Memoria Anual 2024

Backus | ABInBev

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 2024. Sin perjuicio de la responsabilidad que le compete al emisor, quien suscribe se hace responsable por su contenido conforme a los dispositivos legales aplicables.

BACKUS CORPORATIVO
Gerente General
Representada por Marcio Batista Juliano

Índice

ESTA ES UNA PRESENTACIÓN INTERACTIVA

Cuando veas este botón:

¡Dale clic!

01

Informe del presidente del directorio

02

Quiénes somos y lo que hacemos

03

Transformándonos para el futuro

a. Nuestra Gente (pág. 21)

b. Cómo vivimos nuestra cultura (pág. 22)

c. Cómo desarrollamos a nuestra gente (pág. 25)

d. Cómo atraemos al mejor talento (pág. 26)

04

Nuestro compromiso

a. La sostenibilidad es nuestro negocio (pág. 29)

b. Por un futuro con más motivos para brindar: Nuestras Prioridades ESG (pág. 31)

05

Gobierno corporativo

a. Junta general de accionistas (pág. 41)

b. Directorio (pág. 41)

c. Gerencia general (pág. 43)

06

Gestión económica financiera

a. Liquidez (pág. 45)

b. Financiamiento (pág. 45)

c. Principales activos (pág. 46)

d. Dividendos declarados (pág. 46)

07

Sobre la compañía

a. Datos generales (pág. 48)

b. Constitución e inscripción en registros públicos (pág. 48)

08

Procesos judiciales, administrativos o arbitrales no rutinarios

01

Informe
del presidente del directorio

Estimados y estimadas accionistas:

Me alegra comenzar esta carta reafirmando mi optimismo y la confianza en el gran potencial de nuestro negocio en el Perú. Si bien el 2024 fue, una vez más, un año con un entorno económico retador y un invierno más frío de lo normal, logramos cerrar el año con un crecimiento en la rentabilidad a pesar de la caída de volumen del segundo y tercer trimestre. Lo anterior, se debió gracias a las eficiencias en la operación y a un cuarto trimestre de recuperación.

Así, en el 2024 consolidamos el legado de los 145 años de Backus logrando más innovaciones para mejorar y crecer la categoría, así como estrechar el vínculo con nuestra cadena de valor de la semilla a la botella:

El año pasado conseguimos que el 40% de nuestros insumos para adjuntos cerveceros fueran locales, lo que implicó más de 2,400 capacitaciones a nuestros agricultores. Desde el 2021 trabajamos en el proyecto Herederos del Campo para aumentar la productividad y calidad de nuestras materias primas locales y optimizar los procesos de comercialización.

Además, en 2024 continuamos reduciendo el consumo de agua en nuestras cervecerías logrando una reducción de 27% entre 2017 y 2024. Nuestro proyecto Amunas, iniciativa que restaura canales ancestrales pre-incas para almacenar y transportar agua de lluvias, logró mejorar la disponibilidad de agua en la cuenca media-alta de Lima beneficiando a más de 170 mil peruanos. En particular el año pasado recuperamos 5 km adicionales de dichas Amunas en las cuencas de los ríos Santa Eulalia y Rímac.

Por primera vez, en 2024 el 100% de nuestra energía es renovable, gracias a la colaboración con Enel Generación Perú (hoy Orygen). Esta alianza fortalece nuestro compromiso con la sostenibilidad, la eficiencia energética y la reducción de nuestra huella de carbono.

El año pasado logramos que más de 66 mil emprendedores bodegueros en prácticamente todo el país (91% de departamentos) fueran más productivos y competitivos a través de cuatro acciones: capacitaciones, digitalización de procesos, surtido de productos y provisión de infraestructura, cubriendo así el 91% de departamentos del país.

Por otro lado, continuamos con nuestra transformación digital del negocio logrando crecer nuestra estrategia al consumidor:

- TaDa, nuestra plataforma digital, se posicionó como líder en el segmento de delivery de bebidas, creciendo 51% en número de nuevos usuarios y 76% en órdenes adicionales al 2023. A la par, seguimos mejorando nuestra ejecución en el punto de venta, diversificamos nuestro portafolio y distribución, y creamos nuevas ocasiones de consumo adaptándonos a las nuevas necesidades de nuestros consumidores.

- En 2024, ampliamos las funcionalidades y cobertura de la aplicación Bees, plataforma con la que tenemos una alianza estratégica para facilitar la conexión digital con nuestros clientes las 24 horas del día, los siete días a la semana.

La cerveza es una bebida de moderación, por eso, en el 2024 continuamos innovando nuestro portafolio para crecer la categoría de manera sostenible a través de las siguientes acciones:

- Lanzamiento de formatos más pequeños que permiten un consumo de más ocasiones. Cerveza Cusqueña lanzó su nueva lata de 473 ml, para celebrar ocasiones de consumo personal, mostrando más contenido a un menor precio. La variedad con la que se lanzó esta nueva presentación fue trigo, que se convirtió en el segundo SKU de mayor venta en el 2024. Cusqueña fue clave en la recuperación del volumen del segmento premium.

- En 2024, también lanzamos nuestra primera cerveza sin alcohol. Corona Cero debutó como la primera cerveza 0.0% alcohol del portafolio de Backus. El mismo año en que marcó un precedente histórico al convertirse en la primera cerveza en auspiciar los Juegos Olímpicos, consolidando su presencia en el evento deportivo más importante del mundo.

- En la categoría de Ready to Drink, innovamos con nuevos sabores como blueberry, así como nuevos formatos de Mike's, lo que nos permitió crecer rápidamente y ser líderes en el mercado.

Los éxitos de 2024 nos recuerdan que tenemos que seguir soñando en grande, seguir apostando por el crecimiento de la categoría, de nuestro negocio y continuar desarrollando nuestro talento Backus y a nuestros socios emprendedores.

Tengo plena confianza que este 2025 será un gran año para nuestra categoría, que es un motor de crecimiento y desarrollo para el país. ¡Salud por seguir creando juntos más motivos para brindar!

Marcio Batista Juliano
Presidente de Backus

02 Quiénes somos

y lo que hacemos

Acaba con el calor

En 2024, nos enfrentamos al desafío más significativo de la categoría: aumentar el consumo en formatos personales.

Esto se debía al hábito de los peruanos de preferir consumir en formatos multiserve, con mayor frecuencia los fines de semana. A esto se sumaba el contexto del verano de 2024, marcado por una ola de calor intensificada por el fenómeno de El Niño. En este escenario, encontramos la oportunidad de desarrollar una campaña que conectara con la cultura popular: desde el lado emocional con nuestro concepto “Acaba con el calor, quédate con el verano” y desde el lado funcional con una promoción de beneficio de dinero instantáneo, en alianza con Yape, la billetera digital líder en el mercado peruano.

Nuestra experiencia previa nos enseñó que las estrategias de awareness no eran suficientes para lograr los objetivos de volumen incremental y aumento del mix de single serve. Además, identificamos que las promociones enfrentaban obstáculos importantes, como la demora en el recibimiento de premios, la complejidad en el canje de códigos y las dificultades en la entrega de productos, lo que generaba dependencia de los bodegueros.

Con base en estos aprendizajes, decidimos arriesgarnos y explorar un camino no recorrido antes: dirigirnos directamente al consumidor final a través de una alianza estratégica con Yape, una de las aplicaciones móviles más descargadas en el país. Utilizamos la app como una plataforma adicional de awareness dentro de nuestra estrategia de medios y ejecutamos una innovadora acción promocional centrada en el canje inmediato de códigos a través de la aplicación. Esta mecánica cautivó a los consumidores, ya que les permitía acceder a premios de entre S/0.20 y S/1 de manera instantánea.

El proceso:

El proceso se ejecutaba en tres sencillos pasos:

1. Destapar una botella personal o lata.
2. Ingresar a Yape Promos y digitar el código.
3. Si el consumidor ganaba, el monto se depositaba automáticamente en su cuenta Yape.

Esta iniciativa revolucionaria nos permitió superar las barreras históricas y alcanzar niveles de consumo y canjeo nunca antes vistos.

Al asociarnos con Yape, no solo logramos aumentar la visibilidad de nuestras marcas, sino que también solucionamos los problemas logísticos que habían obstaculizado nuestras campañas promocionales en el pasado. El éxito de esta colaboración se reflejó en los picos de consumo y canjeo registrados durante la promoción, demostrando el impacto positivo de nuestra estrategia innovadora en el mercado cervecero peruano.

En resumen, nuestra campaña abarcó una amplia gama de puntos de contacto, desde la integración comercial con todas las áreas de la compañía (Marketing, Growth, Logística, Legal, Procurement, entre otras) hasta una estrategia de medios sólida. A lo largo de la promoción, optimizamos los puntos de contacto clave, como digital, embajadores de marca, colaboración con figuras reconocidas, TV, radio y la integración con plataformas tecnológicas populares como Yape, maximizando así el alcance y la efectividad de la campaña.

Resultados:

Esta estrategia no solo incentivó el consumo y generó cercanía con los consumidores, sino que también aprovechó el potencial de la plataforma Yape para simplificar el proceso de canje, creando una sección dentro de la app para ofrecer premios instantáneos. Nuestra promoción marcó un hito histórico para la empresa.

Premio:

- Effie de Oro - Categoría Bebidas Alcohólicas

Backus, junto con Yape, creó una plataforma con una mecánica promocional digital innovadora, fácil de ejecutar y con un gran alcance directo al consumidor. El impacto de esta estrategia fue tan significativo que, a finales de 2024 e inicios de 2025, otras empresas comenzaron a utilizar esta mecánica promocional como benchmark.

Pilsen Callao

Cerveza

Es Hoy:

Pilsen Callao, la cerveza de la auténtica amistad, presenta "Es Hoy", un concepto que convierte las promesas entre amigos en realidades. Con una invitación clara y directa, la marca motiva a los patas a dejar las excusas y vivir el presente al máximo.

La amistad se construye todos los días, y bajo esa premisa, Pilsen Callao refuerza su presencia en las verdaderas juntas, demostrando que cualquier ocasión puede ser el momento perfecto para celebrar con tus patas. Desde la junta en casa, una fiesta o hasta un gran concierto, la marca inspira a transformar cualquier plan en una experiencia memorable, impulsando la autenticidad y la diversión que nacen de la verdadera amistad.

Aniversario Callao:

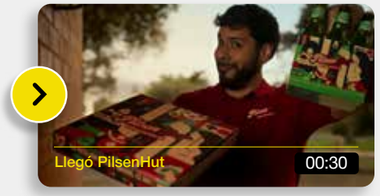
Pilsen Callao celebró el aniversario del Callao con una lata edición especial que rinde homenaje al barrio que la vio nacer, a través de elementos emblemáticos como monumentos históricos, la salsa que caracteriza a los chalacos y otros más que reflejan su historia y cultura.

Bajo concepto "El Callao no se despinta", la marca refuerza su compromiso con su origen y su gente en un esfuerzo conjunto con la Municipalidad del Callao y CPP, llevando esta celebración a otro nivel con el lanzamiento de concurso que convocó a artistas urbanos para plasmar su talento en más de 12 murales icónicos de la provincia, demostrando que la esencia del Callao sigue viva en sus calles y en cada junta entre patas.

PilsenHut:

Pilsen Callao y Pizza Hut se juntaron para presentar “PilsenHut”, una alianza que ofreció por primera vez en el Perú el combo perfecto para disfrutar entre patas: una pizza con cuatro sabores distintos para los patas pudieran elegir su favorito, acompañados de un sixpack de Pilsen Callao, la cerveza que a todos nos gusta.

Bajo el concepto “Más patas, más pizzas, hoy”, la campaña invitó a vivir el momento y compartir con los verdaderos patas, reforzando la idea de que las mejores juntas no deben esperar y que los mejores momentos se disfrutan entre amigos.



Precio de los Patas:

Pilsen Callao refuerza la relación y confianza que existe entre quienes disfrutan una buena chela y el bodeguero de su zona, incluso al momento de pedir su Pilsen. Con una comunicación clara y directa, la marca invita a los consumidores a pedir su Pilsen 630ml al precio sugerido en su bodega de siempre, demostrando que la amistad con los bodegueros, nuestros socios estratégicos, también se fortalece al aplicar el precio sugerido.

En esta oportunidad, la marca apostó por un enfoque diferente al usual, desarrollando el nuevo concepto “El Precio de los Patas”, resaltando la importancia de la confianza y la lealtad entre amigos, haciendo referencia a los bodegueros patas que atienden a sus clientes cada día para ofrecerles Pilsen Callao.

Cusqueña

Innovación 473 ml:

Con el objetivo de dinamizar su familia de SKUs, Cerveza Cusqueña lanza su nueva lata de 473 ml, para abonar a ocasiones de consumo personal, mostrando más contenido a un precio unitario cómodo.

La variedad con la que se lanzó esta nueva presentación fue Trigo, trayendo 935,59 HL en su primer año de lanzamiento, convirtiéndose en el segundo SKU de mayor venta en el 2024.

La cerveza de las fiestas regionales:

En el 2024, Cerveza Cusqueña comienza a promocionar festividades del interior del país, iniciando con Semana Santa Ayacucho y Candelaria, incluyendo comunicación tropicalizada para la localidad, tanto digital como de forma tradicional, revistiendo los puntos de afluencia y ser esa cerveza con la que la gente vive cada festividad.

Viendo el éxito de esta actuación, desarrollamos una lata de edición especial para promocionar la festividad más importante y sagrada para los Cusqueños (cuna de nuestra marca): El inti Raymi. De esta manera, se inmortalizó esta festividad en un diseño edición limitada en nuestra variedad “Dorada”, la cual se lanzó a nivel nacional, lo que generó una importante conversación positiva alrededor de este empaque y la reconexión de Cerveza Cusqueña con la localidad que la vio nacer.

La Pachacaja:

Acostumbrados al buen comer, los peruanos hemos sabido hacernos de diferentes gadgets para disfrutar de la mejor gastronomía sin salir de casa, es por eso que solemos encontrar parrillas, kamados, cajas chinas o cilindros en casi cualquier hogar que visitemos.

Es por esto que en Cusqueña nos preguntamos por qué entonces no podemos darnos también el lujo de disfrutar de nuestra propia comida milenaria, como lo es la Pachamanca, en el momento que lo deseemos.

Un implemento de cocina único que te traerá el sabor milenario de los incas a la comodidad de del hogar, todo de la mano de la cerveza más premium del país que convierte una reunión en un momento realmente legendario.

Cusqueña

En Cerveza Cusqueña "Lo hacemos legendario":

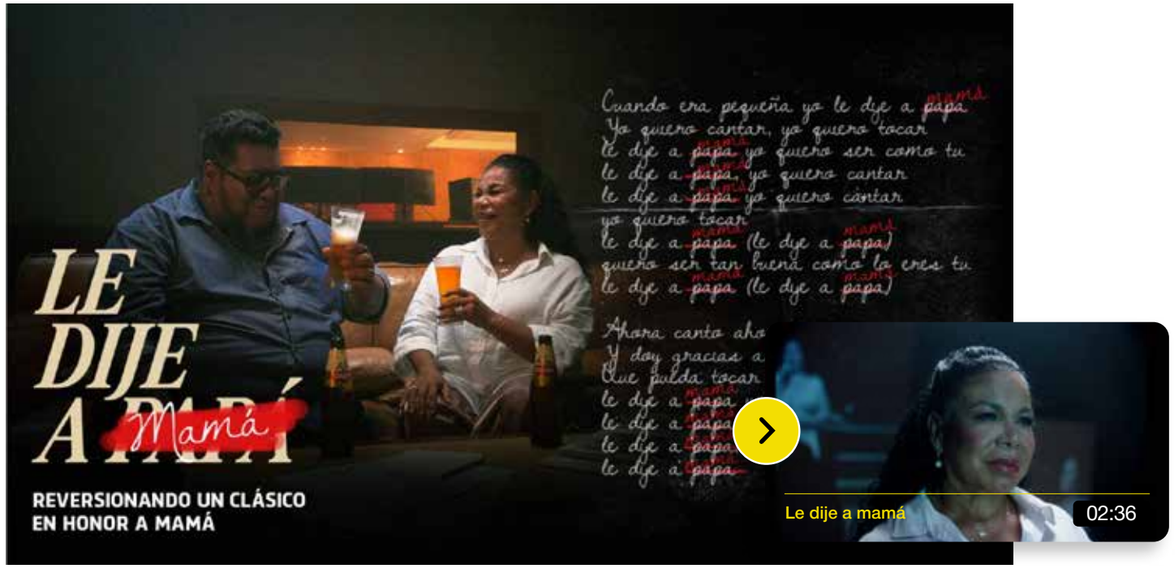
Cusqueña existe para inspirarnos a redescubrir el valor de ser peruanos, pero las nuevas generaciones están más interesadas en buscar inspiración fuera, eso nos desconecta de nuestra identidad cultural. Esa identidad que puede despertar nuestra creatividad e impulsar nuestro ingenio, es reconocida en el mundo entero y que ha dado forma a nuestra esencia.

Por eso, Cerveza Cusqueña, la cerveza que siempre ha estado orgullosamente arraigada a nuestra cultura y sus orígenes, nos demuestra que la inspiración en nuestro pasado, nos hace legendarios en el presente.

Día de la madre con Cerveza Cusqueña:

Para mamá lo más especial, es por eso que, como parte de la campaña "Lo Hacemos legendario" buscamos a una leyenda de la música peruana, quien además nos ha regalado diferentes himnos criollos y que trascienden de generación en generación.

Así es como Cerveza Cusqueña llega a Eva Ayllón y su hijo Carlos, quien, bajo las enseñanzas de su maestra, reversiona una de las canciones criollas más icónicas: "Le dije a papá"; volviéndola en un homenaje para todas las mamás en su día.



Cristal

Copa América 2024 | Destapemos una nueva historia:

A puertas de una nueva Copa América, necesitábamos reconectar a los hinchas con la selección peruana.

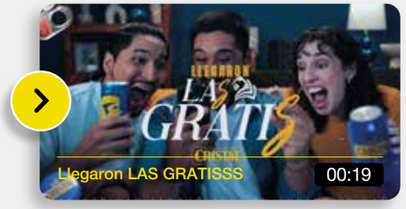
Bajo la premisa de que todas las historias quedan guardadas en los archivos de Instagram o Facebook, les pedimos a los peruanos que revisen en sus archivos la fecha del 3 de julio de 2019, el día en que volvimos a una final. Lanzamos una campaña para que la gente la buscara y recordara que en la Copa América siempre “Destapamos una nueva historia”.

Esta fue la premisa para nuestra campaña promocional, donde incentivamos que los hinchas se junten a alentar con Cristal, ya que, en cada destape participaban por premios como: plata en Yape, camisetas, entradas y muchas Cristal.

Así es como creamos una campaña, capaz de revivir la fe de los hinchas e impulsar a que todos destapen una Cristal.

Llegaron las gratis:

En julio, Cristal convirtió una conversación típica de los peruanos en una gran campaña. Las Gratissss nació de una idea simple, pero poderosa: si logramos que haya más de una gratificación al mes, ¿por qué seguir diciendo “la grati”? Con humor y un divertido debate, logramos que miles de peruanos adoptaran la nueva forma de llamarla mientras disfrutaban de premios gratis. Capitalizando la alianza con la popular billetera digital Yape, le brindamos a los usuarios la oportunidad de ganar una gratificación de manera diaria con solo canjear los códigos que se encontraban en las chapas y botellas de Cristal.



La campaña tomó las redes, generando interacción y haciendo que la gente no solo esperara su aguinaldo, sino también Las Gratissss de Cristal.

Hay motivos, hay Cristal:

Las fiestas de fin de año no son solo Navidad o año nuevo, hay muchas más celebraciones que se dan en diciembre: juntas de la chamba, intercambios de regalo, integraciones. El fin de año siempre es un buen momento para celebrarlo con tu gente.

Es así como nace la campaña “HAY MOTIVOS, HAY CRISTAL”, un concepto que resalta las ocasiones de socialización que hay en fin de año. Considerando que una Cristal heladita es el mejor acompañante para TODAS las celebraciones que hay. Con un tono cercano y divertido, hicimos que los peruanos encontraran siempre una razón para destaparse una chela, sumando dentro del mensaje el precio de los SKUs con el fin de promover la adherencia al precio sugerido de nuestros formatos.

Cristal

Matute en tus manos:

Para celebrar los 50 años del Estadio Alejandro Villanueva, Cristal lanzó una campaña que honró la historia y la pasión de los hinchas, quienes, cinco décadas atrás y con sus propias manos, levantaron el estadio. Para ellos, creamos un objeto conmemorativo único y de colección: un vaso hecho con la tierra de Matute que se vendería únicamente, a través de Tada, la app de Backus.

Así es como lo que comenzó en las manos del hincha regresó a ellas, convertido en un símbolo de orgullo y celebración.

Cristal 1924:

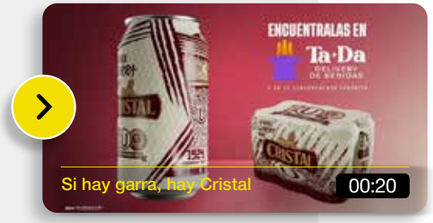
Para celebrar el centenario de Universitario de Deportes, Cristal lanzó “Cristal 1924”, una edición especial de nuestra cerveza, cuyo líquido fue añejado en barriles dentro del Estadio Monumental. Durante meses, recibió el aliento, la pasión y la garra del hincha crema, impregnándose de la esencia de 100 años de historia. Esta iniciativa fue vendida únicamente a través de TaDa, el app delivery de Backus, rompiendo récords de venta, agotándose en 3 horas, reafirmando que la ‘U’ y su hinchada hacen historia dentro y fuera de la cancha.

Latas coleccionables Liga 1:

¿Qué hace a nuestro fútbol tan especial? Es sentir el corazón en la garganta. Es vivir un amor que supera los 100 años. Es una fuerza que nació con las estrellas. Por eso, en honor a los que hacen grande nuestro fútbol, lanzamos una edición exclusiva para ellos. Un homenaje a Alianza Lima, Sporting Cristal y Universitario en su Centenario.

Convertimos nuestras latas en un lienzo donde grabamos la garra de la U, la fuerza de Cristal y el corazón de Alianza Lima, con sus gloriosos templos vibrando con su hinchada.

De esta manera, capitalizamos nuestros assets y demostramos que, si hay clubes, hay Cristal para celebrar su pasión.



Corona

Corona Extra:

Rent Your Sunset, llevando la experiencia del atardecer a más personas:

Corona, marca del portafolio de marcas premium de Backus, presentó en 2024 “Rent Your Sunset”, un innovador proyecto que ofrece a las personas la oportunidad de alquilar sus ventanas con las mejores vistas del atardecer. A cambio, la marca interviene el espacio y suministra cervezas Corona durante todo un año para sus clientes, elevando así la experiencia de disfrutar el Sunset.

La iniciativa nació de la necesidad de fortalecer la relación de Corona con el Sunset, un momento del día que representa una invitación natural a desconectarse y conectar con el entorno. Tradicionalmente, se percibe que el atardecer solo puede disfrutarse en espacios exteriores, lo que limita su apreciación para quienes no están fuera a esa hora. Sin embargo, descubrimos una verdad simple pero poderosa: el Sunset también puede disfrutarse desde la comodidad de una ventana con vista a la puesta de sol.

“Rent Your Sunset” ha sido reconocida por su capacidad de generar una conexión emocional con el público, transformando el atardecer en una experiencia única para los consumidores y reafirmando el compromiso de Corona con la naturaleza, la desconexión y los momentos auténticos.

Corona Cero:

Ampliando las experiencias de disfrute con una opción sin alcohol:

Disfrutar con amigos o familia un momento relajado, divertido y liviano se volvió más accesible que nunca con el lanzamiento de Corona Cero, la cerveza con 0.0% alcohol que mantuvo el sabor característico de la marca en una versión más ligera y refrescante. Con ingredientes naturales y apenas 56 calorías por botella, esta innovación en el portafolio de Backus representó una alternativa ideal para ampliar las ocasiones de consumo de esta bebida.

El ingreso de Corona Cero al mercado se sumó a la tendencia creciente de bebidas sin alcohol, una categoría que ha ganado popularidad gracias a su versatilidad y sensación de ligereza.

“Queríamos asegurar que todas las personas se sintieran incluidas durante los momentos sociales, elijan o no beber alcohol. Con Corona Cero ampliamos nuestro portafolio con un producto que mantuvo toda la esencia y sabor de la cerveza. Como marca, potenciamos las experiencias al aire libre y fomentamos el equilibrio entre la diversión y el relajo. Con este lanzamiento buscamos entregar una alternativa refrescante con ingredientes 100% naturales, para aquellas ocasiones donde se desea el disfrute y desconexión que nos entrega una cerveza, pero sin alcohol”, comentó Alejandro Molina, Director de Marketing de Backus.

Corona

Corona Cero:

Un hito en las Olimpiadas de París 2024:

En 2024, Corona Cero marcó un precedente histórico al convertirse en la primera cerveza en auspiciar los Juegos Olímpicos, consolidando su presencia en el evento deportivo más importante del mundo. Además, este hito representó el debut de la primera cerveza 0.0% alcohol del portafolio de Backus, reafirmando su compromiso con la innovación y el consumo responsable.

Como parte de este patrocinio, Corona Cero acompañó al Team Perú en la disciplina de surf, respaldando a los destacados atletas Alonso Correa, Lucca Mesinas y Sol Aguirre, quienes representaron al país en las olas de la Polinesia Francesa.

Lucca Mesinas expresó: ***"Es un honor para mí y mis compañeros ser parte de esta colaboración con Corona Cero. Su apoyo ha sido fundamental en nuestro desempeño en las Olimpiadas", mientras que Sol Aguirre agregó: "Ser parte del equipo Corona Cero encaja perfectamente con mi estilo de vida y nos impulsa a seguir luchando por nuestros sueños en las olas".***

El auspicio de Corona Cero en París 2024 no solo fortaleció el vínculo de la marca con el deporte, sino que también reafirmó su propósito de promover el equilibrio entre el rendimiento y la relajación. Con mensajes que invitan a la desconexión tras la actividad física, Corona Cero amplió las oportunidades de consumo de una cerveza refrescante y sin alcohol, adaptándose a los nuevos hábitos de los consumidores.

Corona Cero y las Olimpiadas de París 2024, un llamado al relax:

En el marco de los Juegos Olímpicos de París 2024, Corona Cero se consolidó como una alternativa refrescante y sin alcohol para quienes buscan nuevas experiencias de consumo.

En línea con su posicionamiento como una alternativa refrescante y sin alcohol, Corona Cero, en colaboración con Publicis Perú, lanzó la campaña "Relaxing Ads". Corona Cero se ubicó estratégicamente junto a campañas de reconocidas marcas como Reebok, Smart Fit, Powerade y Klimax, promoviendo la importancia del descanso y la desconexión tras la actividad física. Para ello, la marca llevó a cabo un exhaustivo análisis de su banco global de imágenes, seleccionando más de 18,000 fotografías para encontrar aquellas que reflejaran de manera precisa el concepto visual de sus aliados, adaptando los mensajes publicitarios para alinearlos con su distintivo lema "And then relax". La implementación de esta campaña en diversos puntos de la ciudad de Lima generó una gran interacción con el público, reforzando el vínculo entre la marca y los consumidores.

"Queríamos recordarle a la gente la importancia de desconectarse después del esfuerzo. Con Corona Cero ofrecemos una alternativa sin alcohol que mantiene todo el sabor de la marca", comentó Sebastian Palacio, Premium Marketing Director de Backus.

Marcas Regionales

Arequipeña:

FIA:

Arequipeña celebró un año más, participando de la Feria Internacional de Arequipa (FIA) 2024, donde todos los arequipeños se reúnen a disfrutar y vivir una experiencia inolvidable con destacados artistas.

Lata 473 ml:

En diciembre, lanzamos al mercado la nueva lata 473 ml con la finalidad de seguir fomentando alternativas para los jóvenes con un pack no retornable y una lata con mayor contenido, a un precio accesible.

Pilsen Trujillo:

Marinera y Primavera:

La marca una vez más se apoderó de dos momentos importantes para los trujillanos: La marinera y la primavera. Dos emblemáticas fiestas que todo trujillano celebra con orgullo junto a amigos y familiares.

Lata 473 ml:

Pilsen Trujillo vuelve a lanzar al mercado una presentación más en tamaño personal: Lata 473 ml, garantizando mayor contenido, a un precio accesible para todos.

San Juan:

Fiesta San Juan:

San Juan, la cerveza de la selva, una vez más celebró en la Fiesta de San Juan, principalmente en la ciudad de Pucallpa, donde se vivieron tradiciones únicas propiamente de la ciudad. Es así como la cerveza San Juan toma protagonismo y se une a la celebración junto con toda su gente, siendo la marca líder de la ciudad y muy querida por todos.

Golden:

Nuevo VBI:

Golden, la bebida fermentada con maíz y cebada, después de casi 5 años, lanza su nueva imagen reflejada en su presentación de lata 355 ml con la finalidad de enaltecer sus colores icónicos como el dorado y el cian y lucirse mucho más moderna para todos los jóvenes.

Mike's

Cinco años de éxito y liderazgo en Perú:

En su quinto aniversario en el mercado peruano, Mike's se consolida como el líder absoluto en la categoría Ready to Drink. Gracias a una estrategia sólida y un enfoque en diferenciación, 2024 se convierte en su mejor año, destacado por un crecimiento sostenido. El 93% de los jóvenes que conocen las RTDs reconoce la marca, posicionándola en el 1er lugar en recordación dentro de la categoría.

Una marca conectada con los jóvenes:

Se lanzó "SIN FILTROS", una campaña que impulsó la autenticidad de la marca y logró acercarse a los jóvenes. Con el mensaje: No necesitas explicaciones, solo Limonada + Vodka. "Sin filtros, sin blablabla", la marca reforzó su Top of Mind, destacándose por su comunicación directa y relevante.

La estrategia incluyó activaciones innovadoras, como vallas interactivas con códigos QR y mensajes humorísticos. Estas acciones fortalecieron la conexión con su audiencia, construyendo una comunidad leal que integra la marca en su estilo de vida.

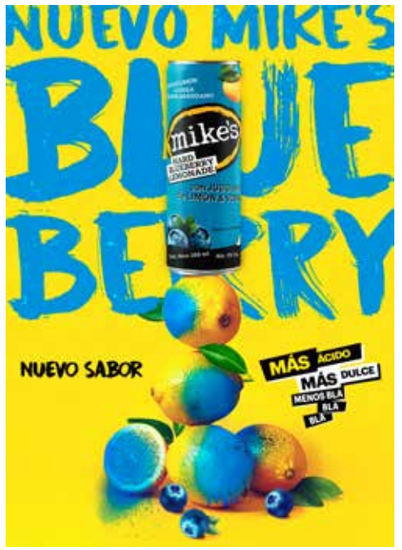
"SIN FILTROS" refleja la esencia de Mike's: una marca sin rodeos, auténtica y divertida, que sigue consolidando su presencia en el mercado juvenil.

El lanzamiento de Mike's arándano:

Mike's Arándano, una nueva variedad que reforzó el portafolio de la marca y la conexión con los jóvenes. Inspirado en el comportamiento de la Gen Z, este nuevo sabor combina lo ácido del limón con la dulzura del arándano, ofreciendo una propuesta auténtica y refrescante para diversas ocasiones de consumo.

Los resultados fueron inmediatos con un sentiment positivo del 97%, consolidando el vínculo con su audiencia y expansión de las ocasiones de consumo, posicionándose como una opción versátil.

Producido localmente en la planta de Ate, esta innovación reafirma el compromiso de Backus con el desarrollo de la categoría Ready to Drink en Perú, ofreciendo propuestas frescas y relevantes que responden a las nuevas tendencias de consumo.



Inauguración de la primera planta local de la BU:

Uno de los hitos más importantes de 2024 fue la inauguración de la planta local en Perú donde ya se producen las 4 variedades del portafolio Mikes.

Este es un gran paso estratégico que permite:

- Mayor eficiencia y competitividad en costos y tiempos de respuesta.
- Mayor flexibilidad para innovaciones y futuros lanzamientos.
- Reforzar la posición en el mercado con una infraestructura sólida y sustentable.

En 2024 se han sentado las bases para un 2025 ambicioso, con el desafío de crecer significativamente y continuar potenciando el crecimiento de Mike's en el mercado peruano.

TaDa

En 2024, TaDa se posicionó en el mercado de delivery de bebidas en Perú, marcando hitos clave en crecimiento e innovación.

Un modelo de retornabilidad:

Gracias a su modelo de retornabilidad, TaDa ofrece una propuesta de valor única y se diferencia de la competencia. La campaña “Cervezas heladas a la puerta de tu casa”, lanzada en el cuarto trimestre de 2024, es un ejemplo claro de esta estrategia, donde soluciona el problema común de los grupos que se quedan sin cervezas retornables durante una reunión, evitando la frustrante búsqueda de una tienda cercana. Con esta campaña, TaDa elimina ese inconveniente, garantizando la entrega oportuna de cervezas retornables en la puerta de tu casa y consolidándose como la plataforma que defiende la retornabilidad de forma sostenible y diferenciada.

Crecimiento acelerado:

El desempeño de TaDa durante el año ha sido notable. La app registró un incremento del 76% en órdenes, demostrando una rápida adopción en el mercado y consolidándose como una de las opciones preferidas por los consumidores. Además, es destacable que el 62% de la atención se canalizó a través de nuestros socios del canal tradicional como licorerías y bodegas, lo que ha contribuido a la digitalización de un sector tradicional.

Plataforma estratégica para las marcas:

Más allá de ser un servicio de delivery, TaDa se ha transformado en una plataforma estratégica para las marcas de Backus. La app ha brindado oportunidades para lanzar innovaciones exclusivas y ejecutar activaciones disruptivas basadas en datos e insights de consumo, acercando a las marcas a su público de manera directa y personalizada. Entre los hitos destacados se encuentran la edición limitada de Cristal 1924, diseñada especialmente para la hinchada del Club Universitario y que se agotó en tan solo tres horas; la Pachacaja de Cusqueña, que se ha convertido en un objeto de deseo y manteniendo el Ramo Pilsen como un asset de diferenciación.

En resumen, 2024 fue un año transformador para TaDa. No solo se fortaleció su crecimiento, sino que también se redefinió el futuro del e-commerce de bebidas en Perú, siguiendo un camino de innovación, sostenibilidad y compromiso con nuestros consumidores.

BEES

En 2024, Backus, a través de la plataforma BEES, reafirmó su compromiso con la transformación digital de sus clientes, facilitando su día a día a través de herramientas innovadoras y funcionalidades clave en su aplicativo. Como resultado, más del 50% de los clientes ya gestionan sus pedidos de manera autónoma, optimizando su tiempo y mejorando la eficiencia de sus negocios. En línea con su evolución constante, BEES sigue fortaleciendo su ecosistema digital para ofrecer un abastecimiento ágil, sencillo y alineado con las necesidades de sus clientes.

Además de ampliar su ecosistema con más opciones de canje, BEES continuó incentivando la participación de sus clientes a través de campañas dinámicas y experienciales.

Copa BEES::

Entre abril y julio de 2024, se llevó a cabo la campaña “Copa BEES”, diseñada para recompensar la fidelidad de los clientes con premios como televisores, mesas y sillas. Los participantes podían acumular puntos BEES a través de ofertas especiales y luego canjearlos por estos productos. Más de 8,500 clientes fueron premiados, demostrando el valor de la fidelización y el impacto tangible que BEES genera en sus negocios.

Caravana de Precio:

Siguiendo esta misma línea de interacción y reconocimiento, durante noviembre y diciembre de 2024, BEES implementó la campaña “Caravana de Precio”, enfocada en promover el precio sugerido de sus productos en el mercado. A través de visitas aleatorias a 2,400 puntos de venta a nivel nacional, los clientes participaron en dinámicas interactivas sobre precios y tuvieron la oportunidad de ganar premios. Esta iniciativa no solo incentivó el conocimiento sobre la política de precios, sino que también fortaleció la relación con los bodegueros, asegurando su compromiso con la correcta exhibición y venta de los productos.

03 Transformándonos para el futuro

Nuestra Gente

Cervecerías
Ate, Motupe, Arequipa y Cusco

Maltería
Maltería

Planta de agua
San Mateo

28 centros de distribución

21 bebidas comercializadas

13 marcas producidas

2,203 colaboradores

Cómo vivimos nuestra cultura

La cultura es fundamental para la evolución de nuestra compañía y en Backus, la vivimos a través de nuestra gente. Reconocemos y valoramos el talento de nuestro equipo no sólo por su experiencia profesional, sino también por la calidad de seres humanos que son, así como por su pasión y perseverancia que demuestran en su labor diaria. Ellos son el motor principal de crecimiento y éxito en nuestra empresa.

El éxito reside en nuestra capacidad para construir equipos diversos, que integren una variedad de perspectivas y enfoques. Esto es crucial para liderar el cambio y continuar innovando en beneficio de nuestros consumidores.

Nuestra filosofía se basa en dos principios fundamentales: inclusión y colaboración. Nos esforzamos por crear un entorno en el que cada individuo se sienta valorado, respetado y parte integral del equipo, sin importar sus diferencias.
La colaboración implica trabajar juntos de manera efectiva, aprovechando las fortalezas individuales para generar un valor superior en cada proyecto que lideramos.

Seguiremos reafirmando nuestro compromiso con el reconocimiento y desarrollo del talento en Backus, construyendo equipos diversos y colaborativos para seguir generando más razones para brindar.

Soñamos en grande para crear un futuro con más motivos para brindar

10 Principios.

Somos dueños & dueñas que:

- **Soñamos** en grande.
- **Nos enfocamos** en resultados extraordinarios.
- **Lideramos** con el ejemplo y asumimos la responsabilidad.
- **Atraemos y desarrollamos** gente excelente.
- **Creamos** marcas que nuestros consumidores aman.
- **Crecemos** con nuestros clientes y comunidades.
- **Priorizamos** soluciones simples y escalables.
- **Cuidamos** nuestros costos rigurosamente.
- **Pensamos** a largo plazo.
- **Nunca** tomamos atajos.

Cómo vivimos nuestra cultura

Engagement

Somos una compañía que crece de la mano de nuestra gente y para nosotros es sumamente importante escuchar y entender las percepciones de quienes forman parte de nuestro equipo. Nuestra encuesta de engagement (clima laboral) es nuestro calibrador hacia la mejora continua.

La encuesta de engagement se realiza dos veces al año y aplica a todos los colaboradores de Backus, cuenta con 51 preguntas relacionadas a 09 dimensiones tales como Propósito y Cultura, Reconocimiento y recompensas, Entorno laboral y Seguridad, Empoderamiento y Eficacia, Engagement del colaborador, Eficacia del Supervisor, Pertenencia, Crecimiento y Desarrollo, Comunicación y Colaboración.

Durante el 2024, luego de trabajar de una forma más focalizada, concentrando nuestros esfuerzos en las áreas y dimensiones con mayor oportunidad, logramos incrementar 03 puntos porcentuales comparado al año anterior, logrando a tener el engagement más alto de los últimos 5 años.

Esto refuerza nuestro objetivo de construir un ambiente de trabajo que no solo escucha, sino que actúa para cultivar un espacio donde todos prosperamos.

Cerveza y Cultura

Es una dinámica que realizamos junto a los equipos de los demás países de nuestra región para poder reforzar nuestra cultura y principios a través de un conversatorio donde compartimos las mejores prácticas que nos permiten vivir nuestra cultura.

Durante el 2024 tuvimos 2 sesiones que impulsaron la construcción de +10 rituales de cultura, donde los líderes se enriquecieron e inspiraron de distintos ejemplos de cómo llevamos nuestra cultura a la vida. Esto nos asegura colaboradores más conectados y comprometidos con su trabajo, pero sobre todo, gente excelente y apasionada, generando valor superior a nuestra compañía.

Cómo vivimos nuestra cultura

Leyendas

El reconocimiento no solo celebra el paso del tiempo, sino que honra la constancia, la lealtad y el compromiso. Cada año de trabajo es un capítulo adicional de perseverancia y pasión. En Backus, nos llena de orgullo reconocer y honrar a aquellos que han dejado una huella en la compañía.

Por ello, nuestro programa de reconocimiento “Leyendas” reafirma el esfuerzo y los logros de nuestros colaboradores que nos han acompañado por más de 10 años en la compañía, siendo dueños que sueñan en grande para tener resultados excepcionales y éxito compartido.

Durante el 2024, esta iniciativa reconoció a más de 240 trabajadores que cumplieron de 10 años a 45 años trabajando en nuestra compañía. Se llevaron a cabo 09 eventos a nivel nacional en diferentes partes del país: Lima, Arequipa, Pucallpa, Motupe y Cusco. En los cuales reunimos a nuestras “Leyendas Backus” para destacar a quienes nos han acompañado con dedicación y pasión durante más de una década, logrando excelentes resultados junto a nuestra familia Backus.

Estrategia de Bienestar

Nuestra estrategia del 2024 se centró en promover el bienestar de nuestra gente con un enfoque de empoderamiento. Todos nuestros programas e iniciativas se centraron en 03 pilares: salud física, salud mental y familia; y buscaron brindar herramientas para que nuestra gente se adueñe de su bienestar y el de los suyos. De tal forma, continuamos robusteciendo nuestra Plataforma Mi Mundo Beneficios para mantenerla como uno de los principales canales de comunicación e interacción con nuestra gente, poniendo a disposición más de 400 convenios, lanzando 10 concursos con más de 4400 participantes y 03 campañas de cursos de ofimática con 600 inscritos, esto nos ha permitido tener a más de 1900 trabajadores activos en la plataforma.

Asimismo, durante el 2024 logramos 14000 asesorías de nutrición, entrenamiento físico y psicología ejecutadas, 230 participantes fijos en nuestro programa preventivo “Backus Te Cuida”, 371 hijos de colaboradores acreedores de becas de estudios, 120 ferias de beneficios ejecutadas y 35 celebraciones con la familia Backus.

Es así que desde #MiBienestar y Mi Mundo Beneficios hicimos un solo frente para que nuestros colaboradores continúen siendo los gestores de su propio bienestar.

Cómo desarrollamos a nuestra gente

Programas de Liderazgo

Queremos desarrollar una generación de líderes 360, líderes integrales que consiga los resultados, pero a través de las personas y de la manera correcta.

Para lograrlo, hemos implementado un programa de entrenamiento que engloba todos los niveles de nuestra organización y se divide en 06 grandes propuestas, esto nos permite reforzar habilidades de liderazgo en nuestros líderes actuales y preparar a nuestros futuros líderes para sus siguientes posiciones.

Estos son nuestros programas de entrenamiento:

1. LEADERSHIP ACADEMY

Busca desarrollar y mejorar una visión estratégica holística del negocio, garantizando las habilidades de liderazgo, incluyendo la empatía y el bienestar de nuestra gente.

2. LEADING

Busca implementar una serie de herramientas, mediante el uso de la inteligencia emocional y las técnicas avanzadas de retroalimentación.

3. NEW MANAGER

Los líderes ABI tengan más confianza en su liderazgo para gestionar a sus equipos con los recursos correctos.

4. ASPIRING MANAGER

Entender cómo ser un manager efectivo en ABI y fomentar al colaborador a encontrar su propia filosofía de Liderazgo.

5. LIDERA+

Es un programa enfocado en nuestras dimensiones de engagement: Diversidad e Inclusión, Bienestar, Empoderamiento y Eficacia del líder y Propósito y Sueño.

LÍDER 360°

Este 2024 fue un año histórico para Backus, logramos entrenar a más de 400 líderes en nuestros 05 programas de diferentes áreas.

Lo logramos con un equipo de 30 entrenadores, líderes de Backus entrenados para asegurar un correcto despliegue y contenido. Conseguimos un 95% en nuestra Encuesta de Satisfacción (NPS) con comentarios satisfactorios para seguir mejorando.

Líder 360°

Durante el 2024, nuestro propósito fue dejar huella en nuestra gente y formar líderes que se adueñen genuinamente del proceso de desarrollo de sus equipos. Así es como nació “Líder 360°”, un programa que forma líderes que inspiran, que impulsan el cambio y que asumen con pasión la responsabilidad de los procesos más importantes de People.

Nos concentramos en los procesos más relevantes del año y nuestros principales pilares para asegurar este cambio de comportamiento fueron:

- **Comunicación:** Mensajes claros, específicos y valiosos que guiaron a los líderes en su rol dentro de los procesos clave de la compañía,
- **Entrenamientos:** Sesiones dinámicas y segmentadas basados en la importancia de estos procesos.
- **Visibilidad:** por primera vez, consolidamos indicadores clave en un solo lugar y los integramos en los espacios estratégicos de liderazgo.

Logramos resultados increíbles y hoy nos enorgullece decir que esta forma de trabajo es una realidad que nos motiva a seguir transformando el futuro de nuestra gente y de nuestra operación.

Cómo atraemos al mejor talento

Formando una nueva generación de liderazgo

En Backus, creemos que el talento es el motor de la innovación, el crecimiento, y el corazón de todo lo que hacemos. Por eso, traer a profesionales con diversas habilidades y perspectivas nos permite seguir evolucionando y potenciando nuestra cultura.

Los mejores talentos no solo buscan empleo, sino un propósito. Quieren empresas que valoren su crecimiento, que los reten y los impulsen a desarrollarse en un entorno dinámico, positivo y con oportunidades reales. Y eso es precisamente lo que ofrecemos: un espacio donde las personas pueden crecer y dejar huella.

Nuestro compromiso con el talento se refleja en los reconocimientos que hemos obtenido. En el último ranking de Merco Talento, el monitor de reputación corporativa más relevante del país, alcanzamos el primer lugar en el sector bebidas, consolidándonos como una de las empresas más atractivas para los jóvenes profesionales.

Programas de talento

En 2024, conocimos a cerca de 6000 jóvenes postulantes a nuestros Programas de Talentos. Nuestro propósito con estos programas es brindar a los universitarios recién graduados la oportunidad de ingresar a Backus y tener un periodo de rotación y aprendizaje focalizado en las áreas core del negocio: Comercial, Logística y Supply. Al terminar este periodo de formación inicial, nos encargamos de darles acompañamiento y herramientas para destapar todo su potencial y convertirse en los siguientes líderes de nuestra compañía.

Este año, superamos las expectativas al atraer a más de 5,800 candidatos para nuestros programas de talento, con un 93% de postulaciones orgánicas. Además, contamos con la participación de más de 40 líderes en el proceso de selección para escoger a nuestros 6 Talentos Comerciales, Logísticos y Supply Trainees.

Talentos comerciales

En el 2024 conocimos a más de 1200 candidatos, de los cuales seleccionamos a 3. Estos jóvenes ingresaron a la compañía para participar de un programa muy enriquecedor, enfocado en encontrar a los próximos grandes líderes del área comercial. Nuestros talentos son entrenados durante 03 meses en distintas partes del país, adquiriendo habilidades como colaboración, audacia, solución de problemas, entre otras, cruciales para tener éxito en el mundo de las ventas en Backus.

Talentos logística

Por otro lado, se lanzó la sexta convocatoria del programa de Talento Logística, un programa diseñado para formar a quienes encabezarán la operación de distribución más compleja del país. Tuvimos más de 1700 postulaciones, y finalmente se escogió a 3 talentos, quienes ahora están empezando a asumir posiciones en la primera línea de liderazgo del equipo que traslada nuestros productos a cada rincón del país.

Supply trainee program

Por último, nuestro programa para formar a quienes estarán a cargo de nuestras cervecerías consta de una rotación por las diferentes áreas que conforman planta: Elaboración, Calidad, Ingeniería, Envasado. En 2024, atrajimos a más de 1000 postulantes, ansiosos de aprender todo sobre la cadena de producción—de la semilla a la botella—. De los grandes talentos que postularon, 2 fueron seleccionadas.

Cómo atraemos al mejor talento

Employee value proposition

En Backus, estamos comprometidos con nuestro propósito de Soñar en grande para crear un futuro con más motivos para brindar. Por eso, ofrecemos un ambiente ágil y dinámico, donde buscamos que el talento genere impacto desde el primer día. Así, buscamos que desarrollen todo tu potencial, y se contagien del orgullo de trabajar en una compañía con más de 140 años de trayectoria empresarial en el Perú.

Por eso, mantenemos constante relacionamiento con nuestros stakeholders aliados, entre ellos: catedráticos, estudiantes, alumni, representantes de empleabilidad, entre otros, en diferentes foros. Ello con el propósito de seguir fortaleciendo nuestra propuesta de marca empleadora y atrayendo a los mejores talentos de manera cada vez más descentralizada.

Conectando universidades

Seguimos co-creando oportunidades de colaboración con decanos de Universidades y principales líderes de empleabilidad, en nuestros espacios de After Office. En ellos, fortalecemos nuestros vínculos con la comunidad académica y reforzamos la oferta de marca empleadora que tenemos para sus estudiantes. Entre las universidades que participaron se encuentra la Universidad de Lima, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Universidad de Piura, entre otras.

Ferias y eventos de empleabilidad

Adicionalmente, logramos conectar con uno de nuestros stakeholders más relevantes: nuestro talento potencial. Conocimos a más de 5,000 estudiantes y graduados en 9 importantes ferias y eventos universitarios, espacios muy gratificantes en los que nuestro talento Backus pudo compartir sus experiencias en conversaciones uno a uno, dinámicas grupales, charlas, entre otros. Así, seguimos consolidando nuestra presencia como empleador de elección tanto en pregrado como en programas de posgrado.

Talent & beers

Finalmente, se llevó a cabo 6 “Talent & Beers”, eventos donde nuestros directores y gerentes conectan con talento potencial a través de charlas y un espacio abierto de Q&A. El objetivo de este espacio es dar a conocer el impacto de nuestra compañía y la categoría cervecera, seguir consolidando a la cultura como un valor diferencial, compartir e inspirar a partir de algunos casos de éxito del negocio, y finalmente, estrechar nuestros lazos con el talento. Este año, nos impactamos alrededor de 1000 personas en 4 ciudades a nivel nacional.

04 Nuestro compromiso

La sostenibilidad es nuestro negocio

Nuestros ejes ESG: La cerveza es natural, local y accesible

Nuestro propósito:

Soñamos en Grande para Crear un Futuro con Más Motivos para Brindar.

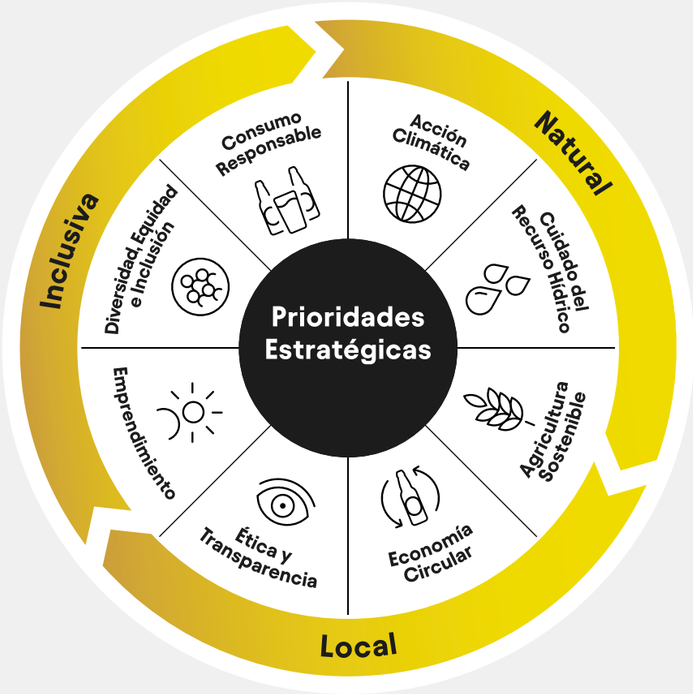
En Backus, nuestro ADN se basa en soñar en grande para crear un futuro con más motivos para brindar, a través de la prosperidad compartida para nuestra gente, nuestro negocio y el planeta.

Estamos comprometidos con una estrategia de sostenibilidad que impulse nuestro éxito a largo plazo. Trabajamos junto a la sociedad civil y el gobierno para generar un cambio positivo, construyendo una cadena de valor resiliente y fortaleciendo nuestro rol como aliado confiable. La sostenibilidad es esencial para cumplir con nuestro propósito empresarial.

Nos guía un enfoque centrado en ocho prioridades estratégicas que nos permiten integrar los principios ESG en toda nuestra operación. Estas prioridades son la base de nuestras decisiones y acciones diarias, buscando siempre generar un impacto positivo en toda nuestra operación.

La cerveza es es natural, local y accesible

Nuestras 8 prioridades de sostenibilidad se resumen en 3 tópicos que capturan la prosperidad compartida que apuntamos brindar al país.



Natural: La cerveza está hecha con ingredientes simples, elaborados de forma natural. Trabajamos en armonía con la naturaleza, promoviendo soluciones sostenibles que protejan los recursos naturales y fomenten la resiliencia ambiental.

Local: Utilizamos ingredientes locales de agricultores peruanos, lo que apoya a la comunidad agrícola y reduce la huella de carbono con una cadena de suministro más corta. Al optar por lo local, contribuimos al crecimiento económico, fortalecemos las economías locales y promovemos la sostenibilidad a largo plazo y la seguridad alimentaria.

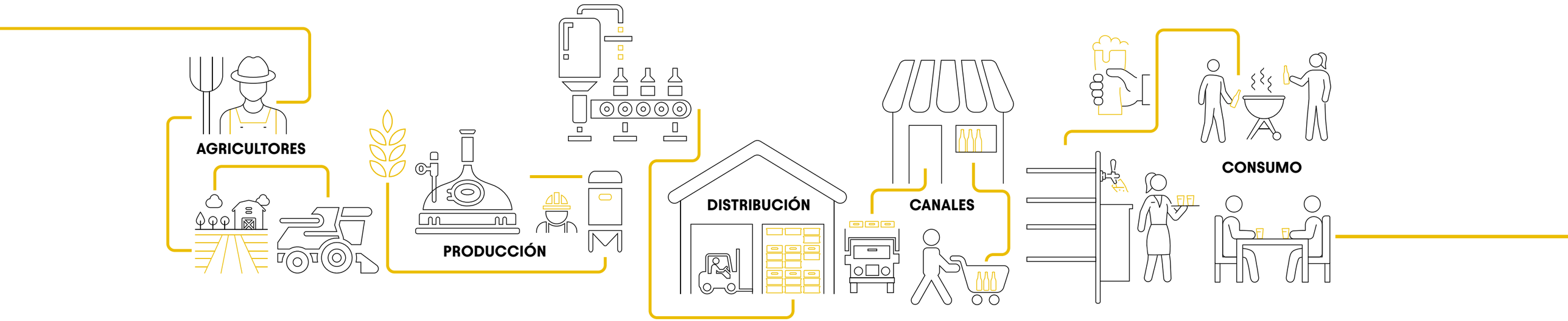
La sostenibilidad es nuestro negocio

Nuestra cadena de valor: Creando valor de la semilla a la botella

Agricultores:
Nuestra cadena de valor comienza con los agricultores, proveedores esenciales de materias primas. A través de Herederos del Campo, invertimos en investigación, asesoría y tecnología para optimizar su productividad, rentabilidad y adaptación sostenible.

Distribución:
Contamos con centros de distribución a nivel nacional para asegurar la disponibilidad de nuestros productos en todos los puntos de demanda. La eficiencia logística es clave en nuestra estrategia de negocio.

Consumidores:
Nos esforzamos por brindar a los consumidores experiencias únicas al disfrutar nuestras bebidas en momentos especiales. Ofrecemos productos de calidad, promoviendo siempre un consumo responsable y moderado.



Producción:
Contamos con 5 plantas especializadas y 1 maltería, donde seguimos rigurosamente las recetas y estándares de calidad. Transformamos ingredientes en productos que cumplen con las expectativas de los consumidores, priorizando la sostenibilidad al optimizar recursos como agua y energía, y reducir residuos.

Canales de Venta:
Nuestros clientes son esenciales para conectar nuestros productos con los consumidores. Impulsamos su crecimiento comercial mediante capacitaciones y herramientas, además de desarrollar canales digitales para ampliar su alcance.

Comunidades:
Estamos comprometidos en generar un impacto positivo y duradero, impulsando iniciativas de digitalización, cuidado del agua, consumo responsable, reciclaje y programas de voluntariado en las comunidades donde operamos.

Por un futuro con más motivos para brindar: Nuestras Prioridades ESG

Nuestras Metas al 2025 y su contribución a los ODS

Emprendimiento:

Promover la mejora de competitividad de nuestros socios bodegueros, proporcionándoles herramientas y capacitaciones para fortalecer su crecimiento y sostenibilidad en el mercado.

Empaque Circular:

Garantizar que el 100% de nuestros productos se distribuyan en envases retornables o fabricados con una alta proporción de materiales reciclados al 2025.

Agricultura Sostenible:

El 100% de nuestros agricultores directos estarán capacitados, conectados y empoderados financieramente al 2025.

Acción Climática:

Asegurar que el 100% de nuestra energía provenga de fuentes renovables y reducir las emisiones de CO2 en un 25% a lo largo de nuestra cadena de suministro al 2025.

Cuidado del Recurso Hídrico:

Garantizar que el 100% de nuestras comunidades ubicadas en zonas de alto estrés hídrico experimenten una mejora medible en la disponibilidad y calidad y/o cantidad de agua al 2025.

Por un futuro con más motivos para brindar: Nuestras Prioridades ESG

Emprendimiento

Colaboramos con emprendedores y emprendedoras a lo largo de toda nuestra cadena de valor, desde la siembra de maíz hasta la distribución de nuestros productos. En Perú existen más de 500,000 bodegas, nuestro objetivo es empoderar y fortalecer las habilidades de gestión de miles de socios bodegueros que forman parte de nuestra cadena de valor. Queremos que ellos no solo mejoren los ingresos de sus bodegas, sino que también tengan un impacto positivo en sus comunidades y familias, creciendo junto a ellos.

Desde hace más de 20 años, venimos acompañando su crecimiento con distintos programas de formación, desde ferias presenciales hasta capacitaciones virtuales. Al 2024, hemos capacitado a más de 66 mil emprendedores cubriendo el 91% de departamentos del país.

Nuestra meta:

Promover la mejora de competitividad de nuestros socios bodegueros, proporcionándoles herramientas y capacitaciones para fortalecer su crecimiento y sostenibilidad en el mercado.

Emprendedores Backus

En el 2022 transformamos nuestro programa de capacitación para bodegueros y bodegueras; a través de nuestra plataforma online, avalada por el PNUD y la Universidad Tec de Monterrey, ofrecemos formación en gestión, liderazgo y empoderamiento económico. En el 2024, además, complementamos el aprendizaje con eventos presenciales, herramientas prácticas, experiencias cerveceras y un certificado de participación al completar el programa.

Por un futuro con más motivos para brindar: Nuestras Prioridades ESG

Agricultura Sostenible

Nuestra meta al 2025:

El 100% de nuestros agricultores directos estarán capacitados, conectados y empoderados financieramente al 2025.

En Backus, nuestra pasión por la cerveza va más allá de la producción. Estamos comprometidos con el crecimiento y desarrollo de todos los actores de nuestra cadena de valor, trabajando junto a nuestros agricultores para obtener los insumos esenciales y crear productos de alta calidad.

Proyecto Herederos del Campo: Un Legado de Productividad y Sostenibilidad

Desde el 2021 venimos trabajando en el proyecto Herederos del Campo para aumentar la productividad y calidad de nuestras materias primas locales, y optimizar los procesos de comercialización. Buscamos fortalecer el tejido social y económico de las comunidades agrícolas, promoviendo la asociatividad y el desarrollo empresarial mediante capacitaciones, financiamiento y asistencia técnica.

Este esfuerzo ha sido posible gracias a alianzas con el Ministerio de Agricultura y Riego, la Cooperativa Agraria Norte Chico, el Centro Ecuménico de Promoción y Acción Social, y SENASA.

Innovación en Insumos: Mejorando el Cultivo de Cebada Maltera

Para producir cerveza de calidad, el origen de nuestros insumos es clave. En 2022, firmamos un acuerdo con la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM) para desarrollar variedades de cebada maltera adaptadas a las condiciones climáticas del Perú. Este acuerdo nos permitió avanzar en la creación de la primera cebada maltera peruana, un sueño que seguimos cultivando con esperanza.

En 2024, continuamos las pruebas de siembra y los análisis de variedades de cebada. Estamos convencidos de que esto marca el inicio de una nueva era para la agricultura en el país.

Resultados 2024:

+600 agricultores capacitados.

+2,400 capacitaciones realizadas.

21,750 toneladas de arroz compradas a agricultores en San Martín y Lambayeque.

10,400 toneladas de arroz compradas a agricultores de la Costa Norte y Norte Chico del Perú.

Por un futuro con más motivos para brindar: Nuestras Prioridades ESG

Cuidado del Recurso Hídrico

El agua es esencial no solo como ingrediente en nuestros productos, sino también como recurso fundamental para la salud y el bienestar de las comunidades a nivel global. La creciente escasez de agua representa un desafío significativo, afectando de manera directa el bienestar económico, social y ambiental de las comunidades en donde operamos.

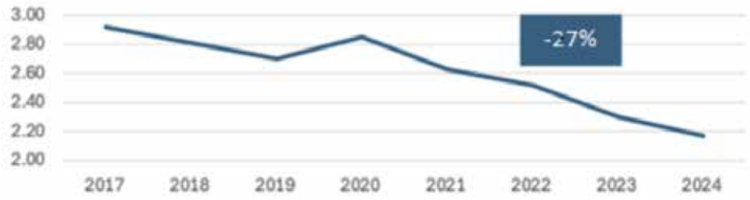
Nuestra meta al 2025:

Garantizar que el 100% de nuestras comunidades ubicadas en zonas de alto estrés hídrico experimenten una mejora medible en la disponibilidad y calidad y/o cantidad de agua al 2025.

Gestión Hídrica de plantas

En Backus, hemos desarrollado un enfoque integral para la gestión sostenible del agua en nuestras operaciones, garantizando el uso eficiente del recurso a través de estrictos estándares de proceso. Gracias a este enfoque, hemos logrado reducir el consumo de agua en un 27% entre 2017 y 2024.

Optimización del Consumo de Agua (HL agua /HL cerveza)



Iniciativas de Reciclaje y Conservación del Agua

Como parte de nuestras estrategias innovadoras, desarrollamos:

- **Donación de Agua Tratada:** Donamos 429,017 m³ de agua tratada de nuestras Plantas de Tratamiento de Efluentes a terceros, apoyando el riego de cultivos de tallo alto y procesos de fabricación de papel y cartón.
- **Conservación:** Implementamos acciones de conservación, tales como actividades de reforestación y limpieza de ríos, contribuyendo al bienestar de las comunidades en las que operamos.

Por un futuro con más motivos para brindar: Nuestras Prioridades ESG

Cuidado del Recurso Hídrico

Proyecto Amunas Develop PPP:

En 2024, continuamos con el desarrollo del proyecto Amunas Develop PPP, que busca aumentar la disponibilidad de agua en la cuenca media-alta de Lima mediante las Amunas, canales ancestrales pre-incas que almacenan y transportan agua de las lluvias para su uso en la temporada seca. Este sistema contribuye a recargar las cuencas y ríos Santa Eulalia y Rímac.

El proyecto está financiado por la Cooperación Alemana para el Desarrollo, implementado por la GIZ, y desarrollado en colaboración con Aquafondo y The Nature Conservancy (TNC), bajo el marco del Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ).

Cuatro pilares clave del proyecto y sus resultados acumulados:

1. Soluciones basadas en la naturaleza: Se rehabilitaron 47 km de Amunas en los pueblos de San Pedro de Casta, San Juan de Iris, Carampoma y San Lorenzo de Huachupampa.
2. Monitoreo hidrológico: Se logró infiltrar 8 millones de metros cúbicos de agua anualmente a través de las Amunas.
3. Gobernanza: Se estableció un mecanismo de gestión del agua, integrando el conocimiento sobre las Amunas.
4. Fortalecimiento de capacidades: Se capacitaron a 1,458 personas en áreas como mantenimiento, servicios ecosistémicos y gobernanza hídrica, con un 23% de participación femenina.

Nuestra meta al 2025:

Desde Backus, aspiramos a restaurar los 67 km de Amunas en la sierra de Lima, para continuar impulsando el uso sostenible del recurso hídrico y promover el bienestar de las comunidades locales.

Logros obtenidos en 2024:

- **Se recuperaron 5 km adicionales de Amunas** en los distritos de San Lorenzo de Huachupampa, Santiago de Carampoma y San Juan de Iris, alcanzando un total de 47 km recuperados.
- **Se generaron 3,114 jornales,** beneficiando a diversas hectáreas con el agua infiltrada.
- **9,988 personas se beneficiaron directamente** de las acciones del proyecto, con 152 capacitaciones, de las cuales 28 estuvieron dirigidas a mujeres.
- **Se conservaron más de 762 hectáreas** de suelo frente a la erosión hídrica y eólica.
- **Se logró infiltrar más de 3.6 millones de metros cúbicos de agua** a través de las Amunas monitoreadas, contribuyendo al manejo sostenible del agua en la región.

Por un futuro con más motivos para brindar: Nuestras Prioridades ESG

Acción Climática

Hacia un Futuro Sostenible con Energía Renovable

En Backus, estamos avanzando hacia un futuro más sostenible al implementar fuentes de energía limpia. Nos enfocamos en la gestión eficiente de la energía, con el objetivo de mitigar las emisiones de CO_2 y reducir nuestra huella de carbono a través del uso de fuentes renovables, siempre alineados con nuestros objetivos empresariales. Un claro ejemplo de esto es la implementación de paneles solares en nuestros centros de distribución, lo que contribuye significativamente a nuestra transición hacia energías limpias y sostenibles.

Nuestra meta al 2025:

Asegurar que el 100% de nuestra energía provenga de fuentes renovables y reducir las emisiones de CO2 en un 25% a lo largo de nuestra cadena de suministro al 2025.

En colaboración con Enel Generación Perú, hemos firmado un acuerdo clave para garantizar que toda nuestra operación cuente con un suministro de energía 100% renovable a partir de 2024. Esta alianza fortalece nuestro compromiso con la sostenibilidad y la eficiencia energética, permitiéndonos reducir de manera considerable nuestra huella de carbono. A través de este acuerdo, recibiremos energía proveniente de la Central Eólica Wayra Extensión.

Además, hemos implementado paneles solares en 12 de nuestros centros de distribución a nivel nacional, lo que contribuye aún más a nuestra transición hacia fuentes de energía renovables. Esta iniciativa, que abarca centros en diversas ciudades como Tumbes, Talara, Huancayo, Huánuco, Callao, Cono Norte, Cono Sur, Végueta, Rímac, Nazca y Juliaca, nos permitirá lograr un ahorro energético significativo.

Este es un paso importante que refleja nuestro firme compromiso con la sostenibilidad y la acción climática. Continuamos trabajando activamente para reducir nuestra huella de carbono y promover el uso de fuentes de energía renovables en todas nuestras operaciones.

Por un futuro con más motivos para brindar: Nuestras Prioridades ESG

Economía Circular

En Backus, nos comprometemos a promover la sostenibilidad en todas las etapas de nuestro proceso productivo. Buscamos constantemente innovar para aumentar las prácticas de reciclaje y fomentar la economía circular en nuestra operación, involucrando a consumidores, colaboradores y toda nuestra cadena de valor. Esto incluye el diseño de envases sostenibles, la recuperación y reutilización de materiales, y la optimización de los recursos a lo largo del ciclo de vida de nuestros productos.

Nuestra meta al 2025:

Garantizar que el 100% de nuestros productos se distribuyan en envases retornables o fabricados con una alta proporción de materiales reciclados al 2025.

En 2024, alcanzamos un hito significativo al recuperar el 99.9% de nuestras botellas, promoviendo la práctica de reciclaje y retornabilidad en toda nuestra operación. Nuestras alianzas con Sinba y Mujeres Solidarias refuerzan este compromiso, reduciendo nuestro impacto ambiental y fomentando la reutilización de materiales en la cadena de valor.

Durante el año, organizamos dos eventos clave con recicladores, con el fin de impulsar la cultura del reciclaje:

- **Hub de Reciclaje para Botellas de Vidrio personales:** Contamos con la participación de 41 recolectores de residuos, trabajando en colaboración con diez centros de recolección, de los cuales el 95% de los recolectores fueron mujeres.
- **VI Copa de Recicladores:** En este evento, colaboramos con siete centros de recolección, logrando la recolección de 1,800 botellas, destacando el esfuerzo colectivo para promover el reciclaje.

Asimismo, desarrollamos el programa “La de Vidrio también se Recicla”, que incluye la recolección de vidrio en establecimientos y la capacitación en cada uno de ellos. Este programa involucra más de 100 contenedores de reciclaje ubicados en 43 puntos estratégicos de la zona metropolitana de Lima.

A través de estas iniciativas, seguimos avanzando en la implementación de la economía circular, contribuyendo a la reducción de residuos y promoviendo un futuro más sostenible para todos.

Por un futuro con más motivos para brindar: Nuestras Prioridades ESG

Consumo Responsable & Moderación

En Backus, buscamos que cada experiencia con la cerveza sea positiva, apoyando a los consumidores a tomar decisiones informadas mientras disfrutan de nuestros productos. Nuestras iniciativas están enfocadas en prevenir el consumo de alcohol en menores de edad y fomentar un consumo moderado entre los adultos.

Día Global del Consumo Responsable

En Backus, nos comprometemos a promover la sostenibilidad en todas las etapas de nuestro proceso productivo. Buscamos constantemente innovar para aumentar las prácticas de reciclaje y fomentar la economía circular en nuestra operación, involucrando a consumidores, colaboradores y toda nuestra cadena de valor. Esto incluye el diseño de envases sostenibles, la recuperación y reutilización de materiales, y la optimización de los recursos a lo largo del ciclo de vida de nuestros productos.

Resultados:

- +500 colaboradores movilizados
- +1,000 bodegas impactadas con mensajes de consumo responsable

Disfruta Responsablemente entre Patas

En 2024, inauguramos la primera experiencia cervecera en el Perú con mensajes de consumo responsable. A través de un enfoque interactivo y lúdico, capacitamos a los asistentes sobre la importancia de la moderación en el consumo de bebidas alcohólicas, brindando consejos prácticos para disfrutar de manera responsable. Esta iniciativa refuerza nuestro compromiso con un consumo consciente y sostenible.

Resultados: Impactamos con mensajes de consumo responsable a +1,900 personas.

Por un futuro con más motivos para brindar: Nuestras Prioridades ESG

Apoyo a la Comunidad

Obras por Impuestos

En Backus, nos comprometemos activamente con el desarrollo social y económico del país a través del mecanismo de Obras por Impuesto (OXI). Este mecanismo nos permite financiar proyectos de inversión pública que benefician directamente a las comunidades y promueven el progreso en diversas regiones del Perú.

En 2024, lideramos la ejecución de cuatro proyectos de infraestructura clave:

1. **Escuela PNP en Trujillo:** Construimos e implementamos la Escuela Técnica Superior de la Policía Nacional del Perú, contribuyendo a la formación de futuros agentes del orden. Esta obra fue ejecutada en consorcio con Minera Boroo, BCP, Minera Poderosa y Backus.
2. **Chinchero A en Cusco:** Instalamos una red de alcantarillado y un sistema de tratamiento de aguas residuales para mejorar las condiciones sanitarias y de salud en diversas comunidades rurales de Cusco, mejorando su calidad de vida. Este proyecto se realizó en consorcio con BCP.
3. **Chinchero B en Cusco:** Mejoramos y ampliamos los servicios de agua potable y alcantarillado en la microcuenca Piuray, beneficiando a las comunidades locales. La entrega está prevista para 2025, y el proyecto se ejecuta en consorcio con Ferreyros.
4. **Palo Blanco en Motupe, Lambayeque:** Mejoramos y ampliamos el acceso a agua potable y las condiciones sanitarias en el Centro Poblado de Palo Blanco, contribuyendo al bienestar de la población local. Este proyecto fue ejecutado exclusivamente por Backus.

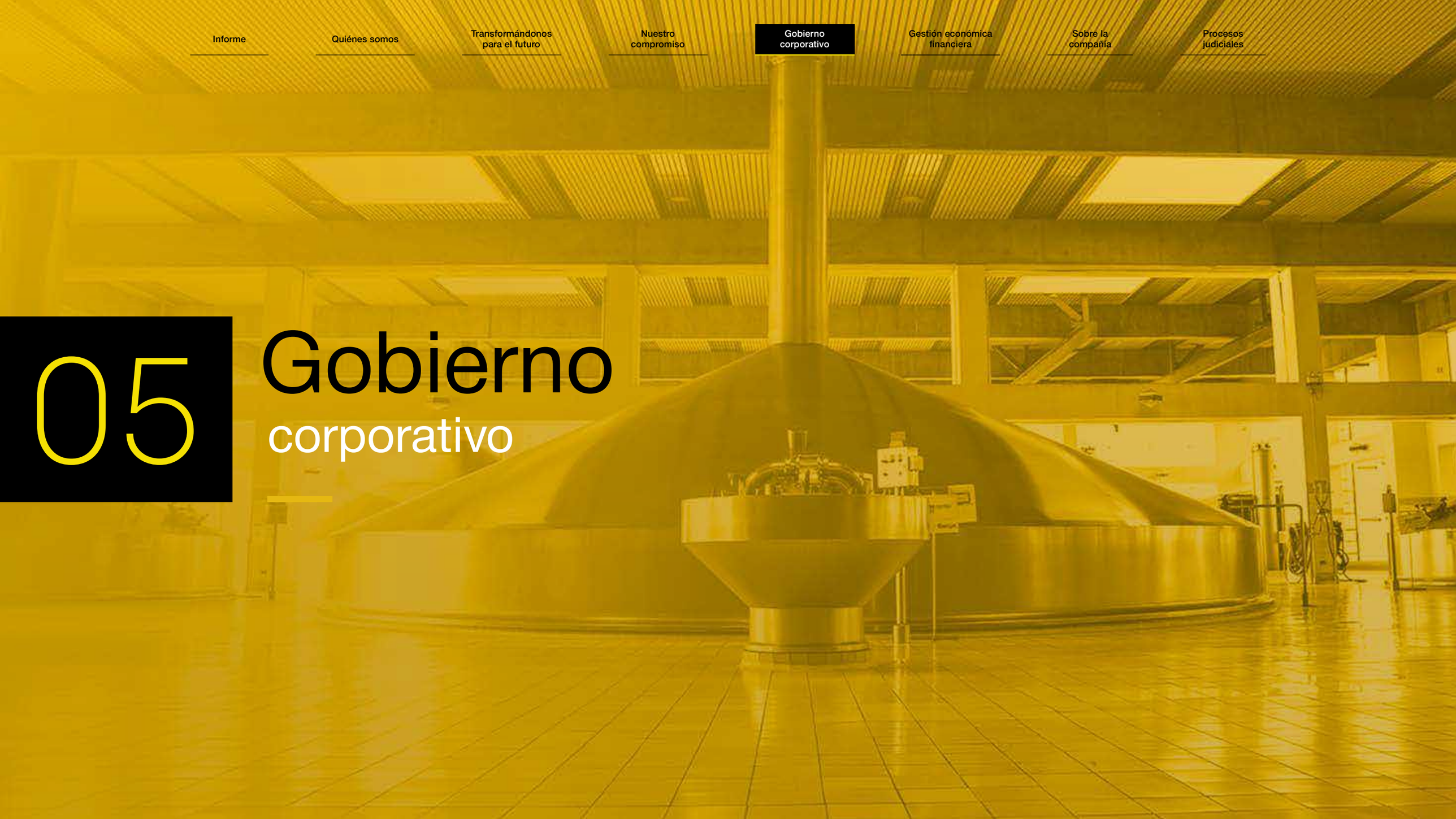
Voluntariado

En 2024, continuamos con nuestro programa de voluntariado #MeUno, reafirmando nuestro compromiso con la comunidad. A través de diversas actividades, brindamos apoyo y alegría a quienes más lo necesitan.

Un ejemplo de ello es nuestra colaboración con Casa Ronald McDonald Perú, ofreciendo apoyo a familias en situación de vulnerabilidad que deben recibir tratamiento médico en Lima.

Además, junto al Banco de Alimentos del Perú, compartimos momentos especiales con adultos mayores y contribuimos a la seguridad alimentaria en el país.

Estas experiencias nos llenaron de satisfacción y reafirmaron el propósito de #MeUno: unir a nuestros colaboradores para llevar esperanza, sonrisas y apoyo a quienes más lo necesitan.



05 Gobierno corporativo

Junta general de accionistas

Estructura accionaria:

CLASE A

Tenencia	Nro. de accionistas	% de participación
MENOR 1%	660	0,42
ENTRE 1-5%	0	0
ENTRE 5-10%	0	0
MAYOR 10%	2	99,58
TOTAL	662	100

CLASE B

Tenencia	Nro. de accionistas	% de participación
MENOR 1%	1164	17,60
ENTRE 1-5%	8	16,43
ENTRE 5-10%	2	12,76
MAYOR 10%	1	53,21
TOTAL	1175	100

CLASE INV

Tenencia	Nro. de accionistas	% de participación
MENOR 1%	10040	10,04
ENTRE 1-5%	1	1,06
ENTRE 5-10%	1	5,42
MAYOR 10%	1	83,47
TOTAL	10043	100

Directorio

Miembros del Directorio:

MARCIO BATISTA JULIANO

Presidente de Backus

Marcio lidera Backus; la operación de AB InBev en Perú. Es titulado en Administración de Empresas por la Universidad de São Paulo en Brasil y posee un MBA por la escuela de postgrado IBMEC. Además, cuenta con más 25 años de experiencia dentro del grupo AB InBev. Durante sus primeros 13 años, se desempeñó en el área comercial como líder de equipos de ventas, trade marketing, revenue management, tech sales y proyectos dentro de Ambev en Brasil. Anteriormente, ocupó el puesto de Country Head de Panamá y República Dominicana.

GRISELDA LUJÁN INSÚA

Directora

Contadora pública de la Universidad de Buenos Aires que posee una destacada trayectoria en el ámbito financiero. Se unió en el 2010 a Cervecería y Maltería Quilmes (Argentina), y desde entonces ha ocupado diversas posiciones en áreas clave, incluyendo Soluciones, Logística e Industrial, siempre con el enfoque de finanzas. Nuestra primera CFO (Chief Financial Officer) se unió a Backus en enero del 2021 y se ha destacado por su competencia en el ámbito financiero y su liderazgo en el desarrollo de talento dentro de la compañía.

PABLO HERNÁN QUEROL

Director

Pablo es Vicepresidente Legal y Asuntos Corporativos de la región Middle Americas de AB InBev, que abarca más de 20 países. 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. Previamente, estuvo 4 años en LATAM Airlines Group, donde ocupó 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.

JOSÉ ANTONIO ALFARO DIAZ

Director

Es licenciado en Ciencias Políticas y tiene maestrías en Filosofía y Política/Administración Pública (UCLouvain, LSE y Harvard). Cuenta con experiencia en gobier no, organismos internacionales y consultoría en México y Europa. Ha colaborado en medios como Nexos, Vice, NYT entre otros. Desde el 2019, es miembro de AB InBev, donde inició como Director de Asuntos Corporativos en Grupo Modelo. Actualmente, lidera el ár ea de Legal y Asuntos Corporativos en Perú.

PIERO EDUARDO GHEZZI SOLÍS

Director independiente

Piero es un consultor Internacional en temas de desarrollo productivo. Socio fundador de HacerPeru.pe. 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.

CLAUDIA MARÍA AMELIA TERESA COOPER FORT

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. Se desempeñó como miembro del Gabinete de Asesores del Ministerio de Economía y Finanzas y Directora General de Asuntos Económicos y Sociales de dicho sector entre el 2008 y 2009. Ha sido Ministra de Economía y Finanzas entre setiembre 2017 y abril de 2018. En el 2019 fue elegida como presidenta de la Bolsa de Valores de Lima. También forma parte de los Directorios de Scotiabank y Nexa Resources Peru. Es bachiller en Economía por la Universidad del Pacífico y es máster en Economía por la New York University.

CARLOS NEUHAUS TUDELA

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 máster en Negocios Internacionales en Thunderbird School of Global Management en Phoenix, Arizona. Es bachiller en Ciencias Administrativas por la Universidad de Lima.

Gerencia General:

El gerente general de la compañía es BACKUS CORPORATIVO S.A.C., quien a su vez designó como representante de la gerencia general a Marcio Batista Juliano.

Nuestros líderes

MARCIO BATISTA JULIANO

(BU President)

Marcio lidera Backus; la operación de AB InBev en Perú. Es titulado en Administración de Empresas por la Universidad de São Paulo en Brasil y posee un MBA por la escuela de postgrado IBMEC. Además, cuenta con más 25 años de experiencia dentro del grupo AB InBev. Durante sus primeros 13 años, se desempeñó en el área comercial como líder de equipos de ventas, trade marketing, revenue management, tech sales y proyectos dentro de Ambev en Brasil. Anteriormente, ocupó el puesto de Country Head de Panamá y República Dominicana.

AGUSTINA OCHOA

(People & Transformation Director BU Perú & BU Ecuador)

Ingeniera Industrial de la Pontifica Universidad Católica Argentina con una Maestría en Gestión de Negocios en la Universidad de San Andrés de Argentina. Agustina tiene más de 23 años en AB INBEV. Ha liderado equipos en Ecuador, Argentina, México y Perú en Asuntos Corporativos, Finanzas, Marketing y People.

ROBERTO SPOHR

(Sales Director BU Perú)

Administrador de empresas de la Pontificia Universidad Católica de Río Grande del Sur y MBA en BSP y COPPEAD (Brasil). Nuestro vicepresidente de Sales tiene más de 25 años en AB InBev. A lo largo de su carrera ha tenido la oportunidad de liderar equipos en Brasil, México, Ecuador y Perú.

GRISELDA INSÚA

(Finance Director BU Perú)

Contadora pública de la Universidad de Buenos Aires que posee una destacada trayectoria en el ámbito financiero. Se unió en el 2010 a Cervecería y Maltería Quilmes (Argentina), y desde entonces ha ocupado diversas posiciones en áreas clave, incluyendo Soluciones, Logística e Industrial, siempre con el enfoque de finanzas. Nuestra primera CFO (Chief Financial Officer) se unió a Backus en enero del 2021 y se ha destacado por su competencia en el ámbito financiero y su liderazgo en el desarrollo de talento dentro de la compañía.

JULIO GAMARRA

(Supply Director BU Perú)

Ingeniero industrial de la Universidad de Lima con maestría en Administración de Empresas. Nuestro director es miembro de AB InBev desde 2013 y se caracteriza por ser un verdadero brewmaster. A lo largo de su carrera se ha desempeñado como Plant Manager, South & North Industrial en países como Guatemala, Brasil, Argentina, Paraguay, Uruguay, Chile, Bolivia y Perú.

JOSÉ ALFARO

(Legal & Corporate Affairs Director BU Perú)

Es licenciado en Ciencias Políticas y tiene maestrías en Filosofía y Política/Administración Pública (UCLouvain, LSE y Harvard). Cuenta con experiencia en gobierno, organismos internacionales y consultoría en México y Europa. Ha colaborado en medios como Nexos, Vice, NYT entre otros. Desde el 2019, es miembro de AB InBev, donde inició como Director de Asuntos Corporativos en Grupo Modelo. Actualmente, lidera el área de Legal y Asuntos Corporativos en Perú.

ALEJANDRA CAMPERO

(Procurement Director BU Perú)

Liderando equipos de Finanzas y Compras, Alejandra lleva ya más de 10 años en la industria cervecera. Con importantes logros en Cervecería y Maltería Quilmes (Argentina) y Cervecería Boliviana Nacional (Bolivia), nuestra directora de Procurement forma parte de la gestión peruana desde finales del 2019.

GABRIEL SEVILLA

(Logistics Director BU Perú)

Inició su carrera en Backus en el año 2009, en puestos de liderazgo en el área logística. Antes de retornar al Perú, se desempeñó como Director de Logística en el Centro de Servicios Compartidos de Aguascalientes, México, dando soporte a toda la región. Desde el 2024, Gabriel dirige la operación logística de la compañía.

ALEJANDRO MOLINA

(Marketing Director BU Perú)

Miembro de AB InBev desde 2012. Empezó Demand Creation Manager en SABMiller en Colombia y, 7 años después, se consolidó como Marketing VP de Cervecería Nacional en Ecuador. Alejandro es titulado en economía por la Pontificia Universidad Javeriana y posee un MBA de la INALDE Business School.

06 Gestión económica financiera

Liquidez

Al cierre del ejercicio 2024, el indicador de liquidez corriente fue de 1.13 y 1.00 para el 2023.

La posición de caja y bancos al término del ejercicio cerró con S/ 432.4 millones, de los cuales el 85.8% 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/3.770 y S/3.904, 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 2024:

Saldos	Monto (S/ Millones)	Monto (USD Millones)	Monto (EUR Millones)
ACTIVOS	3,663.9	6.56	0.25
PASIVOS	3,238.0	132.9	5.8

Financiamiento

Deuda	Monto (S/ Millones)
Arrendamiento financiero con BBVA Continental	8.1
Arrendamiento financiero con Banco de Crédito	6.4
Arrendamiento financiero con Scotiabank	10.6
Arrendamientos operativos	7.0
Otros financiamientos con BBVA Continental	0.9
Total deuda financiera	**33.0**

Al 31 de diciembre de 2024, la Compañía mantiene un contrato de arrendamiento financiero con el BBVA Banco Continental por S/8,132,000 y con el Banco de Crédito del Perú un contrato de arrendamiento financiero por S/6,377,000 para la adquisición de vehículos de transporte de cerveza, y otro con Scotiabank por S/10,579,000 para la adquisición de montacargas.

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 2024, la Compañía mantiene contratos a futuro de moneda extranjera (forwards) a montos nominales del principal de estos contratos que ascendieron aproximadamente a US$ 360.9 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$ 7.0 millones, US$ 9.6 millones y US$ 1.6 millones, respectivamente.

Impuestos

En el 2024, Backus destino S/3,545 millones por impuestos, los que pueden ser categorizados en:

- Impuestos indirectos S/3,386.30 millones
- Impuestos directos S/104 millones
- Retenciones por 5ta categoría S/20 millones

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 inmuebles, vehículos, botellas y cajas plásticas destinadas a la comercialización de nuestros productos e inversiones en valores. Al 31 de diciembre de 2024 ningún activo de la empresa se encuentra gravado.

Dividendos declarados

Los siguientes fueron los dividendos decretados y pagados durante el año 2024.

Dividendo	Fecha de acuerdo	Fecha de corte	Fecha de pago	Ejercicio	Importe bruto S/
213	26/03/2024	15/04/2024	17/05/2024	Saldo del ejercicio 2023	134,135,400

07 Sobre la compañía

Datos generales

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

Nombre Comercial:
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	76’046,495
Acciones	B	10	2’025,707
Acciones	Inversión	1	569’514,715

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.

Clasificación industrial internacional uniforme: 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

Constitución e inscripción en Registros Públicos

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 Bolivia- na 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 Grupo Económico del oferente. La oferta se extendió hasta por 402,665 (cuatrocientas dos mil seiscientas 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 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 licenciamiento, 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.

El 12 de julio de 2021, el Directorio de la Sociedad aprobó (1) el Proyecto de Reorganización Simple, el cual incluye los principales aspectos económicos y legales de la operación de reorganización simple que comprendía la segregación de un bloque patrimonial compuesto por determinados activos y pasivos asociados a su línea de Back Office, la cual comprende actividades de gerenciamiento y estrategia, así como de consultoría, asesoría integral y soporte administrativo, en favor de Backus Estrategia S.A.C. (subsidiaria de la compañía); y, (2) la fusión inversa mediante la cual Backus absorbía a título universal y en bloque, el patrimonio de su antiguo accionista mayoritario, Racetrack Perú S.R.L. ("Racetrack"), de conformidad con lo establecido en el numeral 2 del artículo 344 de la Ley General de Sociedades. Ambas operaciones tenían por objeto simplificar la estructura societaria del grupo económico de Backus.

El 11 de agosto de 2021 la Junta General de Accionistas de la Sociedad aprobó los proyectos de reorganización simple y fusión inversa mencionados en el párrafo precedente, fijando como fecha de entrada en vigencia el 1 de setiembre de 2021.

De forma previa a su sometimiento de la junta, se cumplió con las disposiciones pertinentes de la Ley General de Sociedades y de la Ley del Mercado de Valores para llevar a cabo la fusión en los términos propuestos en el Proyecto de Fusión. En esa línea, se contó con la opinión de la firma Ernst & Young Asesores Sociedad Civil de Responsabilidad Limitada, en su condición de entidad externa designada a fin de evaluar la referida fusión y pronunciarse respecto a esta. EY concluyó que la operación es positiva para la sociedad pues la estructura planteada para la Fusión tiene como consecuencia un mayor valor patrimonial de Backus en beneficio de todos los accionistas, incluyendo los accionistas minoritarios, ya que se mantiene inalterable el número de acciones representativas del capital social de Backus y la participación de sus accionistas. En mérito de esta evaluación, los directores independientes de la Sociedad resolvieron aprobar continuar con la operación de fusión y delegar en la gerencia de la sociedad la preparación del proyecto de fusión. A su turno, el Proyecto de Fusión fue aprobado por unanimidad por la totalidad de integrantes del directorio. A la fecha de entrada en vigencia de la fusión se generó en el balance de Backus una prima de capital por un monto de S/ 2,918'546,738.00, que refleja el mayor valor que implica para Backus la absorción de los activos y pasivos de Racetrack. Conforme se señaló en el proyecto de fusión, la prima mencionada podrá ser materia de distribución entre todos los accionistas de la Sociedad, para lo cual se otorgaron facultades al Directorio de la sociedad para que se encargue de determinar los montos y oportunidades de dicha distribución, según lo considere conveniente.

El bloque patrimonial transferido en el marco de la reorganización simple fue fijado en función a su valor histórico contable en libros al 30 de abril de 2021, el cual ascendió a S/ 32'364,243.00. Backus recibió a cambio 32'364,243 acciones representativas del capital social de Backus Estrategia S.A.C., íntegramente suscritas y totalmente pagadas.

Siguiendo el mandato otorgado por la Junta General de Accionistas del 11 de agosto del 2021, el 1 de diciembre de 2021 el Directorio de la compañía acordó repartir el monto de S/2,948'256,425 como consecuencia de la prima de capital recibida como consecuencia de la fusión de Backus y Racetrack.

Principales entidades relacionadas a la sociedad / compañias vinculadas

Razón Social	Objeto
AB InBev SA/NV	Corporación Financiera y Holding
AB InBev Southern Investments Limited	Inversionista
Bavaria S.A.	Elaboración, embotellado y comercialización de cerveza y bebidas gaseosas
Cervecería San Juan S.A.	Producción y comercialización de cerveza, bebidas, aguas y jugos
Transportes 77 S.A.	Servicios de transporte y mantenimiento de vehículos
San Juan Marcas y Patentes S.A.C	Titular de la propiedad intangible (marcas y patentes)
Naviera Oriente S.A.C.	Proyectos y negocios inmobiliarios
Inmobiliaria IDE S.A.	Transporte fluvial y terrestre
Backus Marcas y Patentes S.A.C.	Titular de la propiedad intangible (marcas y patentes)
Backus Ya S.A.C.	E-commerce
Fundación Backus	Iniciativas sociales y de apoyo a la comunidad
Backus Corporativo S.A.C.	Prestación de servicios integrales de consultoría en la administración

Cotizaciones

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

Renta Variable.

COTIZACIONES 2024							
Código ISIN	Nemónico	Año-Mes	Apertura S/	Cierre S/	Máxima S/	Mínima S/	Precio Promedio S/
PEP218021108	BACKUAC1	2024-01	190	195	195	190	192.12
PEP218021108	BACKUAC1	2024-02	196	196	196	196	195.48
PEP218021108	BACKUAC1	2024-03	195.3	195	195.3	195	195.05
PEP218021108	BACKUAC1	2024-04	195	195	195	195	195
PEP218021108	BACKUAC1	2024-05	182	190	190	182	188.62
PEP218021108	BACKUAC1	2024-06	190	190	190	190	190
PEP218021108	BACKUAC1	2024-07	192	200	200	192	196.95
PEP218021108	BACKUAC1	2024-08	200	200	200	198	198.1
PEP218021108	BACKUAC1	2024-09	-	-	-	-	-
PEP218021108	BACKUAC1	2024-10	200	198	200	198	199.11
PEP218021108	BACKUAC1	2024-11	190	195	200	190	193.82
PEP218021108	BACKUAC1	2024-12	195	197	197.1	195	196.72
PEP218024201	BACKUBC1	2024-01	191	191.1	195	191	191.17
PEP218024201	BACKUBC1	2024-02	194.75	210	210	193.01	201.52
PEP218024201	BACKUBC1	2024-03	210	227	227	210	224.1
PEP218024201	BACKUBC1	2024-04	203	200	220	199.9	202.47
PEP218024201	BACKUBC1	2024-05	206	220	220	206	213.72
PEP218024201	BACKUBC1	2024-06	220	220	220	220	220
PEP218024201	BACKUBC1	2024-07	220	221.02	231	220	221.81
PEP218024201	BACKUBC1	2024-08	226	220	226	220	220.88
PEP218024201	BACKUBC1	2024-09	-	-	-	-	-
PEP218024201	BACKUBC1	2024-10	215	205	215	205	205.43
PEP218024201	BACKUBC1	2024-11	200	195	200	195	198.89
PEP218024201	BACKUBC1	2024-12	190	200	200	190	195.26
PEP218025000	BACKUSI1	2024-01	22	23.7	24	22	22.54
PEP218025000	BACKUSI1	2024-02	23.5	24	24	22.6	23.34
PEP218025000	BACKUSI1	2024-03	23.8	23.5	24.1	22.9	23.32
PEP218025000	BACKUSI1	2024-04	22.5	20.7	23.1	20.65	21.97
PEP218025000	BACKUSI1	2024-05	21.2	22	22.5	20.57	21.37
PEP218025000	BACKUSI1	2024-06	22	22.74	23	21.7	22.11
PEP218025000	BACKUSI1	2024-07	22.74	22.25	22.74	22	22.15
PEP218025000	BACKUSI1	2024-08	22.25	20.35	22.25	20.21	21.29
PEP218025000	BACKUSI1	2024-09	20.5	20.76	21.45	20.1	20.57
PEP218025000	BACKUSI1	2024-10	20.72	20.95	21.8	20.5	21.25
PEP218025000	BACKUSI1	2024-11	20.95	21.1	21.91	20.65	21.22
PEP218025000	BACKUSI1	2024-12	21.1	23	23	20.7	21.67

08 Procesos judiciales

Procesos Judiciales, Administrativos o Arbitrales No Rutinarios

Al 31 de diciembre de 2024, la Compañía mantiene procesos judiciales por el importe ascendente a S/ 51,356 MM.

Entre los procesos más relevantes se encuentran los litigios laborales relacionados con indemnización por daños y perjuicios. Según la opinión de nuestros asesores legales, dichos litigios deben ser declarados infundados debido a la falta de sustento.

Asimismo, tenemos el proceso con El Ministerio de Cultura (antes Instituto Nacional de Cultura), el cual ha presentado una demanda de indemnización por daños y perjuicios contra la Compañía y otros, por la supuesta responsabilidad de daños ocasionados a la piedra de Intihuatana, cuando una grúa cayó sobre el monumento histórico, durante la filmación de un comercial para la marca Cusqueña. Hasta la fecha no se ha emitido la Sentencia de primera instancia y nuestros asesores mantienen la opinión que la demanda debería ser desestimada.

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.

La compañía impugnó a nivel administrativo el monto del IGV e ISC pagado a la SUNAT entre el 2014 y el 2019. Posteriormente, la SUNAT inició auditorías para dichos periodos, determinando un adeudo por concepto de ISC e IGV relacionado (entre el 2017 y el 2019), y rechazó las solicitudes de devolución (2014 al 2017). Si la compañía tuviese éxito en una potencial disputa judicial, se devolvería lo indebidamente pagado por concepto de ISC e IGV. En caso de un resultado desfavorable, se estima una posible pérdida de S/1,914 millones. Sin perjuicio de las acciones legales que emprenda, la compañía desembolsará fraccionadamente los importes bajo controversia. No se ha constituido ninguna provisión basada en la probabilidad de pérdida.

Backus
ABInBev