%**

de la resina PET comprada contuvo 25% de PET reciclado.



**98.8%**

de los residuos generados en las plantas fueron reutilizados



## 4.5 EL PODER DE LA UNIÓN: NUESTRA CONTRIBUCIÓN ANTE LA PANDEMIA

El 2020 fue un año que nos puso a prueba, en el que nuestro propósito de Unir a las personas por un Mundo Mejor tiene más fuerza que nunca y los peruanos supimos afrontar cada reto con El Poder de la Unión. Ligado a nuestro propósito como compañía y dando una respuesta inmediata a la situación del país ejecutamos distintas acciones de ayuda a la comunidad a nivel nacional.

### Apoyamos a nuestras comunidades

#### UN MILLÓN DE BOTELLAS DE AGUA

Iniciado el estado de emergencia, nuestras líneas de producción de Planta Ate se enfocaron en el envasado de 1 millón de botellas de agua. Beneficiados: FFAA, PNP, Hospital de Ate, EsSalud e INDECI.



#### BODEGAS Y COMISARÍAS SEGURAS

Trabajamos con diversas municipalidades del país para crear las Bodegas Seguras: equipadas con implementos de bioseguridad. Replicamos lo mismo con las comisarías de la zona (Comisarías Seguras). Hemos implementado 75,000 bodegas y decenas de comisarías a nivel nacional.

### CAMIONES CISTERNA PARA MUNICIPALIDADES

Abrimos nuestras sedes para recibir camiones cisterna de distintas municipalidades, llenarlos de agua y apoyarlos para distribuirla en zonas vulnerables.



### DONACIONES (AGUA, MASCARILLAS, GEL)

Más de 30,000 paquetes de agua y gaseosas a 15 ciudades del país. Además 20,000 mascarillas de protección y 37 mil litros de alcohol desinfectante para hospitales de EsSalud; y 70 mil kits de higiene para bodegueros.



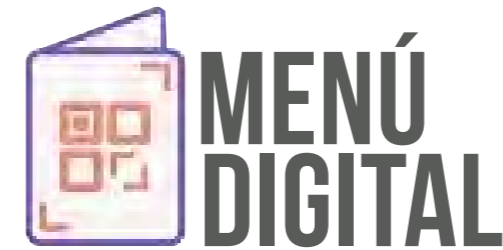
### ETIQUETAS PILSEN CALLAO

Nuestra cerveza "Pilsen Callao" decidió quitar los colores a su etiqueta para que, con el dinero ahorrado, pueden adquirirse 1 millón de mascarillas para los bodegueros.



### MEUNO MILLÓN CHALLENGE

Backus se propuso recaudar fondos para 8 zonas vulnerables de diversos puntos del país, entre ellos, Loreto, Cusco y Ucayali. Se recaudaron + S/127K de donaciones de voluntarios beneficiando a más de 580 personas.



### MENÚ DIGITAL

Creamos una herramienta gratuita donde los restaurantes colocan su menú en la web, generando un código QR, evitando que los comensales utilicen la carta física.

### ALIANZA CON PRODUCE

Alianza con Tu Empresa, del Ministerio de la Producción, para llevar a cabo capacitaciones para restaurantes. Además, estamos capacitando a los miembros del sector para que puedan ayudar a los restaurantes que llamen con dudas y consultas.



### PAN DE CEBADA

La cebada, insumo esencial para nuestros productos, se convirtió en alimento para 2,500 familias. En el Distrito de Santa Rosa, con el apoyo de la ONG Juguete Pendiente, se hizo la entrega de 5,000 panes de cebada en 14 sectores de esta localidad.

### CRÉDITOS REACTIVA PERÚ

En Tienda Cerca los bodegueros pueden solicitar un crédito Reactiva Perú, un trabajo que realizamos con Scotiabank y el BBVA. Como Backus otorgamos la garantía que el estado no cubre. Ya se han desembolsado más de S/ 16 millones en créditos para más de 2,000 clientes.



**HOSPITAL PARA LA POLICÍA NACIONAL DEL PERÚ**

Construcción de una nueva unidad hospitalaria para la PNP, a manera de ampliación del Hospital Augusto B. Leguía. Hoy existen 45 nuevas camas que atienden a los policías pacientes de COVID-19.

Nos unimos a iniciativas como “Me alejo porque te quiero” del Ministerio de Salud, “Primero mi Salud” de la Presidencia del Consejo de Ministros y a movimientos como Hombro a Hombro y Perú Te Quiero, creados con el fin de sumar y conectar los esfuerzos de ciudadanos y organizaciones durante esta coyuntura.



**DISTRIBUCIÓN DE VÍVERES**

En alianza con el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, nuestra red de distribución de camiones estuvo apoyando la entrega de víveres en zonas vulnerables de Ucayali.

**SMS (200,000 DIARIOS)**

A inicios de marzo llevamos a cabo una campaña a través de 200,000 SMS interdiarios para bodegueros con consejos de higiene y salubridad. Adicionalmente, dimos facilidades en el pago de deudas para brindar tranquilidad financiera.

**LÍNEA TELEFÓNICA**

En alianza con Rímac Seguros, habilitamos una línea de atención médica 24 horas llamada “Amigos Bacvus” (411-1008), específica para bodegueros.



Se inauguró la primera plaza biosegura en Arequipa, el primer malecón bioseguro en Pimentel, e inauguramos cuatro mercados itinerantes en Pucallpa para descongestionar los principales mercados de abasto y así reducir el riesgo de contagio.

# GOBIERNO CORPORATIVO

# 5.

## 5.1 JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Nuestra Junta General de Accionistas celebró el 27 de julio de 2020 la primera sesión virtual de su historia a través de Zoom.

### ESTRUCTURA ACCIONARIA

#### ACCIONES CLASE A

TENENCIA	NO. DE ACCIONISTAS	% PARTICIPACIÓN
MENOR A 1%	630	9
ENTRE 1-5%	-	155
ENTRE 5-10%	-	1427
MAYOR A 10%	2	1097
<b>Total</b>	<b>630</b>	<b>2688</b>

#### ACCIONES CLASE B

TENENCIA	NO. DE ACCIONISTAS	% PARTICIPACIÓN
MENOR A 1%	1105	20,039
ENTRE 1-5%	8	19,068
ENTRE 5-10%	1	8,577
MAYOR A 10%	1	52,315
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100,00</b>

#### ACCIONES DE INVERSIÓN

TENENCIA	NO. DE ACCIONISTAS	% PARTICIPACIÓN
MENOR A 1%	8.290	11,1012
ENTRE 1-5%	-	-
ENTRE 5-10%	-	-
MAYOR A 10%	1	88,8978
<b>Total</b>	<b>8291</b>	<b>100,00</b>





## 5.2 DIRECTORIO

### Miembros del Directorio

#### **SERGIO ANDRÉS RINCÓN RINCÓN**

Año de nacimiento  
**1975**

Nacionalidad



#### **Presidente del Directorio**

Sergio lidera Backus, la operación de AB InBev en Perú. Está presente en la industria cervecera desde 1999, dirigiendo equipos en Colombia, El Salvador, Ecuador y México. Anteriormente, Sergio ocupó el cargo de presidente de Cervecería Nacional (Ecuador) y vicepresidente de ventas en Grupo Modelo (México). Se graduó como administrador de empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana y tiene una especialización en Marketing de la misma universidad.

#### **JUAN ERNESTO BERRÍOS PARDO**

Año de nacimiento  
**1977**

Nacionalidad



#### **Director**

Juan Ernesto lidera el equipo de Finance de AB InBev en Perú. Lleva más de quince años liderando equipos en AB InBev en Bolivia, Chile, Perú, Ecuador y Colombia. Se graduó como auditor financiero de la Universidad Mayor de San Simón de Bolivia; tiene un postgrado en Administración y Finanzas de la Universidad de Chile y ha cursado el programa de Gestión de Negocios de la Universidad de San Andrés en Argentina.

#### **MARÍA JULIA SÁENZ RABANAL**

Año de nacimiento  
**1970**

Nacionalidad



#### **Vicepresidente del Directorio**

María Julia lideró hasta noviembre de 2020 el equipo de Legal & Corporate Affairs de AB InBev en Perú. Anteriormente fue la Directora de Planeamiento de Impuestos y Proyectos Financieros de las subsidiarias de SABMiller en el país. Se graduó como abogada de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón; es master en Gestión Pública por la Maxwell School of Citizenship and Public Affairs, Syracuse University; y MBA por la Escuela de Negocios Adolfo Ibáñez en Miami. Fue socia de Ernst & Young y se unió a la industria cervecera cuando se incorporó a Backus en el año 2012.

#### **PABLO HERNÁN QUEROL**

Año de nacimiento  
**1976**

Nacionalidad



#### **Director**

Pablo es Vicepresidente Legal y Asuntos Corporativos del equipo de Legal & Corporate Affairs de AB InBev en Perú desde diciembre del 2020. Se graduó como comunicador social de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES) y graduado del Senior Management Program del IAE Business School en el 2009. Anteriormente estuvo 4 años en LATAM Airlines Group ocupando el cargo de VP de Asuntos Corporativos con base en Chile. Antes de unirse a LATAM Airlines Group, se desempeñó desde 2004 como Director de Asuntos Corporativos de LAN Argentina y fue Editor del diario La Nación, uno de los principales medios de la Argentina.

## RICARDO LINCOLN MEYER MATTOS

Año de nacimiento  
**1970**

Nacionalidad



### Director

Ricardo es Vicepresidente de Finanzas de AB InBev para la Zona COPEC. Anteriormente era el VP de Finanzas de la Zona México de AB InBev. Es ciudadano brasileño y tiene una licenciatura en Ciencias en Ingeniería, Automatización y Control de la Universidad de São Paulo y un MBA en Finanzas del MIT Sloan School of Management. Se unió al Grupo Modelo en el 2004 y fue el Presidente de EMEA antes de su incorporación al grupo AB InBev.

## CLAUDIA MARÍA AMELIA TERESA COOPER FORT

Año de nacimiento  
**1968**

Nacionalidad



### Directora independiente

Claudia es una ejecutiva con más de 20 años de experiencia en los sectores público y privado. En el sector privado, ha sido Gerente de Gestión de Tesorería, de Estudios Económicos y de Riesgos de Mercado del Banco de Crédito del Perú. También fue Gerente de Desarrollo de Productos para Inversionistas Institucionales en Compass Group Perú e Investigadora principal del Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. En el Sector Público, fue miembro de los directorios de COFIDE, del Fondo de Seguro de Depósito y de la Superintendencia del Mercado de Valores. Fue miembro del Gabinete de Asesores del Ministerio de Economía y Finanzas y Directora General de Asuntos Económicos y Sociales de dicho sector (2008 y 2009). Ha sido Ministra de Economía y Finanzas entre setiembre 2017 y abril 2018. En el 2019 fue elegida como presidenta de la Bolsa de Valores de Lima. Forma parte de los directorios de Scotiabank y Nexa Resources Peru. Es bachiller en Economía por la Universidad del Pacífico y master en Economía por la New York University.

## PIERO EDUARDO GHEZZI SOLÍS

Año de nacimiento  
**1968**

Nacionalidad



### Director independiente

Piero es consultor Internacional en temas de desarrollo productivo. Socio fundador de HacerPeru.pe. Fue ex Ministro de la Producción del Perú. Antes de esta posición, entre 2007 y 2013, fue Jefe Mundial de Estudios Económicos y Jefe de Investigación de Mercados Emergentes en el Barclays Capital, con sede en Londres. Ha sido jefe de Investigación para América Latina, en el Deutsche Bank en Nueva York, donde trabajó desde 1999 hasta 2007. Con anterioridad, fue Profesor Asistente del Departamento de Economía de la Universidad Johns Hopkins en Baltimore, Estados Unidos. Recibió un doctorado en Economía de la Universidad de California en Berkeley, un Certificado de Estudios Avanzados (ASC) en Política Económica Internacional del Instituto de Economía Mundial de Kiel en Alemania, y un bachillerato en Economía de la Universidad del Pacífico.

## CARLOS NEUHAUS TUDELA

Año de nacimiento  
**1950**

Nacionalidad



### Director independiente

Carlos es un ejecutivo peruano con amplia experiencia en el sector público y privado. Fue Gerente Financiero del Banco Agrario; Gerente General y Director en COFIDE y Bata Perú; Director Ejecutivo de las empresas del Grupo Wiese y miembro del Directorio en Cementos Lima, Eternit, Banco de Comercio, Banco del Trabajo, Wiese Leasing, Adex, IPAE, Lima Tours y Refinería La Pampilla. Luego de ser el Presidente de su comité organizador, en el 2016, fue designado como Director Ejecutivo del Proyecto Especial para el desarrollo de los XVIII Juegos Panamericanos y VI Parapanamericanos de Lima 2019. A la fecha se viene desempeñando como Director del BANBIF y del Patronato del MALI. Asimismo, es miembro del Comité Ejecutivo del Grupo Manasa-Gildemeister, presidente ejecutivo de la Asociación de Centros Comerciales del Perú y de la Federación Deportiva Nacional de Tabla. Cuenta con un MBA en la Universidad Metodista del Sur en Texas, así como un master en Negocios Internacionales en Thunderbird School of Global Management en Phoenix, Arizona. Es bachiller en Ciencias Administrativas por la Universidad de Lima.

## 5.3 GERENCIA GENERAL

El 11 de mayo de 2017 Backus se convirtió en socio fundador de Backus Estrategia S.A.C. cuyo objeto es la prestación de servicios integrales de consultoría en la administración, gestión, dirección, gerenciamiento y conducción de negocios a personas jurídicas en general.

Backus Estrategia S.A.C., representada legalmente por el señor Sergio Rincón, es el Gerente General de Backus y ha designado de la siguiente forma al grupo gerencial de la compañía:



### **SERGIO ANDRÉS RINCÓN RINCÓN**

Sergio lidera Backus, la operación de AB InBev en Perú. Está presente en la industria cervecera desde 1999, dirigiendo equipos en países como Colombia, El Salvador, Ecuador y México. Anteriormente, Sergio ocupó el cargo de presidente de Cervecería Nacional (Ecuador) y vicepresidente de Ventas en Grupo Modelo (México). Se graduó como administrador de empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana y tiene una especialización en Marketing de la misma universidad.

### **MARÍA JULIA SÁENZ RABANAL**

María Julia lideró el equipo de Legal & Corporate Affairs en Perú hasta noviembre de 2020. Anteriormente fue Directora de Planeamiento de Impuestos y Proyectos Financieros de las subsidiarias de SABMiller en el país. Se graduó como abogada de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón; es master en Gestión Pública por la Maxwell School of Citizenship and Public Affairs, Syracuse University; y MBA por la Escuela de Negocios Adolfo Ibáñez en Miami. Ha sido socia de Ernst & Young. Se unió a la industria cervecera cuando se incorporó a Backus en el año 2012.

### **PABLO HERNÁN QUEROL**

Encabeza el equipo de Legal & Corporate Affairs de AB InBev en Perú desde diciembre del 2020. Se graduó como comunicador social de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES) y graduado del Senior Management Program del IAE Business School en el 2009. Trabajó 4 años en LATAM Airlines Group ocupando el cargo de VP de Asuntos Corporativos con base en Chile. Antes de unirse a LATAM Airlines Group, se desempeñó desde 2004 como Director de Asuntos Corporativos de LAN Argentina y fue Editor del diario La Nación, uno de los principales medios de la Argentina.

### **JUAN ERNESTO BERRÍOS PARDO**

Juan Ernesto lidera el equipo de Finance en Perú. Lleva más de quince años liderando equipos en AB InBev en Bolivia, Chile, Perú, Ecuador y Colombia. Se graduó como auditor financiero de la Universidad Mayor de San Simón de Bolivia; tiene un postgrado en Administración y Finanzas de la Universidad de Chile y ha cursado el programa de Gestión de Negocios de la Universidad de San Andrés en Argentina.

### **CARLA GIANELLA SILVA ARISTI**

Carla lidera el equipo de People en Perú. Anteriormente era la Directora de Compensaciones, administración y relaciones laborales y colectivas de las subsidiarias de SABMiller en el Perú. Se unió a la industria cervecera cuando se incorporó a Backus en el año 2007, a través de un programa de Executive Trainee. Se graduó como ingeniera industrial de la Universidad de Lima; es MBA en Administración de Empresas con una especialización en Marketing por la Escuela de Negocios ESIC de Madrid, España.

### **RICARDO CAMIZ DE FONSECA**

Ricardo lidera el equipo de Sales en Perú. Empezó como un Trainee en la industria cervecera en el 2006. En estos 14 años de carrera, ha pasado por áreas que van desde Revenue y Marketing hasta Presupuesto y Ventas. Se graduó como administrador de empresas de la Universidad de Sao Paulo de Brasil y de la Universidad de Barcelona de España.

### **GUSTAVO ADOLFO GUIMAS REYNA**

Gustavo lidera el equipo de Supply en Perú y Ecuador. Comenzó como Trainee en el año 1989 en Backus. Su trayectoria en el mundo cervecero incluye experiencia en el Perú, México, Estados Unidos y Japón. Fue nombrado Director de Planta en la Cervecería Guayaquil en Ecuador y más tarde fue promovido a Vicepresidente Técnico de Ecuador. Se graduó como ingeniero mecánico de la Universidad Nacional del Callao de Perú; es Master en Administración de Negocios del Tecnológico de Monterrey de México y completó el Programa de Maestría Cervecería del Siebel Institute of Technology de Chicago, Illinois, Estados Unidos.

### **FAUSTO IVÁN SÁNCHEZ SEDANO**

Iván lidera el equipo de Logistics en Perú. Anteriormente fue Gerente Fabril en República Dominicana por tres años. Se unió a AmBev en el año 2003 desempeñándose durante 14 años por las áreas de Logística Industrial y Comercial, así como por Supply. Se graduó como ingeniero industrial en la Universidad Ricardo Palma de Perú.

### **ÁLVARO ANTONIO DE LUNA**

Álvaro lidera el equipo de Marketing en Perú. Con quince años de experiencia trabajando con compañías multinacionales en América Latina y Europa. Se graduó como mercadólogo y publicista de CESMA Business School de España, en donde también obtuvo el grado de Master en Comunicación y Estudios de Medios.

### **ALEJANDRA CAMPERO DÍAZ**

Alejandra lidera el equipo de Procurement en Perú y Ecuador. Lleva más de 10 años en la industria cervecera, liderando equipos de Finanzas y Compras. Con importantes logros en Cervecería y Maltería Quilmes (Argentina) y Cervecería Boliviana Nacional (Bolivia), forma parte de la gestión peruana desde finales de 2019. Se graduó como ingeniera industrial de la Universidad Mayor de San Andrés y es Master en Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional de Tsing Hua, Taiwan, China.



## 5.4 INFORMACIÓN BURSÁTIL

Nuestro representante legal es Carlos Raúl Pizarro Madrid, quien lidera al equipo legal de la compañía. Nuestra representante bursátil es Geraldine Abigail Schanks García, Gerente Legal de la sociedad.

### HISTÓRICO DE VALORIZACIÓN DE ACCIONES

# COTIZACIONES 2020

Les presentamos el histórico de la valorización de nuestras acciones durante el 2020

### COTIZACIONES 2020

CÓDIGO ISIN	NEMÓNICO	AÑO / MES	APERTURA S/	CIERRE S/	MÁXIMA S/	MÍNIMA S/	PRECIO PROMEDIO S/
PEP218021108	BACKUAC1	2020-01	-	-	-	-	-
PEP218021108	BACKUAC1	2020-02	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00
PEP218021108	BACKUAC1	2020-03	275.00	240.00	275.00	240.00	271.36
PEP218021108	BACKUAC1	2020-04	-	-	-	-	-
PEP218021108	BACKUAC1	2020-05	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
PEP218021108	BACKUAC1	2020-06	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
PEP218021108	BACKUAC1	2020-07	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
PEP218021108	BACKUAC1	2020-08	-	-	-	-	-
PEP218021108	BACKUAC1	2020-09	236.49	236.49	236.49	236.49	236.49
PEP218021108	BACKUAC1	2020-10	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
PEP218021108	BACKUAC1	2020-11	239.90	239.90	239.90	239.90	239.90
PEP218021108	BACKUAC1	2020-12	-	-	-	-	239.90

## COTIZACIONES 2020

## HISTÓRICO DE VALORIZACIÓN DE ACCIONES

# COTIZACIONES 2020



CÓDIGO ISIN	NEMÓNICO	AÑO / MES	APERTURA S/	CIERRE S/	MÁXIMA S/	MÍNIMA S/	PRECIO PROMEDIO S/
PEP218024201	BACKUBC1	2020-01	-	-	-	-	275.00
PEP218024201	BACKUBC1	2020-02	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00
PEP218024201	BACKUBC1	2020-03	256.00	269.00	270.00	256.00	268.77
PEP218024201	BACKUBC1	2020-04	240.00	231.00	240.00	231.00	238.69
PEP218024201	BACKUBC1	2020-05	235.00	240.00	240.00	235.00	237.93
PEP218024201	BACKUBC1	2020-06	240.00	240.00	241.50	240.00	240.05
PEP218024201	BACKUBC1	2020-07	241.50	240.00	241.50	240.00	240.47
PEP218024201	BACKUBC1	2020-08	236.14	220.00	236.14	220.00	223.45
PEP218024201	BACKUBC1	2020-09	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00
PEP218024201	BACKUBC1	2020-10	219.00	218.00	219.00	218.00	218.98
PEP218024201	BACKUBC1	2020-11	219.00	218.00	220.00	218.00	218.86
PEP218024201	BACKUBC1	2020-12	217.00	210.00	217.00	210.00	213.12

## COTIZACIONES 2020

## HISTÓRICO DE VALORIZACIÓN DE ACCIONES

# COTIZACIONES 2020

CÓDIGO ISIN	NEMÓNICO	AÑO / MES	APERTURA S/	CIERRE S/	MÁXIMA S/	MÍNIMA S/	PRECIO PROMEDIO S/
PEP218025000	BACKUSI1	2020-01	30.00	31.99	32.38	30.00	31.41
PEP218025000	BACKUSI1	2020-02	31.99	27.00	31.99	27.00	28.96
PEP218025000	BACKUSI1	2020-03	27.00	23.75	27.20	23.50	25.92
PEP218025000	BACKUSI1	2020-04	23.00	23.00	24.00	22.90	23.01
PEP218025000	BACKUSI1	2020-05	23.50	23.20	24.50	23.00	23.29
PEP218025000	BACKUSI1	2020-06	23.25	22.96	23.51	22.80	23.09
PEP218025000	BACKUSI1	2020-07	22.99	22.00	23.00	21.80	22.19
PEP218025000	BACKUSI1	2020-08	22.00	20.00	22.00	20.00	21.24
PEP218025000	BACKUSI1	2020-09	20.00	20.00	20.10	19.80	20.00
PEP218025000	BACKUSI1	2020-10	20.00	19.00	20.25	17.00	18.15
PEP218025000	BACKUSI1	2020-11	19.00	19.50	20.00	18.50	19.55
PEP218025000	BACKUSI1	2020-12	19.55	20.15	21.15	21.00	19.82

# GESTIÓN ECONÓMICO FINANCIERA

# 6

## 6.1 LIQUIDEZ

Al cierre del ejercicio 2020, el indicador de liquidez corriente fue de 0.93 y 0.67 para el 2019.

La posición de caja y bancos al término del ejercicio cerró con S/ 348.0 millones, de los cuales el 91% corresponde a moneda nacional y el saldo a dólares y euros. Las colocaciones fueron depositadas en instrumentos de corto plazo en instituciones financieras de primer nivel.

Los saldos en dólares y euros al finalizar el año están expresados en nuevos soles, al tipo de cambio de venta a dicha fecha, es decir: S/3.624 y S/4.906, respectivamente.

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

### Composición de la liquidez corriente (activo y pasivo corriente) en el 2020

SALDOS	MONTO (S/ MILLONES)	MONTO (US\$ MILLONES)	MONTO (EUR MILLONES)
Activos	3,045.40	11.1	0.1
Pasivos	3,283.20	83.7	4.4



## 6.2 FINANCIAMIENTO

### Composición de la deuda financiera al cierre de 2020

DEUDA	MONTO (S/ MILLONES)
Arrendamiento financiero con el BBVA Continental	3.22
Arrendamiento financiero con el Banco de Crédito	1.34
Arrendamiento financiero con el Scotiabank	13.67
Arrendamiento financiero con el Interbank	0.94
Arrendamientos operativos	3.75
Deuda bancaria indirecta con el BBVA Continental	13.81
Deuda bancaria indirecta con el Banco de Crédito	21.62
<b>Total deuda financiera</b>	<b>58.35</b>

Al 31 de diciembre de 2020, la Compañía mantiene un contrato de arrendamiento financiero con el BBVA Banco Continental S/3,221,000 para la adquisición de un terreno en Cajamarca para uso comercial, montacargas y para la mejora y ampliaciones de almacenes de vehículos ligeros para transporte de cerveza. Asimismo, mantiene con el Banco de Crédito del Perú un contrato de arrendamiento financiero por S/1,342,000 para la adquisición de un terreno

en Satipo para uso comercial y otro con Interbank por S/944,000 para la adquisición de montacargas.

Adicionalmente, la Compañía tiene un contrato de arrendamiento con la empresa RELSA. Perú por S/3,748,000 correspondientes a vehículos para el uso del personal para sus operaciones, el contrato tiene una vigencia de 4 años y devenga intereses una tasa de 8%, en promedio.



### 6.3 DERIVADOS FINANCIEROS

De acuerdo con la política de Tesorería, la cual contempla acciones para evitar el riesgo cambiario, se han realizado operaciones de compra/venta de moneda extranjera a futuro, con fines de cobertura. Al 31 de diciembre de 2020, la Compañía mantiene contratos a futuro de moneda extranjera (forwards) a montos nominales del principal de estos contratos que ascendieron aproximadamente a US\$ 201.7 millones.

De la misma manera, mantiene contratos con commodities de aluminio, maíz y paraxylene, cuyos montos nominales del principal de estos contratos ascendieron aproximadamente a US\$ 4.64 millones, US\$ 14.23 millones y US\$ 4.09 millones, respectivamente. Al cierre del año, mantiene un contrato con Brandbev con el objetivo de cubrir la compra de commodities. Estas operaciones no tienen fines especulativos.

### 6.4 IMPUESTOS

En el 2020, Backus destinó S/2,387 millones por impuestos, los que pueden ser categorizados en:

- impuestos indirectos S/2,249.3,
- impuestos directos S/135.3 millones,
- retenciones por 5ta categoría S/.30.4 y
- aranceles de S/ 0.8 millones.

### 6.5 PRINCIPALES ACTIVOS

Los principales activos de Backus son sus plantas industriales de Ate, Motupe, Arequipa, Cusco, San Juan, San Mateo y Maltería, que incluyen terrenos, obras civiles, maquinarias y equipos dedicados a la elaboración y embotellamiento de cerveza y otras bebidas; y los inmue-

bles, vehículos, botellas y cajas plásticas destinadas a la comercialización de nuestros productos e inversiones en valores. Al 31 de diciembre de 2020 ningún activo de la empresa se encuentra gravado.

### 6.6 DIVIDENDOS DECLARADOS

Los siguientes fueron los dividendos decretados y pagados durante el año 2020

DIVIDENDO	FECHA DE ACUERDO	FECHA DE CORTE	FECHA DE PAGO	EJERCICIO	IMPORTE BRUTO S/.
208	27/07/2020	14/08/2020	10/09/2020	Saldo del ejercicio 2020	475,005,920

# SOBRE LA COMPAÑÍA



## 7.1 DATOS GENERALES

### DENOMINACIÓN

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

Nuestro nombre comercial es Cervecerías Peruanas Backus S.A.A.

### OBJETO SOCIAL

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

### 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.

### CLASE, NÚMERO Y VALOR DE ACCIONES

La sociedad tiene tres clases de acciones:

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

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



## CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME

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

## PLAZO DE DURACIÓN

El plazo de duración de la sociedad es indefinido.

## DIRECCIÓN Y TELÉFONO

Domicilio: Nicolás Ayllón 3986, distrito de Ate, provincia y departamento de Lima.

Teléfono: (01) 311-3000

## 7.2 CONSTITUCIÓN E INSCRIPCIÓN EN REGISTROS PÚBLICOS

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

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

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

Por Escritura Pública del 8 de noviembre de 2006 y Escritura Complementaria del 12 de febrero de 2007, expedida ante el Notario de Lima, doctor Eduardo Laos De Lama, Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. absorbió por fusión a la Compañía Cervecería del Sur del Perú S.A., Vidrios Planos del Perú S.A., Inmobiliaria

Pariachi S.A., Muñoz S.A., Corporación Backus y Johnston S.A., Backus & Johnston Trading S.A., Embotelladora San Mateo S.A., Inversiones Nuevo Mundo 2000 S.A. y Quipudata S.A. Por este acto, Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. asumió el pasivo y el activo de las empresas absorbidas, las que se disolvieron sin liquidarse. Esta fusión figura inscrita en las partidas registrales de todas las sociedades participantes de la fusión.

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



### 7.3 EVOLUCIÓN DE BACKUS DESDE SU CONSTITUCIÓN

Desde 1992 Backus inició el Proceso de Mejoramiento Continuo de la Calidad Total (PMCT), asesorada por la empresa Holos de Venezuela. Posteriormente, se amplió el desarrollo en este campo, con la aprobación de planes anuales de calidad de gestión e implementación del sistema de participación total.

En 1993, la Planta Ate quedó completamente equipada con la instalación del proceso de cocimiento y se redujeron los costos de producción en forma significativa.

En 1994, el Grupo de control de CNC decide poner en venta el 62% del capital de dicha empresa. CNC era además accionista mayoritario de Sociedad Cervecera de Trujillo S.A., fabricante de la cerveza líder en su región: Pilsen Trujillo, de Agua Mineral Litinada San Mateo S.A., de Transportes Centauro S.A. (inmuebles y vehículos de reparto) y del 50% de Maltería Lima S.A. Backus estimó estratégico el control de CNC y sus filiales, y adquirió las acciones puestas en venta.

En 1996, con el propósito de maximizar las eficiencias a través de sinergias, los accionistas de Backus, CNC, Sociedad Cervecera de Trujillo y Cervecería del Norte deciden fusionar las empresas mediante su incorporación en Backus, modificando así su denominación por Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.

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

En 1998, debido a la disminución de la demanda y a la mayor eficiencia de la Planta Ate, se suspendieron las actividades de la Planta Rímac.

Por tener sus acciones cotizadas en la Bolsa de Valores de Lima (BVL) y contar con más de 750 accionistas, Backus, en cumplimiento de la Ley General de Sociedades vigente a partir del 1 de enero de 1998, se transformó en una sociedad anónima abierta, supervisada y regulada por la CONASEV (hoy, Superintendencia del Mercado de Valores - SMV), sujeta a las normas específicas que regulan este tipo de sociedades.





En abril de 2000, Backus, de conformidad con un contrato celebrado con Corporación Cervesur S.A.A., formuló una Oferta Pública de Adquisición (OPA) por el 100% de las acciones comunes de la Compañía Cervecera del Sur del Perú S.A.A. en la BVL, adquiriendo el 97.85% de las acciones de la referida sociedad y, mediante operación fuera de rueda de bolsa, el 45.04% de las acciones de inversión de la referida empresa. Adicionalmente, adquirimos el 100% de las acciones de Embotelladora Frontera S.A., una empresa fabricante de gaseosas en el sur del país con plantas en Arequipa, Cusco y Juliaca, licenciataria de PepsiCo y Crush, que cuenta con marcas propias como Sandy y es titular del 100% del capital de Corporación Boliviana de Bebidas S.A., fabricante de gaseosas, también con licencia de PepsiCo, con plantas en La Paz y Cochabamba, en Bolivia.

A partir del ejercicio 2001 Backus tuvo a su cargo la Gerencia de Cervesur y otorgó asesoría y apoyo en las áreas de administración, finanzas, marketing y ventas y producción a sus filiales Agua Mineral Litinada San Mateo S.A., Embotelladora Frontera S.A. y Corporación

Boliviana de Bebidas S.A., con el fin de racionalizar sus procesos y fortalecer su posición competitiva en el mercado.

En el año 2002 el Grupo Empresarial colombiano Bavaria se convirtió en el principal accionista de Backus, al adquirir el 44.05% del capital social. Asimismo, el Grupo inversionista venezolano Cisneros adquirió el 18.87%.

En 2004 y 2005 Backus puso en marcha los proyectos de creación de valor en todas sus áreas, con el objeto de afrontar la competencia y mejorar la rentabilidad. Asimismo, Backus decidió centralizar los esfuerzos en el negocio principal y, por lo tanto, dejar de invertir en actividades poco rentables. De esa manera, se vendieron las acciones de Corporación Novasalud S.A., Embotelladora Frontera S.A. y, con ella, la Corporación Boliviana de Bebidas y Agro Industrias Backus S.A.

En octubre del 2005, el Grupo Bavaria se integró al Grupo SABMiller, y posteriormente este Grupo adquirió también la participación del Grupo Cisneros en Backus. En tal virtud, Backus se incorporó al segundo Grupo cervecero del mundo e inició un proceso de integración.



En el 2006 se inició dicho proceso, en el que Backus definió su visión, misión y valores, alineándolos con los de SABMiller plc. Las metas que ahí se expresan son consistentes con el proceso denominado Gestión de Desempeño (Performance Management), a través del cual la estrategia del negocio es traducida en metas individuales y por equipos que nuestros colaboradores deberán alcanzar con ayuda del nivel inmediato superior y bajo un seguimiento permanente. El desempeño de un colaborador de línea impacta en los resultados de nivel superior, proceso que se repite de manera ascendente hasta alcanzar las metas, traducidas en los resultados del negocio.

La Junta General de Accionistas celebrada el 19 de setiembre de 2006 aprobó la fusión por absorción de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. como sociedad absorbente y 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 como sociedades absorbidas.

El 10 de octubre de 2016 se produjo un cambio de control en SABMiller, luego que sus accionistas aceptaron la oferta de AB InBev para adquirir SABMiller, de la cual Backus es subsidiaria.

Con esta operación, Backus pasó a formar parte de una de las compañías de productos de consumo más grandes del mundo, con un gran portafolio de marcas complementarias que ofrece más opciones a los consumidores de cerveza a nivel global, generando mayores oportunidades de crecimiento y mayor valor.

En marzo del 2017 se lanzó una Oferta Pública de Adquisición (OPA) de Acciones representativas del capital social de Backus, cuyo oferente fue la compañía Racetrack Perú S.R.L., la cual estuvo dirigida a todos los titulares de acciones comunes Clase A con derecho a voto representativas del capital social de Backus, con excepción de aquellos accionistas que hubieran sido

incluidos en el cálculo de propiedad indirecta de Racetrack Perú S.R.L. o pertenecieran al mismo Grupo Económico del oferente. La oferta se extendió hasta por 402,665 (cuatrocientas dos mil seiscientos sesenta y cinco) acciones de un valor nominal de S/.10 (diez y 00/100 soles) cada una, que representan aproximadamente el 0.5295% de las acciones Clase A representativas del capital social. La oferta estuvo vigente por un plazo de veinte (20) días de rueda de la BVL contados a partir del 28 de marzo de 2017 y permaneciendo vigente hasta la hora de cierre del día 26 de abril de 2017. Se ofreció pagar la suma de S/.288.24 (doscientos ochenta y ocho y 24/100 soles), precio que fue determinado por Macroinvest MA S.A. ("Macroinvest") en soles.

El 11 de mayo de 2017 Backus se convirtió en socio fundador de Backus Estrategia S.A.C. cuyo objeto es la prestación de servicios integrales de consultoría en la administración, gestión, dirección, gerenciamiento y conducción de negocios a personas jurídicas en general.

Por Escritura Pública del 9 de junio de 2017 y Escrituras Aclaratorias del 23 de agosto de 2017 y 7 de setiembre de 2017 otorgadas ante el Notario de Lima, Sergio Armando Berrospi

Polo Lima y por acuerdo de Junta General de fecha 1 de junio de 2017 de Backus, se decidió escindir dos bloques patrimoniales para constituir las sociedades Backus Marcas y Patentes S.A.C. y Backus Servicio de Ventas S.A.C., fijándose como fecha de entrada en vigencia de la escisión el 1 de junio de 2017. Backus Marcas y Patentes S.A.C. tiene por objeto custodiar, administrar, defender, proteger y generar valor en derechos de propiedad industrial y afines; y gestionar el licencia

miento, cesión, venta y cualquier otra forma de transferencia de derechos de propiedad industrial. Backus Servicio de Ventas S.A.C. tiene por objeto realizar actividades de venta telemática de productos y servicios, lo que involucra la toma de pedidos, su gestión, coordinación de entregas y devoluciones, así como atención de consultas y reclamos. El 19 de octubre de 2017 se decidió, mediante el acuerdo de Junta General de Accionistas inscrito en el asiento D0001 de la partida

registral de la sociedad, la disolución de Backus Servicios de Ventas S.A.C., entrando desde ese momento en un proceso de liquidación que continúa hasta la fecha.

El 19 de setiembre de 2019 se concretó la venta del 100% de las acciones que Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. poseía en Club Sporting Cristal S.A., por lo que, a partir de la referida fecha, esta sociedad dejó de formar parte del grupo empresarial.





## 7.4 GRUPO ECONÓMICO

La Sociedad forma parte del Grupo Económico ANHEUSER – BUSCH INBEV (AB InBev), cuya actividad principal es la fabricación y distribución de bebidas, siendo la Compañía global líder en la categoría cerveza.



### PRINCIPALES ENTIDADES RELACIONADAS A LA SOCIEDAD / COMPAÑÍAS VINCULADAS

RAZÓN SOCIAL	OBJETO
<b>AB InBev SA/NV</b>	Corporación Financiera y Holding
<b>AB InBev Southern Investments Limited</b>	Inversionista
<b>Bavaria S.A.</b>	Elaboración, embotellado y comercialización de cerveza y bebidas gaseosas
<b>Racetrack Perú S.R.L.</b>	Holding
<b>Cervecería San Juan S.A.</b>	Producción y comercialización de cerveza, bebidas, aguas y jugos
<b>Transportes 77 S.A.</b>	Servicios de transporte y mantenimiento de vehículos
<b>San Juan Marcas &amp; Patentes S.A.C</b>	Titular de la propiedad intangible (marcas y patentes)
<b>Naviera Oriente S.A.C.</b>	Transporte fluvial y terrestre
<b>Inmobiliaria IDE S.A.</b>	Proyectos y negocios inmobiliarios
<b>Backus Marcas y Patentes S.A.C.</b>	Titular de la propiedad intangible (marcas y patentes)
<b>Backus Estrategia S.A.C.</b>	Prestación de servicios integrales de consultoría en la administración

# PROCESOS JUDICIALES, ADMINISTRATIVOS O ARBITRALES NO RUTINARIOS

# 8

## PROCEDIMIENTOS TRIBUTARIOS

Al 31 de diciembre de 2020, se encuentra en proceso de Apelación ante el Tribunal Fiscal, las acotaciones relacionadas al Impuesto a la Renta (más intereses y multas) de los años 2008, 2009, 2013, 2014 y 2020 por S/174,252,000; por la Disposición Indirecta de Renta del año 2013 por S/7,983,000, por el Impuesto Predial por los años 2010, 2011, 2012 y 2013 por S/3,595,000.

En opinión de la Gerencia y sus asesores legales, los argumentos expuestos en los reclamos y apelaciones presentados hacen prever razonablemente que es posible obtener resoluciones favorables o, que, de ser adversas, no derivarían en un pasivo importante para la empresa.

## PROCESOS JUDICIALES

El Ministerio de Educación ha presentado una demanda por US\$ 12 millones en contra de la empresa y otros, por supuesta responsabilidad en los daños sufridos en el monumento histórico Intihuatana, causados por la caída de una grúa sobre la piedra cuando se filmaba un comercial para la marca Cusqueña. Hasta la fecha no se ha dictado sentencia de primera instancia. En opinión de los abogados encargados de nuestra defensa en este asunto, esta demanda debería ser desestimada en cuanto a la empresa.

Se encuentran en trámite otros procesos de indemnización por daños y perjuicios, ascendentes a S/28.8 millones aproximadamente, que, de acuerdo con la opinión de nuestros asesores legales, también deberían ser declarados infundados por carecer de sustento.

Al 31 de diciembre del 2019 se encuentran en trámite procesos laborales por un monto de S/108'610,292 millones aproximadamente, como consecuencia del proceso de integración comercial realizado en el año 2011.

# PROCESOS JUDICIALES

En opinión de los abogados externos a cargo de los procesos, los conceptos demandados tienen probabilidades de ser desestimados o, de ser amparados, lo serían por montos inferiores a los demandados.

Asimismo, se encuentran en trámite otros procesos laborales por distintas materias, por un monto ascendente a S/24,365 millones aproximadamente. En opinión de los abogados externos a cargo de los procesos, los conceptos demandados tienen probabilidades de ser desestimados o, de ser amparados, lo serían por montos inferiores a los demandados.

El Tribunal Fiscal ha emitido una Resolución que confirmó reparos formulados por SUNAT a la empresa por IR e IGV de 1998, estableciendo que los descuentos otorgados mediante notas de crédito a los distribuidores no eran válidos por haberse omitido una formalidad en las notas de crédito. Esta Resolución determina un supuesto adeudo de IR e IGV, que incluyendo multas e intereses asciende a S/131.0 millones aproximadamente. La empresa ha presentado una demanda contencioso-administrativa para que se declare la nulidad de la Resolución del Tribunal Fiscal.

En primera instancia, se declaró infundada nuestra demanda. Sin embargo, Backus apeló a la Corte Superior y ésta revocó la sentencia de primera instancia, declarando fundada en lo sustancial la demanda de Backus. Con fecha 23 de noviembre de 2017, interpusimos recurso de casación. La SUNAT y el Tribunal Fiscal también interpusieron recurso de casación, siendo elevado el expediente a la Sala de Derecho Constitucional y Social Permanente de la Corte Suprema. El 29 de agosto del 2018 la Corte Superior emitió una nueva resolución, luego de la nulidad declarada por la decisión del Tribunal Supremo del Perú.

La nueva resolución confirmó la resolución de primera instancia que declaró que la reclamación carecía de fundamento con respecto a la nulidad de la resolución del Tribunal Fiscal, pero revocó dicha resolución con respecto a los intereses moratorios sobre impuestos y multas. El 17 de septiembre de 2018, Backus interpuso recurso de casación contra la nueva resolución el mismo que se encuentra en calificación. El caso vuelve a la Corte Suprema del Perú. De acuerdo con la opinión de nuestros abogados externos, la Resolución del Tribunal Fiscal adolece de nulidad por haber transgredido diferentes normas legales, y consideran que existen sólidos argumentos legales para obtener un resultado favorable para la empresa en este proceso.